

Analisis Interaksi Penggemar Serial Animasi dalam Kolom Komentar YouTube

(Studi Kasus pada Channel Chibi Maruko-chan - Bahasa Indonesia)

Ruth Ivanaomi¹, Christina Tri Hendriyani^{2*}

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Sebelas Maret, Indonesia

Abstract

This study examines the interactions among fans of the Chibi Maruko-chan series in the comment section of the YouTube channel CHIBI MARUKO-CHAN - Bahasa Indonesia. The aim of this research is to describe the forms of interaction among fans, understand how they convey identity, values, and culture through comments, and identify the factors that drive these interactions. This study employs a mixed methods approach with a case study method within the pragmatism paradigm. Data were collected through documentation techniques using purposive sampling on three episodes with the highest interaction levels : episodes 598, 605, and 633, resulting in a total of 2.440 comments analyzed using thematic content analysis. Data validity was ensured through theory triangulation, specifically fan culture theory and symbolic interaction theory. The findings show that fan interactions include emotional expressions, social interactions, and cultural participation. Fans' collective identity is reflected through statements positioning themselves as part of a group sharing similar childhood experiences. The fans values are seen in comments expressing moral views and attitudes toward the content. Culture is conveyed through interpretations and associations of cultural symbols in the series with other cultures beyond the show. The factors driving interaction include the role of media features and YouTube accessibility, emotional attachment to the series, childhood memories and nostalgia, a sense of togetherness, collective identity claims, engagement in discussion and opinion-sharing, and the influence of moral values portrayed in the series. Overall, this study affirms that the comment section is not merely a space for responding to content, but also a social arena where fans express emotions, construct identity, and co-produce shared knowledge and culture.

Keywords:

Fan Interaction, Fan Culture, Symbolic Interaction, YouTube, Chibi Maruko-chan, Online Community, Nostalgia

Pendahuluan

YouTube adalah salah satu platform video terbesar di dunia yang digunakan oleh berbagai kalangan, dari anak-anak hingga orang dewasa. Selain menjadi tempat mencari hiburan dan informasi, YouTube juga menyediakan ruang bagi pengguna untuk berinteraksi lewat kolom komentar. Fitur ini memungkinkan penonton untuk tidak hanya menyimak konten, tetapi juga terlibat aktif dalam diskusi, berbagi pendapat, hingga membangun komunitas secara digital. Salah satu jenis konten yang

masih digemari hingga saat ini adalah animasi, khususnya animasi klasik yang menawarkan cerita ringan dan nilai-nilai nostalgia.

Chibi Maruko-chan menjadi salah satu animasi asal Jepang yang tetap menarik perhatian penonton. Serial ini bercerita tentang kehidupan sehari-hari seorang anak perempuan bernama Maruko, yang diangkat dari pengalaman masa kecil sang pengarang, Momoko Sakura. Gaya ceritanya yang sederhana, lucu, dan dekat dengan keseharian membuat animasi ini disukai berbagai usia. Popularitas *Chibi Maruko-chan* tidak hanya terbatas di Jepang. Di Indonesia, serial ini juga pernah ditayangkan di berbagai stasiun televisi seperti RCTI, Spacetoon, dan RTV, yang menunjukkan bahwa animasi ini memiliki penggemar lintas generasi dan budaya. Antusiasme penonton terhadap serial ini terus berlanjut hingga ke platform digital.

Saat ini, *Chibi Maruko-chan* hadir di *channel* YouTube CHIBI MARUKO-CHAN - Bahasa Indonesia. Per Juni 2025, *channel* ini sudah mengunggah 262 video, dengan total penayangan seluruhnya mencapai lebih dari 576 juta kali. Artinya, rata-rata setiap videonya ditonton oleh lebih dari dua juta penonton. Angka ini menunjukkan bahwa serial ini masih sangat diminati. Meskipun *channel* tersebut sudah tidak memperbarui kontennya sejak Februari 2025, kolom komentar di setiap videonya pun tetap aktif dan ramai oleh interaksi para penggemar.

Kolom komentar menjadi ruang yang penting bagi penggemar untuk mengekspresikan diri. Ada yang memberikan pujian, bernostalgia, bercerita tentang pengalaman pribadi, hingga membahas komentar orang lain. Dalam komentar-komentar ini, terlihat bahwa para penonton tidak hanya menikmati tontonan, tapi juga ikut membentuk percakapan dan membangun relasi sosial sebagai sesama penggemar. Mereka juga sering menunjukkan identitas sebagai penggemar melalui gaya bahasa, simbol, atau referensi yang digunakan.

Fenomena ini sesuai dengan pandangan Jenkins (dalam Putri dan Zulfiningrum, 2022), yang menjelaskan bahwa penggemar tidak hanya menonton suatu konten, tapi juga terlibat aktif dalam mendiskusikan, menyebarluaskan, bahkan membentuk makna bersama dari konten tersebut. Hal ini yang dikatakan sebagai budaya penggemar atau *fan culture*, dimana komunitas terbentuk melalui interaksi dan partisipasi aktif terhadap suatu karya.

Untuk mengetahui fenomena ini lebih dalam, penelitian ini menggunakan dua teori utama yaitu *fan culture* dan interaksi simbolik. Teori *fan culture* membantu dalam melihat bagaimana para penggemar menunjukkan keterlibatannya secara emosional, sosial, dan kognitif terhadap serial ini. Sementara itu, teori interaksi simbolik digunakan untuk memahami bagaimana bahasa, simbol, dan respons yang muncul dalam komentar membantu membentuk makna kolektif tentang serial ini (Denzin dalam Haris dan Amalia, 2018).

Menurut El Farabi dalam Sapari et al. (2025), penggemar adalah individu yang memiliki ketertarikan mendalam terhadap sesuatu, seperti karakter atau tayangan tertentu. Keterlibatan penggemar ini tidak hanya terlihat dari aktivitas menonton, tapi juga dari cara mereka berinteraksi di ruang digital. Hal ini juga didukung oleh pandangan Sudariyanto (2020), bahwa interaksi sosial tidak hanya terjadi secara langsung, tetapi juga bisa berlangsung melalui media seperti internet, termasuk melalui komentar di YouTube.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *mixed methods* dengan metode studi kasus. Berfokus pada *channel* YouTube CHIBI MARUKO-CHAN - Bahasa Indonesia, khususnya pada tiga episode yang memiliki tingkat interaksi tinggi, yaitu episode 598, 605, dan 633. Pemilihan dilakukan secara spesifik dengan mempertimbangkan banyaknya *views*, *likes*, dan jumlah komentar. Teknik analisis yang digunakan adalah

analisis tematik. Jenis analisis ini membantu peneliti mengidentifikasi pola interaksi dan tema-tema yang menonjol dari komentar penggemar.

