

**PEMAHAMAN TENTANG PENGGEMAR BTS DI YOGYAKARTA**



**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Bidang Sosial ( S.Sos )**

**Disusun Oleh :**

**Yulya Okta Suhada**

**Nim : 16720040**

**Program Studi Sosiologi**

**Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga  
Yogyakarta**

**2023**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yulya Okta Suhada  
NIM : 16720040  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Alamat Rumah : Tegal Kemuning Dn2/795, RT45/RW10, Kelurahan Tegal  
Panggung, Kecamatan Danurejan Kota Yogyakarta

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya ajukan ini asli hasil karya ilmiah yang saya tulis sendiri bukan plagiasi dari hasil karya ilmiah milik orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 02 Desember 2022

Yang menyatakan

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIDIGRA  
YOGYAKARTA



Yulya Okta Suhada  
16720040

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth :

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
UIN Sunan Kalijaga  
Yogyakarta

*Assalamu 'alaikum wr. wb.*

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

Yang ditulis oleh :  
NIM : Yulya Okta Suhada  
Prodi : Sosiologi  
Judul : Pemahaman Tentang Penggemar BTS di Yogyakarta

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana strata satu Sosiologi.

Dengan ini saya mengharapkan saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum wr. wb.*

Yogyakarta, 28 Oktober 2022

Pembimbing



Dwi Nur Laela Fithriya, S.IP, M. A.  
19910123 201923 2 013

## SURAT PENGESAHAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

### PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-82/Un.02/DSH/PP.00.9/01/2023

Tugas Akhir dengan judul : PEMAHAMAN TENTANG PENGGEMAR BTS DI YOGYAKARTA  
yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : YULYA OKTA SUHADA  
Nomor Induk Mahasiswa : 16720040  
Telah diujikan pada : Jumat, 16 Desember 2022  
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang  
Dwi Nur Laela Fithriya, S.IP., M.A.  
SIGNED

Valid ID: 63be500671741



Penguji I  
Agus Saputro, M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 63d0a66c0aa01



Penguji II  
B.J. Sujibto, S.Sos., M.A.  
SIGNED

Valid ID: 63aba382dd738



Yogyakarta, 16 Desember 2022  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 63d0bd99e6a18

## **MOTTO**

**Tidak masalah jika kamu berjalan dengan lambat,  
asal kamu tidak pernah berhenti berusaha**

**Jika kau tidak mampu terbang, maka berlailah**

**Hari ini kita akan bertahan**

**Jika kau tidak mampu berlari, maka berjalanlah**

**(Not Today – Bangtan Boys / BTS)**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## PERSEMBAHAN

Saya persembahkan skripsi ini kepada mereka yang sangat penting dalam hidup saya : ayah, ibu, kakek, nenek, abang, uni dan adik-adik tercinta. Terima kasih untuk do'a , dukungan penuh kepada saya serta perjuangan yang diberikan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan kewajiban saya dalam mencari ilmu pengetahuan hingga mendapatkan gelar sarjana.



## KATA PENGANTAR

Dengan segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya kepada kita semua, dan atas limpahan rahmat-Nya, penulis telah menuntaskan tugas akhir yang berjudul judul “Pemahaman Tentang Penggemar BTS di Yogyakarta”. Sholawat dan salam semoga tetap tercurah atas Nabi kita Muhammad SAW, keluarga, dan para sahabatnya.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana pada program studi sosiologi di Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Penulis menyadari bahwa proses dan penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dorongan, dukungan, kritik, dan saran dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini, termasuk pihak-pihak yang telah membantu dalam penelitian dan persiapan. Peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Mochammad Sodik, S. Sos., M.Si sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora yang senantiasa memotivasi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
2. Ibu Dr. Muryanti, S. Sos., M.A sebagai Ketua Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, sekaligus Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dan membagikan arahan dalam proses perkuliahan.

3. Ibu Dwi Nur Laela Fithriya, S. IP, M.A. sebagai Dosen Pembimbing Skripsi. Terima kasih atas bimbingan, ilmu, arahan dan masukan yang sudah diberikan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. Segenap Dosen Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Terima kasih untuk ilmu yang diberikan selama ini.
5. Mbak Wiwin, Mbak Qory, Mbak Nunung, Mbak Alda, Mbak Kokom, Mbak Maharani, Mas Diky, Mas Galang, Mas Dimas, Mas Bian yang telah menyempatkan waktu dan membagikan informasinya kepada penulis.
6. Ayah dan Ibu tercinta yang sudah mendidik, membimbing, mendo'akan dan memberi kasih sayang, serta memberikan semangat dan dukungan berupa materi maupun non materi yang tak terhingga selama ini.
7. Abang, Uni dan Adek- adek tersayang yang telah membantu dan membagikan semangat dalam berbagai hal.
8. Nenek tercinta yang sudah memberikan dukungan serta memanjatkan doa untuk kesuksesan cucunya.
9. Nunung, Kokom, Indi, Meidita yang telah menjadi sahabat dalam segala keadaan dan selalu memberi support kepada penulis.
10. Azis A.S. my best person yang selama ini telah membantu, memberi semangat, dukungan penuh serta menjadi tempat berbagi cerita.
11. Aji Nur yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi dan memberi dukungan untuk penulis.



12. Yudha dan Sakti yang telah menjadi teman pendukung dan berbagi cerita sejak penulisan skripsi.
13. Qoryna selaku sahabat dan saudari yang selalu setia menemani penulis sejak awal penyusunan skripsi baik dalam suka atau duka.
14. Teman – teman Sosiologi 2016 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah menjadi teman berjuang dan berproses bersama selama menempuh pendidikan.
15. BTS (Bangtan Sonyeondan) Jin, Suga, JHope, Namjoon, Jimin, V, dan Jungkook yang memberikan warna dan menemani penulis mengerjakan skripsi dengan mendengarkan lagu- lagu karya kalian.
16. Kepada semua pihak yang membantu proses penyusunan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Skripsi ini niscaya memiliki banyak kekurangan dan tentu jauh dari kata sempurna baik dari segi kepenulisan maupun analisisnya. Oleh sebab itu, terbukanya kritik dan saran guna penyempurnaan penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 03 Desember 2022  
Peneliti



Yulya Okta Suhada  
16720040

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN .....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
SURAT PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan .....	7
D. Manfaat .....	7
E. Tinjauan Pustaka.....	8
F. Landasan Teori.....	12
G. Metode Penelitian .....	16
H. Sistematika Pembahasan.....	24
BAB II SETTING LOKASI PENELITIAN .....	27
A. Daerah Istimewa Yogyakarta.....	27
B. PENGGEMAR BTS (ARMY).....	31
C. Profil Informan.....	34
BAB III PEMAHAMAN TENTANG PENGGEMAR BTS DI YOGYAKARTA .....	38
A. Korean Pop.....	38
B. Motivasi Penggemar .....	45

BAB IV ANALISIS KONSTRUKSI SOSIAL TERHADAP PEMAHAMAN PENGGEAR BTS DI YOGYAKARTA .....	48
A. Eksternalisasi .....	49
B. Obyektivasi .....	51
C. Internalisasi .....	52
BAB V PENUTUP .....	54
A. KESIMPULAN .....	54
B. KENDALA PENELITIAN .....	55
C. REKOMENDASI .....	55
DAFTAR PUSTAKA .....	57
LAMPIRAN – LAMPIRAN .....	61
LAMPIRAN I .....	62
Panduan Wawancara Penelitian .....	62
LAMPIRAN II .....	63
Dokumentasi .....	63
LAMPIRAN III .....	68
BIODATA PENULIS .....	68

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Peta Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.....	28
Gambar 3. 1 Fenomena BTS Meal.....	43



