ArtComm

e-ISSN: 2597-5188
p-ISSN: 2598-0408
Volume 8 No. 1 April 2025

Media Baru dan Fandom Lama: Pengaruh Platform Digital terhadap Praktik Komunikasi Kolektor Gundam

Dewi Christina Marbun[1], Nurizky Adhi Hutama[2]
[1]Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Desain, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia
[2]Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknik, Universitas Pertiwi
Email: dewichristina@unibi.ac.id; nurizkyhutama@gmail.com

Diterima:	Diterima Setelah Revisi:	Dipublikasikan:
19 April 2025	23 April 2025	25 April 2025

Abstrak

Penelitian ini secara kritis menganalisis transformasi praktik komunikasi di kalangan kolektor Gundam akibat ekosistem platform digital. Menggunakan teori media baru dan studi fandom, penelitian kualitatif ini menyelidiki peran forum daring, media sosial (Instagram, Facebook, Twitter), YouTube, dan pasar daring dalam memediasi interaksi, mempercepat diseminasi informasi, mentransformasi pameran koleksi, serta memengaruhi pembentukan dan pemeliharaan komunitas. Melalui studi kasus, wawancara mendalam, dan analisis konten daring, terungkap bahwa platform digital mendorong komunitas global, pertukaran informasi *real-time*, dan partisipasi inovatif. Namun, penelitian ini juga mengidentifikasi tantangan terhadap praktik komunikasi tradisional akibat dominasi media digital, menyajikan pemahaman mendalam tentang transformasi komunikasi dan negosiasi identitas budaya fandom dalam ranah digital yang dinamis.

Kata Kunci: Platform Digital, Praktik Komunikasi, Kolektor Gundam, Budaya Fandom, Transformasi Digital

Abstract

This research critically analyzes the transformation of communication practices among Gundam collectors due to the digital platform ecosystem. Employing new media theory and fandom studies, this qualitative study investigates the role of online forums, social media (Instagram, Facebook, Twitter), YouTube, and online marketplaces in mediating interaction, accelerating information dissemination, transforming collection displays, and influencing community formation and maintenance. Through in-depth case studies, interviews, and online content analysis, it is revealed that digital platforms foster global communities, real-time information exchange, and innovative participation. However, this research also identifies challenges to traditional fandom communication practices due to digital media dominance, providing a profound understanding of communication transformation and the negotiation of fandom cultural identity within the dynamic digital realm.

***Keywords**: Digital Platforms, Communication Practices, Gundam Collectors, Fandom Culture, Digital Transformation*

e-ISSN: 2597-5188
p-ISSN: 2598-0408
Volume 8 No. 1 April 2025

1 PENDAHULUAN

Fenomena fandom telah menjadi bagian integral dari budaya populer modern, di mana kelompok – kelompok penggemar terbentuk di sekitar minat yang sama terhadap berbagai produk budaya, seperti film, musik, buku, dan mainan (Jenkins, 1992). Ini mencerminkan kecenderungan manusia untuk mencari afiliasi dan ekspresi diri melalui objek budaya yang memiliki makna khusus bagi mereka. Fandom bukan hanya sekadar mengagumi suatu produk budaya, tetapi juga melibatkan partisipasi aktif dalam budaya tersebut, seringkali menciptakan subkultur dengan norma dan nilai – nilai tersendiri.

Sebelum era digital, interaksi dan komunikasi dalam komunitas fandom seringkali terbatas pada pertemuan tatap muka, surat menyurat, atau publikasi cetak skala kecil (Bacon-Smith, 1992). Pertemuan tatap muka, seperti konvensi atau klub penggemar lokal, menjadi ruang utama untuk berbagi antusiasme dan informasi. Surat menyurat, meskipun lambat, memungkinkan penggemar yang terpisah jarak untuk terhubung. Publikasi cetak seperti majalah penggemar atau *fanzine* berfungsi sebagai media untuk menyebarkan berita, ulasan, dan karya kreatif penggemar. Namun, akses ke komunitas dan informasi seringkali terbatas oleh faktor geografis dan ketersediaan sumber daya. Namun, kemunculan dan perkembangan platform digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara para penggemar berinteraksi, berbagi informasi, dan membangun komunitas (Baym, 2010).