Banyak penelitian terdahulu yang telah membahas tentang aktivitas penggemar di ruang digital, namun sebagian besar hanya fokus pada komunitas yang bersifat tertutup seperti grup LINE, forum Reddit, atau akun *autobase* Twitter. Penelitian-penelitian tersebut umumnya lebih menyorot kontribusi kreatif penggemar, ekspresi emosional, pola komunikasi kelompok, atau fungsi bahasa dalam komentar. Hingga saat ini, belum ditemukan penelitian yang secara khusus membahas bagaimana penggemar membangun interaksi, menyampaikan identitas, serta mengekspresikan nilai-nilai yang mereka anut lewat komentar di ruang terbuka seperti YouTube. Penelitian ini mencoba mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis komentar-komentar yang muncul pada video di *channel* CHIBI MARUKO-CHAN - Bahasa Indonesia. Adapun objek yang dikaji adalah komentar dari para penggemar yang muncul di ruang interaksi publik tanpa ada batasan komunitas yang formal.

Channel ini menjadi menarik karena menyajikan konten yang bersifat lintas budaya dan ditonton oleh audiens Indonesia, komentar yang tercipta pun beragam dan penuh makna. Untuk mengulas komentar-komentar tersebut, penelitian ini menggabungkan teori *fan culture* dan teori interaksi simbolik sebagai landasan analisisnya. Tak hanya itu, penelitian ini juga menggunakan pendekatan tematik berbasis pengkodean yang diturunkan dari kedua teori tersebut. Penelitian ini tidak hanya menawarkan sudut pandang baru terhadap praktik komunikasi penggemar, tetapi juga memperluas kontribusi dalam studi budaya populer dan komunikasi digital, khususnya pada konteks yang belum banyak diteliti sebelumnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk-bentuk interaksi yang terjadi antara penggemar *Chibi Maruko-chan*, memahami bagaimana mereka menyampaikan identitas, nilai-nilai, dan budaya melalui interaksi di kolom komentar YouTube, serta mengetahui faktor-faktor apa saja yang mendorong interaksi tersebut. Melalui analisis ini, diharapkan muncul pemahaman yang lebih dalam mengenai dinamika komunitas penggemar dalam ruang digital.

Tinjauan Pustaka

1. Konsep Penelitian

- Interaksi**

Interaksi pada dasarnya merujuk pada hubungan saling memengaruhi antar individu atau kelompok. Bonner menjelaskan bahwa interaksi sosial memungkinkan perilaku seseorang memengaruhi orang lain (Permana dan Lewerissa, 2022). Sementara Sudariyanto menyebutkan bahwa interaksi sosial mencakup relasi individu dan kelompok serta memiliki ciri melibatkan lebih dari satu orang, menggunakan simbol, terjadi dalam dimensi waktu tertentu, dan memiliki tujuan yang jelas (Sudariyanto, 2020). Beberapa faktor yang memengaruhi interaksi sosial adalah imitasi, identifikasi, sugesti, dan simpati. Bentuk interaksi meliputi kerja sama, persaingan, akomodasi, dan pertentangan; yang merupakan bagian dari dinamika sosial (Sudariyanto, 2020). Seiring perkembangan teknologi, interaksi meluas ke ranah digital melalui media sosial seperti YouTube, di mana interaksi terjadi antara pembuat konten dan penonton maupun antar penonton.

- b. Penggemar**

Menurut El Farabi (dalam Sapari et al., 2025), penggemar adalah individu yang menyukai sesuatu secara antusias atau memiliki ketertarikan mendalam

terhadap objek tertentu. Ketertarikan yang sama sering kali mendorong para penggemar untuk berkumpul, berinteraksi, serta membentuk kelompok atau komunitas penggemar yang dikenal dengan istilah *fandom* (Sapari et al., 2025). Aktivitas penggemar dalam *fandom* tidak terbatas pada konsumsi pasif tetapi juga melibatkan produksi karya kreatif, seperti gambar, tulisan, atau kreativitas lainnya (Sapari et al., 2025).

Jenkins (dalam Fuschillo, 2020) menyebutkan bahwa perkembangan *fandom* mengikuti tiga fase utama, yaitu *resistance*, *participation*, dan *activism*. Nuranisa (2015) menyatakan bahwa “para penggemar merupakan bagian paling tampak dari khalayak teks dan praktik budaya populer,” menunjukkan bahwa penggemar bukan sekadar konsumen tetapi pelaku budaya yang aktif dan ekspresif. Di era saat ini, aktivitas-aktivitas penggemar telah difasilitasi oleh media sosial seperti YouTube, yang menjadi sarana bagi penggemar untuk mengakses konten, berkomunikasi, dan mengekspresikan diri melalui fitur-fitur seperti kolom komentar dan unggahan video.

c. Animasi

Animasi secara umum dapat dipahami sebagai seni menghidupkan gambar, yaitu teknik menggerakkan benda mati atau gambar secara berurutan sehingga menciptakan ilusi gerakan (Wijanarko, 2020). Teknik animasi secara garis besar dibedakan menjadi 3, yakni *stop motion*, animasi tradisional (2D), dan animasi komputer (3D). Animasi juga berkembang dalam bentuk dan gaya penyajiannya, seperti Anime (animasi Jepang) yang memiliki gaya visual dan naratif khas (Siswati dan Damayanti, 2020). Dalam serial animasi, karakter visual memainkan peran sentral karena kemampuannya menampilkan emosi dan ekspresi yang membangun kedekatan dengan penonton (Muhammad, 2023).

Serial animasi memiliki kekuatan menyampaikan pesan kompleks secara sederhana melalui visual (Sheila et al., 2024). Oleh karena itu, animasi tidak hanya dipandang sebagai hiburan, namun juga sebagai media edukatif dan informatif. Animasi juga memiliki ruang kritik sosial, seperti pada *The Simpsons* yang menggunakan metafora visual untuk isu-isu kompleks (Aditama, 2019). Di era digital, animasi semakin mudah diakses melalui YouTube, Bilibili, VIU, IQIYI, WeTV, Disney+ Hotstar, dan penayangan bioskop, sehingga menjangkau penonton lintas usia dan budaya.

d. Chibi Maruko-Chan

Chibi Maruko-chan (ちびまる子ちゃん) merupakan serial animasi Jepang yang diadaptasi dari *manga* karya Momoko Sakura, yang berfokus pada kehidupan sehari-hari Maruko di Kota Shimizu dengan suasana cerita yang lucu, menghibur, hangat, dan penuh nilai keluarga (Chibi Maruko Chan Official Website, n.d.; Panditung et al., 2021). Serial ini pertama kali mengudara pada tahun 1990 dan masih berlanjut hingga kini, dengan penayangan rutin di Fuji TV yang menjadikannya ikon budaya Jepang (TV Tropes, n.d.).