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 .....	20
------------------	----



## ABSTRAK

Konstruksi sosial yang terjadi kepada penggemar BTS khususnya ARMY di Kota Yogyakarta, mempengaruhi pola hidup penggemarnya. Adapun aktivitas yang dilakukan penggemar BTS seperti memberi dukungan kepada idolnya melalui media sosial. Kegiatan lainnya juga mengubah sudut pandang non penggemar kepada fangirl atau fanboy seperti kegiatan amal menolong masyarakat Indonesia. Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana konstruksi sosial penggemar kpop ARMY di Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis konstruksi sosial penggemar kpop ARMY di Yogyakarta.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Konstruksi Sosial. Peneliti menggunakan metode pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Kemudian menggunakan metode analisis data dari Miles dan Huberman yang terdiri dari reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa penggemar idol kpop (ARMY) memiliki relasi yang sangat kuat dengan penggemar lainnya. Melibatkan ketiga unsur komponen konstruksi sosial yaitu eksternalisasi, obyektivasi dan internalisasi sebagai penggemar yang mendukung idol kpop. Eksternalisasi yang dimiliki oleh penggemar kpop sangat erat hubungannya dengan idol kpop yang mereka kagumi. Obyektivasi yang diterapkan oleh penggemar yaitu adanya pemahaman yang sama antar penggemar mengenai idol kpop. Kemudian internalisasi, terjadinya proses sosialisasi antar penggemar baik dalam hal kegiatan mendukung idolnya atau perubahan gaya atau perilaku penggemar.

Kata kunci: *Konstruksi Sosial, Penggemar, Idol Kpop.*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

Bab satu berisi mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dilakukannya penelitian, manfaat dilakukannya penelitian, beberapa tinjauan pustaka yang berkaitan dengan penelitian, teori yang berfungsi untuk menganalisis data penelitian, dan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian.

### **A. Latar Belakang**

Di Indonesia mulai bermunculan virus kpop yang mampu menarik penggemar yang ada di Indonesia. Kpop atau biasa disebut sebagai korean pop bergerak di bidang industri musik. Berbagai macam genre musik disajikan sangat menarik ditambah dengan gerakan dance super menawan. Hal inilah yang menjadikan korea selatan mendapatkan tempat terbaik dihati penggemar Indonesia. Berjalannya waktu, musik kpop semakin berkembang dan mulai terlahir idol kpop bersinar dari berbagai perusahaan musik. Baru-baru ini dunia kembali di gemparkan oleh BTS.

Di Korea Selatan, kpop bukan hanya tentang musik atau hiburan. Kpop adalah industry dan artis kpop seperti komoditas, sehingga mendapatkan perhatian lebih dari pemerintah. Perhatian ini membuahkan hasil agar musik

kpop bisa mendobrak pasar Asia hingga Amerika Serikat.<sup>1</sup> Pada tahun 2018, Bangtan Sonyeondan atau BTS berkontribusi sampai 50,4 triliun dengan kurs yang sama ke industri musik korea. Melalui kejadian ini BTS berhasil menembus rekor di Billboard selama 5 hari berturut-turut.<sup>2</sup>

Pemerintah Korea Selatan mempunyai taktik K Brand pada pemasaran produk tersebut. Branding menggunakan istilah ‘K’ ini dilakukan untuk membidik penggemar kpop dan k-drama yang sedang populer. Hasil dari K Branding memperoleh 52,5 Miliar KRW atau sebesar 45,6 juta dollar Amerika Serikat di tahun 2019. Kemudian adanya peranan dari pelaku usaha UMKM hingga pengusaha besar meningkatkan kualitas produk agar diterima di pasar global.<sup>3</sup>

Tahun 2011, virus kpop menjalar hingga negara Asia, Eropa dan Indonesia. Semua ini bermula tahun 2002 drama korea di perkenalkan lewat televisi swasta Indonesia. “Endless Love “merupakan salah satu judul drama yang memenuhi industry hiburan tanah air. Populernya drama korea sehingga disukai Indonesia karena soundtrack yang dinyanyikan langsung oleh artisnya sendiri. Penonton drama korea semakin terbawa suasana karena kumpulan cerita dan musik yang menjadi latarnya. Dari sinilah awal mulanya musik kpop

---

<sup>1</sup> <https://www.cnbcindonesia.com/market/20191215200107-17-123247/korea-tak-punya-tambang-migas-tapi-bisa-cuan-besar-dari-kpop> Diakses pada tanggal 07 November 2021, pukul 08.00 WIB

<sup>2</sup> <https://www.cnbcindonesia.com/market/20191215200107-17-123247/korea-tak-punya-tambang-migas-tapi-bisa-cuan-besar-dari-kpop> Diakses pada tanggal 07 November 2021, pukul 08.00 WIB

<sup>3</sup> <https://money.kompas.com/read/2020/10/15/074500126/bagaimana-k-pop-dan-k-drama-pengaruhi-ekonomi-korsel-?page=all> Diakses pada tanggal 07 November 2021, pukul 08.15 WIB



merambah di Indonesia, hal ini disebabkan idol kpop memiliki visual luar biasa dan dance yang menakjubkan sehingga tidak membosankan.<sup>4</sup>

Perusahaan Indonesia banyak menjadikan artis Korea Selatan sebagai brand ambassador. BTS atau Bangtan Sonyeondan menjadi brand ambassador Tokopedia, Stray Kids di gandeng Shopee, kemudian aktor Park Seo Joon menjadi brand ambassador Bili, dan perusahaan Lazada bekerjasama dengan Lee Min Ho. Tidak hanya itu, banyaknya program e-commerce menghadirkan bintang yang berasal dari Korea Selatan dan drama korea yang naik daun ditengah masyarakat Indonesia menghasilkan permintaan produk adaptasi semakin tinggi. Seperti contoh, drama korea menayangkan makanan khas Korea dan pegiat usaha Indonesia membuka serta menjual kuliner khas Korea. Perusahaan Tokopedia mencatat penjualan kuliner khas Korea di platformnya naik lebih dari 5 kali lipat.<sup>5</sup>

Istilah kpop tidak jauh dari kekuatan penggemar. Banyak hal menarik yang akan dilakukan penggemar kpop demi idol mereka. Salah satu kekuatan penggemar yang sering dijumpai yaitu kekuatan dalam media sosial. Kemampuan dan kekompakan di media sosial dalam hal trending topik atau mempopulerkan isu di twitter tidak diragukan lagi. Adapun kekuatan fandom atau penggemar lainnya adalah *streaming* di youtube saat idol mereka

---

<sup>4</sup> <http://salamkorea.com/read/celebrity-news/kpop-news/2014/03/asal-mula-demam-k-pop-di-indonesia/> Diakses pada 07 November 2021, pukul 09.00 WIB

<sup>5</sup> <https://mediaindonesia.com/ekonomi/375054/manfaatkan-k-pop-untuk-pulihkan-ekonomi-indonesia> Diakses pada tanggal 07 November 2021, pukul 09.00 WIB

*comeback*. Hal ini dilakukan sebagai tanda apresiasi dari penggemar atas kerja keras yang dilakukan idol mereka.<sup>6</sup>

Negara Indonesia tidak diragukan lagi potensi penggemar kpopnya, bahkan penggemar kpop Indonesia terus- menerus menjadi penyumbang *viewers* dengan penonton musik video terbanyak. Selain streaming mv di youtube dan menaikkan tagar twitter, penggemar kpop memiliki kegiatan galang dana untuk membantu sesama.<sup>7</sup> Indonesia menduduki posisi pertama sebagai negara pemilik tweet terbanyak sepanjang tahun 2020 dari 20 negara yang terdaftar di twitter.<sup>8</sup> Negara Indonesia masuk dalam kategori jumlah penggemar kpop terbanyak di platform twitter sepanjang tahun 2020.<sup>9</sup>