Salah satu contoh komunitas fandom yang menarik untuk diteliti dalam konteks ini adalah para kolektor mainan Gundam. Gundam, sebagai waralaba media yang luas dan ikonik, telah memupuk komunitas penggemar yang besar dan aktif selama beberapa dekade (Napier, 2001). Waralaba Gundam tidak hanya mencakup serial *anime*, tetapi juga *manga*, film, *video game*, dan berbagai produk turunan lainnya, menciptakan alam semesta naratif yang kaya dan kompleks yang menarik bagi berbagai kelompok penggemar. Keberagaman media ini memungkinkan penggemar untuk terlibat dengan Gundam melalui cara yang berbeda – beda, memperkuat ikatan mereka dengan waralaba tersebut. Praktik koleksi mainan Gundam tidak hanya sekadar hobi, tetapi juga merupakan bentuk ekspresi identitas, pengetahuan, dan partisipasi dalam budaya fandom (Hills, 2002). Bagi banyak kolektor, mainan Gundam bukan sekadar benda fisik, tetapi juga simbol dari kecintaan mereka terhadap waralaba tersebut, pengetahuan mereka tentang berbagai model dan lini produk, serta keterlibatan mereka dalam komunitas penggemar. Koleksi ini menjadi cara untuk mengekspresikan diri, membangun hubungan dengan orang lain yang memiliki minat yang sama, dan berpartisipasi dalam budaya fandom Gundam yang dinamis.

Dengan munculnya berbagai platform digital seperti forum daring, media sosial (Instagram, Facebook, Twitter), platform berbagi video (YouTube), dan pasar daring (misalnya, eBay, platform komunitas jual beli), lanskap komunikasi dalam komunitas kolektor Gundam mengalami transformasi yang signifikan. Teori media baru menekankan bagaimana teknologi digital memungkinkan bentuk – bentuk interaksi yang baru, melampaui batasan geografis dan temporal (Manovich, 2001). Platform – platform ini memfasilitasi pembentukan komunitas daring (*online communities*) yang memungkinkan para penggemar untuk terhubung dengan individu lain yang memiliki minat serupa di seluruh dunia (Rheingold, 2000).

Studi fandom juga menyoroti bagaimana media digital memberdayakan para penggemar untuk menjadi produsen dan penyebar konten (prosumer), serta berpartisipasi aktif dalam membangun makna dan identitas kolektif (Fiske, 1992; Jenkins, 2006). Dalam konteks kolektor Gundam, platform digital memungkinkan mereka untuk memamerkan koleksi, berbagi pengetahuan tentang model kit, bertukar informasi tentang ketersediaan dan harga, serta berkolaborasi dalam proyek – proyek kreatif seperti diorama atau kustomisasi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana berbagai platform digital telah memengaruhi praktik komunikasi di kalangan kolektor mainan Gundam. Dengan mengadopsi perspektif teori media baru dan studi fandom, penelitian ini akan mengeksplorasi perubahan dalam cara para penggemar berinteraksi, berbagi informasi, memamerkan koleksi, dan

e-ISSN: 2597-5188
p-ISSN: 2598-0408
Volume 8 No. 1 April 2025

membangun komunitas di era digital. Selain itu, penelitian ini juga akan mengidentifikasi potensi tantangan dan perubahan dinamika dalam praktik komunikasi tradisional fandom akibat dominasi media digital, serta bagaimana identitas dan budaya fandom dipertahankan dan dinegosiasikan dalam lanskap digital yang terus berkembang.

2 KAJIAN PUSTAKA

Penelitian ini berakar pada pemahaman tentang fandom dan pengaruh media digital terhadap praktik komunikasinya. Untuk memahami fenomena ini, kajian pustaka ini akan menelusuri literatur mengenai studi fandom, teori media baru, dan penelitian terkait komunitas daring.

