

**ANALISIS RESEPSI PENGGEMAR DI INDONESIA
MENGENAI NILAI INKLUSIVITAS DALAM *MUSIC VIDEO*
BANGTAN SONYEONDAN (BTS) “PERMISSION TO DANCE”**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh:

Zahra Jauza Al-Jannah

NIM 18107030050

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2023

HALAMAN PENGESAHAN



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-341/Un.02/DSH/PP.00.9/04/2023

Tugas Akhir dengan judul : Analisis Resepsi Penggemar di Indonesia Mengenai Nilai Inklusivitas dalam Music Video BTS "Permission to Dance"

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ZAHRA JAUZA AL-JANNAH
Nomor Induk Mahasiswa : 18107030050
Telah diujikan pada : Selasa, 28 Maret 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Dr. Bono Setyo, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 642b6e551e07e



Penguji I
Dr. Fatma Dian Pratiwi, S.Sos M. Si.
SIGNED

Valid ID: 642b950a6c35f



Penguji II
Tariq Yazid, S.I.Kom., M.A.
SIGNED

Valid ID: 642b7ef4198a6



Yogyakarta, 28 Maret 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 642b489c97401

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Zahra Jauza Al-Jannah

Nomor Induk : 18107030050

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Advertising

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya / penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya / penelitian orang lain. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 08 Maret 2023

Yang Menyatakan,



Zahra Jauza Al-Jannah

NIM 18107030050

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

NOTA DINAS PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

DINAS PEMBIMBING FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Zahra Jauza Al-Jannah
NIM : 18107030050
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

ANALISIS RESEPSI PENGGEMAR DI INDONESIA MENGENAI NILAI INKLUSIVITAS DALAM MUSIC VIDEO BANGTAN SONYEONDAN (BTS) "PERMISSION TO DANCE"

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 4 April 2023

Pembimbing


Drs. Bono Setvo, M.Si.
NIP. 19690317 2008001 1 013

ABSTRACT

Bangtan Sonyeondan (BTS) is one of the K-Pop musicians who is considered to convey the value of inclusivity through one of their music videos titled "Permission to Dance". While the negative assumptions about them are also not small. Hence, this research aims to uncover and analyze the reception of their fans in Indonesia about the value of inclusivity in the music video. With the fact that their Indonesian fans are very diverse and culturally different from South Korea. This research uses Stuart Hall's Encoding & Decoding Theory. This research is qualitative research with a critical paradigm and reception analysis method. The result found that their fans interpreted the value of inclusiveness in the lyrics, visualization, and choreography in the music video. There are two audience decoding positions, dominant hegemony and negotiation. The decoding position of fans is influenced by individual difference perspective and social relation perspective. Moreover, it was found that the inclusivity of BTS was also a soft power. Therefore, it is possible that their fans have been unconsciously manipulated by BTS and their music, but their fans also show that they are active as pop audiences by integrating meaning as individuals and continuing meaning as a fandom.

Keywords: BTS; Fans; Inclusivity Value; Music Video; Reception Analysis



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN MOTTO

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ ۗ
إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Q.S Al-Hujurat : 13

Dari Abu Hurairah berkata, Rasulullah saw. bersabda: “Sesungguhnya Allah tidak melihat fisik dan harta kalian tetapi Allah melihat hati dan amal kalian”

HR. Muslim.

“No matter who you are, where you’re from, your skin color, your gender identity, just speak yourself. Find your name and find your voice by speaking yourself”

RM of BTS

وَالضُّحَىٰ (١) وَاللَّيْلِ إِذَا سَجَىٰ (٢) مَا وَدَّعَكَ رَبُّكَ وَمَا قَلَىٰ (٣)

Q.S Adh-Dhuha : 1-3

“Ketika kamu merasa sedang berada di titik terendah, yakinkan dalam hatimu kalau Allah selalu bersamamu dan akan selalu menjadi Penolongmu. Dan berharaplah hanya pada Allah, karena Dia tak akan pernah mengecewakanmu”

Penulis

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ. إِنَّ الْحَمْدَ لِلَّهِ نَحْمَدُهُ وَنَسْتَعِينُهُ وَنَسْتَغْوِيهِ، وَنَعُوذُ بِاللَّهِ مِنْ شُرُورِ أَنْفُسِنَا، وَمِنْ سَيِّئَاتِ أَعْمَالِنَا، مَنْ يَهْدِهِ اللَّهُ فَلَا مُضِلَّ لَهُ، وَمَنْ يَضِلَّ فَلَا هَادِيَ لَهُ، أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ، وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ. اللَّهُمَّ صَلِّ وَسَلِّمْ وَبَارِكْ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَا بَعْدُ

Paling utama, alhamdulillah atas berkah, karunia, dan pertolongan Allah SWT, skripsi ini dapat terselesaikan sampai pada titik ini. Penyusunan skripsi ini merupakan kajian singkat tentang **“Analisis Resepsi Penggemar di Indonesia Mengenai Nilai Inklusivitas dalam *Music Video* Bangtan Sonyeondan (BTS) *Permission to Dance*”**. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini tidak akan luput dari kesalahan yang harus diperbaiki. Untuk itu penulis terbuka dengan kritik dan saran yang membangun supaya skripsi ini dapat menjadi lebih baik. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., M.Sn. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos., M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

4. Ibu Dra. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik, yang telah membantu menyelesaikan segala bentuk permasalahan akademik selama masa perkuliahan.
5. Bapak Dr. Bono Setyo, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing dengan penuh kesabaran, meluangkan waktu, mencurahkan tenaga dan pikiran, memberikan dukungan dan motivasi bagi penulis selama proses penyusunan skripsi, serta membantu penulis agar skripsi ini dapat lebih mudah dan lebih cepat selesai.
6. Ibu Dr. Fatma Dian Pratiwi, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Penguji satu dan Bapak Tariq Yazid, S.I.Kom., M.A. selaku Dosen Penguji dua.
7. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
8. Kedua orang tua beserta segenap keluarga inti penulis, yang telah memberikan segala bentuk dukungan, dari do'a, mental, hingga finansial kepada penulis dengan ikhlas. Dimana skripsi ini tak mungkin sampai pada tahap ini kecuali atas do'a, dukungan, dan jasa mereka.
9. *Owner fanbase account @ARMYTEAMID*, yang telah mengizinkan dan memberikan bantuan kepada penulis untuk melakukan penelitian pada *account* dan *followers*-nya.
10. Kak Enny, Kak Fanny, Mas Masudin, Arum, Rummika, dan Rosita, dan Bapak Zaini, S.Sos., M.A. yang telah bersedia diwawancarai untuk penelitian ini, serta seluruh keluarga besar ARMY Indonesia yang telah

membantu proses pengumpulan data sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.

11. BTS, yang telah menjadi inspirasi utama dalam penyusunan skripsi ini.
12. Segenap rekan yang turut mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Semua pihak yang telah menjadi *mood booster* dan motivasi bagi penulis selama masa penyusunan skripsi. Serta semua pihak yang telah ikut berjasa dalam penyusunan skripsi ini yang tak dapat disebutkan satu-persatu.
14. Dan tak lupa terima kasih untuk diri sendiri yang telah berjuang dengan penuh kesabaran dan optimisme dalam menyelesaikan skripsi sampai pada tahap ini.

Kepada semua pihak tersebut, semoga amal baiknya mendapat balasan dari Allah SWT dengan balasan yang jauh lebih baik dan selalu mendapat limpahan rahmat dan \karunia-Nya, Aamiin.

Yogyakarta, 08 Maret 2023

Penulis,

Zahra Jauza Al-Jannah

NIM 18107030050

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
ABSTRACT	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR BAGAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	17
C. Tujuan Penelitian.....	17
D. Manfaat Penelitian	17
E. Tinjauan Pustaka.....	18
F. Landasan Teori	23

1. Analisis Resepsi (<i>Reception Analysis</i>).....	23
2. Penggemar sebagai Khalayak Media.....	29
3. Nilai Inklusivitas.....	34
4. Music Video (Video Klip)	36
G. Kerangka Pemikiran	45
H. Metode Penelitian	45
BAB II GAMBARAN UMUM.....	55
A. Gambaran Umum <i>Fandom</i> BTS.....	55
B. Heterogenitas Masyarakat Indonesia	57
C. Gambaran Umum Akun Twitter <i>Fanbase</i> @ARMYTEAMID.....	59
D. Gambaran Umum Music Video “Permission to Dance” Milik BTS	60
E. Data Informan.....	61
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	67
A. Resepsi Penggemar Mengenai Nilai Inklusivitas dalam MV BTS “Permission to Dance”	70
B. Hal yang Dapat Mempengaruhi Posisi Pembacaan Penggemar	101
C. Salah Satu Wujud Keaktifan Penggemar dalam Memproduksi Makna	106
BAB IV PENUTUP.....	111
A. Kesimpulan.....	111
B. Saran	112

DAFTAR PUSTAKA	17
LAMPIRAN-LAMPIRAN	26



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Tinjauan Pustaka	22
Tabel 2 Adegan dalam MV "Permission to Dance"	76
Tabel 3 Posisi Pembacaan Penggemar di Indonesia Mengenai Nilai Inklusivitas dalam MV BTS "Permission to Dance"	87



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Artis K-Pop Berdasarkan Percakapan di Twitter	4
Gambar 2 Cuplikan <i>Music Video</i> BTS "Permission To Dance"	10
Gambar 3 Salah Satu Koreografi Bahasa Isyarat di <i>Music Video</i> "Permission To Dance"	11
Gambar 4 <i>Tweet</i> ARMY 1	15
Gambar 5 Unggahan dalam Forum Quora	16
Gambar 6 Platform Media Sosial yang Paling Banyak Diakses oleh ARMY	48
Gambar 7 Scene Terakhir dalam MV "Permission to Dance"	78
Gambar 8 Postingan @ARMYTEAMID Mengetahui Koreografi Bahasa Isyarat.....	105
Gambar 9 Poster Kegiatan "Permission to Hope for Better Universe"	108
Gambar 10 Saat Wawancara via Zoom dengan Informan I (Informan Enny)	26
Gambar 11 Saat Wawancara via Zoom dengan Informan II (Informan Fanny) ..	26
Gambar 12 Saat Wawancara via Zoom dengan Informan III (Informan Rummika)	26
Gambar 13 Saat Wawancara dengan Informan IV (Informan Arum)	27
Gambar 14 Saat Wawancara via Zoom dengan Informan VII (Bapak Zaini, S.Sos., M.A.)	27
Gambar 15 Profil Akun Twitter Fanbase @ARMYTEAMID	27
Gambar 16 Dokumentasi Saat Wawancara via Whatsapp dengan Informan V (Informan Masudin).....	28

Gambar 17 Dokumentasi Saat Wawancara via Whatsapp dengan Informan VI

(Informan Rosita) 28



DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Kerangka Pemikiran.....	45
---------------------------------	----



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Budaya pop merupakan salah satu hal yang cukup banyak dibahas dalam *cultural studies*. Budaya pop muncul akibat adanya pandangan yang memisahkan antara budaya tinggi dan budaya rendah dan menganggap budaya pop sebagai kebudayaan yang diproduksi secara komersial, bersifat tidak orisinal dan manipulatif (Barker, 2004). Namun dikatakan bahwa budaya pop merupakan hasil produksi makna yang terjadi saat konsumsi teks media (Barker, 2004). Di mana kelompok-kelompok subordinat berusaha menentang makna yang penuh dengan nilai politis kelompok dominan, demi memperjuangkan makna kultural (Storey, 2007).