Untuk mencapai itu semua, penggemar kpop Indonesia melakukan beberapa usaha atau aktivitas penunjang utama keberhasilan idolnya seperti menonton live streaming di youtube atau platform streaming lainnya serta melakukan voting untuk pemilihan acara music awards. Kegiatan lain yang dilakukan penggemar BTS untuk membantu sesama melalui penggalangan dana.<sup>10</sup> ARMY atau biasa disebut sebagai penggemar BTS sering melakukan kegiatan amal baik sosial, pendidikan, kemiskinan, bencana dan pencegahan Covid-19 mendonasikan uang sejumlah 25 miliar lebih. Kegiatan positif ini

<sup>6</sup> <https://retizen.republika.co.id/posts/11486/kekuatan-fandom-untuk-mendukung-sang-idola> Diakses pada tanggal 07 November 2021, pukul 09.00 WIB

<sup>7</sup> <https://www.ayobandung.com/netizen/pr-79724691/kekuatan-penggemar-indonesia-di-balik-kesuksesan-idola-k-pop?page=all> Diakses pada tanggal 07 November 2021, pukul 12.00 WIB

<sup>8</sup> <https://www.kompas.com/global/read/2021/06/26/193507970/benarkah-fans-kpop-terbesar-ada-di-indonesia?page=all> Diakses pada tanggal 07 November 2021, pukul 12.00 WIB

<sup>9</sup> <https://kpopchart.net/2020/09/indonesia-masuk-daftar-negara-dengan-jumlah-fans-k-pop-terbanyak-di-twitter.html> Diakses pada tanggal 08 November 2021, pukul 08.00 WIB

<sup>10</sup> <https://www.ayobandung.com/netizen/pr-79724691/kekuatan-penggemar-indonesia-di-balik-kesuksesan-idola-k-pop?page=all> Diakses pada 08 November 2021, pukul 08.00 WIB

ditiru langsung oleh penggemar BTS karena mereka juga sering mengetahui bahwa idol mereka melakukan donasi untuk masyarakat yang lebih membutuhkan.<sup>11</sup>

Fandom dengan penggemar paling banyak adalah ARMY (Adorable Representative M.C for Youth). Fandom kecintaan BTS (Bangtan Sonyeondan) berhasil didebutkan pada 09 Juli 2013.<sup>12</sup> Sedangkan BTS merupakan 7 pria yang menggunakan rompi anti peluru. Semua ini memiliki makna bahwa ARMY dan BTS harus saling melindungi satu sama lainnya. ARMY memiliki yel-yel sebagai penyemangat bagi idolnya, mereka akan berteriak *“Kim Namjoon! Kim Seok Jin! Min Yoongi! Jung Hoseok! Park Jimin! Kim Taehyung! Jeon Jungkook!! BTS* saat idol papan atas ini naik panggung. Penggemar BTS mencapai 18 juta orang tersebar di seluruh dunia.<sup>13</sup>

Penggemar BTS khususnya Indonesia mencapai 113.000 pengikut bahkan lebih.<sup>14</sup> Bangtan Sonyeondan sangat handal dalam memberi contoh baik kepada penggemarnya. Hal ini ditiru oleh ARMY Indonesia, ARMY Indonesia melakukan kegiatan penggalangan dana membantu disabilitas.<sup>15</sup> ARMY Indonesia bagikan 10.000 dosis vaksin ke masyarakat hingga WHO memberikan apresiasi kepada ARMY Indonesia. Ulang tahun anggota BTS selalu mendapat kejutan menarik dari penggemarnya seperti ARMY Indonesia

<sup>11</sup> <https://isubogor.pikiran-rakyat.com/gaduh/pr-45765112/keren-donasi-army-bts-di-berbagai-kegiatan-amal-tembus-rp25-miliar> Diakses pada 08 November 2021, pukul 09.00 WIB

<sup>12</sup> <https://www.tokopedia.com/blog/profil-bts-army/> Diakses pada 03 Juli 2021, pukul 12.00 WIB

<sup>13</sup> <https://www.tokopedia.com/blog/profil-bts-army/> Diakses pada 08 November 2021, pukul 09.00 WB

<sup>14</sup> [https://www.instagram.com/army\\_indonesiaa/?hl=id](https://www.instagram.com/army_indonesiaa/?hl=id) Diakses pada 08 November 2021, pukul 09.00 WIB

<sup>15</sup> <https://www.liputan6.com/showbiz/read/4698625/bts-menginspirasi-army-indonesia-untuk-melakukan-penggalangan-dana> Diakses pada 08 November 2021, pukul 10.00 WIB

mengadopsi 4000 penyu di hari ulang tahun Jeon Jung Kook pada 01 September.<sup>16</sup> Gerakan inspiratif ini dapat memotivasi masyarakat Indonesia bahwasannya penggemar kpop tidak hanya peduli terhadap idolnya tetapi juga peduli kepada sesama mahluk hidup.

Fandom yang akan diteliti oleh peneliti yaitu ARMY (Adorable Representative M.C for Youth) yang ada di Yogyakarta. Melihat beberapa fenomena yang terjadi dikalangan penggemar kpop khususnya, terdapat keunikan secara tidak langsung dapat merubah pola hidup penggemar kpop. Hal ini menjadi fokus peneliti untuk menggali lebih dalam mengenai konstruksi sosial yang terjadi pada penggemar kpop yaitu ARMY di Yogyakarta

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, dirumuskan bahwa banyak hal yang menarik untuk diamati sebelum dikaji secara ilmiah sehingga dapat memberikan wawasan serta memberikan solusi dalam permasalahan. Berlandaskan latar belakang diatas dapat dirumuskan sebagai berikut, yaitu “Bagaimana pemahaman tentang penggemar BTS di Yogyakarta?”

---

<sup>16</sup><https://www.popmama.com/life/health/faela-shafa/jungkook-bts-ultah-army-indonesia-adopsi-4000-penyu/2> Diakses pada 09 November 2021, pukul 11.00 WIB

### **C. Tujuan**

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka peneliti dapat memberitahukan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pemahaman tentang penggemar BTS di Yogyakarta.

### **D. Manfaat**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut :

#### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil observasi yang telah dilakukan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi keilmuan terutama kajian ilmu pengetahuan sosiologi khususnya mengenai konstruksi sosial penggemar kpop.

#### **2. Manfaat Praktis**

##### **a. Bagi Peneliti**

Hasil penelitian ini menjadi alat untuk berfikir kritis dalam memantau fenomena sehingga mampu menyelesaikan masalah dengan solusi tepat.

##### **b. Bagi Universitas**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan mengembangkan pengajaran yang berkaitan dengan konstruksi sosial penggemar atas idol kpop serta dapat memberikan wawasan ilmu pengetahuan mengenai konstruksi sosial penggemar kpop.

##### **c. Bagi Masyarakat**

Hasil penelitian ini bisa membantu wawasan masyarakat mengenai konstruksi sosial penggemar kpop.

d. Bagi Penggemar Kpop

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan bagi penggemar kpop terkait korean pop.