2.1 Studi Fandom

Gagasan Jenkins (1992) mengenai penggemar sebagai "*textual poachers*" menawarkan perspektif krusial dalam memahami peran aktif kolektor Gundam. Lebih dari sekadar konsumen pasif, para penggemar ini secara aktif "mencuri" elemen-elemen naratif, visual, dan tematik dari waralaba Gundam, kemudian mengolah dan mengintegrasikannya ke dalam praktik koleksi dan interaksi mereka. Hutama (2024) menjelaskan dalam konteks Gundam, ini berarti kolektor tidak hanya mengonsumsi produk, tetapi juga menciptakan makna melalui koleksi, interaksi daring, dan ekspresi kreatif seperti kustomisasi model. Koleksi mainan Gundam bukan hanya sekadar deretan figur, tetapi juga representasi interpretasi pribadi dan pemahaman mendalam terhadap alam semesta Gundam. Interaksi daring melalui forum, media sosial, dan platform lainnya menjadi arena di mana makna ini dinegosiasikan dan dibagikan, memperkaya pemahaman kolektif tentang waralaba tersebut. Ekspresi kreatif seperti kustomisasi model, pembuatan diorama, atau penulisan cerita latar belakang untuk koleksi mereka adalah wujud nyata dari "perburuan tekstual" ini, di mana penggemar berkontribusi pada perluasan dan reinterpretasi narasi Gundam.



Gambar 1. Bentuk Interaksi Daring Kolektor Gundam

Karya Bacon-Smith (1992) memberikan landasan historis yang penting. Sebelum era digital, komunitas penggemar, termasuk mungkin para pendahulu kolektor Gundam, terikat oleh keterbatasan geografis. Interaksi dan pertukaran informasi mengandalkan pertemuan fisik atau media komunikasi yang lambat seperti surat – menyurat. Kemunculan platform digital secara fundamental mengubah lanskap ini. Batasan geografis menjadi kurang relevan, memungkinkan para kolektor Gundam dari berbagai penjuru dunia untuk terhubung, berbagi koleksi, pengetahuan, dan antusiasme mereka secara instan. Jaringan global ini memfasilitasi pembentukan komunitas yang lebih besar dan

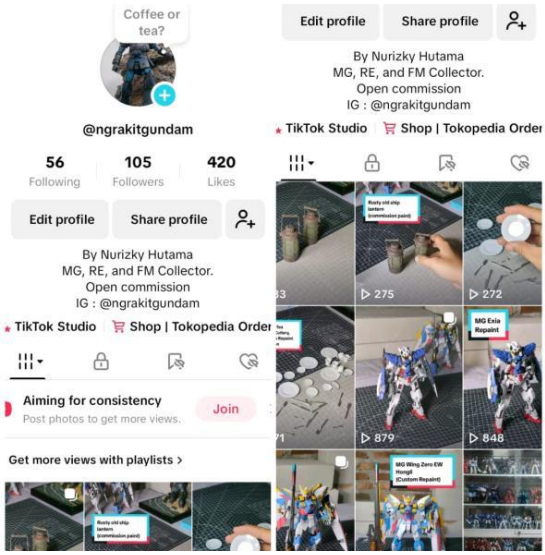
e-ISSN: 2597-5188
p-ISSN: 2598-0408
Volume 8 No. 1 April 2025

lebih beragam, mempercepat penyebaran informasi tentang produk baru, teknik koleksi, dan acara-acara terkait Gundam.

Selanjutnya, konsep identitas fandom yang dikemukakan oleh Hills (2002) menjadi sangat relevan. Partisipasi daring dalam komunitas kolektor Gundam bukan hanya tentang berbagi minat, tetapi juga pembentukan dan negosiasi identitas individu serta kolektif. Melalui interaksi daring, kolektor membangun rasa memiliki, berbagi norma dan nilai, serta menegaskan identitas sebagai bagian dari fandom Gundam. Pameran koleksi daring, diskusi model, atau partisipasi proyek komunitas menjadi cara mengekspresikan dan mendapatkan pengakuan identitas dalam hobi ini. Penelitian ini akan menggali lebih dalam bagaimana dinamika daring berkontribusi pada pembentukan dan evolusi identitas fandom kolektor Gundam.