Sebagaimana budaya pop didefinisikan oleh Stuart Hall (dalam Storey, 2007) sebagai suatu tempat dimana terdapat konsensus dan resistensi dalam memperjuangkan makna kultural, serta ranah hegemoni disetujui ataupun ditolak. Untuk itu, dikatakan bahwa budaya pop bisa sebagai bentuk penentangan kelompok subordinat terhadap makna kelompok dominan ataupun pemberdayaan bagi mereka (Storey, 2007). Singkatnya budaya pop merupakan teori dan praktik makna dalam kehidupan sehari-hari yang diproduksi secara massal pada saat itu serta merepresentasikan kelompok subordinat, sehingga berbeda dari budaya *mainstream*.

Amerika Serikat punya peran yang kuat dalam menyebarkan budaya pop-nya, misalnya melalui Mc.Donald, Coca-Cola, Apple, film-film

hollywood, musik pop barat, dan masih banyak lagi (Roll dalam Fella & Sair, 2020). Mereka memang sudah menancapkan akar yang cukup kuat, namun sepertinya di beberapa tahun terakhir ini budaya Korea Selatan mulai merambah ke penjuru global. Menurut Kedubes Korea Selatan untuk Republik Indonesia, istilah untuk mengungkapkan usaha penyebaran budaya Korea Selatan ke seluruh penjuru dunia yang sudah dimulai sejak awal tahun 1990 disebut dengan *hallyu* (Perdana, Akbary, Kusuma, & Ardina, 2021). Indonesia juga menjadi salah satu negara yang terpapar budaya pop Korea Selatan.

Sejauh ini produk budaya yang mereka tawarkan meliputi, film (K-Film), drama (K-Drama), musik pop (K-Pop), kecantikan (*K-Beauty*), *fashion* (*K-Fashion*), makanan dan minuman (*K-Food*), bahkan hingga ke ranah produk-produk teknologi seperti Samsung, dan otomotif seperti Hyundai. Karakteristik musik pop yang mampu mengekspresikan berbagai dimensi perasaan kaum muda, dikemas dengan kata-kata sederhana dan nada enak didengar, menjadi alasan jenis musik ini banyak diminati oleh generasi muda (Storey, 2007). Oleh karena itu K-Pop sepertinya cukup banyak digemari oleh masyarakat Indonesia terutama kaum muda.

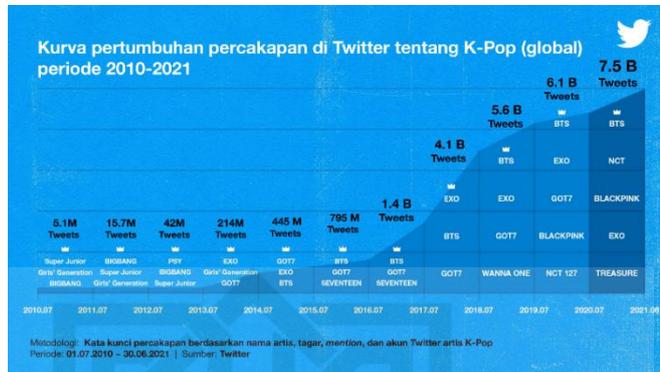
Pernyataan ini berdasarkan data volume Tweet dan jumlah *unique authors* per 1 Juli 2020 – 30 Juni 2021, Indonesia menduduki urutan pertama sebagai negara yang terbanyak memperbincangkan K-Pop di Twitter, bahkan Indonesia juga menjadi negara dengan jumlah *fans* K-Pop terbanyak secara global (Kim, 2021). Lagu-lagu K-Pop ada yang dibawakan

secara grup dan ada pula yang dibawakan secara solo, dan BTS menjadi salah satu grup yang membawakan lagu K-Pop.

BTS merupakan singkatan dari “*Bangtan Sonyeondan*” atau “*Beyond the Scene*” (BIGHIT MUSIC, n.d.). *Bangtan Sonyeondan* memiliki arti sekelompok anak lelaki yang anti peluru, sementara kepanjangan *Beyond the Scene* diresmikan pada 2017 (Kapanlagi.com, 2021). Mereka adalah grup musik K-Pop beranggotakan tujuh orang lelaki, terdiri dari RM, Jin, SUGA, J-Hope, Jimin, V, dan Jungkook, yang dinominasikan Grammy dan berhasil mencuri hati banyak penggemar global, sejak debutnya di 13 Juni 2013 (BIGHIT MUSIC, n.d.).

Bahkan saat ini bisa dikatakan bahwa BTS adalah grup K-Pop terpopuler yang berhasil menguasai pasar musik internasional. Hal ini dibuktikan dari sederet prestasinya antara lain, beberapa lagunya berhasil menempati urutan pertama di *chart* Billboard Hot 100, berhasil memenangkan beberapa penghargaan di Billboard Music Awards, MTV Video Music Awards, American Music Awards, dan masih banyak lagi. Bahkan BTS juga ditunjuk sebagai utusan khusus Presiden Korea Selatan dalam sidang umum PBB pada September 2021 selain itu mereka juga diundang oleh Presiden Amerika Serikat Joe Biden ke *White House* untuk berdiskusi terkait cara mengatasi *Asian Hate* pada 31 Mei 2022.

Gambar 1 Data Artis K-Pop Berdasarkan Percakapan di Twitter



Sumber : (Kim, 2021)

Data pada Gambar 1 menunjukkan bahwa BTS menjadi artis K-Pop paling banyak dibicarakan di Twitter secara global bahkan selama 3 tahun berturut-turut dari 2019 – 2021 (Kim, 2021). Begitupun di Twitter Indonesia, BTS tetap menjadi artis K-Pop terbanyak dibicarakan selama 2021 (Tim TvOne, 2022). Data-data ini cukup membuktikan bahwa penggemar (*fans*) BTS baik di Indonesia maupun secara global jumlahnya sangat banyak. Namun walaupun penggemar mereka terbilang banyak, bukan berarti tidak ada yang tidak menyukai bahkan membenci mereka.

BTS diduga pernah mengalami perlakuan rasial beberapa kali, terutama di dua tahun terakhir ini. Berdasarkan beberapa artikel berita *online*, terdapat beberapa dugaan rasisme terhadap BTS yang cukup ramai diperbincangkan. Di antaranya, kasus DJ Radio Jerman Bayern 3 Matthias Matuschik yang dianggap memberikan komentar bernada rasisme kepada BTS dalam acaranya (CNN Indonesia, 2021a), kasus ilustrasi kartun hasil publikasi sebuah majalah dan perusahaan mainan Toops dianggap sebagai penghinaan dan rasisme terhadap BTS (Amalia, 2021b), kasus acara TV

Chile Mi Barrio yang parodikan BTS namun dinilai rasis oleh netizen (Amalia, 2021a).

Selain itu, BTS juga pernah menjadi target *hate comment* rasis para penggemar Solana Imani Rowe, saat keempat anggotanya menghadiri konser Harry Styles (Rama, 2021). *Hate comment* merupakan suatu perilaku komunikasi individu atau kelompok yang diungkapkan melalui tulisan komentar di media sosial, berisi hasutan, celaan, hinaan, pelecehan, umpatan kasar kepada individu atau kelompok lain dengan menyinggung berbagai aspek, seperti ras, agama, etnis, warna kulit, fisik, dan kewarganegaraan (Eliani, Yuniardi & Masturah dalam Almujaaddedi & Hayati, 2022).

Lalu kasus yang baru saja terjadi di bulan April tahun 2022, sebuah TV Australia The Project dianggap rasis ke V, salah satu anggota BTS karena hasil suntingan video mereka yang seolah-olah membuat V tampak sedang batuk dan menyebarkan virus COVID-19, padahal V sedang menikmati penampilan Justin Bieber di Grammy Awards ke-64 dengan menggenggam tangannya di mulut seolah-olah sebagai saksofon (Harjantoko, 2022). Beberapa kasus tersebut bisa menunjukkan bahwa BTS tak hanya disukai tetapi ada juga yang tidak suka atau bahkan membenci mereka, terlepas dari alasan mereka tidak suka terhadap grup tersebut.

Belum cukup sampai di situ, BTS juga kerap dianggap merepresentasikan LGBT. Dikutip dari sebuah portal berita (Anjani, 2021), seseorang dari Jamaat el-Islami (partai politik Islam di Pakistan) menyebut

bahwa BTS mempromosikan homoseksualitas. Di Dagestan, film dokumenter BTS bertajuk “Love Yourself in Seoul” gagal tayang di bioskop setempat karena ada kelompok yang menganggap mereka mendukung homoseksualitas (Purnamasari, 2018). Pada April 2022, salah satu member BTS, Jungkook terlihat mengenakan pakaian dari brand *fashion* yang pro LGBT (Wismoyo & Aminullah, 2022b). Selain itu lagu Charlie Puth yang *featuring* dengan Jungkook juga diduga menceritakan hubungan gay (Wismoyo & Aminullah, 2022a).