Di Indonesia, *Chibi Maruko-chan* telah hadir sejak tahun 1990-an melalui berbagai stasiun televisi (Panditung et al., 2021). Kini, animasi ini dapat diakses melalui *channel* YouTube CHIBI MARUKO-CHAN - Bahasa Indonesia yang telah mengunggah lebih dari 260 video hingga awal 2025. Popularitasnya bertahan lintas generasi karena ceritanya ringan namun bermakna dan menggambarkan dinamika keluarga apa adanya, dengan karakter Maruko yang merepresentasikan pengalaman masa kecil Momoko Sakura (Lin, 2023). Melalui televisi maupun platform daring,

serial ini terus menyampaikan nilai-nilai budaya Jepang dan menemukan penontonnya dari generasi ke generasi.

e. YouTube

YouTube merupakan salah satu platform berbagi video terbesar yang diluncurkan pada tahun 2005, dan berkembang pesat setelah diakuisisi Google pada 2006, sehingga menjadi bagian penting dalam ekosistem media digital global (Reynata, 2022; Faiqah, Nadjib, dan Amir, 2016; Tinambunan dan Siahaan, 2022). Dengan kemajuan teknologi dan akses internet yang mudah, YouTube menawarkan fleksibilitas tinggi bagi penggunanya untuk menonton, mengunggah, dan membagikan video kapan saja dan di mana saja, menjadikannya ruang publik virtual yang aktif (Reynata, 2022).

Platform ini tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sarana edukasi, penyebaran informasi, dan komunikasi dua arah melalui komentar, siaran langsung, dan *channel* interaktif, serta menyediakan berbagai kategori konten yang memenuhi minat pengguna dari berbagai latar belakang (Tinambunan dan Siahaan, 2022). Dengan lebih dari satu miliar pengguna dan jangkauan luas pada kelompok usia 18 hingga 49 tahun, YouTube memperkuat posisinya sebagai media baru yang mengubah cara masyarakat mengonsumsi informasi (Faiqah et al., 2016). Aplikasi ini berkembang menjadi media multifungsi yang menggabungkan hiburan, pendidikan, komunikasi, dan peluang ekonomi dalam satu layanan.

f. Kolom Komentar

Kolom komentar merupakan fitur interaktif yang memungkinkan pengguna memberikan tanggapan terhadap konten daring, seperti artikel berita, blog, atau video. Komentar diartikan sebagai tanggapan terhadap sesuatu yang mencakup tindakan mengulas, mengkritik, hingga menyampaikan pendapat (Rangkuti, 2022). Berbeda dari media sosial atau forum diskusi, kolom komentar langsung terhubung dengan konten sehingga diskusi lebih terfokus serta mudah diakses (Knustad, 2023). Komentar dapat dibaca oleh ribuan hingga jutaan orang, menjadikannya ruang publik signifikan untuk menyampaikan opini, terlibat dalam debat terbuka, hingga berinteraksi langsung dengan pembuat konten (Knustad, 2023).

Secara struktur, kolom komentar dipandang sebagai bagian dari forum daring yang melekat pada konten dan menciptakan percakapan bertingkat melalui tanggapan terhadap konten utama maupun komentar lain (Knustad, 2023; Rowe, 2014). Komentar dipahami sebagai komunikasi yang bersifat sosial, reaktif, dan umumnya singkat, meskipun dalam praktiknya tidak selalu demikian karena dapat ditulis panjang tergantung konteks (Reagle, 2015). Lebih dari sekadar ruang ekspresi, kolom komentar mencerminkan dinamika interaksi digital dan menunjukkan bagaimana masyarakat menanggapi isu sosial, politik, atau budaya, sehingga dapat menjadi sumber data yang bernilai dalam penelitian komunikasi digital dan media baru.

2. Landasan Teori

Penelitian ini menggunakan dua teori sebagai landasannya, yakni teori *fan culture* dan teori interaksi simbolik. *Fan culture* atau budaya penggemar merupakan bagian dari kajian budaya populer yang menunjukkan bagaimana audiens tidak hanya mengonsumsi media secara pasif, tetapi juga aktif berpartisipasi dalam penciptaan makna dan interaksi sosial, membentuk komunitas yang terhubung secara emosional dan intelektual terhadap teks budaya tertentu (Varsha, 2024). Jenkins (dalam Putri dan Zulfiningrum, 2022) menjelaskan bahwa penggemar tidak

hanya membaca atau menonton teks, tetapi juga mengadaptasi, mengulang, dan mendiskusikan konten tersebut secara kolektif. Pada ruang digital seperti YouTube, penggemar saling terhubung, mengomentari konten, serta menganalisis karakter dan alur cerita. Jenkins menyebut tindakan penggemar itu sebagai "institusi teori dan kritik" (Media Studies, 2022).

Jenkins (1992) juga mengidentifikasi tiga karakteristik utama budaya penggemar, yaitu keterlibatan emosional dan intelektual yang intens terhadap teks, kecenderungan mengulang dan memodifikasi dan menghidupkan kembali teks, serta proses interaksi sosial dalam membentuk makna secara kolektif (Putri dan Zulfiningrum, 2022). Budaya penggemar juga mencerminkan penyampaian identitas dan nilai melalui pengalaman bersama (Varsha, 2024). Platform digital yang bersifat partisipatif mendorong terbentuknya komunitas sosial alternatif serta tradisi produksi budaya (Jenkins dalam Media Studies, 2022).

Teori interaksi simbolik menekankan bahwa manusia berkomunikasi melalui simbol yang dipahami bersama, dapat berupa kata, isyarat, hingga ekspresi; makna dari simbol ini terbentuk melalui interaksi sosial (Octavina, Harianto, dan Jacky, 2024). Mead menjelaskan bahwa manusia bertindak berdasarkan makna yang diberikan terhadap orang, objek, atau peristiwa sekitarnya. Makna tersebut terbentuk melalui bahasa dalam komunikasi interpersonal maupun intrapersonal (Haris dan Amalia, 2018). Mead meyakini bahwa pikiran, diri, dan masyarakat terbentuk melalui komunikasi atau interaksi simbolik (Griffin, Ledbetter, dan Sparks, 2018). Blumer menyatakan bahwa interaksi simbolik melibatkan tiga premis berikut, yakni: manusia bertindak berdasarkan makna, kemudian makna muncul dari interaksi sosial, dan dimodifikasi melalui proses berpikir individu (*minding*) (Griffin et al., 2018).

Simbol dipelajari secara sosial dan dapat mewakili apapun sesuai kesepakatan (Charon dalam Haris dan Amalia, 2018). Termasuk membentuk citra diri melalui bayangan penilaian orang lain (konsep *looking-glass self* oleh Mead) (Griffin et al., 2018). Denzin menyebutkan bahwa interaksi simbolik juga berperan dalam produksi makna budaya, analisis teks, dan pengalaman kebudayaan yang dijalani (Haris dan Amalia, 2018). Dalam penelitian ini, teori *fan culture* dan interaksi simbolik digunakan untuk mengetahui bentuk interaksi penggemar *Chibi Maruko-chan* di kolom komentar YouTube, memahami bagaimana mereka menyampaikan identitas, nilai-nilai, dan budaya, serta mengetahui faktor-faktor apa saja yang mendorong interaksi tersebut.