2.2 Teori Media Baru

Manovich (2001) menjelaskan bahwa kemunculan internet dan platform digital telah membawa perubahan mendasar dalam cara individu berkomunikasi dan berinteraksi. Teori media baru menyoroti karakteristik unik media digital seperti numerik representasi, modularitas, otomatisasi, variabilitas, dan transkoding. Karakteristik ini memungkinkan bentuk – bentuk interaksi dan produksi konten yang tidak mungkin dilakukan sebelumnya. Dalam konteks penelitian ini, pemahaman tentang bagaimana platform digital memediasi interaksi antara kolektor Gundam akan menjadi fokus utama.



Gambar 2. Konten Kreator Gundam di Tiktok

Baym (2010) dalam *Personal Connections in the Digital Age* meneliti bagaimana hubungan sosial dibentuk dan dipelihara dalam lingkungan digital. Karyanya menyoroti pentingnya komunitas daring sebagai ruang di mana individu dengan minat yang sama dapat terhubung, berbagi informasi, dan memberikan dukungan emosional. Penelitian ini akan menganalisis bagaimana komunitas daring kolektor Gundam berfungsi sebagai ruang sosial dan bagaimana norma serta nilai – nilai komunitas dibangun dan ditegakkan di dalamnya.

Rheingold (2000) dalam *The Virtual Community* menekankan potensi internet untuk memfasilitasi pembentukan komunitas yang didasarkan pada minat bersama, terlepas dari lokasi geografis. Konsep "kecerdasan kolektif" (*collective intelligence*) yang dikembangkan oleh Lévy (1997, dalam Jenkins, 2006) juga relevan, di mana pengetahuan dan keahlian didistribusikan di antara anggota komunitas, memungkinkan pemecahan masalah dan pembelajaran kolektif. Dalam

e-ISSN: 2597-5188
p-ISSN: 2598-0408
Volume 8 No. 1 April 2025

komunitas kolektor Gundam, platform digital memfasilitasi pertukaran pengetahuan tentang model kit, teknik perakitan, dan informasi pasar.

2.3 Fandom di Era Digital

Konsep "*prosumer*" yang dikemukakan oleh Jenkins (2006) memiliki relevansi yang signifikan dalam memahami dinamika komunitas kolektor Gundam di era digital. Istilah ini menggambarkan bagaimana batasan tradisional antara produsen dan konsumen media menjadi semakin kabur. Dalam konteks ini, kolektor Gundam tidak lagi hanya menjadi konsumen pasif yang membeli dan mengoleksi mainan. Sebaliknya, platform digital memberdayakan mereka untuk secara aktif memproduksi dan berbagi konten yang berkaitan dengan hobi mereka. Ini dapat berupa unggahan foto dan video koleksi di media sosial seperti Instagram dan Facebook, pembuatan ulasan mendalam tentang *model kit* di forum daring atau YouTube, penyusunan tutorial teknik perakitan atau pengecatan, hingga partisipasi dalam proyek-proyek kreatif seperti pembuatan diorama atau kustomisasi model yang kemudian didokumentasikan dan dibagikan secara luas. Fenomena "prosumer" ini memperkaya ekosistem fandom Gundam secara keseluruhan, menciptakan siklus umpan balik di mana konten yang dibuat oleh penggemar menjadi sumber informasi dan inspirasi bagi anggota komunitas lainnya.



Gambar 3. Salah Satu Grup Kolektor Gundam di Facebook

Lebih lanjut, gagasan Fiske (1992) tentang "ekonomi budaya" penggemar memberikan wawasan tentang bagaimana nilai dan makna diciptakan dan diperdagangkan dalam komunitas kolektor Gundam. Fiske berpendapat bahwa penggemar tidak hanya mengonsumsi produk budaya, tetapi juga aktif menginterpretasi, memanipulasi, dan menggunakan produk tersebut untuk menciptakan budaya mereka sendiri. Dalam konteks kolektor Gundam, ini terlihat jelas dalam berbagai praktik. Modifikasi dan kustomisasi model kit tidak hanya meningkatkan nilai estetika atau personal koleksi, tetapi juga menjadi bentuk ekspresi kreativitas dan pengetahuan teknis yang dihargai dalam komunitas. Selain itu, aktivitas jual beli *model kit* bekas atau langka di pasar daring menciptakan sirkulasi ekonomi di antara para penggemar, di mana nilai suatu *item* tidak hanya ditentukan oleh harga pasar tetapi juga oleh kelangkaan, kondisi, dan bahkan sejarah kepemilikan dalam komunitas. Dengan demikian, platform digital memfasilitasi dan memperkuat "ekonomi budaya" ini, memungkinkan pertukaran nilai dan makna yang lebih luas dan kompleks di antara para kolektor Gundam. Tren mainan baru seperti "*Blookees*" (Hutama, 2024) menunjukkan dinamika dan

