

**FANATISME KOMUNITAS RRQ KINGDOM DALAM SCENE MOBILE
LEGENDS SEBAGAI BENTUK KOMUNIKASI KRISIS PADA
KALANGAN REMAJA PECINTA E-SPORT DI JAKARTA SELATAN**

Muhammad Fadhil Aqmar Rosan
Program Studi Ilmu Komunikasi,
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
aqmarrosan@gmail.com

Henny Yusalia
Program Studi Ilmu Komunikasi,
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Gita Astrid
Program Studi Ilmu Komunikasi,
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

ABSTRAK

Perkembangan pesat industri *e-sport* di Indonesia telah memicu kemunculan berbagai komunitas penggemar dengan loyalitas tinggi terhadap tim tertentu. Salah satu komunitas dengan basis massa terbesar adalah RRQ Kingdom, pendukung utama tim Rex Regum Qeon (RRQ) dalam skena kompetitif *Mobile Legends: Bang Bang*. Loyalitas anggota komunitas ini kerap bertransformasi menjadi fanatisme melalui ragam perilaku positif maupun negatif. Pada situasi tertentu, fanatisme tersebut melahirkan respons komunikasi krisis, seperti pembelaan agresif, penyebaran opini, konflik antar-fandom, hingga kritik tajam terhadap manajemen saat tim menghadapi permasalahan. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi bentuk-bentuk fanatisme komunitas RRQ Kingdom serta menganalisis perannya sebagai manifestasi komunikasi krisis di kalangan remaja pecinta *e-sport* di Jakarta Selatan. Metode kualitatif deskriptif digunakan dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini mengaplikasikan *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) guna mengkaji signifikansi respons komunikasi saat krisis dan dampaknya terhadap persepsi publik. Hasil penelitian menunjukkan fanatisme anggota bermanifestasi melalui loyalitas emosional, ikatan identitas kelompok, serta agresi proaktif saat membela tim. Dinamika fanatisme ini memicu ragam komunikasi krisis, termasuk pembentukan opini publik, dukungan moral, dan penyebaran informasi secara masif. Komunikasi ini berperan strategis menjaga citra tim sekaligus memengaruhi reputasi organisasi *e-sport* tersebut.

Kata Kunci: *Fanatisme; RRQ Kingdom; Komunikasi Krisis; SCCT; E-Sport.*

ABSTRACT

The rapid growth of the e-sports industry in Indonesia has triggered the emergence of fan communities possessing high loyalty toward specific teams. One of the largest is RRQ Kingdom, the primary supporter of Rex Regum Qeon (RRQ) in the

Mobile Legends competitive scene. Members' loyalty frequently transforms into fanaticism, manifested through diverse positive and negative behaviors. In certain situations, this fanaticism generates crisis-related communication responses, such as aggressive team defense, opinion dissemination, inter-fandom conflicts, and sharp criticism directed at management when the team encounters problems. This study aims to identify the forms of fanaticism displayed by the RRQ Kingdom community and analyze how it acts as a manifestation of crisis communication among teenage e-sports enthusiasts in South Jakarta. A descriptive qualitative method was employed, with data collected through observation, in-depth interviews, and documentation. The research applies Situational Crisis Communication Theory (SCCT) to examine the significance of communication responses during crises and their impact on public perception. The findings reveal that fanaticism manifests through emotional loyalty, group identity bonding, and proactive aggression when defending the team. This dynamic triggers various crisis communications, including public opinion formation, moral support mobilization, and massive information dissemination. The community's communication plays a strategic role in maintaining the team's image while significantly influencing the e-sports organization's public reputation.

Keywords: *Fanaticism; RRQ Kingdom; Crisis Communication; SCCT; E-Sports.*

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mentransformasi ruang interaksi sosial remaja, salah satunya melalui ekosistem hiburan digital dan kompetisi e-sport. Di Indonesia, e-sport telah berevolusi dari sekadar aktivitas rekreasi menjadi industri budaya pop yang masif, dengan Mobile Legends: Bang Bang (MLBB) sebagai salah satu game yang mendominasi pasar (Maulida Roziana Putri et al., 2024). Dominasi ini tidak hanya terlihat dari tingginya jumlah pemain aktif secara nasional, tetapi juga dari tingginya atensi publik terhadap liga profesional seperti Mobile Legends Professional League (MPL). Fenomena ini menciptakan ruang partisipasi baru di mana remaja tidak hanya bertindak sebagai pemain pasif, tetapi secara aktif membentuk komunitas penggemar atau fandom digital yang memiliki ikatan sosial, identitas, dan budaya komunikasi tersendiri (Jenkins, 2020). Keterlibatan di ruang virtual ini memiliki dampak yang signifikan terhadap cara remaja membangun jejaring sosial dan mengekspresikan diri mereka (Putra & Kamal, 2025).

Di tengah dinamisnya scene kompetitif MLBB di Indonesia, organisasi e-sport Rex Regum Qeon (RRQ) muncul dengan basis penggemar terbesar dan paling vokal, yang dikenal sebagai RRQ Kingdom. Komunitas fandom e-sport seperti RRQ Kingdom memiliki karakteristik pembentukan identitas yang kuat, di mana keterlibatan emosional menjadi prediktor utama dalam menentukan intensitas komunikasi mereka di berbagai platform digital (Anderson-Coto, Tomlinson, & Squire, 2020). Dinamika ini sangat relevan jika diamati di wilayah urban seperti Jakarta Selatan, yang memiliki infrastruktur digital memadai serta kultur e-sport yang sangat terhubung. Bagi remaja pecinta e-sport di wilayah tersebut, partisipasi dalam komunitas RRQ Kingdom menjadi medium krusial untuk menegosiasikan

identitas sosial dan memenuhi rasa kepemilikan kolektif. Namun, tingkat loyalitas yang tinggi dalam kultur fandom ini sangat rentan bergeser menjadi fanatisme yang tidak terkendali, terutama saat komunitas dihadapkan pada rivalitas yang sengit maupun fluktuasi performa tim.