3. Penelitian Terdahulu

Banyak penelitian sebelumnya membahas aktivitas penggemar di ruang digital. Merila (2020) menyoroti partisipasi penggemar One Piece di Reddit dan YouTube melalui ulasan, teori spekulatif, dan *fan-art*. Dengan teori budaya partisipatif, penelitian ini berfokus pada praktik kreatif. Hedrianti (2024) meneliti tindak tutur ekspresif pada kolom komentar YouTube, menunjukkan dominasi ucapan terima kasih, pujian, kritik, dan ekspresi penilaian. Priscilla dan Lusia (2025) meneliti interaksi penggemar ENHYPEN di Twitter. Kumala dan Anindita (2022) meneliti identitas penggemar EXO-L melalui LINE. Kemudian, Biri (2023) mengkaji ekspresi emosional penggemar di Twitter, Tumblr, dan Reddit.

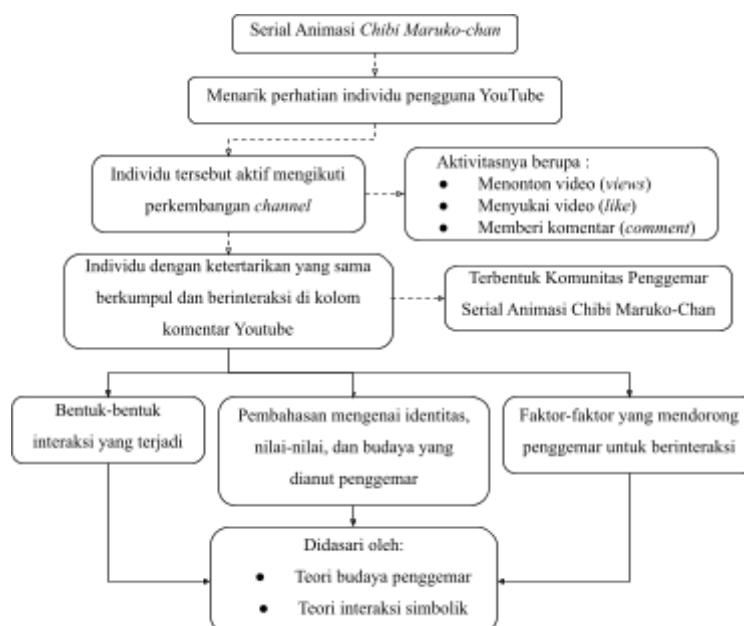
Penelitian ini memiliki perbedaan dengan lima penelitian diatas. Perbedaan ini meliputi menggunakan pendekatan *mixed methods* dan melihat komentar YouTube sebagai interaksi simbolik yang sarat makna, bukan sekadar ekspresi emosional atau komunikasi biasa. Ruang yang diteliti juga terbuka untuk publik, berbeda dengan

ruang tertutup seperti grup LINE atau akun *autobase*. Selain itu, belum ada penelitian sebelumnya yang menggabungkan teori *fan culture* dan interaksi simbolik dalam menganalisis komentar di ruang digital terbuka. Kebaruan penelitian terletak pada penggunaan kedua teori secara bersamaan dan penggunaan metode pengkodean tematik berbasis teori dalam analisisnya. Sehingga interaksi penggemar dapat dipahami sebagai proses simbolis yang mencerminkan nilai, identitas, dan keterkaitan sosial penggemar.

4. Kerangka Berpikir

Penelitian ini dimulai dari fenomena bagaimana serial animasi *Chibi Maruko-chan* mampu menarik perhatian individu pengguna YouTube. Ketertarikan ini kemudian mendorong individu untuk menjadi lebih aktif dalam mengikuti perkembangan *channel* yang menayangkan serial tersebut, seperti dengan menonton video (*views*), menyukai video (*like*), hingga memberikan komentar (*comment*). Aktivitas ini menciptakan ruang interaksi di kolom komentar YouTube, di mana individu-individu yang memiliki ketertarikan yang sama mulai berkumpul dan saling berinteraksi. Dari interaksi tersebut, terbentuklah komunitas penggemar *Chibi Maruko-chan* yang memiliki dinamika tersendiri.

Dalam komunitas ini, terjadi berbagai bentuk interaksi yang tidak hanya bersifat umum, tetapi juga mencerminkan identitas, nilai-nilai, serta budaya yang dianut para penggemar. Selain itu, terdapat faktor-faktor tertentu yang mendorong para penggemar untuk terus aktif berinteraksi, seperti rasa memiliki terhadap karakter atau cerita, keinginan untuk berbagi perspektif, hingga kebutuhan akan pengakuan dalam komunitas. Keseluruhan dinamika ini dianalisis menggunakan dua landasan teori utama, yaitu teori budaya penggemar (*fan culture theory*) yang menjelaskan bagaimana budaya penggemar terbentuk dan berkembang, serta teori interaksi simbolik (*symbolic interaction theory*) yang membantu memahami bagaimana makna dibentuk melalui interaksi sosial antar penggemar. Dengan demikian, kerangka berpikir ini menggambarkan proses pembentukan komunitas penggemar di ruang digital, serta dinamika sosial dan budaya yang menyertainya.



Gambar 1. Kerangka Berpikir
Sumber: Olahan peneliti, 2025

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan *mixed methods* atau metode kombinasi, yaitu penggabungan metode kuantitatif dan kualitatif untuk menghasilkan pemahaman yang lebih menyeluruh. *Mixed methods* memungkinkan peneliti memperoleh data yang lebih komprehensif, valid, dan reliabel karena kedua jenis data dikumpulkan, dianalisis, dan digabungkan dalam satu studi (Sugiyono, 2019). Selain itu, penelitian ini juga menggunakan metode studi kasus dengan paradigma pragmatisme, yang memandang bahwa realitas dapat dipahami melalui berbagai pendekatan sesuai kebutuhan penelitian.

Teknik purposive sampling diterapkan pada pemilihan sumber data (video) dan unit analisis (komentar). Kriteria pemilihan video mencakup video yang memiliki kolom komentar dan menunjukkan tingkat interaksi tertinggi, dilihat dari jumlah *views*, *likes*, dan *comment*. Tiga video yang terpilih adalah episode 598, 605, dan 633. Sementara itu, komentar yang dipilih adalah komentar yang relevan dengan tujuan penelitian, seperti yang merepresentasikan interaksi antar penggemar, memuat penyampaian identitas, nilai-nilai, dan budaya, serta menunjukkan faktor-faktor pendorong interaksi. Data penelitian dikumpulkan melalui teknik dokumentasi, yaitu dengan mengidentifikasi komentar yang relevan, kemudian mengutip dan melakukan *screenshot* untuk menjaga keaslian dan integritasnya.