Sebenarnya di Indonesia juga pernah terjadi tuduhan bahwa iklan Tokopedia yang dibintangi oleh BTS mengandung unsur LGBT, walaupun pihak berwenang sudah mengkonfirmasi tidak adanya unsur LGBT pada iklan tersebut. Tuduhan itu datang dari LAKSI dan mereka meminta Tokopedia dan KPI untuk mencabut iklan tersebut (Azanella, 2020). Pernyataan langsung dari BTS terkait LGBT ini pernah terungkap saat wawancara BTS bersama Billboard pada 2018, SUGA mengatakan, “Tidak ada yang salah dari mereka. Semua manusia itu sama,” (Pratiwi, 2020). Sebagian penggemar juga berpendapat bahwa BTS mendukung LGBTQIA+ melalui beberapa lagu mereka (Watkins, 2022).

Selain anggapan merepresentasikan LGBT berdasarkan fakta-fakta yang telah disebutkan, BTS secara terang-terangan ikut mendukung Black Lives Matter. Hal ini ditunjukkan melalui postingan Twitter mereka di tahun 2020 (@BTS_twt, 2020). Black Lives Matter merupakan sebuah organisasi global di Amerika Serikat, Inggris, dan Kanada yang memiliki misi untuk

menghapuskan dominasi kelompok kulit putih dan menciptakan kekuatan lokal demi mencegah terjadinya perilaku kekerasan dan diskriminasi oleh negara dan para pelaku kekerasan terhadap orang-orang kulit hitam (blacklivesmatter.com, n.d.).

Merujuk pada fakta-fakta tersebut, dapat dikatakan bahwa BTS mewakili dan merepresentasikan kelompok subordinat bukan kelompok dominan. Sebab populasi orang kulit hitam di Amerika Serikat itu minoritas, hanya berkisar 14,2% dari populasi penduduk negara tersebut (Moslimani, Tamir, Budiman, Noe-Bustamante, & Mora, 2023). Apalagi populasinya di Korea Selatan, pasti sangat sedikit karena berdasarkan data tahun 2020, penduduk Korea Selatan sangatlah homogen sehingga sekitar 97,7% nya merupakan etnis Korea (Britannica, 2020).

Selain itu kelompok LGBT+ juga merupakan kelompok minoritas, karena berdasarkan Ipsos survey di 27 negara, hasilnya secara global rata-rata ada 20% orang yang mengidentifikasi diri sebagai LGBT+ atau memilih tidak menjawab (Ipsos, 2021). Menurut Louis Wirth, kelompok minoritas merupakan sekelompok orang yang terpisahkan dari kelompok lainnya di lingkungan sekitar tempat tinggalnya, akibat adanya perbedaan fisik atau karakteristik budayanya, sehingga membuat kelompok tersebut berada di posisi tidak dominan dan kerap terkena perlakuan diskriminatif (Turnip et al., 2019).

Namun bagaimana bisa, BTS yang dianggap merepresentasikan kelompok subordinat tersebut dikatakan ingin menyampaikan nilai

inklusivitas melalui salah satu karyanya. Hal ini dikatakan oleh Presiden Korea Selatan saat itu, Moon Jae In dalam wawancaranya bersama Wakil Sekjen PBB pada 21 September 2021, beliau mengatakan bahwa BTS merupakan grup musik yang mampu menyampaikan pesan persatuan melalui musik mereka (Rahmawati, 2021). Selain itu *leader* BTS, RM juga pernah mengatakan bahwa melalui lagu “Permission to Dance” ini mereka ingin memberitahu kepada semua orang, jika untuk menari tak memerlukan izin, semua orang dapat menari bersama dengan gayanya masing-masing (BANGTAN ARMY, 2021).

Lagu berjudul “Permission to Dance” milik BTS masuk ke dalam list lagu tentang inklusivitas yang dibuat oleh UKM Peduli Difabel UGM melalui *thread* mereka pada 13 Maret 2022 (@SAUDC_UGM, 2022). Lagu ini dirilis bersama *music videonya* pada 9 Juli 2021 atau bertepatan dengan ulang tahun ARMY (sebutan untuk *fans* BTS) melalui Youtube *channel* Hybe Labels dan berbagai platform musik (Hybe Labels, 2021).

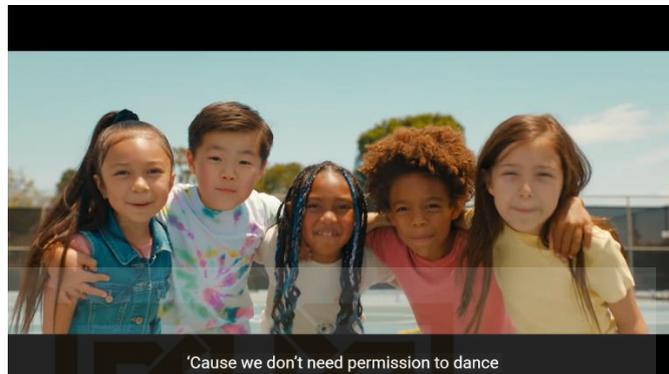
“Permission to Dance” menjadi lagu ketiga mereka yang ditulis dengan lirik *full english*. Lagu ini juga berhasil memimpin *chart* Billboard Hot 100 tanggal 24 Juli 2021 (@billboardcharts, 2021). Hingga saat ini *music video* “Permission To Dance” sudah mencapai lebih dari 500.000.000 penayangan di Youtube (Hybe Labels, 2021). Menurut Firth (dalam Storey, 2007), sebuah lagu tidak bisa hanya dilihat dari liriknya, lirik akan terasa hidup jika dibawakan oleh penyanyinya. Sehingga makna dari sebuah lagu akan

dimengerti jika “melihat” lirik, irama, sekaligus visualisasi penampilannya, termasuk *music videonya*.

Sementara Inklusivitas adalah bentuk dari perilaku inklusi, memiliki arti keterlibatan, keterbukaan, dan keikutsertaan (Fajariyah, 2020). Sebenarnya kata inklusi atau inklusif berasal dari bahasa Inggris “*inclusion*” yang bisa diartikan mengajak, merangkul atau mengikutsertakan (Fajri, 2022). Jadi maksud inklusivitas di sini lebih kepada tindakan melibatkan, merangkul orang lain secara setara tanpa melihat perbedaan kelas, budaya, ras, agama, usia, gender, profesi, nasionalitas, hingga keterbatasan fisik, sehingga setiap orang akan merasa diterima dan dihargai.

Ada beberapa poin terkait pesan inklusivitas yang terkandung dalam lagu dan *music video* “Permission to Dance” ini berdasarkan *thread* yang diunggah oleh akun UKM Peduli Difabel UGM (@SAUDC_UGM, 2022). Pertama, dikatakan bahwa lagu ini ingin mengajak semua orang agar tetap semangat, optimis, dan bahagia di tengah situasi pandemi terlepas dari ras, usia, maupun keterbatasan fisik yang dimiliki. Selaras dengan perkataan RM dalam wawancaranya dengan BuzzFeed News, “Kami ingin menyampaikan kepada semua orang bahwa kalian tak perlu izin untuk menari,” dan kita akan selalu melalui ini bersama terlepas dari jarak kita (Bate, 2021).

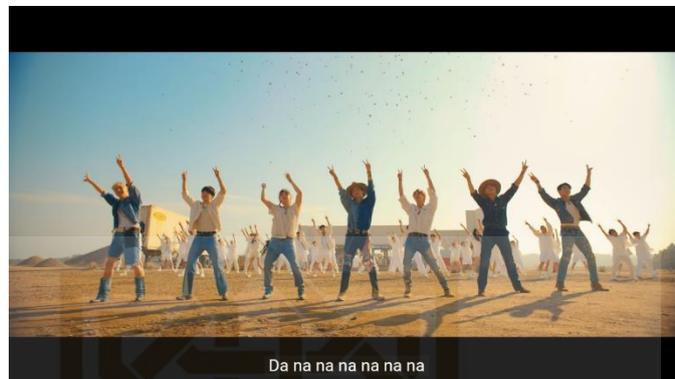
Gambar 2 Cuplikan *Music Video* BTS "Permission To Dance"



Sumber : (Hybe Labels, 2021)

Kedua, dalam beberapa *scene* pada *music video* ini, ditunjukkan beberapa orang yang berasal dari latar belakang (profesi, usia, gender) dan ras yang berbeda, ingin menyampaikan bahwa betapa indahnnya dunia jika kita menghargai setiap perbedaan yang ada (@SAUDC_UGM, 2022). Mulai dari seorang pelayan, *cleaning service*, pekerja kantoran, anak sekolahan, pengantar surat, hingga anak-anak kecil usia bermain, mereka semua ikut menari dan menikmati lagunya. Bahkan ada *scene* yang menunjukkan anak-anak dengan ras yang berbeda saling merangkul seperti pada Gambar 2.

Gambar 3 Salah Satu Koreografi Bahasa Isyarat di *Music Video* "Permission To Dance"



Sumber : (Hybe Labels, 2021)

Poin ketiga, mereka menggunakan beberapa gerakan bahasa isyarat dalam rangkaian koreografinya (@SAUDC_UGM, 2022). Diketahui ada 3 gerakan, pertama, gerakan yang memiliki arti “menyenangkan” atau “bergembira”, kedua, yang memiliki arti “menari”, dan terakhir seperti dalam Gambar 3, yang berarti “damai” (Sekar, 2021). Bahasa isyarat yang digunakan merupakan gabungan bahasa isyarat Korea (KSL) dan internasional (ASL), dan kata RM, ide ini muncul saat proses diskusi, lalu disetujui karena belum pernah terpikirkan sebelumnya (Septina, 2021). Jungkook mengatakan bahwa, tujuan adanya koreo khusus ini karena mereka ingin pesan dalam lagu ini memiliki jangkauan yang lebih luas (Bate, 2021).

Inklusivitas bukan hanya positif dari segi kemanusiaan tetapi juga dari segi keagamaan, termasuk dalam Islam. Nilai-nilai inklusivitas ini langsung diperintahkan oleh Allah melalui Firman-Nya dalam Surat Al-Hujurat ayat 13 yang lafadznya sebagai berikut,

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ
أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ (١٣)

“Wahai manusia! Sungguh Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan, kemudian Kami jadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sesungguhnya yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling bertakwa. Sungguh, Allah Maha Mengetahui, Maha Teliti” (Q.S Al-Hujurat : 13).