e-ISSN: 2597-5188
p-ISSN: 2598-0408
Volume 8 No. 1 April 2025

evolusi yang berkelanjutan dalam budaya koleksi, yang dipengaruhi oleh media sosial dan interaksi daring.

Penelitian – penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa platform digital telah secara signifikan mengubah lanskap fandom. Namun, penelitian khusus mengenai bagaimana perubahan ini memengaruhi praktik komunikasi dalam komunitas kolektor mainan, khususnya fandom yang telah mapan seperti Gundam, masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan ini dengan menganalisis secara mendalam bagaimana platform digital memediasi interaksi, berbagi informasi, dan pembentukan komunitas di kalangan kolektor Gundam, serta bagaimana identitas dan budaya fandom dinegosiasikan dalam konteks digital.

3 METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk menganalisis pengaruh platform digital terhadap praktik komunikasi di kalangan kolektor mainan Gundam (Creswell, 2013). Pendekatan kualitatif dipilih untuk memahami secara mendalam pengalaman, persepsi, dan makna yang dikonstruksi oleh para kolektor dalam konteks interaksi mereka melalui platform digital. Desain studi kasus memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi fenomena ini dalam konteks alaminya, dengan fokus pada komunitas kolektor Gundam sebagai unit analisis yang spesifik dan terikat konteks (Yin, 2014).

Pengumpulan data dilakukan melalui dua metode utama, yaitu wawancara mendalam dan analisis konten daring. Wawancara semi-terstruktur dilakukan dengan sejumlah kolektor mainan Gundam yang aktif berinteraksi melalui berbagai platform digital. Pemilihan partisipan dilakukan secara *purposive sampling* dengan kriteria: (1) memiliki koleksi mainan Gundam, (2) aktif menggunakan minimal satu platform digital (forum daring, media sosial, YouTube, pasar daring) untuk berinteraksi dengan kolektor lain, dan (3) bersedia berpartisipasi dalam penelitian. Jumlah partisipan akan ditentukan berdasarkan prinsip saturasi data, yaitu ketika informasi baru yang signifikan tidak lagi muncul dari wawancara yang dilakukan (Guest et al., 2006). Protokol wawancara akan mencakup pertanyaan-pertanyaan terbuka mengenai pengalaman partisipan dalam menggunakan platform digital untuk berinteraksi dengan kolektor lain, cara mereka berbagi informasi dan memamerkan koleksi, pembentukan dan pemeliharaan hubungan dalam komunitas daring, serta persepsi mereka terhadap perubahan praktik komunikasi dalam fandom Gundam akibat platform digital.

Seorang partisipan lain, B.S. (45 tahun), menekankan perubahan dalam pameran koleksi, "*Dulu paling banter foto di album atau pas kumpul - kumpul. Sekarang, dengan Instagram, kita bisa pamer detail kecil, dapat apresiasi dari banyak orang di seluruh dunia. Rasanya beda banget.*" Lebih lanjut, partisipan C.N. (28 tahun) menyoroti aspek komunitas, "*Forum dan grup itu kayak rumah kedua. Kita bisa tanya apa saja, dari cara ngerakit yang benar sampai cari info event terbaru. Bahkan, beberapa teman daring jadi teman kopi di dunia nyata*." D.R. (35 tahun), yang membuka jasa *repaint* dan *custom* Gundam, berbagi pengalamannya, "Dulu promosi jasa itu susah banget, dari mulut ke mulut saja. Sekarang, dengan Instagram dan Facebook, portofolio kita bisa dilihat ribuan orang. Pelanggan juga lebih mudah konsultasi, kirim referensi gambar, bahkan *live update* proses pengerjaan. Komunikasi jadi jauh lebih intens dan personal. Wawancara akan direkam dengan persetujuan partisipan dan ditranskripsi verbatim untuk analisis lebih lanjut. Selain itu, analisis konten dilakukan terhadap berbagai bentuk konten yang dihasilkan dan dibagikan oleh kolektor Gundam di platform digital. Platform yang akan dianalisis meliputi forum daring (misalnya, forum komunitas spesifik Gundam), media sosial (misalnya, grup Facebook dan akun Instagram yang fokus pada koleksi Gundam), kanal YouTube yang menampilkan ulasan, tutorial, atau pameran koleksi, serta postingan di pasar daring yang digunakan oleh kolektor untuk berinteraksi (misalnya, kolom komentar atau deskripsi produk yang memicu diskusi). Unit analisis dalam analisis konten dapat berupa postingan teks, gambar, video, komentar, dan interaksi lainnya. Analisis akan fokus pada

