

## ABSTRAK

Di Indonesia jumlah pengguna aktif internet semakin meningkat setiap tahunnya. Hal ini membuktikan bahwa masyarakat Indonesia lebih sering mengakses media yang terhubung dengan internet, khususnya media sosial. Mudah digunakan dan memungkinkan interaksi tanpa adanya batas jarak, waktu, dan ruang membuat masyarakat menggunakan media sosial termasuk *fandom*. Twitter adalah media sosial yang digunakan oleh *fandom* sebagai sebuah sarana untuk melakukan kegiatan *fangirling*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motif para pengikut akun Twitter @EXOind dalam menggunakan media sosial Twitter. Penelitian ini menggunakan referensi kategori motif dari Papacharissi dan Rubin (2000) serta menggunakan metode survei dengan analisis deskriptif dan pendekatan kuantitatif. Kuesioner disebarakan kepada 100 orang responden menggunakan skala Likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Motif *Information Seeking* dan Motif *Entertainment* berada pada kategori sangat tinggi. Sedangkan Motif *Convenience*, Motif *Interpersonal Utility*, dan Motif *Pass Time* berada pada kategori tinggi.

Kata kunci: motif, *new media*, Twitter, *fandom*