Fanatisme dalam konteks komunitas e-sport termanifestasi melalui keterikatan emosional dan kognitif yang berlebih, sehingga keberhasilan atau kegagalan tim secara langsung dipersepsikan sebagai ancaman terhadap identitas personal para penggemar (Tietjen, 2023). Ketika ekspektasi komunitas tidak terpenuhi, seperti saat kekalahan dalam turnamen penting, pergantian pemain (roster), atau munculnya kontroversi publik, fanatisme ini sering kali memicu efek disinhibisi online yang bermuara pada agresivitas verbal, ujaran kebencian, dan polarisasi kelompok (Shabira & Lestari, 2024). Pada titik inilah, pola komunikasi internal dan eksternal komunitas tidak lagi berfungsi sebagai media solidaritas, melainkan berubah menjadi arena konflik yang mengikis nilai-nilai sportivitas. Perilaku konfrontatif yang lahir dari identifikasi berlebihan ini secara inheren menciptakan disrupsi psikologis dan budaya di ruang digital.

Kondisi disfungsional dalam interaksi penggemar tersebut dapat dikonseptualisasikan sebagai sebuah bentuk komunikasi krisis yang nyata. Berdasarkan Situational Crisis Communication Theory (SCCT), krisis tidak hanya dialami oleh entitas korporat, tetapi juga dapat bersumber dari perilaku internal sebuah kelompok yang mengancam reputasi dan stabilitas sosial, yang dalam hal ini dikategorikan sebagai preventable crisis (Arindra, 2024). Dalam konteks komunitas RRQ Kingdom, fanatisme yang tidak terkelola mendorong penggemar untuk mengambil alih peran sebagai agen komunikasi secara reaktif di media sosial (Irwanti, 2023). Alih-alih meredam ketegangan, komunikasi krisis yang direproduksi oleh penggemar fanatik ini justru memperdalam konflik antarfandom dan mendestruksi norma komunikasi kultural di kalangan remaja. Situasi ini merepresentasikan ancaman nyata terhadap reputasi relasional organisasi, mengingat audiens atau penggemar turut mendiseminasi pesan krisis dengan sentimen emosional yang tinggi.

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengeksplorasi irisan antara dunia e-sport, perilaku penggemar, dan krisis komunikasi. Horozoğlu dan Korkmaz (2025) mengkaji bagaimana perilaku eFangelism (fanatisme penggemar olahraga digital) secara signifikan memicu keterlibatan emosional yang tinggi di platform jejaring sosial. Sementara itu, kajian lain menyoroti bagaimana disinhibisi online bertindak sebagai mediator yang memperburuk agresivitas penggemar di ruang digital (Shabira & Lestari, 2024), serta bagaimana budaya dan identitas komunitas memengaruhi dinamika interaksi anggotanya (Firliandoko et al., 2025). Penelitian lain juga telah menelaah krisis komunikasi pada komunitas virtual secara umum, yang menekankan bahwa gesekan budaya sering kali berujung pada tindakan agresif jika tidak dikelola (Efendi et al., 2023).

Meskipun kajian-kajian tersebut memberikan landasan yang kuat, terdapat kesenjangan pengetahuan. Mayoritas literatur menempatkan fanatisme sekadar sebagai pemicu perilaku toxic atau melihat komunikasi krisis murni dari perspektif *Public Relations* organisasi yang berupaya meredam isu. Belum ada penelitian yang secara spesifik dan komprehensif mengintegrasikan kerangka teori SCCT untuk

menelaah perilaku fanatisme komunitas itu sendiri sebagai sebuah bentuk praktik komunikasi krisis kultural. Kebaruan dari penelitian ini terletak pada pergeseran paradigma tersebut: memosisikan fanatisme komunitas RRQ Kingdom di kalangan remaja Jakarta Selatan bukan sekadar sebagai luapan emosi psikologis, melainkan sebagai wujud nyata dari komunikasi krisis yang aktif dan terstruktur di ruang digital. Berpijak pada kesenjangan dan urgensi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk-bentuk fanatisme yang ditunjukkan oleh komunitas RRQ Kingdom dalam scene *Mobile Legends*, serta mengkaji secara mendalam bagaimana fanatisme tersebut memunculkan dinamika komunikasi krisis di kalangan remaja pecinta e-sport di Jakarta Selatan.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi deskriptif guna menelusuri dan memahami secara mendalam fenomena fanatisme dalam komunitas RRQ Kingdom sebagai bentuk praktik komunikasi krisis. Pendekatan kualitatif dipilih karena fokus utama penelitian bukan untuk mengukur variabel secara statistik, melainkan untuk menafsirkan makna, pengalaman subjektif, dan dinamika komunikasi budaya di kalangan remaja penggemar e-sport (Given, 2018). Melalui metode ini, peneliti mengeksplorasi bagaimana fanatisme tidak sekadar beroperasi sebagai bentuk dukungan konvensional terhadap tim e-sport, tetapi bertransformasi menjadi proses komunikasi krisis dan pembentukan identitas sosial yang dipertahankan melalui rasa kebersamaan, penciptaan bahasa khas, serta penggunaan simbol-simbol fandom di ruang publik.

Sumber data dalam penelitian ini diklasifikasikan menjadi data primer dan data sekunder yang dikumpulkan secara terintegrasi guna membangun pemahaman komprehensif. Data primer diperoleh secara langsung dari lapangan melalui interaksi dengan enam orang informan utama yang merupakan anggota aktif sekaligus pengurus komunitas RRQ Kingdom. Pemilihan informan difokuskan pada pemuda berusia 22 tahun yang berdomisili di wilayah Jakarta Selatan dan telah berafiliasi dengan komunitas secara intensif sejak tahun 2020 hingga 2024. Karakteristik informan ini dinilai representatif dan memiliki rekam jejak pengalaman empiris yang memadai terkait dinamika komunikasi konfliktual di dalam fandom (Reinhard & CarrieLynn, 2018). Sementara itu, data sekunder dikumpulkan dari berbagai dokumen pendukung, mulai dari artikel berita, unggahan media sosial resmi, arsip percakapan digital komunitas, hingga literatur akademik guna memperkuat kredibilitas hasil analisis melalui mekanisme triangulasi sumber.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui kombinasi teknik observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Observasi diimplementasikan dalam dua bentuk, yakni partisipatif dan non-partisipatif. Secara luring, peneliti hadir langsung dalam ajang *Mobile Legends Professional League* (MPL) di MPL Arena, Jakarta Selatan, untuk mengamati pola interaksi tatap muka, ekspresi dukungan, dan penggunaan simbol budaya komunitas. Secara daring, pemantauan aktivitas komunikasi difokuskan pada ekosistem virtual RRQ Kingdom di platform Discord, TikTok, dan X (Twitter) yang sering kali menjadi pusat eskalasi interaksi krisis (Atherton, 2023). Proses pengumpulan data utama dilakukan melalui wawancara

semi-terstruktur, baik secara tatap muka maupun melalui platform telekonferensi dengan durasi rata-rata 30 hingga 60 menit. Fleksibilitas metode ini memungkinkan peneliti untuk menggali pengalaman subyektif informan terkait persepsi terhadap komunitas, bentuk perlindungan identitas kelompok, serta keterlibatan emosional mereka saat menghadapi krisis.