e-ISSN: 2597-5188
p-ISSN: 2598-0408
Volume 8 No. 1 April 2025

tema – tema yang relevan dengan praktik komunikasi, berbagi informasi, pembentukan komunitas, ekspresi identitas fandom, dan perubahan dinamika komunikasi tradisional. Pendekatan analisis konten yang digunakan bersifat kualitatif dan interpretatif, dengan tujuan untuk memahami makna dan pola yang muncul dari data daring (Krippendorff, 2018).

4 HASIL DAN DISKUSI

Hasil penelitian ini menunjukkan bagaimana platform digital telah secara signifikan memengaruhi praktik komunikasi di kalangan kolektor mainan Gundam. Analisis konten daring dan observasi (*netnography*) mengungkapkan beberapa tema utama yang menggambarkan transformasi ini. Pertama, platform digital, terutama forum daring dan grup media sosial, memfasilitasi pembentukan dan pemeliharaan komunitas kolektor Gundam yang melampaui batasan geografis. Anggota komunitas berinteraksi secara aktif, berbagi informasi tentang rilisan terbaru, teknik perakitan, dan sumber daya koleksi. Observasi menunjukkan adanya pembentukan sub-kelompok berdasarkan minat spesifik, seperti kolektor lini tertentu atau penggemar kustomisasi, yang semakin memperkaya struktur komunitas. Fenomena ini sejalan dengan temuan Hutama (2024) tentang pentingnya komunitas daring dalam mempertahankan eksistensi hobi mainan. Kedua, platform digital menjadi pusat pertukaran informasi dan pengetahuan yang cepat dan luas. Diskusi mengenai spesifikasi model, perbandingan harga, dan tips perawatan koleksi terjadi secara *real-time*. Kanal YouTube dan unggahan *blog* berfungsi sebagai sumber pengetahuan yang kaya, di mana kolektor berpengalaman berbagi ulasan, tutorial, dan panduan. Analisis konten menunjukkan bahwa informasi yang dibagikan tidak hanya bersifat faktual tetapi juga mencakup opini pribadi dan rekomendasi.

Selain itu, Jenkins (2006) menerangkan platform digital mendorong munculnya bentuk ekspresi fandom yang inovatif. Konten kreatif seperti diorama digital, animasi *stop-motion* menggunakan model Gundam, dan seni penggemar digital dibagikan dan diapresiasi secara luas. Pasar daring juga menjadi arena ekspresi, di mana kolektor dapat menjual hasil kustomisasi atau mencari model langka, seringkali disertai dengan narasi dan interaksi personal. Tren mainan baru seperti "*Blookees*" juga menunjukkan bagaimana kreativitas dan ekspresi diri menjadi bagian penting dari budaya koleksi, temuan Hutama (2024). Dalam konteks ini, media sosial, terutama Instagram dan platform berbagi gambar lainnya, menjadi ruang utama bagi kolektor untuk melakukan visualisasi dan pameran koleksi sebagai bentuk komunikasi. Visualisasi koleksi bukan hanya sekadar dokumentasi, tetapi juga bentuk komunikasi non-verbal yang menyampaikan identitas, status, dan preferensi kolektor. Interaksi melalui *likes*, komentar, dan berbagi menunjukkan adanya apresiasi dan validasi sosial dalam komunitas.