Komentar pada ketiga episode tersebut dianalisis menggunakan analisis konten tematik, yaitu metode yang berfokus pada identifikasi dan eksplorasi pola makna (tema) dalam data. Kode-kode analisis disusun berdasarkan teori *fan culture* dan teori interaksi simbolik, mencakup Ekspresi Afeksi dan Pujian (EAP), Koneksi Personal dan Nostalgia (KPN), Pembentukan Komunitas dan Solidaritas (PKS), Referensi Budaya dan Pengetahuan Bersama (RBP), Penggunaan Bahasa Emotif (PBE), Referensi dan Simbol Budaya (RSB), Negosiasi Makna (NM), serta Pembentukan Identitas Kelompok (PIK). Validitas data diperkuat melalui triangulasi teori, yaitu dengan menggunakan teori *fan culture* dan interaksi simbolik sebagai landasan interpretasi.

Proses analisis data dilakukan melalui beberapa tahap. Komentar yang relevan dengan kode-kode yang telah ditetapkan terlebih dahulu dikutip dan di-*screenshot* sebagai upaya menjaga integritas data. Setelah seluruh komentar dikategorikan ke dalam masing-masing kode (tahap kualitatif), peneliti menghitung frekuensi kemunculan setiap kode serta kombinasi kode yang paling sering muncul (tahap kuantitatif). Hasil penghitungan ini digunakan untuk mengidentifikasi tema-tema utama. Selanjutnya, penafsiran atas tema-tema tersebut (tahap kualitatif) digunakan untuk menjawab rumusan masalah penelitian, yakni: (1) bagaimana bentuk-bentuk interaksi penggemar ditampilkan dalam kolom komentar, (2) bagaimana penggemar menyampaikan identitas, nilai-nilai, dan budaya, serta (3) faktor apa saja yang mendorong penggemar untuk berinteraksi.

Hasil Penelitian

Proses analisis dilakukan secara manual pada 2.440 komentar dari tiga episode terpilih. Komentar-komentar tersebut diberi label sesuai dengan delapan kategori kode yang telah ditetapkan, yaitu EAP, KPN, PKS, RBP, PBE, RSB, NM, dan PIK. Penelitian ini menggunakan sistem multi kode, yang berarti satu komentar dapat diberi lebih dari satu kode (apabila komentar tersebut mengandung lebih dari satu bentuk makna atau interaksi).

Tabel 1. Penerapan Kode pada Beberapa Komentar

KOMENTAR	KODE
@unyaaahsn1189 : Episode ini sama episode salad kentang adalah favorit apalagi kalo nontonnya dibarengin makan 😊	RBP, EAP, KPN, PBE
@FitriYanti-mx8ty : emak2 umur 42 THN msh nonton ini, nostalgia masa kecil, sampe skr nonton kartun dr jepang semua 😂.Krn pengen mengulang masa kecil Ig	PIK, KPN, RSB, PBE

Sumber: Olahan peneliti, 2025

Tabel di atas merupakan perwakilan dari seluruh komentar yang telah dianalisis kodenya. Komentar dari pengguna @unyaaahsn1189 yang menyebut "Episode ini sama episode salad kentang adalah favorit apalagi kalo nontonnya dibarengin makan 😊" diberi label RBP, EAP, KPN, dan PBE, karena mengandung referensi spesifik terhadap episode, afeksi positif, *habit* menonton, dan penggunaan bahasa emotif berupa emoji. Komentar lain dari @FitriYanti-mx8ty diberi label PIK, KPN, RSB, dan PBE, karena penulis mengungkapkan identitas diri ("emak-emak umur 42 tahun"), nostalgia masa kecil, perbandingan budaya (menonton kartun Jepang dibanding hiburan lokal), serta emosi melalui emoji. Penerapan kode ini menunjukkan bagaimana satu komentar dapat mencerminkan lebih dari satu dimensi interaksi penggemar secara bersamaan. Hal ini menjadi tahap awal untuk menelusuri kombinasi kode dan tema paling dominan dalam data.

Tabel 2. Total Kemunculan Tiap Kode

KODE	FREKUENSI				PERSENTASE
	Episode 598	Episode 605	Episode 633	Total	
EAP (Ekspresi Afeksi dan Pujian)	283	346	183	812	16,2%
KPN (Koneksi Personal dan Nostalgia)	235	338	340	913	18,22%
PKS (Pembentukan Komunitas dan Solidaritas)	75	124	101	300	5,99%
RBP (Referensi Budaya dan Pengetahuan Bersama)	282	152	246	680	13,57%
PBE (Penggunaan Bahasa Emotif)	470	554	523	1.547	30,87%
RSB	77	93	57	227	4,53%

(Referensi dan Simbol Budaya)					
NM (Negosiasi Makna)	35	20	17	72	1,44%
PIK (Pembentukan Identitas Kelompok)	87	290	83	460	9,18%
JUMLAH			5011	100%	

Sumber: Olahan peneliti, 2025

Tabel 2 diatas menunjukkan frekuensi kemunculan tiap kode dari ketiga episode yang dianalisis. Dari tabel tersebut terlihat bahwa kode PBE (Penggunaan Bahasa Emotif) menjadi kode yang paling sering muncul, yakni sebanyak 1.547 kali (30,87%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas penggemar menggunakan bentuk bahasa yang mengekspresikan emosi, baik melalui emoji (seperti “” atau “”), maupun ungkapan berlebihan seperti “senang banget,” “kangen,” atau “lucu banget.” Fenomena ini menunjukkan bahwa *fandom* memiliki karakter yang ekspresif dan emosional.

Kode KPN (Koneksi Personal dan Nostalgia) menempati posisi kedua dengan 913 kemunculan (18,22%). Hal ini mengindikasikan bahwa pengalaman pribadi dan kenangan masa kecil juga menjadi faktor dominan yang mendorong penggemar untuk berkomentar. Banyak penonton menulis bahwa mereka dulu menonton *Chibi Maruko-chan* saat masih sekolah atau bersama keluarga, dan kini merasa bahagia dapat menontonnya kembali di platform digital. Selanjutnya, EAP (Ekspresi Afeksi dan Puji) muncul sebanyak 812 kali (16,2%), memperlihatkan bahwa penonton secara aktif mengekspresikan rasa suka, kasih sayang, dan keagungan terhadap karakter dan serial ini.

Selain melihat jumlah kemunculan tiap kode, analisis juga memperhatikan hubungan antara kode yang sering muncul bersamaan dalam satu komentar. Kombinasi kode ini dihitung dengan menjadikan kode PBE sebagai titik fokus, hal ini karena kode PBE memiliki frekuensi tertinggi (1.547). Kode PBE dianggap paling mewakili untuk melihat kombinasi kode yang paling sering muncul. Maka dari itu, analisis kombinasi kode didasarkan pada kemunculan kode PBE dengan kode-kode lainnya.