Selanjutnya metode studi dokumentasi diterapkan dengan menyeleksi dan menafsirkan jejak digital komunitas. Peneliti menganalisis konten wacana di media sosial, komentar penggemar, serta perdebatan antaranggota yang merepresentasikan dinamika fanatisme komunitas. Pendekatan ini esensial karena dokumentasi digital sering kali menjadi artefak utama yang mencerminkan lokalisasi penggemar dan negosiasi citra kelompok di ruang digital (Chen, 2024). Seluruh proses penelitian ini diikat oleh konteks ruang spasial di MPL Arena, Jakarta Selatan, yang berfungsi sebagai episentrum interaksi penggemar e-sport. Integrasi antara observasi lingkungan fisik dan pemantauan wacana virtual ini memungkinkan peneliti untuk menangkap dinamika komunikasi krisis komunitas secara holistik, mengingat pengelolaan krisis kontemporer tidak dapat dipisahkan dari dialektika ruang digital dan luring (Matías & Cardoso, 2023).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Komunitas RRQ Kingdom

PT Qeon Interactive, yang berdiri pada tahun 2012 sebagai perusahaan pengembang permainan berbasis komputer (PC), mengalami transformasi strategis seiring dengan dominasi pasar perangkat bergerak (mobile) global. Pada tahun 2017, perusahaan ini memperluas fokus bisnisnya ke industri e-sport melalui pembentukan organisasi kompetitif bernama Team RRQ (Rex Regum Qeon), yang secara harfiah bermakna "Raja dari Segala Raja". Pada fase awal, organisasi ini berfokus pada divisi permainan *First Person Shooter* (FPS) dan arena pertempuran daring multipemain. Seiring dengan perkembangan ekosistem e-sport di Indonesia, ekspansi dilakukan ke berbagai cabang permainan populer, di mana divisi *Mobile Legends: Bang Bang* (MLBB) berkembang menjadi salah satu entitas dengan basis penggemar terbesar secara nasional (Maulida Roziana Putri et al., 2024).

Sebagai respons terhadap pertumbuhan penggemar yang masif, komunitas RRQ Kingdom dibentuk sebagai wadah resmi yang memfasilitasi dukungan kultural dan sosial terhadap tim. Komunitas ini berkembang secara signifikan melalui integrasi aktivitas daring dan luring, menjadikannya ruang sentral yang mempertemukan penggemar untuk bertukar informasi, mengekspresikan dukungan, dan memperkuat identitas kolektif. Kehadiran RRQ Kingdom mengindikasikan bahwa lanskap e-sport modern tidak sekadar berpusat pada aspek kompetitif permainan, melainkan juga melibatkan proses pembentukan identitas sosial, loyalitas kultural, dan interaksi yang terstruktur dalam ekosistem penggemar (Anderson-Coto, Tomlinson, & Squire, 2020). Aktivitas komunitas yang difasilitasi melalui berbagai *platform* media sosial resmi mampu memproduksi narasi sosial serta bentuk praktik komunikasi yang khas, menjadikan RRQ Kingdom sebagai entitas yang aktif merespons dinamika di dunia e-sport.

Visi utama dari kehadiran komunitas RRQ Kingdom difokuskan pada pembentukan identitas kolektif pendukung e-sport yang solid, loyal, dan

berkontribusi positif terhadap ekosistem industri digital. Komunitas ini berupaya menjadi representasi pendukung yang mengedepankan etika dan sportivitas, baik dalam situasi kondusif saat tim meraih prestasi maupun ketika organisasi menghadapi krisis performa. Untuk mewujudkan orientasi tersebut, misi komunitas diimplementasikan melalui upaya konsolidasi penggemar dari berbagai wilayah ke dalam satu wadah terstruktur guna menciptakan pola komunikasi yang terarah. Selain itu, komunitas berperan aktif dalam memberikan dukungan moral melalui kampanye digital dan partisipasi fisik dalam turnamen resmi. Secara strategis, RRQ Kingdom memposisikan diri sebagai jembatan komunikasi antara manajemen dan publik, yang terbukti esensial dalam menjaga stabilitas interaksi ketika terjadi krisis komunikasi internal, seperti perombakan susunan pemain (*roster*) atau dinamika kontroversial lainnya (Irwanti, 2023).

Dari segi tata kelola, struktur organisasi yang menaungi RRQ Kingdom dikelola secara hierarkis dan profesional. Kepemimpinan strategis berada di bawah arahan Direktur Utama sekaligus pendiri, yang berkolaborasi dengan *Chief Executive Officer* (CEO) dalam mengeksekusi operasional e-sport dan pengambilan keputusan taktis. Pada tingkat manajerial operasional, koordinasi internal dikelola oleh *Chief Operating Officer* (COO), sementara pengelolaan basis massa penggemar secara spesifik dijalankan oleh *Community Event Manager*. Posisi ini krusial dalam memelihara ikatan relasional antara tim dan jutaan penggemar melalui berbagai program aktivasi.

Dalam lingkup wilayah Jakarta Selatan, komunitas RRQ Kingdom mencatatkan pertumbuhan keanggotaan yang eksponensial, yang didominasi oleh kelompok usia remaja pecinta e-sport. Berdasarkan data keanggotaan komunitas hingga periode 2025–2026, estimasi jumlah basis massa di wilayah ini mencapai lebih dari 15.000 hingga 17.000 orang, menjadikannya salah satu sub-regional dengan tingkat konsentrasi tertinggi di wilayah DKI Jakarta. Distribusi anggota tersebar secara bervariasi di beberapa titik pusat demografi. Kecamatan Tebet teridentifikasi sebagai wilayah dengan populasi anggota terbesar sekaligus memiliki tingkat fanatisme tertinggi, yang direpresentasikan melalui tingginya militansi digital dan intensitas kehadiran fisik (*loyalitas luring*) mencapai persentase partisipasi yang sangat tinggi dalam setiap kegiatan komunitas. Wilayah penyangga lainnya seperti Jagakarsa, Kebayoran Baru, dan Pasar Minggu juga menyumbang jumlah anggota yang substansial, dengan komposisi mayoritas adalah pelajar dan mahasiswa yang memanfaatkan ruang interaksi digital sebagai perpanjangan dari aktivitas pergaulan sosial mereka.