### E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka dilaksanakan guna mempelajari penelitian-penelitian serupa yang sempat diteliti oleh peneliti sebelumnya. Adapun tujuan dari tinjauan pustaka ini adalah melihat perbedaan dan persamaan penelitian yang akan diteliti dengan peneliti sebelumnya agar tidak terjadi plagiasi. Maka dari itu, peneliti mengambil beberapa judul yang akan dibahas:

Penelitian *pertama*, yaitu “Korean Wave Dalam Fanatisme Dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z”. Yang diteliti oleh Karina Amaliantami, Amirudin, dan Mulyo Hadi Purnomo.<sup>17</sup> Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis gaya hidup Generasi Z sebagai penggemar fanatik Korean Wave. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu penelitian etnografi dengan melakukan observasi partisipasi serta wawancara. Adapun hasil dari penelitian memperlihatkan terdapat ada empat komponen mengapa Generasi Z terikat secara fanatic dengan Korean Wave karena rasa kagum dan ketertarikan tinggi, kecanduan, perasaan ingin, dan kesetiaan.

---

<sup>17</sup> Karina Amaliantami, Amirudin, Mulyo Hadi Purnomo, “Korean Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z”, *Jurnal Nusa*, Vol.14 No.1 (2019)

Penelitian *kedua*, yaitu “Motivasi dan Perilaku Penggemar Kpop di Daerah Istimewa Yogyakarta “. Yang diteliti oleh Vania Rosalin Irmanto dan Fandy Tjipto<sup>18</sup>. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemahaman atas motivasi dan perilaku penggemar kpop khususnya DIY. Adapun metode yang dilakukan peneliti adalah pendekatan riset kualitatif yang menggunakan wawancara mendalam untuk mengumpulkan data utama. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa penggemar memiliki motivasi tinggi terhadap idol mereka selain itu banyak dampak positif yang diterima penggemar ketika mengidolakan artis kpop. Solidaritas antar penggemar terjalin dengan baik bahkan sudah seperti keluarga sendiri.

Penelitian *ketiga*, yaitu “Tingkat Fanatisme Penggemar Kpop dan Kemampuan Mengelola Emosi Pada Komunitas EXO-L di Kota Yogyakarta”. Yang diteliti oleh Sufi Hindun Juwita<sup>19</sup>. Metode yang dilakukan oleh peneliti adalah kuantitatif deskriptif. Adapun hasil penelitian yang dapat disimpulkan bahwa tingkat fanatisme pada komunitas EXO-L masuk dalam kategori sedang (89%) dan pengelolaan emosi masuk kategori sedang (81%).

Penelitian *keempat*, yaitu “Makna Idola dalam Pandangan Penggemar (Studi Komparasi Interaksi Parasosial Fanboy dan Fangirl ARMY BTS)”. Yang diteliti oleh Jeannette dan Sinta Paramitha<sup>20</sup>. Metode penelitiannya pendekatan kualitatif. Sehingga dapat ditarik kesimpulan dari hasil penelitian

---

<sup>18</sup> Vania Rosalin Irmanto dan Fandy Tjiptono, “Motivasi dan Perilaku Penggemar K-Pop di DIY”, *Jurnal Modus* Vol.23 No.1 (2013)

<sup>19</sup> Sufi Hindun Juwita, “Tingkat Fanatisme Penggemar K-Pop dan Kemampuan Mengelola Emosi Pada Komunitas EXO-L di Yogyakarta”, *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan dan Konseling*, Vol.4 No.7 (2018)

<sup>20</sup> Jeannette Mihardja dan Sinta Paramitha, “Makna Idola Dalam Pandangan Penggemar “, *Jurnal Koneksi*, Vol.2 No.2 (2018)

ini yaitu penggemar wanita lebih emosional daripada penggemar laki-laki. Sebab fangirl menganggap idola sebagai keluarga dan hubungan romatis, sedangkan fanboy menjadikan idola sebagai panutan saja.

Penelitian *kelima*, yaitu “Pengaruh Kpop bagi Penggemarnya: Sebuah Analisis Kajian Blog”. Yang diteliti oleh Lambok Hermanto Sihombing <sup>21</sup>. Metode penelitiannya menerapkan analisis terhadap identitas budaya dan media serta artikulasinya. Hasil dari penelitiannya yaitu menunjukkan bahwa kpop dalam konteks blog Korean Chingu dan Yeppopo adalah konstruksi yang dibentuk penggemar Indonesia.

Penelitian *keenam*, “Konstruksi Maskulinitas Boyband 2PM pada Remaja Penggemar Kpop”. Yang diteliti oleh Alna Hanana, Anisa Rahma, Arietta Widiarsanti, dan Rieka Mustika <sup>22</sup>. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Adapun hasil yang diteliti tersebut ialah maskulinitas yang dibangun oleh penggemar remaja 2PM dapat dilihat dari gaya, latar belakang ataupun media.

Penelitian *ketujuh*, “Studi Fenomenologi : Penggunaan Aplikasi Weverse Shop oleh ARMY “. Yang diteliti oleh Syanaz Lutfina dan Irwansyah <sup>23</sup>. Penelitiannya menggunakan metode penelitian kualitatif serta menggunakan pendekatan fenomenologi. Adapun hasil dari penelitiannya adalah terdapat lima tema dalam aplikasi Weverse : antusiasme kehadiran aplikasi,

---

<sup>21</sup> Lambok Hermanto Sihombing, “Pengaruh K-pop bagi Penggemarnya: Sebuah Analisis Kajian Blog”, *Jurnal Makna*, Vol.3 No.1 ( 2018 )

<sup>22</sup> Alna Hanana, Anisa Rahma, Arietta Widiarsanti dan Rieka Mustika, “ Konstruksi Makulinitas Boyband 2PM pada Remaja Penggemar K-pop”, *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vol.9 No.1 ( 2018 )

<sup>23</sup> Syahnaz Lutfina dan Irwansyah, “ Studi Fenomenologi : Penggunaan Aplikasi Weverse Shop oleh ARMY”, *Jurnal Komunikasi*, Vol.18 No.3 ( 2020 )



penggunaan dan pengembangan aplikasi, pemilihan untuk penggunaan aplikasi, alasan pembelian barang koleksi menggunakan weverse, aplikasi weverse shop menjadi salah satu bentuk konstruksi teknologi sosial.

Penelitian *kedelapan*, “ Bentuk Budaya Populer dan Konstruksi Perilaku Konsumen Studi Terhadap Remaja “. Yang diteliti oleh Melly Ridaryanti <sup>24</sup>. Penelitian kualitatif merupakan metode yang digunakan oleh peneliti. Adapun hasil dari penelitian tersebut adalah terdapat faktor penarik dan pendorong minat pada budaya korea yang berasal dari diri informan.

Penelitian *kesembilan*, “Konstruksi Makna Fangirling (Studi Fenomenologi Pada Fan Account Twitter Penggemar IU Dikalangan Follower @\_IUINDONESIA)”. Yang diteliti oleh Dwi Ismi Novianti, Ana Fitriana dan Oky Oxygentri.<sup>25</sup> Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Adapun hasil dari penelitian ini dapat dilihat bahwa penggemar kpop mempunyai makna dari kegiatan fangirling, baik sebagai hiburan atau dukungan terhadap idolnya. Kegiatan fangirling memberikan dampak positif kepada penggemar seperti pengalaman komunikasi dan dapat memperluas pertemanan.

Penelitian *kesepluluh*, “Budaya Konsumerisme Dalam Kalangan Penggemar Kpop”. Yang diteliti oleh Norafiqoh Shahirah Ayob dan Azlina

---

<sup>24</sup> Melly Ridaryanti, “ Bentuk Budaya Populer dan Konstruksi Perilaku Konsumen Studi Terhadap Remaja “. *Jurnal Visi Komunikasi*, Vol.13 No. 1 ( 2014 )

<sup>25</sup> Dwi Ismi Novianti, Ana Fitriana dan Oky Oxygentri, “Konstruksi Makna Fangirling (Studi Fenomenologi Pada Fan Account Twitter Penggemar IU Dikalangan Follower @\_IUINDONESIA)”, *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* , Vol. 9 No. 2 ( 2022 )

Abdullah<sup>26</sup>. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif. Adapun hasil penelitian ini merupakan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku kalangan penggemar kpop serta media massa menjadi komoditi sosial dalam bentuk hiburan dan informasi.