Menurut tafsir Ibnu Katsir (Kementerian Agama Republik Indonesia tahun 2002, n.d.), semua manusia itu martabatnya sama, yang membedakan mereka hanya karena perkara agama yaitu ketaatannya pada Allah. Adanya perbedaan bukan untuk jadi bahan gunjingan ataupun hinaan, melainkan untuk saling mengenal dan menjalin tali silaturahmi, karena berdasarkan hadits riwayat Imam Turmuzi (hadits garib) “...sesungguhnya silaturahmi itu menanamkan rasa cinta kepada kekeluargaan, memperbanyak harta, dan memperpanjang usia”. Ada satu hadits lain yang menguatkan tafsiran tersebut, dari riwayat Imam Ahmad,

قَالَ الْإِمَامُ أَحْمَدُ: حَدَّثَنَا وَكَيْعٌ، عَنْ أَبِي هِلَالٍ، عَنْ بَكْرِ، عَنْ أَبِي ذَرٍّ قَالَ: أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ
عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ لَهُ: "انظُرْ، فَإِنَّكَ لَسْتَ بِخَيْرٍ مِنْ أَحْمَرَ وَلَا أَسْوَدَ إِلَّا أَنْ تَفْضُلَهُ بِتَقْوَىٰ

“Imam Ahmad mengatakan, telah menceritakan kepada kami Waki', dari Abu Hilal, dari Bakar, dari Abu Dzar r.a. yang mengatakan bahwa sesungguhnya Nabi Saw. pernah bersabda kepadanya: Perhatikanlah, sesungguhnya kebaikanmu bukan karena kamu dari kulit merah dan tidak pula dari kulit hitam, melainkan kamu beroleh keutamaan karena takwa kepada Allah” (H.R Ahmad).

Berdasarkan seluruh dalil di atas baik dari Al-Quran maupun Hadits, semua manusia itu setara, sehingga merangkul dan melibatkan semua manusia secara setara, saling menghargai dan menghormati perbedaan adalah sebuah kewajiban. Jadi jika memang benar BTS ingin

menyampaikan nilai inklusivitas melalui karyanya, dan jika pesan tersebut dapat dibaca penggemarnya sesuai makna yang dimaksud, kemungkinan juga bisa membawa dampak yang positif. Sebab menurut Rukmananda (Oentojo, 2018), sebuah *music video* juga bertujuan untuk menyampaikan ide-ide, pesan, citra, ataupun makna tertentu kepada khalayaknya secara lebih efektif.

Namun, apakah para penggemarnya juga akan beranggapan bahwa *music video* “Permission to Dance” ini mengandung nilai inklusivitas? Tentu saja dengan notabene BTS yang dianggap merepresentasikan kelompok subordinat alias kelompok terpinggirkan. Selain itu, berdasarkan teori *Encoding* dan *Decoding* Stuart Hall, pesan itu bersifat polisemik, artinya dia tak hanya punya satu makna potensial, pesan selalu bisa didecoding dengan berbagai macam cara (Storey, 2007).

Studi resepsi juga berasumsi bahwa audiens itu aktif sebagai pencipta makna, sehingga makna yang akan dihasilkan tergantung pada latar belakang sosial budaya setiap individu (Barker, 2004). Maka ada peluang penggemar memiliki makna alternatif saat membaca pesan yang ada dalam *music video* tersebut. Alasan peneliti memilih penggemar di Indonesia sebagai subjek penelitian, karena penggemar merupakan khalayak suatu produk budaya pop yang paling menonjol. Selain itu menurut Jenkins cara penggemar dalam membaca teks media cukup berbeda jika dibandingkan khalayak pada umumnya, salah satu perbedaannya penggemar akan sering mengulang-ulang pembacaannya terhadap teks tersebut (Storey, 2007).

Sementara, sudah menjadi fakta sosial bahwa masyarakat Indonesia itu majemuk, memiliki beragam etnis, suku bangsa, ras, budaya, dan agama (Handoyo, Astut, Iswari, Alimi, & Mustofa, 2015). Namun, di tengah kemajemukan itu ada data yang mengatakan bahwa indeks inklusivitas Indonesia relatif rendah bukan hanya secara global tapi juga se-ASEAN, Indonesia berada di bawah Filipina, Vietnam, Singapura, dan Thailand (Syarifah, 2022), dan data ini dirasa cukup berkaitan dengan tema penelitian.

Tentu saja dua hal itu (masyarakat majemuk dan indeks inklusivitas) hanyalah latar belakang sosial budaya ARMY Indonesia secara umum sebagai masyarakat Indonesia. Terkait pemaknaan penggemar nantinya tetap akan sangat bergantung pada tiap-tiap individunya. Sebab berdasarkan pengamatan singkat yang dilakukan peneliti sebelumnya, walaupun mereka sama-sama penggemar BTS, namun responnya terhadap *music video* tersebut cukup beragam.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Gambar 4 *Tweet* ARMY 1



Sumber : (“Postingan Twitter,” 2021)

Ada penggemar yang begitu teliti mengamati setiap *scene* dan bait lagunya, berusaha memahami makna yang ingin BTS sampaikan dalam *music video* tersebut (Gambar 4), namun ada juga penggemar yang malah salah fokus dengan visual para anggota BTS, dan ada juga yang lebih fokus untuk menghafal lirik lagunya agar lebih dapat menikmati ketika melakukan *streaming*. Selain itu walaupun mereka penggemar, tidak menutup kemungkinan adanya penolakan makna atau pemberian makna alternatif pada pesan yang BTS sampaikan melalui karyanya, contohnya seperti salah satu jawaban anonim dalam forum Quora (Gambar 5), ia berhenti menjadi penggemar BTS karena ada hal yang tidak sesuai dengan prinsipnya.

Gambar 5 Unggahan dalam Forum Quora



Sumber : (Anonim, 2020)

Berdasarkan semua pemaparan data dan fakta di atas, munculah pertanyaan bagaimanakah resepsi atau pemaknaan penggemar BTS di Indonesia mengenai nilai inklusivitas yang terkandung dalam *music videonya* yang berjudul “Permission to Dance”? BTS sebagai pengirim pesan pasti berharap para penggemarnya bisa memaknai *music videonya* sesuai makna yang mereka maksud.

Namun apakah para penggemarnya di Indonesia juga akan memahaminya sebagai nilai inklusivitas ataukah akan muncul pemaknaan lainnya? Tentu saja tidak lepas dengan adanya anggapan bahwa BTS merepresentasikan dan mewakili kelompok subordinat serta latar belakang sosial budaya para penggemar di Indonesia secara umumnya maupun yang

secara spesifik dimiliki tiap individu yang nantinya akan mempengaruhi pembacaan mereka terhadap pesan dalam *music video* tersebut.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana resepsi atau pemaknaan penggemar BTS di Indonesia (ARMY Indonesia) mengenai nilai inklusivitas dalam *music video* BTS yang berjudul “Permission To Dance”?

C. Tujuan Penelitian

Membongkar dan menganalisis resepsi atau pemaknaan para penggemar BTS di Indonesia (ARMY Indonesia) mengenai nilai inklusivitas dalam *music video* BTS yang berjudul “Permission To Dance”.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dapat menjadi rujukan ilmiah atau referensi dalam kajian ilmu komunikasi khususnya pada kajian komunikasi massa, *cultural studies* dan budaya pop.

2. Manfaat Praktis

1. Dapat memberikan *image* positif bagi BTS, jika karyanya terbukti ingin menyampaikan pesan positif.
2. Menjadi salah satu bacaan untuk para penggemar yang ingin mengetahui respon-respon penggemar lain terkait inklusivitas dalam *music video* “Permission To Dance”.

3. Dapat dijadikan salah satu rujukan bagi para seniman lain ataupun professional media yang ingin menyelipkan nilai-nilai positif dalam karya atau tulisan mereka.

E. Tinjauan Pustaka

Saat ingin melakukan penelitian, peneliti perlu melakukan tinjauan pustaka. Selain berguna untuk memperdalam wawasan sebelum melakukan penelitian, tinjauan pustaka juga berguna untuk menunjukkan orisinalitas penelitian yang akan dilakukan sekaligus dapat menjadi rujukan dalam melakukan penelitian tersebut. Peneliti menggunakan beberapa artikel jurnal ilmiah sebagai tinjauan pustaka sebelum melakukan penelitian ini.

Pertama, artikel jurnal ilmiah berjudul “Analisis Resepsi Audiens Remaja terhadap Romantisme Film Dilan 1990” dari jurnal ProTVF, Volume 5 No.1, tahun 2021. Artikel ini ditulis oleh Rivga Agusta dari Universitas Amikom Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis resepsi audiens remaja dari film Dilan 1990 terhadap romantisme remaja era 90-an yang ada dalam film tersebut. Penelitian ini juga merupakan penelitian kualitatif.

Selain itu penelitian ini juga menggunakan analisis resepsi sebagai metode pendekatannya dan teori yang digunakan teori milik Stuart Hall yang menjelaskan posisi audiens dalam pembacaan teks media. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan cara wawancara mendalam terhadap 5 siswa SMA N 11 Yogyakarta dengan latar belakang sosial-budaya yang

berbeda. Teknik mereduksi dan mengelompokkan data menjadi cara analisis data dalam penelitian ini.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa audiens memaknai beberapa hal yang ada di film *Dilan 1990* sebagai romantisme diantaranya, Bandung sebagai kota romantis, tangisan tokoh sebagai wujud kemurungan, rindu itu berat, rasa suka yang meluap, dan romantisme unik dalam kata-kata tokoh. Pembacaan audiens dominan pada posisi *dominan-hegemonic* dan negosiasi, dan terjadinya kedua posisi tersebut dipengaruhi oleh faktor sosiologis setiap informan yang punya latar belakang era yang berbeda dengan era yang diangkat dalam film tersebut (Agusta, 2021).

Kedua, artikel jurnal ilmiah yang ditulis oleh Eklesia Ovitamaya dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta berjudul “Resepsi Penonton Remaja Film Dua Garis Biru tentang Isu Pendidikan Seks” (Ovitamaya, 2021). Penelitian ini membahas terkait resepsi penonton remaja film “Dua Garis Biru” mengenai isu pendidikan seks yang terkandung dalam *scene-scene* film tersebut. Isu pendidikan seks masih dianggap tabu dan jarang dibahas menurut Ovitamaya.

Penelitian ini juga merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan teknik wawancara mendalam dalam pengumpulan datanya. Wawancara dilakukan kepada enam informan remaja berusia 17-18 tahun yang bersekolah di Yogyakarta dan memiliki latar belakang yang berbeda-beda.