Fanatisme yang terbangun dalam ekosistem keanggotaan ini sering kali bermanifestasi dalam bentuk reaksi afektif yang intens terhadap dinamika tim. Salah satu contoh nyata terlihat saat terjadi perpindahan pemain ikonik ke tim rival, yang memicu respons kolektif masif berupa penarikan dukungan di media sosial pada gambar 1



Gambar 1. Bentuk Fanatisme Fans RRQ atas perpindahan tim SchevenkoDavid Tendeon (Skylar)

Reaksi ini merepresentasikan bentuk fanatisme digital, di mana loyalitas kultural berubah menjadi resistensi ketika ekspektasi kelompok tercederai. Sentimen serupa kerap muncul dalam rivalitas klasik (*El Clasico*), di mana tingginya intensitas kompetisi memicu perilaku komunikasi emosional yang memaksa figur internal tim untuk turun tangan meredam polarisasi Gambar 2.



Gambar 2. Pesan R7 untuk Oknum *Kingdom*

Selain itu, ekspektasi komunitas yang berlebihan juga menghasilkan tekanan psikologis (*pressure culture*) yang signifikan bagi para atlet e-sport profesional. Kondisi ini diperkuat dengan adanya perilaku defensif anggota komunitas yang secara agresif melindungi identitas figur utama tim dari kritik pihak eksternal pada gambar 3.



Gambar 3. Viral drama youtuber vs pro player e-sport saling senggol

Fenomena ini menegaskan bahwa fanatisme dalam RRQ Kingdom beroperasi sebagai variabel pemicu dalam komunikasi krisis, di mana batas antara dukungan rasional dan pembelaan identitas kelompok menjadi sangat bias (Helmy Fikri & Fadhilah, 2024).

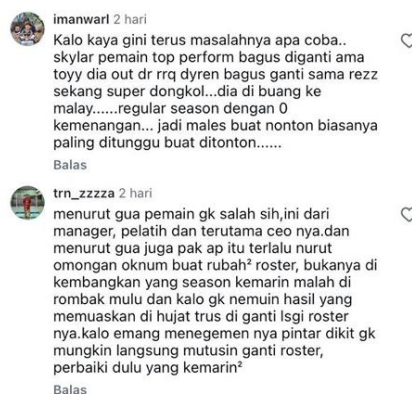
Bentuk Komunikasi dalam Komunitas RRQ Kingdom dalam Scene Mobile Legends

Bagian ini menganalisis fenomena fanatisme komunitas RRQ Kingdom dalam skema kompetitif Mobile Legends: Bang Bang sebagai manifestasi komunikasi krisis di kalangan remaja pecinta *e-sport* di Jakarta Selatan. *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) digunakan untuk mengkaji bagaimana persepsi publik terbentuk serta bagaimana krisis komunikasi muncul terkait dengan dimensi ancaman reputasi, yakni tanggung jawab krisis, riwayat krisis, dan reputasi relasional organisasi (Arindra, 2024). Melalui metode *purposive sampling*, data primer diperoleh dari enam anggota aktif komunitas RRQ Kingdom berusia 17 hingga 23 tahun yang berdomisili di Jakarta Selatan. Para informan ini merupakan individu yang intensif menggunakan platform media sosial sebagai ruang ekspresi dukungan, sehingga mampu memberikan gambaran komprehensif mengenai konstruksi dan eskalasi fanatisme, mulai dari keterlibatan partisipatif hingga kemunculan fanatisme negatif dalam bentuk konflik komunikasi atau *fanwar*. Berdasarkan temuan lapangan, fanatisme dalam komunitas ini tidak sekadar bentuk dukungan pasif, melainkan telah bertransformasi menjadi fenomena sosial kompleks yang memengaruhi pola interaksi digital remaja (Putra & Kamal, 2025).

Bentuk pertama yang teridentifikasi adalah fanatisme emosional, di mana remaja membangun keterikatan afektif yang sangat mendalam terhadap tim RRQ. Fanatisme ini melampaui batas ketertarikan biasa dan secara langsung memengaruhi cara individu memaknai setiap peristiwa yang dialami oleh tim dalam kompetisi. Keterikatan emosional ini memicu euforia yang masif saat tim memenangkan pertandingan, namun sekaligus menghasilkan respons kemarahan dan frustrasi yang impulsif saat tim mengalami kekalahan (Helmy Fikri & Fadhilah, 2024). Kondisi emosional yang intens ini kerap membuat batas antara identitas personal penggemar dan identitas tim menjadi kabur, sehingga setiap kritik terhadap

performa tim dipersepsikan sebagai ancaman langsung terhadap harga diri penggemar tersebut. Akibatnya, komunitas cenderung merespons kritik eksternal secara defensif dan emosional, yang sering kali berujung pada agresi verbal di ruang digital, seperti perdebatan tidak konstruktif atau saling serang antar-penggemar (Shabira & Lestari, 2024).

Dinamika fanatisme emosional ini terekam jelas dalam observasi interaksi digital, salah satunya melalui analisis komentar pada unggahan akun Instagram resmi RRQ divisi Mobile Legends sebagaimana didokumentasikan pada Gambar 4.



Gambar 4. Kritik Komentar di Akun Media Sosial Instagram Team RRQ divisi Mobile Legends

Komentar-komentar tersebut memperlihatkan kritik terbuka dari penggemar terhadap kebijakan manajemen terkait pergantian *roster* pemain, di mana penggemar menuntut pertanggungjawaban dari pelatih dan *Chief Executive Officer* karena dinilai terlalu reaktif terhadap tekanan opini publik. Dalam kacamata SCCT, fenomena ini mencerminkan krisis komunikasi internal di mana ekspektasi penggemar berbenturan dengan kebijakan organisasi, sehingga memicu fluktuasi emosi yang berpotensi mengancam reputasi tim (Rizkiah Marda, 2024). Tingginya intensitas emosi ini dikonfirmasi oleh pernyataan salah satu informan penelitian, yang secara eksplisit menyatakan: "*Kalau RRQ menang rasanya senang banget sampai bisa update terus di story... Tapi kalau kalah jujur kesel banget, kadang sampai dibawa emosi pas lihat komentar orang yang menjelek-jelekan RRQ... Biasanya memicu masalah dengan membully anggota tim yang performanya buruk dan menghina fans musuh.*"

Keterangan ini membuktikan bahwa fanatisme emosional bertindak sebagai katalisator perubahan perilaku komunikasi remaja, mendorong mereka bertindak impulsif dan mengabaikan rasionalitas saat menghadapi krisis performa tim (Mobarki & Alzahrani, 2023).