Tabel 3. Tiga Kombinasi Kode Paling Sering Ditemukan

Kombinasi Kode	Episode			Total	Percentase
	598	605	633		
PBE + KPN	116	163	162	441	26,6%
PBE + RBP	150	70	145	366	23,7%
PBE + EAP	113	157	83	353	22,8%

Sumber: Olahan peneliti, 2025

Pada tabel tersebut ditunjukkan bahwa KPN dan PBE merupakan kombinasi kode yang paling sering ditemukan, yakni ditemukan sebanyak 441 kali (26,6%). Ini artinya, ketika penggemar menyampaikan nostalgia atau kenangan masa kecil, mereka hampir selalu menambahkan unsur emosional seperti emoji, tanda baca ekspresif, atau ungkapan berlebihan. Selain itu, kombinasi RBP dan PBE juga sering muncul, yakni ditemukan sebanyak 366 kali (23,7%). Hal ini menunjukkan bahwa ketika penggemar menyebut hal-hal spesifik dalam serial seperti karakter, adegan, atau kebiasaan khas karakter dalam cerita mereka cenderung menambahkan ekspresi emosional untuk memperkuat keterlibatan. Kombinasi EAP dan PBE pun sering ditemukan, yakni ditemukan sebanyak 353 kali (22,8%). Hal ini menandakan bahwa ekspresi afeksi atau pujiannya terhadap karakter dan serial hampir selalu disertai unsur bahasa emotif.

Berdasarkan hasil pengkodean dan pengelompokan delapan kode analisis, ditemukan tiga tema utama yang merepresentasikan pola interaksi penggemar *Chibi Maruko-chan* dalam kolom komentar YouTube, yaitu (1) Ekspresi Emosi dan Keterkaitan Penggemar, (2) Komunitas dan Identitas Kolektif, serta (3) Pengetahuan dan Referensi Budaya Bersama. Tema “Ekspresi Emosi dan Keterkaitan Penggemar” menunjukkan bahwa fondasi utama interaksi penggemar terletak pada aspek afektif. Melalui kode EAP, PBE, dan KPN, terlihat bahwa penggemar menggunakan kolom komentar sebagai ruang untuk menyalurkan emosi, nostalgia, serta keterikatan personal terhadap serial.

Selanjutnya, tema “Komunitas dan Identitas Kolektif” menyoroti sisi sosial dari interaksi penggemar. Kode PKS dan PIK memperlihatkan bahwa kolom komentar berfungsi sebagai wadah pembentukan solidaritas dan pengakuan identitas sebagai bagian dari kelompok penonton tertentu. Terakhir, tema “Pengetahuan dan Referensi Budaya Bersama” mencerminkan aspek kognitif dan kultural dari aktivitas *fandom*. Melalui kode RBP, RSB, dan NM, terlihat bahwa penggemar tidak hanya mengekspresikan perasaan, tetapi juga berbagi pemahaman dan makna seputar isi serial. Ketiga tema ini memperlihatkan bahwa aktivitas penggemar di ruang digital tidak bersifat tunggal, melainkan mencakup dimensi emosional, sosial, dan budaya yang saling berhubungan.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis, ditemukan tiga bentuk utama interaksi penggemar di kolom komentar *channel CHIBI MARUKO-CHAN - Bahasa Indonesia*, yaitu ekspresi emosional, interaksi sosial, dan partisipasi budaya. Ketiga bentuk ini menunjukkan bahwa penggemar tidak hanya menjadi penonton pasif, melainkan turut berpartisipasi aktif dalam membangun makna, berbagi pengalaman, dan membentuk komunitas di ruang digital.

“Ekspresi emosional” terlihat melalui kode EAP, PBE, dan KPN, dimana penggemar mengungkapkan rasa suka, rindu, haru, hingga nostalgia terhadap serial dan karakter. Dari perspektif *fan culture*, hal ini selaras dengan gagasan Jenkins (dalam Putri & Zulfiningrum, 2022) bahwa budaya penggemar ditandai oleh keterlibatan emosional dan intelektual; penggemar tidak hanya mengonsumsi konten, namun juga mengintegrasikannya ke dalam pengalaman hidup mereka. Dari perspektif interaksi simbolik, komentar bernuansa emosional dapat dipahami sebagai bentuk komunikasi simbolik, di mana ekspresi perasaan menjadi simbol sosial yang dipahami bersama. Sementara itu, temuan ini sejalan dengan Biri (2023) yang menyorot sikap emosional dalam komunitas penggemar daring. Hanya saja,

penelitian ini lebih berfokus pada peran ekspresi emosional sebagai bentuk dari interaksi penggemar (termasuk interaksi secara simbolik).

“Interaksi sosial” terlihat melalui kode PKS dan PIK, dimana penggemar berupaya membangun komunikasi dan rasa kebersamaan, baik itu lewat sapaan, ajakan, maupun pernyataan identitas sebagai bagian dari komunitas. Varsha (2024) menegaskan bahwa budaya penggemar terbentuk di sekitar teks budaya tertentu dan menciptakan komunitas di mana penggemar terhubung secara emosional dan intelektual dengan konten yang mereka nikmati. Dari perspektif interaksi simbolik, proses interaksi seperti saling menyapa dan menanggapi di kolom komentar memperlihatkan bahwa penggemar memahami dan memaknai simbol-simbol tersebut sebagai tanda solidaritas serta identitas kelompok. Temuan mengenai interaksi sosial antar penggemar ini memiliki kemiripan dengan penelitian Sagala & Utami (2025), hanya saja sifat ruang interaksinya berbeda, dimana YouTube bersifat terbuka dan spontan.

“Partisipasi budaya” terlihat melalui kode RBP, RSB, dan NM, dimana penggemar tidak hanya menonton, namun juga aktif dalam membagikan pengetahuannya terkait budaya dalam serial, menghubungkannya dengan budaya diluar serial, serta menafsirkan ulang serial. Hal ini sesuai dengan pandangan Jenkins (dalam Media Studies, 2022) yang menyebut penggemar sebagai “institusi teori dan kritik.” Dalam perspektif interaksi simbolik, komentar yang memuat pandangan tentang budaya mencerminkan adanya proses negosiasi makna, di mana penggemar menafsirkan simbol-simbol dalam serial berdasarkan pemahaman ataupun pengetahuan mereka terkait budaya lain. Temuan mengenai partisipasi budaya ini memiliki kemiripan dengan temuan Merila (2020), hanya saja fokus penelitian ini lebih pada penafsiran lintas budaya dibanding produksi kreatif.

Selain tiga bentuk interaksi tersebut, penelitian ini menemukan bahwa penggemar juga menyampaikan identitas, nilai-nilai, dan budaya melalui komentar mereka. Identitas kolektif terlihat ketika penggemar menegaskan diri mereka sebagai bagian dari kelompok yang memiliki pengalaman dan kenangan masa kecil yang sama. Varsha (2024) menyebutkan bahwa *fandom* berfungsi sebagai ruang sosial tempat penggemar merayakan minat bersama dan mengekspresikan identitas diri. Sementara itu, konsep *looking-glass self* dari Mead (dalam Griffin et al., 2018) menjelaskan bagaimana individu membentuk citra dirinya berdasarkan bayangan dirinya dari sudut pandang orang lain. Temuan mengenai identitas kolektif ini memiliki kemiripan dengan penelitian Hayati & Afriani (2022), hanya saja penelitian ini menunjukkan bahwa pembentukan identitas dapat terjadi pada ruang komunitas daring yang sifatnya terbuka seperti YouTube.