Teori *Encoding* dan *Decoding* Stuart Hall juga digunakan sebagai pisau analisis dalam penelitian ini.

Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa ada tiga posisi pembacaan terhadap film “Dua Garis Biru”, dominan, negosiasi, dan oposisi. Terjadinya perbedaan pembacaan dipengaruhi oleh perbedaan latar belakang dan pengalaman masing-masing informan. Pembacaan penonton juga menyatakan bahwa tak hanya pesan pendidikan seks yang disampaikan dalam film ini, tetapi juga ada pesan kesetaraan gender, nilai-nilai yang dipegang, dan bagaimana lingkungan keluarga memberikan pendidikan seks kepada para remaja.

Ketiga, artikel jurnal ilmiah berjudul “Penerimaan Penggemar K-Pop terhadap Sensualitas Perempuan dalam Video Musik Lip & Hip Milik HyunA” yang ditulis oleh Kevin Zadok Oentojo dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya (Oentojo, 2018). Penelitian ini juga merupakan penelitian deskriptif-kualitatif yang menggunakan pendekatan metode analisis resepsi dan teori yang digunakan juga teori milik Stuart Hall terkait tiga posisi pembacaan audiens.

Penelitian ini ingin menggali, mengidentifikasi, dan mendeskripsikan pemaknaan audiens terhadap sensualitas perempuan dalam video musik milik HyunA berjudul “Lip & Hip”. Data dikumpulkan dengan cara wawancara mendalam juga kepada 4 informan yang berasal dari Kloss Community (Komunitas Pecinta Budaya Korea di Surabaya). Subjek dipilih

berdasarkan kriteria tertentu (*purposive sampling*), selain itu penelitian ini juga menggunakan teknik analisis data milik Miles dan Huberman.

Peneliti mengelompokkan resepsi audiens berdasarkan aspek sensualitas, yaitu sensualitas kaitannya dengan tubuh perempuan, media memanfaatkan sensualitas perempuan, tampilan tubuh (bentuk tubuh, sex appeal, umur), perilaku (pose, pakaian), dan aktivitas tubuh. Berdasarkan hasil penelitian ini ditemukan bahwa keempat informan berada di posisi *dominan-hegemonic* dalam membaca teks media terkait sensualitas perempuan pada video musik “Lip & Hip” milik HyunA.

Adapun perbedaan dan persamaan antara ketiga penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan sebagai berikut,



Tabel 1 Tinjauan Pustaka

No	Judul Artikel Jurnal	Penulis	Identitas Jurnal	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Analisis Resepsi Audiens Remaja terhadap Romantisme Film Dilan 1990	Rivga Agusta	ProTVF, Volume 5, No.1, 2021, hal 1-21	Ditemukan beberapa hal yang dimaknai oleh audiens sebagai romantisme dalam film Dilan. Posisi pembacaan audiens dominan pada posisi <i>dominan-hegemonic</i> dan negosiasi. Adanya perbedaan posisi pembacaan dipengaruhi oleh faktor sosiologis, di mana setiap informan memiliki latar belakang era yang berbeda dengan era yang diangkat dalam film Dilan tersebut.	<ul style="list-style-type: none"> • Merupakan penelitian deskriptif-kualitatif • Menggunakan Teori <i>Encoding</i> dan <i>Decoding</i> Stuart Hall • Wawancara mendalam digunakan sebagai teknik pengumpulan data • Memilih informan sebagai subjek penelitian berdasarkan kriteria tertentu • Sama-sama menggunakan analisis resepsi 	<ul style="list-style-type: none"> • Subjek dan objek penelitiannya berbeda • Ingin mencari tahu resepsi audiens (khalayak), sementara penelitian yang akan dilakukan ingin mencari tahu khusus pada resepsi penggemar • Teknik analisis data sedikit berbeda, penelitian ini dari mereduksi data berlanjut ke mengelompokkan data. Sementara penelitian yang akan dilakukan menggunakan teknik analisis data milik Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahapan. • Hanya menggunakan wawancara mendalam sebagai teknik pengumpulan data, tidak menyebutkan adanya observasi dan dokumentasi
2	Resepsi Penonton Remaja Film Dua Garis Biru tentang Isu Pendidikan Seks	Eklesia Ovitamaya	Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 4, No.1, 2021, hal 73-85	Ditemukan tiga posisi pembacaan Film "Dua Garis Biru" terkait isu pendidikan seks, yakni dominan, negosiasi, dan oposisi. Perbedaan itu dipengaruhi oleh perbedaan latar belakang dan pengalaman tiap individu dan tak hanya pesan mengenai pendidikan seks yang disampaikan dalam film tersebut.	<ul style="list-style-type: none"> • Merupakan penelitian deskriptif-kualitatif • Menggunakan Teori <i>Encoding</i> dan <i>Decoding</i> Stuart Hall • Wawancara mendalam digunakan sebagai teknik pengumpulan data • Memilih informan sebagai subjek penelitian berdasarkan kriteria tertentu • Sama-sama menggunakan analisis resepsi 	<ul style="list-style-type: none"> • Subjek dan objek penelitiannya berbeda • Ingin mencari tahu resepsi audiens (khalayak), sementara penelitian yang akan dilakukan ingin mencari tahu khusus pada resepsi penggemar • Hanya menggunakan wawancara mendalam sebagai teknik pengumpulan data, tidak menyebutkan adanya observasi dan dokumentasi
3	Penerimaan Penggemar K-Pop terhadap Sensualitas Perempuan dalam Video Musik Lip & Hip milik HyunA	Kevin Zadok Oentojo	Jurnal e-Komunikasi, Volume 6, No.2, 2018, hal 1-12	Keempat informan menempati posisi <i>dominan-hegemonic</i> dalam memaknai sensualitas perempuan dalam video musik Lip & Hip milik HyunA	<ul style="list-style-type: none"> • Merupakan penelitian deskriptif-kualitatif • Menggunakan Teori <i>Encoding</i> dan <i>Decoding</i> Stuart Hall • Wawancara mendalam digunakan sebagai teknik pengumpulan data • Memilih informan sebagai subjek penelitian berdasarkan kriteria tertentu • Menggunakan teknik analisis data Miles dan Huberman • Sama-sama menggunakan analisis resepsi dan mencari tahu resepsi penggemar 	<ul style="list-style-type: none"> • Subjek dan objek penelitiannya berbeda • Lingkup "penggemar" yang lebih khusus. Penelitian oleh Kevin ini lingkup "penggemar"-nya lebih umum • Hanya menggunakan wawancara mendalam sebagai teknik pengumpulan data, tidak menyebutkan adanya observasi dan dokumentasi

Sumber : Olahan Peneliti

F. Landasan Teori

1. Analisis Resepsi (*Reception Analysis*)

Reception analysis atau analisis penerimaan merupakan salah satu model pendekatan media massa yang menitikberatkan pada “kekuatan khalayak” dalam menafsirkan pesan. Teori *Encoding* dan *Decoding* milik Stuart Hall (1973) menjadi salah satu teori yang menjelaskan mengenai “penerimaan” khalayak terhadap teks media (McQuail, 2011a). Istilah teks bukan hanya merujuk pada kata-kata tertulis saja, tetapi juga mengarah pada semua praktik pembentukan makna (Barker, 2004).

Menurut Hall (Storey, 2007), ada tiga tahap dalam sirkulasi makna suatu wacana media. Pertama, saat lembaga media memproduksi makna dari sebuah peristiwa sosial menjadi wacana bermakna yang dipengaruhi oleh ideologi dan kepentingan lembaga, infrastruktur teknis dalam proses produksinya, serta asumsi lembaga media terhadap audiensnya.

Pada teori milik Hall, istilah wacana bermakna merujuk pada program televisi, namun sebenarnya tidak hanya terbatas pada wacana televisi, berlaku juga untuk wacana media apapun, seperti film, musik, iklan, dan lain-lain. Tahap ini diistilahkan dengan *encoding*, dan makna yang dihasilkan melalui proses ini disebut dengan struktur makna satu (Storey, 2007).

Kedua, saat teks dari lembaga media sudah berupa tulisan atau tayangan yang ditampilkan di media, kemudian media akan diakses oleh audiens (khalayak) dan mereka akan membaca teks media dalam bentuk tayangan atau tulisan tersebut. Sehingga, teks menjadi terbuka artinya tak ada batasan bagi audiens untuk memaknainya.

Sebab lembaga media berusaha menerjemahkan peristiwa sosial yang kompleks ke dalam bentuk susunan bahasa dan visualisasi yang terbatas, tentu saja tidak bisa mewakili keseluruhan peristiwa. Selain itu visualisasi dan bahasa dalam tayangan media juga dapat menyebabkan beragamnya pemaknaan audiens bergantung pada pengetahuan, pengalaman, dan latar belakang sosial-budaya masing-masing individu.

Tahap ketiga, ketika audiens membaca pesan tersebut dan memaknainya, proses ini lebih dikenal dengan istilah *decoding*. Pemaknaan audiens sangat dipengaruhi oleh konteks dan budaya mereka masing-masing. Proses *decoding* ini menghasilkan makna yang disebut dengan struktur makna dua.

Jika audiens bertindak berdasarkan makna yang mereka tangkap, maka terjadilah reproduksi makna. Tindakan tersebut menjadi sebuah praktik sosial baru yang nantinya akan diterjemahkan kembali oleh lembaga media menjadi wacana bermakna lainnya. Oleh karena itu Hall menyebutnya sebagai sirkulasi makna, sebab ketiga tahap ini akan terus berputar secara berulang.

Dengan begitu, makna tak hanya sekedar ditransmisikan dari pengirim (lembaga media) ke penerima (khalayak), tetapi keduanya (pengirim dan penerima) sama-sama memproduksi makna berdasarkan konteks mereka masing-masing. Sehingga tak ada kepastian makna yang diterima oleh khalayak akan sama dengan yang dimaksud oleh lembaga media (Storey, 2007).

Memang benar, jika lembaga media berupaya menafsirkan pesan berdasarkan sudut pandang khalayak serta mengarahkan khalayak kepada makna yang dikehendaki atau disebut makna dominan. Namun khalayak sebagai penerima tidak memiliki kewajiban menerima pesan sesuai makna yang mereka kehendaki. Khalayak bisa saja menolak atau memberikan makna lain berdasarkan sudut pandang mereka sendiri terhadap pesan (teks) yang disampaikan oleh media. Keadaan ini disebut dengan *differential decoding* atau penafsiran diferensial (McQuail, 2011a).