Bentuk fanatisme kedua adalah fanatisme berbasis identitas *identity-based fanaticism*, yang merujuk pada proses internalisasi objek dukungan ke dalam struktur identitas diri individu. Dalam konteks ini, keberadaan RRQ tidak lagi dipandang semata sebagai tim kompetitif, melainkan telah menjadi simbol identitas sosial yang melekat pada diri remaja Jakarta Selatan (Haq, Novianto, & Pamungkas, 2025). Identitas kelompok ini membentuk rasa kepemilikan (*sense of*

belonging) yang ekstrem, yang berfungsi sebagai mekanisme pertahanan kelompok (*ingroup defense*) ketika identitas tersebut merasa terancam. Observasi pada platform TikTok terdokumentasi pada Gambar 5



Gambar 5. Kritik Komentar di Akun Media Sosial Tiktok Team RRQ divisi Mobile Legends

Respon pada gambar 5 menunjukkan narasi loyalitas tanpa syarat dari penggemar yang mengklaim diri sebagai "fans sejati" dengan menegaskan akan tetap membela RRQ meskipun tim berada dalam performa terburuk atau mendapat hinaan dari pihak luar. Resistensi terhadap kritik eksternal ini menunjukkan bahwa fanatisme telah beralih fungsi menjadi benteng pertahanan identitas komunitas yang membatasi ruang diskusi objektif (Tietjen, 2023).

Gejala identifikasi berlebihan (*over-identification*) ini menyebabkan anggota komunitas sulit memisahkan antara entitas pribadinya dengan organisasi yang didukung. Hal ini selaras dengan keterangan informan Daffa menyatakan, "Kalau ada yang menjelek-jelekkan RRQ, rasanya kayak diserang juga. Soalnya kita sudah merasa bagian dari RRQ Kingdom, jadi harus dibela." Penyatuan identitas ini memicu tekanan sosial internal, di mana setiap anggota merasa diwajibkan untuk memamerkan tingkat loyalitas tertinggi demi mendapatkan pengakuan (*social validation*) dalam komunitas (Koo et al., 2025). Secara komunikasi, fanatisme berbasis identitas ini menciptakan polarisasi komunikasi yang kuat antara kelompok pendukung (*ingroup*) dan kelompok oposisi (*outgroup*), yang secara konsisten memicu eksklusivitas interaksi dan konflik digital yang berkepanjangan (Anderson-Coto, Tomlinson, & Squire, 2020).

Sebagai eskalasi dari fanatisme emosional dan identitas, bentuk ketiga yang teridentifikasi dalam dinamika RRQ Kingdom adalah fanatisme agresif. Bentuk ini ditandai dengan transisi perilaku komunikasi dari yang semula bersifat defensif menjadi serangan proaktif yang ditargetkan kepada pihak lain, baik secara verbal maupun simbolik. Ketika tim RRQ menghadapi provokasi, perbandingan kompetitif, atau kekalahan, sebagian anggota komunitas tidak lagi hanya membela diri, melainkan memproduksi pesan-pesan agresif untuk menjatuhkan kredibilitas pengkritik, tim lawan, atau bahkan pemain internal yang dinilai tampil di bawah standar. Agresi digital ini merupakan kulminasi dari keterikatan emosional dan

identitas yang tidak terkelola dengan baik, yang termanifestasi dalam bentuk perundungan siber (*cyberbullying*), ujaran kebencian (*hate speech*), dan *flaming* di berbagai platform media sosial (Eko Alwinasirin & Rizky Putra Santosa, 2025). Fenomena ini difasilitasi oleh efek disinhibisi daring (*online disinhibition effect*), di mana anonimitas dan jarak fisik di ruang digital membuat remaja merasa lebih berani dan tidak terikat oleh norma kesantunan sosial yang berlaku di dunia nyata (Shabira & Lestari, 2024). Akibatnya, fanatisme agresif ini secara fundamental merusak etika komunikasi antar-komunitas, mematikan ruang dialog yang rasional, dan secara langsung memperburuk iklim krisis komunikasi di skena *e-sport* Indonesia.

Implikasi Fanatisme Terhadap Dinamika Komunikasi Krisis Perspektif *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT)

Berdasarkan bentuk-bentuk fanatisme yang telah diuraikan, fenomena komunikasi dalam komunitas RRQ Kingdom dapat dikaji secara mendalam melalui kacamata *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT). Teori ini mengasumsikan bahwa efektivitas pengelolaan krisis sangat bergantung pada bagaimana publik dalam hal ini, komunitas penggemar mempersepsikan ancaman reputasi yang didasarkan pada tiga dimensi utama: tanggung jawab krisis (*crisis responsibility*), riwayat krisis (*crisis history*), dan reputasi relasional sebelumnya (*prior relational reputation*) (Arindra, 2024). Dalam konteks penggemar *e-sport*, krisis komunikasi tidak hanya terjadi ketika organisasi melakukan kesalahan fatal, tetapi juga memuncak ketika ekspektasi afektif penggemar berbenturan dengan realitas kompetitif atau keputusan strategis manajemen. Fanatisme ekstrem memosisikan penggemar bukan lagi sebagai audiens pasif, melainkan sebagai aktor krisis yang secara aktif memproduksi dan mendistribusikan narasi tandingan yang mampu mendestabilisasi reputasi organisasi (Logan-McFarlane, 2025).