Berdasarkan tinjauan pustaka yang peneliti teliti dari beberapa penelitian terdahulu, kedudukan peneliti sebagai pengembangan dari hasil penelitian terdahulu. Pada penelitian sebelumnya juga terdapat kesamaan dan perbedaan dengan peneliti mengenai metode penelitian. Sedangkan penelitian terkait konstruksi sosial penggemar kpop ARMY belum banyak yang meneliti, hal ini yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan mengkaji lebih dalam informasi seputar dunia kpop.

## **F. Landasan Teori**

Konstruksi sosial dapat diartikan sebagai proses sosial dengan tindakan dan interaksi antar individu, menciptakan realitas dan dialami secara subjektif<sup>27</sup>. Peter L. Berger melihat realitas mempunyai pola yang teratur dan dapat diterima karena dalam interaksi terdapat pola realitas sama antar individu atau kelompok. Berger menjelaskan bahwa proses sosial terjadi antar individu hingga menghasilkan realitas dialami secara subjektif. Manusia menjadi

---

<sup>26</sup> Norafiqoh Shahirah Ayob dan Azlina Abdullah, “Budaya Konsumerisme Dalam Kalangan Penggemar K-pop”, *Jurnal Wacana Sarjana*, Vol.5 No.3 (2021)

<sup>27</sup> <https://dkv.binus.ac.id/2015/05/18/teori-konstruksi-realitas-sosial/> Diakses pada 10 Februari 2022 pukul 13.00 WIB

instrument untuk menciptakan realitas sosial bersifat objektif melalui proses eksternalisasi.<sup>28</sup>

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Teori Konstruksi Sosial dari Peter L. Berger mendefinisikan bahwa realitas terbentuk karena adanya sosial dan pengetahuan dapat menganalisa bagaimana proses itu terjadi.

Konstruksi sosial menurut Peter Ludwing Berger mempunyai tiga komponen, yaitu: pertama, eksternalisasi atau proses dimana individu melihat kenyataan realitas sosial. Kedua, obyektivasi atau pemahaman tentang realitas sosial. Ketiga, internalisasi didapatkan melalui sosialisasi.<sup>29</sup>

Dibawah ini pemahaman mengenai teori Peter L Berger mengenai eksternalisasi, obyektivasi dan internalisasi: <sup>30</sup>

- a. Eksternalisasi merupakan suatu proses individu melihat realitas kenyataan sosial kemudian individu memahami dengan subjektif dirinya. Eksternalisasi, merupakan pencerahan dari diri manusia di dunianya sebagai fans idol kpop. Makna individu pada dasarnya bukan hanya dapat dipahami oleh dirinya sendiri, tetapi juga dapat dipahami oleh orang lain. Penggemar BTS atau disebut ARMY merupakan fenomena dalam dunia kpop. Hal ini dapat dilihat bahwa persebaran penggemar tidak hanya nasional tetapi internasional. Selain itu fenomena penggemar ini telah diakui oleh masyarakat umum.

---

<sup>28</sup> Margaret M Poloma, *Sosiologi Kontemporer*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 301-302

<sup>29</sup> *ibid*

<sup>30</sup> Prof. Dr. H. M. Burhan Bungin, S. Sos., M. Si, *Konstruksi Sosial Media Massa*, (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2008 ), hlm. 131

- b. Obyektivasi yaitu dimana individu memahami realitas sosial menjadi kenyataan sosial. Aktivitas individu dalam memahami produk atau karya sosial masyarakat dinamakan obyektivasi. Pengetahuan akan dianggap sebagai sesuatu yang benar karena adanya proses pertimbangan di saat individu menerima pengetahuan yang telah melalui proses sosialisasi. Obyektivasi merupakan sumber hasil yang telah dicapai dari proses eksternalisasi tersebut baik secara mental maupun secara fisik. Hasil yang dicapai pada proses ini dirasakan langsung secara mental maupun secara fisik.
- c. Internalisasi merupakan proses interaksi yang terjadi pada individu. Tahapan ini menjadikan seseorang sebagai bagian masyarakat. Disinilah individu mengidentifikasi diri dengan kelompok sosial tempat dimana ia menjadi anggota. Budaya kpop akan memberikan pengaruh maupun pemahaman mengenai perilaku sebagai penggemar. Bahkan lingkungan sekitar dapat merubah pola perilaku saat individu satu dengan individu lainnya sedang berinteraksi.

Menurut Peter L. Berger terdapat tiga bentuk realitas sosial:<sup>31</sup>

1. Realitas Sosial objektif

Realitas sosial menyangkut ideologi, keyakinan, gejala – gejala sosial, tindakan ataupun perilaku yang terjadi di masyarakat. Konstruksi sosial yang dijelaskan oleh Berger menyimpulkan eksternalisasi merupakan

---

<sup>31</sup> <https://dkv.binus.ac.id/2015/05/18/teori-konstruksi-realitas-sosial/> Diakses pada 10 Februari 2022 pukul 13.00 WIB

pencurahan diri manusia di dunia baik dalam kegiatan fisik maupun mental.<sup>32</sup>

## 2. Realitas Sosial Simbolik

Secara umum, realitas sosial dapat dilihat melalui karya seni, karya fiksi, hingga berita di media. Idol kpop tentu saja mengalami perjuangan yang tidak mudah dalam mencapai popularitas. Dunia entertainment mempunyai aturan berbeda terlebih kepada seorang idol. Hampir tiap tahun idol kpop comeback, merilis lagu baru, mengeluarkan album terbaru dan photocard sebagai hasil kerja keras untuk dipersembahkan kepada penggemarnya.

## 3. Realitas Sosial Subjektif

Kenyataan individu akan berubah setelah melihat individu yang lain berdasar apa yang mereka lihat. Pengaruh yang diberikan oleh idol tentu akan diikuti oleh penggemarnya baik dari segi berpakaian, cara berbicara dan gaya keseharian. Banyak penggemar merubah gaya hidupnya agar terlihat lebih baik dan tertata seperti idolnya. Mereka meniru agar mempunyai sisi baik dimata orang lain.

Hadirnya konstruksi sosial pada penggemar kpop adalah suatu alat untuk melihat bagaimana proses konstruksi sosial itu terjadi. Kalangan pecinta idol kpop tidak selamanya dinilai sebagai seseorang fanatik

---

<sup>32</sup> Charles L. Ngangi, "Konstruksi Sosial Dalam Realitas Sosial" *Jurnal ASE*, Vol.7 No.2 ( 2012 )

saja. Kenyataan yang terjadi sebenarnya semata memberi dukungan atas kerja keras idol mereka.

## **G. Metode Penelitian**

Untuk melakukan penelitian yang baik dan benar, maka diperlukan metode penelitian yang tersusun secara sistematis. Sehingga data yang diperoleh menjadi valid.

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif. Metode deskriptif diartikan sebagai pemecahan masalah yang menggambarkan keadaan sebenarnya. Menggunakan jenis penelitian ini, maka peneliti mengetahui kondisi sebenarnya mengenai konstruksi sosial kpop atas idol kpop ARMY di Yogyakarta dan mendeskripsikan seperti apa pemahaman tentang penggemar BTS yang terjadi di Yogyakarta.

### **2. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian dalam penelitian ini di Kota Yogyakarta. Peneliti memilih Yogyakarta sebagai lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan tertentu. Pemilihan lokasi penelitian di Yogyakarta karena adanya

karakteristik pada lokasi yang dipilih. Penggemar BTS di Yogyakarta mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

### 3. Sasaran Penelitian

Sasaran dari penelitian ini yaitu penggemar kpop khususnya ARMY di Yogyakarta.