Sementara Hall menyebutnya dengan istilah “kesalahpahaman” (Storey, 2007). Walaupun pihak media ingin makna hasil *decoding* sama dengan *encoding* mereka, tetapi kemungkinan adanya kesalahpahaman selalu ada. Mulai dari kesalahpahaman harfiah, seperti tidak mengerti bahasa yang asing atau narasi yang rumit, tidak bisa memahami istilah-istilahnya, dan kesalahpahaman yang paling tak diinginkan pihak media di saat khalayak tidak bisa menangkap makna dominan dari teks media tersebut (Storey, 2007).

Untuk menindaklanjutinya, Stuart Hall merumuskan adanya tiga kemungkinan posisi *decoding* terhadap teks media (Morissan 2013 ; Storey 2007),

a. Posisi Hegemoni Dominan

Posisi ini terjadi saat khalayak menerima secara apa adanya pesan (teks) media. Antara produsen (pihak media) dan khalayak berada dalam kode budaya yang sama. Sehingga walaupun lembaga media menerjemahkan pesan berdasarkan kehendak mereka, tetapi kode-kode budaya yang media gunakan juga merupakan kode budaya khalayaknya. Jadi kode yang digunakan media berada dalam hegemoni kode budaya dominan masyarakat.

Hal itu yang membuat khalayak dapat menerima makna dominan (makna yang dikehendaki).

b. Posisi Negosiasi

Saat khalayak menerima teks media secara general, tetapi mereka melakukan pengecualian dalam beberapa situasi tertentu. Hasil tafsiran khalayak terhadap teks media secara keseluruhan mereka terima (setuju), namun mereka menolak penerapannya dalam beberapa situasi tertentu karena dianggap kurang sesuai dengan kode budaya atau ideologi mereka. Jadi khalayak melakukan penafsiran oposisi adaptif terhadap teks media.

c. Posisi Oposisi

Saat khalayak menolak kode-kode yang disampaikan media dan menggantinya dengan kode alternatif. Mereka mengakui wacana media yang disampaikan, namun mereka memilih untuk memaknainya dengan cara pandang mereka yang berbeda dengan apa yang dimaksudkan oleh media. Maka makna yang dihasilkan juga akan berlawanan dengan makna yang dikehendaki (Morissan, 2013). Kemungkinan posisi ini terjadi karena khalayak dan media berada dalam posisi sosial yang berbeda dengan kode budaya yang berbeda (Barker, 2004).

Perbedaan perspektif khalayak terhadap apa yang disampaikan media akan mempengaruhi posisi mereka dalam menerima dan memaknai pesan (teks) media. Suatu kajian yang dilakukan oleh Melvin De Fleur dan Sandra Ball-Rokeach mengenai teori komunikasi audiens, menjelaskan bahwa interaksi khalayak dan tindakan mereka terhadap pesan media menjadi dasar untuk melihat efek media. Terdapat tiga perspektif yang kemungkinan akan mempengaruhi bagaimana interaksi dan tindakan khalayak terhadap pesan media (Nurudin, 2017).

a. *Individual Differences Perspective*

Sebuah pandangan yang menyatakan bahwa sikap dan personal-psikologi individu akan mempengaruhi bagaimana dia memilih media dan bagaimana dia akan memaknainya. Setiap individu

akan mempunyai penerimaan dan respon masing-masing terhadap pesan media, karena tak ada individu yang relatif sama. Penerimaan, pemaknaan, dan respon mereka akan berbeda tergantung kepada kondisi psikologi mereka yang berasal dari pengalaman masa lalu tiap-tiap individu.

b. *Social Categories Perspective*

Sebuah pandangan yang melihat adanya kecenderungan kesamaan nilai, norma sosial, dan sikap antar anggota suatu kelompok sosial. Kelompok sosial yang dimaksud di sini lebih kepada kelompok berdasarkan karakteristik umum, seperti tempat tinggal, jenis kelamin, usia, agama, latar belakang pendidikan, pendapatan, kesempatan, dan lain-lain.

Kesamaan posisi dan keanggotaan sosial tersebut dapat menyebabkan adanya kemiripan antar anggota dalam menerima dan merespon suatu pesan media. Jadi penerimaan mereka

terhadap pesan media dipengaruhi oleh nilai-nilai yang ada dalam kelompok masyarakat di mana mereka tergabung di dalamnya.

c. *Social Relation Perspective*

Pandangan ini menyatakan bahwa hubungan sosial informal antar anggota khalayak, akan sangat mempengaruhi penerimaan dan respon individu terhadap pesan media. Jadi respon individu pada pesan media juga akan dipengaruhi oleh sikap dan perilaku

orang lain, di mana “orang lain” itu juga merupakan anggota khalayak dari media tersebut.

2. Penggemar sebagai Khalayak Media

Penggemar atau yang lebih dikenal dengan sebutan *fans* merupakan khalayak media atau budaya pop yang paling terlihat (Storey, 2007). *Fans* cukup mudah dibedakan dari khalayak media pada umumnya karena adanya relasi dan orientasi yang berbeda terhadap suatu teks media (McQuail, 2011b).

Jika khalayak dipahami sebagai konsumen teks media, sedangkan *fans* memiliki ketertarikan yang tinggi bahkan kerap dikatakan obsesi terhadap suatu produk budaya tertentu, seperti program TV, film, musik, buku, penyanyi, band, penulis, sepak bola, dan lain-lain (Misbah, 2014). Versi paling minimal dari *fans* adalah mempunyai ketertarikan terhadap suatu teks media, sementara versi paling maksimalnya adalah mereka melibatkan perasaan, emosi, serta aktivitasnya pada pribadi dalam media atau produk budaya tertentu (McQuail, 2011b).

Matt Hills (dalam Misbah, 2014) mendefinisikan *fans* (penggemar) sebagai, “...*somebody who is obsessed with a particular star, celebrity, film, TV programme, band: somebody who can produce reams of information on their object of fandom, and can quote their favoured lines or lyrics, chapter and verse*”.

Definisi tersebut menjadi definisi yang paling umum dipahami untuk mendeskripsikan penggemar. Sehingga *image* penggemar sering diasumsikan dengan kefanatikan, perilaku yang berlebihan, obsesi, dan irasionalitas. Bahkan penggemar kerap dipandang sebagai gejala psikologis dari gangguan disfungsi sosial karena perilakunya dianggap menyimpang dan berbahaya (Storey, 2007).

Selain itu, *fans* juga dianggap sebagai khalayak pasif yang menelan mentah-mentah apapun yang disajikan oleh *star system* favoritnya (Storey, 2007). Eksistensi *fans* bahkan dianggap sebagai hasil manipulasi dan eksploitasi budaya populer yang ditampilkan melalui media. *Fans* didorong untuk memperkuat hubungan dengan *star system*, demi meningkatkan popularitas dan penghasilan mereka (McQuail, 2011b). *Star system* merupakan sebutan untuk segala aspek yang membentuk serta mendukung terciptanya dan tersebarnya sebuah budaya pop (Misbah, 2014).

Walaupun anggapan itu ada benarnya, namun ada pandangan lain yang mengatakan bahwa *fans* adalah khalayak yang memiliki kemampuan cukup hebat dalam memproduksi makna baru terhadap teks media yang disajikan, artinya mereka tidak semata-mata termakan oleh manipulasi media (McQuail, 2011b). Sebagaimana tercatat dalam *Textual Poachers* karya Henry Jenkins, bahwa dalam komunitas penggemar terjadi dialog aktif terkait suatu teks media,

mereka berdiskusi serta mengutarakan pendapatnya terkait makna maupun revisi dari teks media tersebut (Storey, 2007).

Fans biasanya bersifat kolektif, sehingga terciptalah istilah *fandom* (kelompok penggemar). Para *fans* biasanya memiliki kecenderungan ingin mengasosiasikan satu sama lain dan menyuarakan ketertarikan mereka kepada publik, sehingga begitulah *fandom* terbentuk (McQuail, 2011b).

Jenkins berpendapat bahwa *fans* merupakan komunitas khalayak yang mengkonsumsi teks media secara aktif, di mana mereka sangat mementingkan pada proses pemaknaan teks (Storey, 2007). Sebenarnya hal ini cukup sejalan dengan teori *Encoding* dan *Decoding* milik Hall, yang mengatakan bahwa khalayak juga memproduksi makna dari teks media yang mereka baca berdasarkan sudut pandang mereka (McQuail, 2011a).

Namun, ada beberapa perbedaan antara pembacaan khalayak pada umumnya dengan pembacaan penggemar (Storey, 2007). Pertama, penggemar akan melakukan pembacaan (pemaknaan) terus menerus dalam diskusi dengan komunitas mereka. Diskusi yang mereka lakukan akan memperdalam pemahaman dan pengalaman terhadap teks melebihi saat awal pembacaannya. Makna yang *fans* produksi menjadi lebih melekat dan terintegrasi dalam aktivitas sehari-hari mereka. Makna yang seperti ini akan jauh berbeda dengan makna yang diproduksi hanya melalui sekali pembacaan.

Bagi para *fans*, karena mereka selalu mengikuti dan membaca teks yang disampaikan oleh *star system*, maka ketika mereka membaca teks baru dari apa yang digemari (terkait *star system* tersebut) mereka akan menggunakan makna-makna sebelumnya sebagai referensi untuk menentukan bagaimana memaknai teks yang baru tersebut (Storey, 2007).

Kedua, dalam budaya penggemar tak ada perbedaan kaku antara pengirim (produsen) dan penerima (pembaca) teks, karena penggemar tak hanya mengkonsumsi tapi juga memproduksi teks. Mereka menunjukkan responnya atas teks media bisa dalam berbagai bentuk, seperti lagu, novel, video, *fan fiction*, dan karya lainnya. Jadi *fandom* tak hanya sekumpulan khalayak aktif yang antusias membaca teks, tapi mereka juga melakukan produksi budaya (Storey, 2007).