Pada dimensi tanggung jawab krisis (*crisis responsibility*), terlihat jelas dari bagaimana anggota RRQ Kingdom melakukan atribusi kesalahan saat tim mengalami kegagalan atau dinamika internal yang kontroversial. Tingginya rasa kepemilikan penggemar membuat mereka merasa berhak menuntut transparansi dan akuntabilitas dari pihak manajemen. Pada kasus perpindahan pemain ikonik atau perombakan *roster* yang berulang, penggemar cenderung mengatribusikan tanggung jawab penuh kepada *Chief Executive Officer* (CEO) dan staf pelatih, yang dinilai gagal mempertahankan stabilitas tim. Atribusi ini memicu krisis komunikasi berbentuk klaster yang dapat dicegah (*preventable cluster*), di mana penggemar menuntut manajemen untuk mengadopsi strategi respons krisis berupa pembangunan kembali (*rebuilding*) atau permintaan maaf, alih-alih strategi pengurangan (*diminishment*) atau penyangkalan (Nasaruddin Siregar, Sari Endah Nursyamsi, & Nita Komala Dewi, 2024). Kegagalan organisasi dalam merespons atribusi ini sering kali diisi oleh asumsi liar dari penggemar, yang pada akhirnya memperluas eskalasi konflik di ruang publik.

Pada dimensi riwayat krisis (*crisis history*), memperkuat intensitas ancaman reputasi dalam komunitas RRQ Kingdom. Dalam ekosistem *e-sport* yang berjalan dalam siklus musim kompetisi yang cepat, kegagalan masa lalu seperti kekalahan beruntun dalam turnamen atau polemik pergantian pemain di musim sebelumnya, menjadi memori kolektif yang terus direproduksi oleh penggemar. SCCT

menegaskan bahwa organisasi yang memiliki riwayat krisis serupa akan menghadapi persepsi ancaman reputasi yang jauh lebih parah dari publiknya (Matías & Cardoso, 2023). Ketika RRQ mengalami penurunan performa, penggemar yang fanatik tidak melihat insiden tersebut sebagai peristiwa tunggal, melainkan sebagai akumulasi dari kesalahan manajemen sebelumnya. Akumulasi kekecewaan ini memicu luapan emosi yang lebih agresif, di mana penggemar menggunakan riwayat krisis tersebut sebagai legitimasi untuk melontarkan kritik destruktif dan menolak narasi resmi yang dikeluarkan oleh organisasi.

Dimensi reputasi relasional sebelumnya (*prior relational reputation*), beroperasi sebagai pedang bermata dua bagi RRQ. RRQ memiliki reputasi superior yang melahirkan ekspektasi kesempurnaan mutlak dari komunitasnya. Meskipun reputasi positif umumnya dapat menjadi *halo effect* saat krisis terjadi, fanatisme yang berlebihan justru mengubah reputasi tinggi ini menjadi standar yang tidak realistis (Mobarki & Alzahrani, 2023). Ketika tim tampil di bawah standar ekspektasi, penggemar mengalami disonansi kognitif yang memicu krisis relasional. Kekecewaan yang dihasilkan tidak sekadar dianggap sebagai penurunan performa olahraga, melainkan dimaknai sebagai pengkhianatan terhadap identitas kultural komunitas (Anderson-Coto, Tomlinson, & Squire, 2020). Akibatnya, alih-alih melindungi organisasi, komunitas penggemar yang sangat teridentifikasi ini justru menjadi agen pemicu krisis komunikasi itu sendiri, menciptakan budaya tekanan (*pressure culture*) internal yang merugikan kesehatan mental pemain dan merusak harmoni ekosistem *e-sport* secara keseluruhan (Sellnow et al., 2021)

Dinamika Komunikasi Digital dan Manifestasi Manajemen Krisis di Kalangan Remaja Jakarta Selatan

Karakteristik media sosial yang memungkinkan interaksi seketika (*real-time*) dan nirbatas memberikan ruang bagi remaja untuk mengamplifikasi emosi kolektif mereka secara cepat dan masif. Berdasarkan analisis terhadap kolom komentar di akun resmi media sosial tim, terlihat jelas pergeseran peran penggemar dari yang semula hanya sebagai konsumen hiburan menjadi aktor aktif yang berupaya mengintervensi keputusan strategis organisasi. Dalam situasi krisis, seperti pergantian pemain atau kekalahan beruntun, media sosial tidak lagi sekadar berfungsi sebagai saluran distribusi informasi, melainkan berubah menjadi ruang negosiasi identitas dan arena konflik diskursif (Yan Jin, 2022). Ketidakmampuan organisasi dalam mengelola arus informasi di ruang publik ini sering kali memicu bias konfirmasi (*confirmation bias*) di kalangan penggemar, di mana mereka lebih memercayai narasi dan spekulasi internal komunitas dibandingkan pernyataan resmi dari manajemen.

Kondisi tersebut semakin diperkuat oleh karakteristik demografis remaja di wilayah urban, yang memiliki tingkat penetrasi internet tinggi dan ketergantungan yang kuat terhadap kultur digital. Wilayah Jakarta Selatan, dengan konsentrasi massa komunitas tertinggi yang berpusat di Kecamatan Tebet, menunjukkan fenomena militansi digital. Remaja di kawasan ini memiliki intensitas komunikasi yang sangat padat, baik melalui grup diskusi daring seperti Discord dan WhatsApp, maupun melalui aktivitas fisik seperti kegiatan nonton bareng (*watch party*) yang tingkat kehadirannya mencapai kapasitas maksimal. Ikatan emosional dan kedekatan geografis ini menciptakan kohesi sosial yang eksklusif, di mana norma-

norma tidak tertulis mengenai cara mendukung dan membela tim terinternalisasi secara kuat dalam struktur komunitas. Ketika terjadi krisis, kohesi ini berbalik menjadi tekanan kolektif, memfasilitasi penyebaran respons defensif dan agresif secara serentak, yang pada akhirnya mendistorsi komunikasi kultural yang sehat di dalam komunitas itu sendiri (Szablewicz, 2020).