### 4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data salah satu bagian dari instrument yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu penelitian.<sup>33</sup> Terdapat tiga metode yang dilakukan dalam pengumpulan data ini, yaitu:

#### a. Observasi

Observasi merupakan cara pengumpulan data atau mencari data untuk memberikan suatu kesimpulan.<sup>34</sup> Pada penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan secara langsung di lokasi penelitian untuk mengamati aktivitas dan mendapatkan informasi dari penggemar BTS atau ARMY. Observasi yang dilakukan peneliti untuk mendeskripsikan gambaran umum terkait bagaimana konstruksi sosial yang terjadi pada penggemar BTS (ARMY).

---

<sup>33</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial Forma-Format Kuantitatif Dan Kualitatif* (Surabaya: Airlangga University, 2001)

<sup>34</sup> Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial* (Jakarta: Salemba Humanika, 2010).

Pada penelitian ini, peneliti telah melakukan observasi pertama pada tanggal 31 Juli 2022 yaitu melihat bagaimana kondisi lingkungan dan melihat bagaimana aktivitas seorang penggemar BTS di Mall Malioboro dan Jalan Kaliurang Km.12,5 Yogyakarta. Hasil observasi dicatat atau diabadikan melalui handphone. Sebelum menyusun skripsi ini, peneliti telah melakukan mini riset melalui media sosial seperti web penggemar BTS, dll.

Observasi dilakukan untuk mendeskripsikan terkait gambaran umum serta profil penggemar BTS. Melalui observasi, peneliti secara langsung mengamati dan mengikuti kegiatan yang dilakukan penggemar BTS. Mengamati melalui kegiatan tersebut peneliti dapat mengetahui bagaimana awal mula tergabung sebagai penggemar, bagaimana solidaritas antar penggemar dan seperti apa dampak menjadi seorang penggemar BTS.

Observasi pertama pada tanggal 31 Juli 2022 yaitu melihat bagaimana kondisi lingkungan dan melihat bagaimana aktivitas seorang penggemar BTS di Mall Malioboro dan Jalan Kaliurang Km.12,5 Yogyakarta. Observasi kedua, dilakukan pada tanggal 05 Agustus 2022 yaitu melihat bagaimana kondisi lingkungan dan melihat apa saja koleksi barang yang disimpan oleh penggemar. Observasi ketiga, dilakukan pada



tanggal 09 Agustus 2022 yaitu melihat kondisi lingkungan dan melihat bagaimana interaksi antar penggemar dengan non penggemar kpop.

Hasil observasi yang dilakukan yaitu penggemar kpop (ARMY) telah mengoleksi berbagai barang yang berkaitan dengan BTS. Kedua, penggemar kpop memiliki kegiatan yang biasa dilakukan seperti update informasi terkait idol mereka di media sosial khususnya Instagram, twitter, weverse, tiktok dan youtube. Ketiga, untuk saat ini tidak ada event besar-besaran yang dilakukan oleh penggemar BTS seperti sebelum pandemik.

b. Wawancara

Wawancara merupakan suatu interaksi yang mana di dalamnya terdapat pertukaran aturan, informasi, tanggung jawab, perasaan, kepercayaan, dan motif<sup>35</sup>. Wawancara meliputi kegiatan tanya jawab yang dilakukan oleh dua orang atau lebih yang dilakukan oleh peneliti. Adapun tujuan dari wawancara yaitu melengkapi data yang tidak didapatkan selama observasi. Supaya hasil wawancara dapat direkam dengan baik, dan penulis memiliki bukti telah melakukan wawancara dengan informan, maka peneliti memerlukan bantuan alat tulis dan handphone.

---

<sup>35</sup> Ibid

Wawancara telah dilakukan bersama beberapa informan pada waktu dan lokasi yang berbeda. Informan yang didapatkan oleh peneliti meliputi ARMY dan Mulfand atau seseorang yang menyukai idol kpop lebih dari satu. Wawancara ini bertujuan untuk mengetahui informasi terkait awal mula dan mengapa menjadi penggemar BTS. Apa alasan mereka menyukai BTS dan kenapa masih bertahan menjadi ARMY sampai sekarang ini. Daftar pertanyaan yang akan diajukan dengan memperhatikan indikator-indikator dari teori Konstruksi Sosial. Indikator-indikator tersebut diambil dari 3 komponen yaitu eksternalisasi, obyektivasi dan internalisasi.

Wawancara digunakan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana konstruksi sosial terjadi dalam komunitas penggemar BTS. Sebelum melaksanakan wawancara, peneliti menyusun daftar pertanyaan terlebih dahulu. Daftar pertanyaan yang akan diajukan memperhatikan indikator dari teori konstruksi sosial. Indikator tersebut melalui 3komponen yaitu eksternalisasi, obyektivasi dan internalisasi yang kemudian dikembangkan menjadi pertanyaan.

Tabel 1. 1

## Pelaksanaan Wawancara

No	Kegiatan	Tanggal	Keterangan
1.	Wawancara Pertama	31 Juli 2022	Mewawancarai Mbak Wiwin, Mbak Qory, dan Mbak Nunung

			selaku ARMY
2.	Wawancara Kedua	05 Agustus 2022	Mewawancarai Mbak Alda selaku mulfand
3.	Wawancara Ketiga	07 Agustus 2022	Mewawancarai Mbak Kokom, Dimas dan Bian selaku mulfand
4.	Wawancara Keempat	09 Agustus 2022	Mewawancarai Galang dan Diky selaku ARMY
5.	Wawancara Kelima	13 Agustus 2022	Mewawancarai Maharani selaku ARMY

### c. Dokumentasi

Dokumentasi menurut Sugiyono yaitu suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data maupun informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan, gambar, berupa laporan guna mendukung penelitian <sup>36</sup>. Dokumentasi juga menjadi metode yang membantu mengabadikan momen kegiatan penelitian sebagai data primer. Alat dokumentasi yang digunakan peneliti yaitu handphone, berguna untuk memotret momen penelitian di lapangan. Selain itu peneliti juga menulis catatan penting seperti informasi yang didapat saat penelitian dan melakukan foto bersama penggemar kpop yang ada di Yogyakarta.

<sup>36</sup> <https://eprints.uny.ac.id/53740/4/TAS%20BAB%20III%2013416241020.pdf> diakses pada 20 Juli 2020, pukul 15.00 WIB

Hasil dokumentasi dalam penelitian yang telah dilakukan, peneliti mengumpulkan data melalui media sosial Instagram, youtube, foto bersama dan tiktok. Sumber dokumentasi yaitu berasal dari akun media sosial BTS. Mengambil hasil dokumentasi melalui media sosial karena peneliti ingin memperkenalkan kepada pembaca terkait BTS dan ARMY.

## 5. Sumber Data

### a. Data Primer

Peneliti memperoleh data melalui informan. Data terkumpul, diolah dan diseleksi dalam hasil penelitian. Data primer terdiri dari opini individu maupun kelompok, hasil observasi, kejadian dan pengamatan secara langsung di lapangan.

Untuk mendapatkan data tersebut, peneliti turun langsung ke lapangan dan mengikuti kegiatan yang dilakukan penggemar ARMY di Yogyakarta. Selain itu, peneliti akan berkomunikasi kembali dengan informan melalui handphone jika data yang diperoleh belum terpenuhi.

### b. Data Sekunder

Data yang diperoleh peneliti berbentuk gambar, catatan atau laporan yang didokumentasikan seperti foto kegiatan penggemar BTS di Yogyakarta.