Menindaklanjutinya, Jenkins merumuskan tiga ciri utama model pemaknaan (pembacaan) teks dalam budaya penggemar terhadap teks media (Storey, 2007),

a. Pembacaan yang dilakukan *fans* melibatkan intelektual dan emosional yang intens. *Fans* bukan ditarik oleh teks agar mereka dikuasai, melainkan agar mereka menguasai teks tersebut. Dengan begitu mereka bisa mengintegrasikan hasil pembacaannya ke dalam kehidupan sehari-hari mereka. Para pembaca awam (khalayak umumnya) membaca teks berdasarkan

minat dan kepentingan, sementara *fans* membaca teks berdasarkan pengalaman yang ada dalam *fandom* dan budaya penggemar.

- b. Para penggemar tak hanya membaca teks sekali, mereka selalu mengulang-ulang pembacaan teks tersebut. Sehingga menurut Roland Barthes (dalam Storey, 2007), hal itu dapat mengubah pengalaman dan pemahaman pembaca terhadap suatu teks. Selain itu dapat mendorong mereka menjadi lebih kritis dalam memaknai teks, seperti menanyakan bagaimana sesuatu terjadi, hubungan antar tokoh, tema narasi, produksi pengetahuan, dan wacana sosial.
- c. Pembacaan teks dilakukan secara kolektif bukan individual. Mereka membaca (memaknai) teks sebagai bagian dari *fandom* (kelompok penggemar). Budaya penggemar berkaitan erat dengan penampilan publik, sirkulasi makna, dan praktik-praktik pemaknaan. Mereka melakukan pembacaan (pemaknaan) teks demi dapat saling berkomunikasi antar penggemar.

Sehingga para *fans* melakukan konsumsi aktif terhadap suatu teks demi menghasilkan yang mereka butuhkan dan nantinya akan digunakan untuk membangun komunitas budaya alternatif atau kerap disebut budaya penggemar (Storey, 2007).

3. Nilai Inklusivitas

Kata inklusivitas berdasar pada kata “inklusif”, merupakan sebuah kata sifat yang berarti termasuk dan terhitung. Sementara kata nomina dari inklusif adalah “inklusi” yang salah satu artinya menurut KBBI adalah ketercakupan (“KBBI Daring,” 2022). Sehingga keterlibatan, keikutsertaan, dan pendistribusian merata dapat dianggap sebagai arti kata inklusi. Sementara Istilah inklusivitas merujuk pada tindakan inklusi itu sendiri, sehingga bisa diartikan mengikutsertakan atau melibatkan semua orang. Istilah inklusi sebenarnya lebih banyak digunakan dalam kajian pendidikan dengan sebutan pendidikan inklusif (Fajariyah, 2020).

Maksud dari pendidikan inklusif sederhananya adalah memfasilitasi dan memberi kemudahan yang sama dan setara kepada semua anak terlepas dari kondisi mereka, baik secara fisik, intelektual, emosional, bahasa, ekonomi, budaya, dan kondisi-kondisi lainnya (Kustawan & Hermawan, 2013). Dengan begitu, inklusi bisa dipahami sebagai sebuah upaya penyelesaian masalah dengan memahami perspektif dan sudut pandang orang lain sehingga tidak ditemukan kesenjangan pada hasilnya (Sitoresmi, 2021).

Inklusivitas juga merupakan salah satu ajaran dalam agama Islam yang termaktub dalam Al-Quran surat Al-Hujurat ayat 13.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ (١٣)

“Wahai manusia! Sungguh Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan, kemudian Kami jadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sesungguhnya yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling bertakwa. Sungguh, Allah Maha Mengetahui, Maha Teliti” (Q.S Al-Hujurat : 13).

Dalam penafsirannya pada tafsir Ibnu Katsir dijelaskan bahwa semua manusia memiliki martabat yang sama, sama-sama berasal dari tanah liat, berasal dari nenek moyang yang sama (Adam dan Hawa), perbedaannya hanyalah urusan ketaatannya pada Tuhan Yang Maha Esa. Diciptakannya perbedaan antar manusia bukan untuk saling merendahkan atau menggunjing tetapi agar saling bersilaturahmi (Kementerian Agama Republik Indonesia tahun 2002, n.d.).

Memiliki sikap inklusif berarti memandang segala perbedaan yang ada sebagai suatu yang positif. Sikap ini muncul karena adanya keharusan untuk bekerjasama untuk mencapai tujuan bersama (Faridi, 2020). Menurut Ghufron (dalam Faridi, 2020), titik tolaknya adalah memandang perbedaan dari sisi positifnya serta mempelajari perbedaan, sehingga dapat menemukan sisi-sisi universal yang dapat membantu mewujudkan tujuan dan cita-cita masyarakat.

Bersikap inklusif juga berarti berani menerima perbedaan dan siap untuk mewujudkan lingkungan yang ramah, damai, nyaman bagi semua orang. Sebab dinamakan masyarakat inklusif bila antar anggotanya bisa saling menghargai kemajemukan, memandang orang lain seperti dirinya sendiri (Faridi, 2020).

Jadi inklusivitas bisa dimengerti sebagai sebuah perilaku mengakui dan menghargai eksistensi orang lain, menerima dan menghormati keberagaman dan perbedaan, termasuk tidak melakukan diskriminasi kepada para penyandang disabilitas (Admin dingsos, 2019). Sementara kata “nilai” dapat merujuk pada sifat yang penting atau berguna bagi kemanusiaan (“KBBI Daring,” 2022). Sehingga nilai inklusivitas dapat diartikan sebagai sifat inklusivitas itu sendiri.

4. Music Video (Video Klip)

a. Definisi dan Sejarah *Music Video*

Music video didefinisikan dalam Kamus Cambridge (dalam Moller, 2011) sebagai sebuah film pendek yang dibuat untuk mengiklankan atau mempromosikan sebuah lagu populer. Tetapi sebenarnya *music video* lebih dari sekedar iklan untuk mempromosikan lagu populer jika ditelusuri lebih lanjut. Kamus Oxford memberikan definisi sedikit lebih jauh dari itu.

Kamus Cambridge, mendefinisikan bahwa *music video* merupakan sebuah video rekaman saat penyanyi atau band tertentu menampilkan lagunya yang sudah direkam sebelumnya, biasanya video tersebut juga menampilkan tarian, gambar atau foto yang menafsirkan liriknya (Moller, 2011). Untuk mengetahui definisi yang lebih tepat mungkin perlu untuk mengulas sedikit sejarahnya.

Kemungkinan *music video* pertama dibuat pada tahun 1894, saat Edward B. Mark dan Joe Stern ingin mempromosikan lagunya yang berjudul “The Little Lost Child” dengan mempekerjakan seorang tukang listrik bernama George Thomas dan beberapa dramawan. George Thomas menampilkan sebuah lagu bergambar yang merupakan kombinasi dari musik dan gambar di aula teater secara publik. Hal itu menjadi populer dan pada akhirnya menghasilkan banyak keuntungan bagi pemilik lagu (Norman, 2014).

Setelah itu selama berpuluh-puluh tahun ke depan, banyak sekali diproduksi berbagai bentuk film pendek musikal. Hingga pada tahun 1960-an, ada banyak artis yang mengirimkan sendiri rekaman video penampilan mereka saat membawakan lagu mereka kepada stasiun-stasiun televisi (Moller, 2011). Jika perkembangan *music video* hanya berhenti sampai di sini, kemungkinan definisi dari Kamus Oxford akan relevan.

Namun perkembangan *music video* masih terus berlanjut. Pada tahun 1966, sebuah grup musik The Beatles merilis lagu berjudul “Rain” beserta video klipnya. Dalam rekaman video klipnya hanya menampilkan berbagai hasil pemotretan mereka di lokasi syuting yang bertempat di Chiswick House London, di mana banyak anggotanya tidak sedang menyanyi ataupun memainkan alat musik. Video klip inilah yang kerap disebut sebagai *music video* modern pertama (Moller, 2011).

Lalu menjelang tahun 1980-an, acara TV berupa *music video showcase* menjadi tren dunia, di Australia, New Zealand, Amerika, dan Kanada. Dikarenakan *music video* begitu populer dan menjadi tren, pada tahun 1981 munculah sebuah channel TV yang khusus menayangkan berbagai *music video* di Amerika Serikat yang bernama MTV (Moller, 2011).

Tetapi sebenarnya ada masalah antara perusahaan rekaman dengan pembuatan *music video*. Pembuatan sebuah *music video* di kala itu prosesnya cukup panjang, sulit, memakan banyak waktu dan biaya, namun tak bisa dapat keuntungan secara langsung. Sehingga untuk apa perusahaan rekaman mendanai sesuatu yang tak dapat keuntungan langsung. Tetapi masalah ini terjawab berkat perkembangan teknologi, di mana memungkinkan jika seorang artis dapat memproduksi *music video*-nya sendiri dengan lebih mudah dan terjangkau tanpa bantuan perusahaan rekaman (Moller, 2011).

Ditambah lagi berkat munculnya dan populernya Youtube, iTunes, Spotify, dan platform lainnya, akan lebih mendukung para artis dan musisi yang ingin berkarya sekaligus mereka bisa mendapat keuntungan dari sponsor dan iklan dalam proses pembuatan dan tayangan di media *online*. Sehingga beberapa musisi tidak merancang *music video* mereka semata-mata hanya untuk mempromosikan lagu tetapi lebih utama untuk menunjukkan eksistensi mereka melalui sebuah hasil karya seni (Moller, 2011).

Perlu diketahui juga bahwa visual dan audio dalam sebuah *music video* merupakan satu kesatuan yang tak dapat dipisahkan (Stewart, 2015). Maka tidak melulu *music video* dibuat untuk mengiringi lagunya, bisa juga lagunya digunakan sebagai pengiring videonya. Sehingga *music video* merupakan sebuah film pendek berisi hasil integrasi lagu dan gambar atau foto yang diproduksi untuk tujuan promosi dan atau artistik (Moller, 2011). *Music video* biasanya berdurasi sekitar tiga sampai lima menit-an, dia mengandalkan ritme, tempo, dan kiasan lirik sebagai efeknya (Stewart, 2015).

b. Tujuan dan Fungsi *Music Video*

Pokok utama dari *music video* adalah lagu dan gambar (foto), maka harus ada hubungan yang kuat antara musik dengan visualisasinya (Moller, 2011). Penggabungan elemen visual, audio, dan gerakan menjadikannya lebih mudah diingat oleh khalayaknya (Rukmananda dalam Oentojo, 2018). Sebab itulah tujuan utama dari *music video* karena dia memang dirancang agar tetap menarik walau ditonton berulang kali (Moller, 2011).