Fanatisme komunitas RRQ Kingdom membuktikan bahwa militansi penggemar memerlukan pendekatan manajemen krisis yang adaptif dan komprehensif. Di satu sisi, fanatisme ini menciptakan basis konsumen yang sangat loyal dan menguntungkan secara komersial bagi organisasi. Namun di sisi lain, fanatisme yang berlebihan memicu krisis komunikasi (*crisis of cultural communication*), terutama ketika nilai dan ekspektasi komunitas berbenturan dengan realitas kompetisi (Irwanti, 2023). Melalui perspektif *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT), organisasi tidak dapat lagi mengabaikan respons emosional penggemar atau sekadar menggunakan strategi penyangkalan (*denial*) saat menghadapi krisis internal. Manajemen dituntut untuk mengadopsi komunikasi yang lebih proaktif, transparan, dan akomodatif guna menjembatani ekspektasi penggemar. Hal ini mengindikasikan bahwa pengelolaan komunitas *e-sport* modern tidak lagi cukup hanya dengan pendekatan pemasaran, melainkan membutuhkan integrasi strategi komunikasi krisis yang matang untuk mengedukasi penggemar, meminimalisasi perilaku toksik, dan mengembalikan fungsi komunitas sebagai ruang interaksi sosial yang konstruktif bagi remaja.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa bentuk fanatisme yang ditunjukkan oleh komunitas RRQ Kingdom dalam skena kompetitif Mobile Legends di kalangan remaja Jakarta Selatan termanifestasi secara kompleks melalui dimensi emosional, identitas, agresif, serta konformitas kelompok. Keempat dimensi ini menegaskan bahwa fanatisme di ruang digital tidak lagi berbentuk dukungan yang rasional, melainkan telah berubah menjadi keterikatan afektif dan sosial yang mendalam, di mana individu secara intens mengaitkan identitas personalnya dengan eksistensi tim yang didukung. Kondisi psikologis dan sosial ini menghasilkan respons emosional yang berlebihan, kecenderungan defensif terhadap kritik, dan perilaku kolektif yang eksklusif. Lebih lanjut, fanatisme tersebut terbukti memicu kemunculan komunikasi krisis di kalangan remaja, yang ditandai dengan eskalasi konflik komunikasi, *fanwar*, dan interaksi agresif di berbagai platform media sosial. Melalui tinjauan *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT), dinamika fenomena ini sangat dipengaruhi oleh persepsi penggemar terhadap tanggung jawab krisis, riwayat krisis organisasi, dan reputasi relasional tim. Fanatisme yang tidak terkelola dengan baik secara langsung mempercepat eskalasi konflik dan berpotensi merusak citra komunitas maupun reputasi tim secara keseluruhan di mata publik.

Menyikapi dinamika tersebut, komunitas RRQ Kingdom beserta anggotanya yang didominasi oleh remaja diharapkan mampu membangun literasi digital dan emosional secara berkesinambungan agar loyalitas tinggi terhadap tim dapat dikonversi menjadi dukungan yang sportif, kritis terhadap informasi, serta terhindar dari perilaku toksik maupun *fanwar* yang destruktif. Untuk menunjang hal tersebut,

manajemen tim RRQ dan pengelola komunitas disarankan mengimplementasikan strategi komunikasi krisis yang adaptif berdasarkan prinsip *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT), seperti penyampaian klarifikasi yang transparan dan penetapan pedoman etika komunikasi yang tegas guna meminimalisasi eskalasi konflik. Upaya ini juga perlu didukung oleh sinergi dari seluruh elemen ekosistem *e-sport*, termasuk penyelenggara turnamen dalam mengampanyekan budaya anti-toksik agar fanatisme dapat menjadi pendorong kemajuan industri, bukan sumber krisis. Mengingat penelitian ini memiliki keterbatasan fokus pada RRQ Kingdom di Jakarta Selatan melalui pendekatan kualitatif deskriptif, peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas komparasi objek pada kelompok penggemar lain, seperti EVOS Fams atau ONIC Esports, serta menggunakan pendekatan kuantitatif atau metode campuran (*mixed methods*) guna memetakan korelasi terukur antara tingkat fanatisme, agresi media sosial, dan dinamika komunikasi krisis dalam ekosistem *e-sport* yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Alemneh, D. Gelaw. (2022). *Handbook of research on global view of open access and scholarly communications*. IGI Global, Information Science Reference (an imprint of IGI Global).
- Amanda Montell. (2021). *Cultish - The Language of Fanaticism (2021, Harper Wave)*.
- Anderson-Coto, M. J., Tomlinson, C., & Squire, K. (2020). *Fandom culture and identity in esports*. <https://doi.org/10.1184/R1/12217766>
- Arindra, F. (2024). *THE SITUATIONAL CRISIS COMMUNICATION THEORY: STUDI LITERATUR*.
- Aruku, K. J., Ikangkang, J., Ushie, C. U., & Linus, E. E. (2025). Cultural influences on crisis communication strategies in Nigeria. *Journal of Language, Literature, Social, and Cultural Studies*, 3(2), 2986–4461. <https://doi.org/10.58881/jllscs.v2i2>
- Atherton, A. (2023). THE RISE OF VIRTUAL COMMUNITIES: IN CONVERSATION WITH VIRTUAL WORLD PIONEERS. In *The Rise of Virtual Communities: in Conversation with Virtual World Pioneers*. Apress Media LLC. <https://doi.org/10.1007/978-1-4842-9297-6>
- Chen, D. M. H. (2024). *Netnography of Fan Localization on Social Media Releases: Observation of Overwatch (OW) and Overwatch League (OWL)*. <https://doi.org/10.22034/MIC.2023.423883.1007>
- Efendi, E., Al-Mujtahid, N. M., Alfaruqi, M. A., Khairiah, N., & Matondang, A. R. (2023). Identity Crisis and Multicultural Challenges in the Dynamics of Indonesian New Media: An Intercultural Communication Perspective. *MUHARRIK: Jurnal Dakwah Dan Sosial*, 6(1), 280–294. <https://doi.org/10.37680/muharrik.v6i1.5500>
- Eko Alwinasirin, & Rizky Putra Santosa. (2025). Pengaruh Fanatisme Terhadap Agresi Verbal Suporter Timnas Indonesia di Media Sosial. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 4056–4062. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2008>