Namun, Hils (2002) menjelaskan meskipun platform digital membawa banyak manfaat, analisis juga mengidentifikasi potensi tantangan. Dominasi komunikasi daring dapat mengurangi interaksi tatap muka dan pertemuan fisik antar kolektor. Selain itu, informasi yang berlebihan dan perbedaan pendapat daring terkadang dapat memicu konflik atau polarisasi dalam komunitas. Terakhir, partisipasi dalam komunitas daring memungkinkan kolektor untuk menegosiasikan dan memperkuat identitas fandom mereka. Penggunaan jargon khusus, referensi budaya Gundam, dan partisipasi dalam tren daring komunitas menjadi cara untuk menunjukkan keanggotaan dan afiliasi. Observasi menunjukkan bagaimana identitas individu seringkali terjalin dengan identitas kolektif dalam interaksi daring.

5 KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa platform digital telah secara fundamental mengubah praktik komunikasi di kalangan kolektor mainan Gundam. Platform – platform ini telah memfasilitasi pembentukan komunitas yang lebih luas dan terhubung secara global, memungkinkan pertukaran informasi dan pengetahuan yang lebih cepat dan komprehensif, serta menciptakan bentuk-bentuk

e-ISSN: 2597-5188
p-ISSN: 2598-0408
Volume 8 No. 1 April 2025

ekspresi dan partisipasi fandom yang baru dan beragam. Visualisasi koleksi menjadi bentuk komunikasi yang penting, dan identitas fandom aktif dinegosiasikan dalam ruang digital.

Meskipun demikian, penelitian ini juga menyoroti adanya potensi tantangan dan perubahan dinamika dalam praktik komunikasi tradisional fandom akibat dominasi media digital. Pergeseran ke interaksi daring dapat membawa konsekuensi terhadap bentuk – bentuk interaksi yang lebih konvensional.

Implikasi dari penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana media baru mentransformasi praktik komunikasi dalam komunitas fandom yang mapan. Temuan ini juga mengkontribusikan pada studi fandom dan teori media baru dengan menunjukkan bagaimana identitas dan budaya fandom dipertahankan, dinegosiasikan, dan bahkan dievolusikan dalam lanskap digital yang terus berkembang. Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi lebih lanjut dampak perubahan ini terhadap aspek – aspek lain dari pengalaman fandom, seperti hubungan dengan industri atau perkembangan budaya koleksi secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

Bacon-Smith, C. (1992). *Enterprising women: Television fandom and the creation of popular myth*. University of Pennsylvania Press.

Baym, N. K. (2010). *Personal connections in the digital age*. Polity Press.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). *Using thematic analysis in psychology*. *Qualitative Research in Psychology*, *3*(2), 77-101.

Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches*. Sage publications.

Fiske, J. (1992). *Cultural economy of fandom*. Dalam L. A. Lewis (Ed.), *The adoring audience: Fan culture and popular media* (hlm. 30-49). Routledge.

Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). *How many interviews are enough?: An experiment with data saturation and variability*. Field Methods, 18(1), 3-22.

Hills, M. (2002). *Fan cultures*. Routledge.

Hutama, NA (2024). Eksistensi Komunitas *Hobby Toys* di Yogyakarta: Studi Tentang Latar Belakang Terbentuk dan Berkembangnya Komunitas ME J-Com / *Mecha Jogja Community*. Jurnal STARS (Sains, Teknologi dan Arts). Vol. 3 No. 1

Hutama, NA (2024). Pengaruh Trend "Blokees" di Kalangan Pecinta Mainan Kota Yogyakarta. Jurnal STARS (Sains, Teknologi dan Arts). Vol. 3 No. 2

Jenkins, H. (1992). *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. Routledge.

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.

Krippendorff, K. (2018). *Content Analysis: An introduction to Its Methodology*. Sage Publications.

Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. MIT Press.

Napier, S. J. (2001). *Anime from Akira to Princess Mononoke: Experiencing Contemporary Japanese Animation*. Palgrave Macmillan.

Rheingold, H. (2000). *The Virtual Community: Homesteading on The Electronic Frontier*. MIT Press.

Yin, R. K. (2014). *Case Study Research and Applications: Design and Methods*. Sage Publications.