## 6. Metode Analisis Data

Metode analisa data yang digunakan peneliti berdasarkan Analisa Miles dan Hubermas<sup>37</sup>. Langkah utama yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian/display data, dan tahapan yang keempat yaitu verifikasi data. Tahapan tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

### a. Reduksi Data

Reduksi data adalah kegiatan merangkum, memilih hal pokok, memfokuskan pada hal penting, tema dan polanya.<sup>38</sup> Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran lebih jelas dan mempermudah dalam mengumpulkan data. Pada dasarnya tujuan dalam penelitian kualitatif yakni memperhatikan pola dan makna yang tersembunyi pada suatu data.

Reduksi data yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu mengumpulkan data dari hasil observasi, wawancara, dan dokumen yang didapat di lapangan. Data yang telah didapat kemudian diseleksi menjadi pokok penting dalam penelitian.

### b. Penyajian Data

---

<sup>37</sup> Ilyas, "Pendidikan Karakter Melalui Homeschooling ", *Jurnal of Nonformal Education*, Vol.2, No.1, ( 2016 )

<sup>38</sup> *Ibid*, hlm 129.

Penyajian data merupakan sebagian informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.<sup>39</sup> Guna penyajian data ini untuk meningkatkan pemahaman kasus sebagai acuan mengambil tindakan berdasar pemahaman analisis data. Pada tahapan ini, terdapat pokok permasalahan terkait konstruksi sosial dalam pemahaman penggemar ARMY di Yogyakarta. Selanjutnya akan dipaparkan berdasar teori konstruksi sosial yang terdiri dari eksternalisasi, obyektivasi dan internalisasi.

#### c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dapat menjawab fokus penelitian berdasar analisis data.<sup>40</sup> Kesimpulan disajikan dalam bentuk deskriptif objek penelitian dan berpedoman pada kajian penelitian. Selanjutnya verifikasi dapat dilakukan melalui pengumpulan data baru.

### H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan yang dilakukan oleh peneliti bertujuan mempermudah peneliti dalam memahami penelitian ini. Berikut penjabaran sistematika pembahasan dalam penelitian ini:

---

<sup>39</sup> *Ibid*, hlm 131.

<sup>40</sup> *Ibid*, hlm 133.

## BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama, berupa pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, landasan teori, metode penelitian, serta sistematika. Tujuan dalam penulisan ini agar memiliki arahan yang jelas terhadap masalah yang diteliti yaitu pemahaman tentang penggemar ARMY di Yogyakarta dan akan dibahas pada bab selanjutnya.

## BAB II SETTING LOKASI PENELITIAN

Bab kedua, menjelaskan tentang gambaran umum lokasi penelitian, objek penelitian dan kegiatan yang dilakukan penggemar BTS di Yogyakarta.

## BAB III PEMAHAMAN TENTANG PENGGEMAR BTS DI YOGYAKARTA

Bab ketiga, menjelaskan tentang temuan data mengenai konstruksi sosial yang terjadi pada penggemar BTS di Yogyakarta.

## BAB IV ANALISIS KONSTRUKSI SOSIAL TERHADAP PEMAHAMAN PENGGEMAR BTS DI YOGYAKARTA

Bab keempat, menjelaskan tentang analisis data dari hasil temuan di lapangan dengan teori yang telah ditetapkan peneliti. Data yang sudah didapatkan kemudian di analisis menggunakan teori yang telah ditetapkan peneliti dalam penelitian ini.

## BAB V PENUTUP

Bab kelima, bab terakhir dalam penelitian ini, peneliti memberikan kesimpulan dan rekomendasi yang ditujukan kepada peneliti selanjutnya.





## **BAB V**

### **PENUTUP**

Bab lima merupakan penutup dengan kesimpulan, rekomendasi, dan penelitian. Penelitian telah dilakukan dan dianalisis menggunakan teori yang telah ditetapkan bertujuan untuk memberikan kesimpulan. Penelitian ini dapat menyimpulkan dan menjawab bagaimana Analisis Konstruksi realitas sosial atas Idol Kpop ARMY di Yogyakarta. Peneliti juga memberikan rekomendasi kepada berbagai pihak yang berkaitan dengan penelitian. Kemudian terdapat kendala penelitian yang mencakup apa saja saat melakukan penelitian.

#### **A. KESIMPULAN**

1. Eksternalisasi, merupakan bentuk pcurahan dari diri manusia di dunianya sebagai fans idol kpop. BTS merupakan boygrup yang berhasil menarik perhatian orang banyak. Untuk membedakan fandom BTS dengan fandom lainnya, BTS meresmikan Ungu sebagai warna fandom ARMY. Member BTS terdiri dari 7 orang dan tentunya memeluk segudang prestasi. Hal inilah akhirnya membuat penggemar menjatuhkan hatinya kepada BTS.
2. Objektivasi, merupakan sumber hasil yang telah dicapai dari tahap eksternalisasi. Adapun hasil dari proses ini adalah penggemar BTS selalu merasa bersemangat, tenang dan damai setiap mendengarkan lagu BTS. Selain itu, mereka akan memiliki banyak teman selama bergabung dalam komunitas tersebut.

3. Internalisasi, merupakan dasar pemahaman oleh individu atau kelompok lain dan adanya pemahaman tentang makna dari kenyataan sosial. Penggemar mampu menempatkan dirinya sebagai fans kpop baik dan tidak fanatik seperti pandangan orang lain.

## **B. KENDALA PENELITIAN**

1. Tidak bisa melakukan observasi secara keseluruhan terkait kegiatan yang dilakukan oleh penggemar idol kpop BTS (ARMY) dikarenakan sedang tidak mengadakan kegiatan karena untuk mencegah terjadinya penyebaran covid-19.

## **C. REKOMENDASI**

Ada berbagai tahapan penelitian yang dilakukan untuk menemukan hasil dari penelitian terkait Konstruksi Sosial Penggemar Kpop ARMY di Yogyakarta. Peneliti memberikan beberapa rekomendasi. Rekomendasi ini ditujukan untuk kepentingan akademik, penggemar kpop, non penggemar dan masyarakat sebagai berikut:

1. Secara sosiologis, peneliti berharap penelitian ini dapat membantu membangun pengetahuan ilmiah yang ada dalam ilmu-ilmu sosial dan sosiologi budaya.
2. Peneliti berharap kepada peneliti selanjutnya dapat mengkaji terkait Konstruksi Sosial Penggemar Kpop ARMY di Yogyakarta.

Sehingga peneliti selanjutnya dapat menemukan informasi terbaru mengenai permasalahan ini.



## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial Forma-Format Kuantitatif Dan Kualitatif* (Surabaya: Airlangga University, 2001).
- Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial* (Jakarta: Salemba Humanika, 2010).
- John Hartley, “*Communication, Cultural, Media Studies*”, (Yogyakarta: Jalasutra, 2010)
- John Storey, “*Cultural Theory and Popular Culture an Introduction*” (Pearson Longman, 2009).
- Margaret M Poloma, *Sosiologi Kontemporer*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004).
- Prof. Dr. H. M. Burhan Bungin, S. Sos., M. Si, *Konstruksi Sosial Media Massa*, (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2008).