- Firliandoko, R., Hairunnisa, H., Hanief, L., Rahmawati, Y., & Sukarelawati, S. (2025). POTRET KAJIAN KOMUNIKASI BUDAYA KOMUNITAS DI BERBAGAI NEGARA. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 9(2), 252–264. <https://doi.org/10.38043/jids.v9i2.6498>
- Gandawan Xasir, T., Wijaya Halim, H., Sitorus, T., & Studi Komunikasi Krisis, P. (2026). *Komunikasi Krisis Bencana Gunung Api dalam Perspektif Chaos Theory dan Contingency Theory*. <https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v4i1.2087>
- Horozoğlu, M. A., & Korkmaz, O. (2025). How does eFangelism trigger hedonic consumption in sports? The mediating role of fan engagement through social networking sites. *BMC Psychology*, 13(1), 1127. <https://doi.org/10.1186/s40359-025-03418-0>
- Haq, N. H., Novianto, I., & Pamungkas, A. (2025). Identitas Komunikasi Penggemar Fanatik Komunitas NCTzen. *R2J*, 7(3). <https://doi.org/10.38035/rj.v7i3>
- Helmy Fikri, M., & Fadhilah, N. A. (2024). Pengaruh Fanatisme terhadap Emosi (Studi Fenomenologi terhadap Fanatisme Fans FC Barcelona Pengikut Akun Instagram @fansbarcaid). *Sosial Dan Humaniora*, 2(4). <https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i4>
- Himni, L., Syukri Erwin, M., Girsang, N. M., Seni, I., Panjang, I. P., Johan, J. B., Malintang, G., Padang, K., Tim, P., & Panjang, K. P. (2025). *Komunikasi Krisis di Era Digital: Studi Kasus Krisis Keuangan dan Hukum Pada PT Sri Rejek Isman TBKK (SRITEX)*.
- Irwanti, M. (2023). *Manajemen krisis komunikasi: Tinjauan teoretis dan praktis*. Widina Media Utama.
- Jay Zarembo, A. (2015). *Crisis Communication*.
- Jenkins, H. (2020). *Participatory culture: Interviews and reflections*. Polity Press.
- Kastenhofer, K., & Molyneux-Hodgson Editors, S. (2021). *Community and Identity in Contemporary Technosciences*. <http://www.springer.com/series/6566>
- Koo, T., Kwon, H. H., Shin, J., & Baeck, J. (2025). Is social identity theory enough to cover sports fans' behavior?: additional perspective from identity fusion theory. In *Frontiers in Psychology* (Vol. 16). Frontiers Media SA. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1574520>
- Lisa M. Given. (2018). *The Safe Encyclopedia of Qualitative Research Methods*.
- Logan-McFarlane, A. (2025). How the passionate energy of publics' social media posts affected the royal communications crisis. *Public Relations Review*, 51(3). <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2025.102590>
- Mark J. P. Wolf. (2021). *Mark J. P. Wolf (editor) - Encyclopedia of Video Games The Culture, Technology, and Art of Gaming [3 volumes] (2021, Greenwood) - libgen.li*.
- Mark Sheehan dkk. (2015). *Crisis Communication in a Digital World*.
- Matías, A., & Cardoso, L. (2023). CRISIS COMMUNICATION: Theoretical Perspectives and Dynamics of a Complex Concept. *VISUAL Review. International Visual Culture Review / Revista Internacional de Cultura*, 10. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v10.4597>

- Maulida Roziana Putri, A., Kuswinarno, M., Raya Telang, J., Kamal, K., Bangkalan, K., Timur, J., & Penulis, K. (2024). PT. Media Akademik Publisher PENGEMBANGAN E-SPORT DI INDONESIA, PELUANG, TANTANGAN, DAN MASA DEPAN INDUSTRI: STUDI KASUS *MOBILE LEGENDS* PROFESIONAL LEAGUE (MPL). *JMA*, 2(10), 3031–5220. <https://doi.org/10.62281>
- Mobarki, Y. A. A., & Alzahrani, F. (2023). Sports fanaticism as a disease: a Corpus-based study of metaphors in Saudi newspapers. *Frontiers in Psychology*, 14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1286395>
- Muhammad Bintang Dzaky. (2024). *HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI FANATISME FANS TEAM RRQ DAN FANS TEAM EVOS DALAM GAME ONLINE MOBILE LEGENDS*.
- Mizhan, D., Utomo, A. H., Lidinillah, M. A., Kuswanjono, A., & Farid, F. (2023). *Fanatisme ekstrem dalam perspektif teori agama Peter L. Berger* (Skripsi, Program Studi Ilmu Filsafat).
- Nasaruddin Siregar, Sari Endah Nursyamsi, & Nita Komala Dewi. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Krisis dalam Mempertahankan Reputasi Perusahaan di Situasi Darurat. *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 2(4), 142–154. <https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v2i4.4261>
- Novita Sari, M., & Jalwis, J. (2023). Nilai Dakwah dalam Parno Adat Turun Mandi di Desa Mukai Mudik Kecamatan Siulak Mukai. *Journal of Da'wah*, 2(1), 83–99. <https://doi.org/10.32939/jd.v2i1.2597>
- Putra, N. H., & Kamal, N. M. (2025). *INTERNATIONAL JOURNAL OF COMMUNICATION AND MEDIA STUDIES The Effects of Digital Gaming Communities on Youth Communication* (Vol. 1, Number 1). <https://journal.uptm.edu.my/index.php/com>
- Rizkiah Marda, S. (2024). Public Relations Dalam Krisis: Studi Situational Crisis Communication (SCC). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1).
- Reinhard, & CarrieLynn D. (2018). *Fractured Fandoms: Contentious Communication in Fan Communities*.
- Salsabila, Z. Z., & Banowo, E. (2024). FENOMENA FANWAR DALAM FANATISME PENGGEAR KPOP PADA MEDIA SOSIAL TWITTER. In *Jurnal Ilmu Komunikasi* (Vol. 13, Number 1).
- Shabira, A. M., & Lestari, A. F. (2024). Peran Mediasi Online Disinhibition Effect Dalam Pengaruh Fanatisme Terhadap Agresif Verbal (Studi Pada Komunitas ARMY Bogor Project). *COMMTEMPORER: Jurnal Komunikasi Kontemporer*, 01(01), 66–81. <https://doi.org/10.36782/cjik.v1i01.350>
- Stewart, M. (2023). *Towards a Theory of "Appropriate Fandom"* (Vol. 19, Issue 2).
- Sellnow, T. L. dkk. (2021). *THEORIZING CRISIS COMMUNICATION*. www.wiley.com/wiley-blackwell
- Szablewicz, M. (2020). *Mapping Digital Game Culture in China From Internet Addicts to Esports Athletes*. <http://www.palgrave.com/gp/series/14958>

- Tiara Eristina, dkk. (2025). *Social, Humanities, and Educational Studies SHEs: Conference Series 8 (3) (2025) 2391-2402*. <https://jurnal.uns.ac.id/shes>
- Tietjen, R. R. (2023). Fear, Fanaticism, and Fragile Identities. *Journal of Ethics*, 27(2), 211–230. <https://doi.org/10.1007/s10892-023-09418-9>
- Townsend, L., Tietjen, R. R., Schmid, H. B., & Staudigl, M. (2023). *THE PHILOSOPHY OF FANATICISM EPISTEMIC, AFFECTIVE, AND POLITICAL DIMENSIONS*.