Nilai-nilai disampaikan oleh penggemar melalui berbagai komentar yang mencerminkan pandangan dan sikap moral mereka terhadap isi tayangan, baik itu komentar berupa pujian atau kritik terhadap karakter, serta perbandingan dengan tayangan lain. Penafsiran berdasarkan nilai moral yang dianut penggemar sejalan dengan pandangan Jenkins (dalam Putri & Zulfiningrum, 2022) bahwa penggemar menyerap konten ke dalam kehidupan sehari-hari mereka. Sementara tindakan memuji dan mengkritik karakter sejalan dengan perspektif interaksi simbolik, bahwa individu bertindak berdasarkan makna yang ia berikan pada suatu simbol atau situasi sosial (Haris & Amalia, 2018). Berbeda dengan penelitian Hedrianti (2024) yang menyoroti aspek linguistik tindak tutur, penelitian ini menekankan bagaimana penggemar secara aktif menyampaikan nilai yang dianutnya melalui komentar.

Penyampaian budaya terlihat dari cara penggemar menafsirkan simbol-simbol budaya dalam serial dan mengaitkannya dengan budaya lain di luar konteks serial.

Hal ini sejalan dengan pandangan Jenkins (dalam *Media Studies*, 2022), bahwa subkultur penggemar memiliki beberapa dimensi, diantaranya termasuk sebagai komunitas sosial alternatif dan sebagai tradisi produksi budaya. Sementara itu, teori interaksi simbolik menyebutkan bahwa simbol-simbol budaya dapat ditafsirkan ulang secara sosial karena makna selalu terbentuk melalui kesepakatan dalam interaksi (Charon dalam Haris dan Amalia, 2018). Penafsiran teks budaya ini sejalan dengan penelitian Merila (2020), hanya saja penelitian ini lebih berfokus pada penafsiran lintas budaya dibanding praktik kreatif.

Penelitian ini juga mengidentifikasi tujuh faktor yang mendorong terjadinya interaksi, yaitu: (1) peran fitur media dan aksesibilitas YouTube, (2) keterikatan emosional terhadap serial, (3) kenangan masa kecil dan nostalgia, (4) rasa kebersamaan, (5) klaim identitas kolektif, (6) keterlibatan dalam berdiskusi dan berpendapat, serta (7) pengaruh nilai moral dalam serial. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa kolom komentar YouTube bukan hanya ruang reaksi terhadap konten, namun juga merupakan ruang sosial tempat penggemar mengekspresikan emosi, membangun identitas, dan memproduksi pengetahuan budaya bersama. Ketiganya saling melengkapi dan memperlihatkan dinamika *fandom* digital yang hidup, emosional, dan bermakna.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengkodean dan identifikasi tema utama, penelitian ini menemukan bahwa bentuk interaksi penggemar yang terjadi dalam kolom komentar meliputi ekspresi emosional, interaksi sosial, dan partisipasi budaya. Ekspresi emosional (EAP, PBE, KPN) menunjukkan keterikatan emosional penggemar terhadap serial, karakter, serta kenangan masa kecil tentang serial. Interaksi sosial (PKS, PIK) menunjukkan upaya penggemar dalam membangun komunikasi dan rasa kebersamaan, baik itu lewat sapaan, ajakan, maupun pernyataan identitas sebagai bagian dari komunitas. Sementara itu, partisipasi budaya (RBP, RSB, NM) menunjukkan keterlibatan kognitif penggemar dalam menafsirkan teks budaya dan menghubungkannya dengan konteks budaya lain diluar serial.

Identitas kolektif disampaikan penggemar melalui penegasan diri sebagai bagian dari kelompok dengan pengalaman masa kecil yang sama. Sementara itu, nilai-nilai yang dianut penggemar disampaikan melalui berbagai komentar yang mencerminkan pandangan dan sikap moral mereka terhadap isi tayangan. Terakhir, budaya disampaikan penggemar melalui penafsiran dan pengaitan simbol-simbol budaya dalam serial dengan budaya lain di luar serial.

Faktor-faktor yang mendorong interaksi penggemar serial animasi *Chibi Maruko-chan* dalam kolom komentar antara lain : peran fitur media dan aksesibilitas YouTube, keterikatan emosional terhadap serial, kenangan masa kecil dan nostalgia, rasa kebersamaan, klaim identitas kolektif, keterlibatan dalam berdiskusi dan berpendapat, serta pengaruh nilai moral dalam serial.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa kolom komentar bukan hanya ruang untuk menanggapi konten, namun juga menjadi ruang sosial tempat penggemar mengekspresikan emosi, membangun identitas, dan memproduksi pengetahuan dan budaya bersama.

Daftar Pustaka

- Aditama, R. W. (2019). Analisis Isi Kekerasan Dalam Film Animasi Serial *The Simpsons*. *Jurnal e-Komunikasi*, 6(1).