### JURNAL

- Alna Hanana, Anisa Rahma, Arietta Widiarsanti dan Rieka Mustika, “Konstruksi Makulinitas Boyband 2PM pada Remaja Penggemar K-pop”, *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vol.9 No.1 (2018)
- Charles L. Ngangi, “Konstruksi Sosial Dalam Realitas Sosial “*Jurnal ASE*, Vol.7 No.2 (2012)
- Dwi Ismi Novianti, Ana Fitriana dan Oky Oxygentri, “Konstruksi Makna Fangirling (Studi Fenomenologi Pada Fan Account Twitter Penggemar IU Dikalangan Follower @\_IUINDONESIA)”, *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, Vol. 9 No. 2 (2022)
- Ilyas, “Pendidikan Karakter Melalui Homeschooling “, *Jurnal of Nonformal Education*, Vol.2, No.1, (2016)
- Jeannette Mihardja dan Sinta Paramitha, “Makna Idola Dalam Pandangan Penggemar “, *Jurnal Koneksi*, Vol.2 No.2 (2018)

- Karina Amaliantami, Amirudin, Mulyo Hadi Purnomo, “Korean Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z”, *Jurnal Nusa*, Vol.14 No.1 (2019)
- Lambok Hermanto Sihombing, “Pengaruh K-pop bagi Penggemarnya: Sebuah Analisis Kajian Blog”, *Jurnal Makna*, Vol.3 No.1 (2018)
- Melly Ridaryanti, “ Bentuk Budaya Populer dan Konstruksi Perilaku Konsumen Studi Terhadap Remaja “. *Jurnal Visi Komunikasi*, Vol.13 No. 1 ( 2014 )
- Norafiqoh Shahirah Ayob dan Azlina Abdullah, “Budaya Konsumerisme Dalam Kalangan Penggemar K-pop”, *Jurnal Wacana Sarjana*, Vol.5 No.3 (2021
- Sufi Hindun Juwita, “Tingkat Fanatisme Penggemar K-Pop dan Kemampuan Mengelola Emosi Pada Komunitas EXO-L di Yogyakarta”, *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan dan Konseling*, Vol.4 No.7 (2018)
- Syahnaz Lutfina dan Irwansyah, “ Studi Fenomenologi : Penggunaan Aplikasi Weverse Shop oleh ARMY”, *Jurnal Komunikasi*, Vol.18 No.3 ( 2020 )
- Vania Rosalin Irmanto dan Fandy Tjiptono, “Motivasi dan Perilaku Penggemar K-Pop di DIY”, *Jurnal Modus* Vol.23 No.1 (2013)

## WEB

- <http://salamkorea.com/read/celebrity-news/kpop-news/2014/03/asal-mula-demam-k-pop-di-indonesia/> Diakses pada 07 November 2021, pukul 09.00 WIB
- <http://www.slemankab.go.id/profil-kabupaten-sleman/geografi/letak-dan-luas-wilayah> Diakses pada 23 Juli 2022, Pukul 10.00 WIB
- [https://bantulkab.go.id/data\\_pokok/index/0000000006/kondisi-geografis.html](https://bantulkab.go.id/data_pokok/index/0000000006/kondisi-geografis.html) Diakses pada 22 Juli 2022, Pukul 23.00 WIB
- [https://bantulkab.go.id/data\\_pokok/index/0000000006/kondisi-geografis.html](https://bantulkab.go.id/data_pokok/index/0000000006/kondisi-geografis.html) Diakses pada 22 Juli 2022, Pukul 23.00 WIB
- <https://isubogor.pikiran-rakyat.com/gaduh/pr-45765112/keren-donasi-army-bts-di-berbagai-kegiatan-amal-tembus-rp25-miliar> Diakses pada 08 November 2021, pukul 09.00 WIB
- <https://jogjaprov.go.id/berita/kondisi-geografis> Diakses pada 22 Juli 2022, Pukul 22: 50 WIB

<https://jogjaprov.go.id/berita/kondisi-geografis> Diakses pada 22 Juli 2022, Pukul 22: 50 WIB

<https://kabarmedan.com/jimin-bts-ulang-tahun> Diakses pada 25 Juli 2022, Pukul 14.00 WIB

<https://kbbi.lektur.id/budaya-pop> Diakses pada 25 Juli 2022, Pukul 13.00 WIB

<https://kpopchart.net/2020/09/indonesia-masuk-daftar-negara-dengan-jumlah-fans-k-pop-terbanyak-di-twitter.html> Diakses pada 08 November 2021, pukul 08.00 WIB

<https://kulonprogokab.go.id/v31/detil/7672/kondisi-umum> Diakses pada 23 Juli 2022, Pukul 12.00 WIB

<https://mediaindonesia.com/ekonomi/375054/manfaatkan-k-pop-untuk-pulihkan-ekonomi-indonesia> Diakses pada 07 November 2021, pukul 09.00 WIB

<https://money.kompas.com/read/2020/10/15/074500126/bagaimana-k-pop-dan-k-drama-pengaruhi-ekonomi-korsel-?page=all> Diakses pada 07 November 2021, pukul 08.15 WIB

<https://retizen.republika.co.id/posts/11486/kekuatan-fandom-untuk-mendukung-sang-idola> Diakses pada 07 November 2021, pukul 09.00 WIB

<https://www.ayobandung.com/netizen/pr-79724691/kekuatan-penggemar-indonesia-di-balik-kesuksesan-idola-k-pop?page=all> Diakses pada 07 November 12.00 WIB

<https://www.ayobandung.com/netizen/pr-79724691/kekuatan-penggemar-indonesia-di-balik-kesuksesan-idola-k-pop?page=all> Diakses pada 08 November 2021, pukul 08.00 WIB

<https://www.ayobandung.com/netizen/pr-79724691/kekuatan-penggemar-indonesia-di-balik-kesuksesan-idola-k-pop> Diakses pada 25 Juli 2022, Pukul 15.00 WIB

<https://www.bpkp.go.id/diy/konten/824/Profil-Kota-Yogyakarta> Diakses pada 23 Juli 2022, Pukul 13.00 WIB

<https://www.bpkp.go.id/diy/konten/830/Profil-Kabupaten-Sleman> Diakses pada 23 Juli 2022, Pukul 10.00 WIB

<https://www.bpkp.go.id/diy/konten/835/Profil-Kabupaten-Gunungkidul> Diakses pada 23 Juli 2022, Pukul 12.00 WIB

- <https://www.cnbcindonesia.com/market/20191215200107-17-123247/korea-tak-punya-tambang-migas-tapi-bisa-cuan-besar-dari-kpop> Diakses pada 07 November 2021, pukul 08.00 WIB
- <https://www.cnbcindonesia.com/market/20191215200107-17-123247/korea-tak-punya-tambang-migas-tapi-bisa-cuan-besar-dari-kpop> Diakses pada 07 November 2021, pukul 08.00 WIB
- <https://www.dw.com/id/beramal-dengan-gembira-ala-penggemar-bts-army>  
Diakses pada 25 Juli 2022, Pukul 13.00 WIB
- <https://www.gotravelaindonesia.com/projects/kota-yogyakarta/> Diakses pada 23 Juli 2022, Pukul 13.15 WIB
- <https://www.kapanlagi.com/korea/apa-arti-army-penggemar-bts-ketahui-sejarah-fandom-terbesar-k-pop-2ac3cd.html> Diakses pada tanggal 25 Juli 2022, Pukul 13.00 WIB
- <https://www.kompas.com/global/read/2021/06/26/193507970/benarkah-fans-kpop-terbesar-ada-di-indonesia?page=all> Diakses pada 07 November 2021, pukul 12.00 WIB
- <https://www.republika.co.id/berita/rd1bmf463/komunitas-penggemar-bts-senyum-army-galang-dana-bantu-anak-putus-sekolah> Diakses pada 25 Juli 2022, Pukul 14.00 WIB
- <https://www.suara.com/lifestyle/2021/07/23/150718/tak-sekadar-fans-begini-cara-bts-army-indonesia-galang-solidaritas-pandemi-covid-19> Diakses pada 25 Juli 2022, Pukul 13.00 WIB