- Biri, Y. (2023). Affective stance as positioning in an English-speaking online fan community. *Journal of Pragmatics*, 215, 169-182. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2023.04.017>
- Chibi Maruko Chan Official Website. (n.d.). *About Chibi Maruko Chan*. Diakses pada 17 Juni 2025, dari <https://chibimaru.tv/about/>
- Faiqah, F., Nadjib, M., & Amir, A. S. (2016). YOUTUBE SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI BAGI KOMUNITAS MAKASSARVIDGRAM. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 5(2), 259. <https://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/1905/1063>
- Gainau, M. B. (2021). *Pengantar Metode Penelitian*. PT Kanisius. <https://ipusnas2.perpusnas.go.id/book/eda5a570-59e8-4ed2-968f-22e5c328be5f/789493d9-4f7c-48d1-ad32-e2c120461f68>
- Griffin, E. M., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2018). *A first look at communication theory* (10th ed.) [PDF]. McGraw-Hill Education. http://lib.ysu.am/disciplines_bk/16c8186432f174cf514ebae199f9a6aa.pdf
- Haris, A., & Amalia, A. (2018). Makna dan simbol dalam proses interaksi sosial (Sebuah tinjauan komunikasi). *Jurnal Dakwah Risalah*, 29(1), 16-19. <https://doi.org/10.24014/jdr.v29i1.5777>
- Hayati, K., & Afriani, A. L. (2022). Identity construction of fans: Virtual community through chat room LINE (Case study EXO-L Bandung). *Jurnal Common*, 6(1), 122-133. <https://doi.org/10.34010/common.v6i1.450>
- Hedrianti, K. (2024). Tindak tutur ekspresif pada kolom komentar YouTube film dokumenter Dirty Vote. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Metalingua*, 9(1), 61-68. <https://doi.org/10.21107/metalingua.v9i1.40941>
- kbbi.web.id. (n.d.). *Berinteraksi*. Diakses pada 9 Mei 2025, dari <https://kbbi.web.id/berinteraksi>
- Knustad, M. A. (2023). *Comment sections and their role in a democratic society* [Doctoral thesis, University of Bergen]. BORA. <https://bora.uib.no/bora-xmlui/handle/11250/3097698>
- Kumalaningsih, S. (2018). *Metodologi penelitian: Kupas tuntas cara mencapai tujuan*. Universitas Brawijaya Press (UB Press). <https://ipusnas2.perpusnas.go.id/book/0f358d1b-c882-480c-a276-b1af22f743ba>
- Lin, Y. L. (2023). From family values to nostalgia: Understanding Chibi Maruko Chan in a cultural context. *SIG News*, 24.
- Media Studies. (2022). *Henry Jenkins and fandom*. Media Studies. <https://media-studies.com/fandom/>
- Merila, R. (2020). *One Piece manga fandom as a participatory culture: Reddit and YouTube practices* [Master's thesis, Tallinn University]. Tallinn University Academic Library. <https://www.tlu.ee/>
- Muhammad, F. (2023). Analisis Karakter Visual Ryder pada Serial Animasi Televisi Paw Patrol. *Jurnal Desain*, 10(3). <https://doi.org/10.30998/jd.v10i3.17701>
- Nuranisa, C. (2015). Pembentukan Identitas Penggemar Melalui Media Baru (Studi Pada Remaja Penggemar Boyband K-Pop 2PM). *CommLine*, 6(2), 186. <https://doi.org/10.36722/cl.v6i2.612>
- Octavina, M. T., Harianto, S., & Jacky, M. (2024). Ketimpangan pendidikan dan peluang kerja: Perspektif teori interaksionisme simbolik. *Tazkir: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial dan Keislaman*, 10(1), 50-63. <https://doi.org/10.24952/tazkir.v10.i1.10980>
- Panditung, A. R., Saptomo, S. W., & Sukarno. (2021). Tindak Tutur Ekspresif dan Tindak Tutur Direktif dalam Serial Kartun Anak "Chibi Maruko Chan". *Prosiding Seminar Nasional Linguistik dan Sastra (SEMANTIKS)*. <https://jurnal.uns.ac.id/prosidingsemantiks/article/view/53080>
- Permana, A., & Lewerissa, E. D. (2022). Hubungan Interaksi Kelompok terhadap Pencapaian Tujuan dan Perkembangan Karakter Okabe Rintarou dalam Anime Steins;Gate 0.

- AYUMI: *Jurnal Budaya, Bahasa dan Sastra*, 9(1), 48-64.
<https://doi.org/10.25139/ayumi.v9i1.4334>
- Putri, S. M., & Zulfiningrum, R. (2022). Budaya Penggemar BTS dalam Komunitas bts_armysemarang. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 4(5), 5725-5731.
<https://doi.org/10.31004/jpdk.v4i5.7593>
- Rahayu, R., & Rahman, A. (2019). Fandom Culture in White Raven Community. *Proceeding of the 13th International Conference on Malaysia-Indonesia Relations*, 195-198.
- Rangkuti, A. S. (2022). Etika Komunikasi dalam Penggunaan Kolom Komentar Aplikasi Babe News. *PENDIS (Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial)*, 1(3).
<https://jurnal.insanciptamedan.or.id/index.php/pendis/article/view/73>
- Reynata, A. V. E. (2022). Penerapan Youtube sebagai Media Baru dalam Komunikasi Massa. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(02).
<https://komunikologi.esaunggul.ac.id/index.php/KM/article/view/514/254>
- Sagala, P. E. C., & Utami, L. S. S. (2025). Perilaku komunikasi kelompok penggemar ENHYPEN dalam komunitas virtual di Twitter. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 15-28.
<https://doi.org/10.25008/jik.v7i1.27851>
- Sapari, Y., Suhara, R. B., Ri'aeni, I., & Rahma, S. (2025). Fenomena Penggemar Alternative Universe Di Twitter (Studi Fenomenologi Pada Fangirl Penggemar Au Di Twitter). *Network Media*, 8(1), 255, 257. OI: doi.org/10.46576/jnm.v8i1.5333
- Sarosa, S. (2021). *Analisis data penelitian kualitatif*. PT. Kanisius.
<https://ipusnas2.perpusnas.go.id/book/24aacb4a-e74d-48ed-9bae-c444c6d29456>
- Sheila, S. A. M., Kristiandy Wardany, D., & Hidayanti, M. (2024). Pengaruh Penggunaan Serial Animasi Terhadap Perkembangan Sosial Emosional Pada Anak Usia 5-6 Tahun Di TK Kartika. *Indonesian Journal of Islamic Education*, 2(2), 132-137.
<https://doi.org/10.31949/ijie.v2i2.12226>
- Siswati & Damayanti, E. (2020). *Animasi 2D dan 3D kelas XI (C3)*. PT Dinamika Astrapedia Sejahtera. sar.ac.id/stmik_ebook/prog_file_file/1hvHyE1ZNj.pdf
- Solissa, E. M., Lestaluhu, S. A., Yuswono, I., & Sukemi. (2024). *Metode Penelitian Terpadu*. PT Literasi Nusantara Abadi Group.
<https://ipusnas2.perpusnas.go.id/book/725b6e15-6d83-4e35-8190-4f0907260afa>
- Sudariyanto. (2020). *Interaksi Sosial*. Alprin.
<https://ipusnas2.perpusnas.go.id/book/6aa3ae8c-d4d8-4fdc-b7d4-9ec878297080>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Tarihoran, N., & Qurtubi, A. (2024). *Landasan penelitian kualitatif*. PT Literasi Nusantara Abadi Group.
<https://ipusnas2.perpusnas.go.id/book/154078ca-b969-45b4-93d5-5ea1b128e117>
- Tinambunan, T. M., & Siahaan, C. (2022). Pemanfaatan Youtube sebagai Media Komunikasi Massa di Kalangan Pelajar. *MUTAKALLIMIN: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1).
<https://doi.org/10.31602/jm.v5i1.6756>
- TV Tropes. (n.d.). *Chibi Maruko-chan*. Diakses pada 17 Juni 2025, dari <https://tvtropes.org/pmwiki/pmwiki.php/Manga/ChibiMarukoChan>
- Varsha, V. (2024). An empirical study on fandom culture in society. *International Journal of Law, Management & Humanities*, 7(1), 2332-2342.
<https://doi.org/10.10000/IJLMH.116947>
- Wijanarko, A. (2020). Implementasi Prinsip Animasi Straight Ahead Action pada Karakter Hewan Berbasis Animasi 2D. *JAMI: Jurnal Ahli Muda Indonesia*, 1(1), 73-84.
<https://doi.org/10.46510/jami.v1i1.20>