Tetapi, menurut Rukmananda (dalam Oentojo, 2018) selain untuk menarik perhatian khalayak, *music video* biasanya juga ingin menyampaikan ide-ide, pesan, citra, ataupun makna tertentu kepada khalayaknya secara lebih efektif. Dia ingin memperkuat pesan yang ada dalam lagu melalui representasi makna dan pesan secara visual (Harpono & Tamburion, 2021).

Menurut Goodwin, representasi makna secara visual dalam *music video* biasanya menggunakan kombinasi alur elips aktor atau model dan animasi atau kartun. Sebuah *music video* terkadang bertujuan merepresentasikan kekerasan, rasisme, konflik sosial, agama, cinta, kepedulian, atau bahkan politik, dan topik sensitif lainnya (Dewi, Maharani, & Wandia, 2020).

Dikarenakan *music video* berusaha memvisualisasikan narasi dari lirik lagu, sehingga dia memiliki bentuk yang beragam menyesuaikan dengan genre musiknya (Kandowanko & Sianturi, 2021). Untuk itu, *music video* tak selalu digunakan untuk mempromosikan lagu. Tujuannya bisa bermacam-macam, diantaranya untuk mengkampanyekan isu sosial, menunjukkan eksistensi, menciptakan *image*, menggalang dana sosial, menghibur orang lain, menggiring opini, hingga menjadi propaganda politik (Moller, 2011).

Jadi *music video* juga berfungsi sebagai media massa yang dapat menyajikan realitas kehidupan manusia (Fazira, Rahmawati, & Asman, 2021). Selain itu pastinya dia juga digunakan sebagai sarana mengekspresikan ide dan kreativitas para artis ataupun musisi (Kandowanko & Sianturi, 2021).

Namun, beberapa kritikus tetap menganggap *music video* sebagai sarana promosi lagu. Memang, penonton (khalayak) menganggap *music video* sebagai hiburan, kru produksi dan artis (musisi)

menganggapnya sebagai karya seni berupa film pendek, namun si perusahaan rekaman musik melihat dan menganggapnya sebagai bentuk iklan dari produk mereka. Meskipun tidak secara eksplisit kesan iklannya, tetapi secara terselubung tetap ada maksud mengiklankan (Stewart, 2015).

Sebenarnya bagi khalayaknya terutama kaum muda, *music video* juga dapat digunakan untuk mengembangkan diri mereka. Selain itu, *music video* juga dapat berfungsi sebagai sarana mengekspresikan diri dan menunjukkan eksistensi mereka (khalayak). Selera genre musik memungkinkan mereka memiliki komunitas kelompok sebaya yang satu selera dan memungkinkan juga untuk menjadi salah satu anggota kelompok “dalam” atau yang sering disebut penggemar (Stewart, 2015).

Musik terkesan berkomunikasi secara perorangan, bisa jadi pesan dalam lagu tersebut menjadi pesan pribadi bagi penontonnya (Stewart, 2015). Saat khalayak menonton sebuah film atau *music video*, akan terjadi pembentukan makna di mana mereka memberikan pemaknaan baik berdasarkan konsep pemikiran maupun bahasa dan budaya mereka (Fazira et al., 2021). Namun ada kemungkinan khalayak tidak bisa menangkap pesan dan makna yang mau disampaikan (Dewi et al., 2020).

c. Jenis *Music Video*

Menurut industri musik, ada dua jenis utama *music video*, yaitu *Conceptual clips* dan *Performance clips* (Stewart, 2015). *Conceptual clips* merupakan *music video* yang memiliki satu tema pokok, dan biasanya menceritakan sesuatu dan memiliki alur, ini disebut dengan *Narrative music video* (Stewart, 2015).

Namun terkadang juga ada jenis *conceptual clips* yang tidak memiliki alur, jadi dia hanya berisi campuran berbagai gambar yang dipadukan dengan musik, disebut dengan *Non-narrative music video*). Sementara *Performance clips* isinya lebih menunjukkan penampilan penyanyi, artis, atau musisi ketika membawakan lagu mereka di atas panggung. *Performance clips* lebih terkesan kuno karena konsep video klip seperti ini *ngetren* di tahun 1960-1970-an (Stewart, 2015).

d. Ciri-Ciri *Music Video*

Music video setidaknya mempunyai tiga ciri utama (Stewart, 2015),

1) Penggambaran yang puitis

Sebuah *music video* harus pandai-pandai menggunakan penggambaran yang puitis demi membangun pemikiran dan emosi khalayak. Sebab, tujuan utama dari pembuatan *music video* adalah untuk menarik dan mempertahankan perhatian khalayak. Selain itu, musik juga dapat mengekspresikan emosi, sehingga para produser, artis dan musisi berusaha menggunakan

gambar-gambar yang puitis, dan unik agar dapat menciptakan efek emosional melalui visualnya.

2) Penggambaran yang simbolis

Selain menggunakan gambar yang puitis, sebuah *music video* biasanya juga menggunakan gambar (penggambaran) yang sangat simbolis secara general dan mudah dipahami. Sehingga meskipun durasinya tergolong pendek, khalayak tidak dibuat bingung dan dapat memahami garis besar pesannya.

3) Perubahan scene yang begitu cepat

Demi menjaga keutuhan konsep dan padatnya pesan yang ingin disampaikan, dalam satu *music video* berdurasi tiga menit mungkin bisa terdiri dari ratusan *footage*. Bahkan salah satu *music video* dari band terkenal, memiliki tiga ribu *footage* dan butuh waktu empat minggu untuk mengeditnya. Kerap juga pengeditan *footage* dipotong menyesuaikan irama musiknya.

e. Cara Kerja Video dengan Musik

Menurut Andrew Goodwin (dalam Stewart, 2015), seorang analis *music video* menyatakan bahwa ada tiga cara di mana musik dapat divisualisasikan ke dalam bentuk *music video*,

1) Ilustrasi

Dikatakan ilustrasi jika visualisasinya menceritakan kisah dari lirik lagu tersebut. Jika gambar (*footage*) dipotong menyesuaikan ritme dan irama musiknya, mungkin juga

dapat mengilustrasikan perasaan yang terkandung dalam lagu tersebut. Penampilan dan tarian penyanyi, atau band juga dapat mengilustrasikan lagu.

2) Amplifikasi

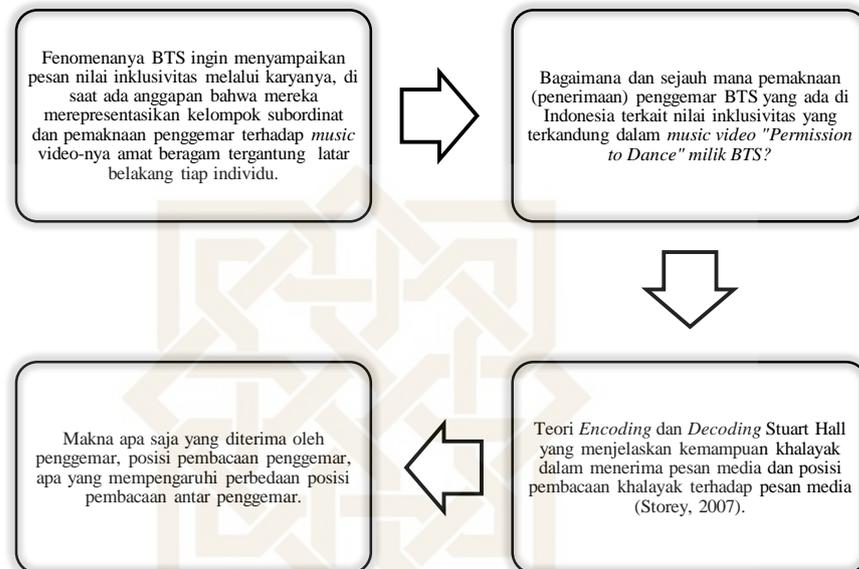
Termasuk amplifikasi jika visualisasi dalam video dapat menguatkan ataupun menambah makna baru kepada musik maupun lirik dari sebuah lagu. Mungkin dapat melalui pengambilan gambar *close-up* ataupun adegan-adegan lain yang tidak dapat dilihat ketika pertunjukan secara *live*.

3) Keterputusan (Kontras)

Sebuah video dapat kontras dengan musik dan liriknya, dan perasaan *ketidaknyambungan* yang diciptakan ini dapat memberikan makna tambahan untuk sebuah lagu.

G. Kerangka Pemikiran

Bagan 1 Kerangka Pemikiran



Sumber : Olahan Peneliti

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, sebab bertujuan untuk mencari, mengungkap, dan mendeskripsikan persepsi, sikap, pemikiran, pengalaman, perilaku, kepercayaan, tanggapan dari suatu kelompok sosial tertentu mengenai suatu isu tertentu. Dikatakan bahwa penelitian kualitatif merupakan proses penyelidikan yang berusaha mengeksplorasi fenomena sosial tertentu, jenis penelitian ini sering juga digunakan untuk memperbaiki atau mengubah sejarah, mengungkap sejarah yang terdistorsi, hingga mencari tahu pengalaman dan pemikiran seseorang maupun suatu kelompok sosial tertentu (Ghony & Almanshur, 2014).

Selain itu penelitian kualitatif ini juga merupakan penelitian yang kontekstual, karena hasil yang akan didapat tidak dapat digeneralisasikan, semua bergantung pada subjek penelitian beserta segala hal yang melatarbelakangi mereka. Seperti penjelasan dari Lincoln dan Guba (dalam Ghony & Almanshur, 2014), bahwa penelitian kualitatif ingin melihat kenyataan secara utuh sehingga tidak dapat dipisahkan dari konteksnya.

Penelitian ini menggunakan paradigma kritis. Paradigma ini berasumsi bahwa pengetahuan itu bersifat subjektif, serta memandang bahwa masyarakat tercipta oleh adanya orientasi kelas, ras, jenis kelamin, dan sebagainya (Ghony & Almanshur, 2014). Budaya pop yang menjadi tema penelitian ini, bisa dikatakan bahwa dia tercipta akibat orientasi kelas yang berusaha membedakan antara budaya tinggi dan budaya rendah. Selain itu budaya pop juga salah satu bahasan penting dalam *cultural studies* yang melihat pengetahuan tak akan pernah objektif sebab adanya posisionalitas (Barker, 2004).

Berdasarkan tujuannya pun penelitian ini sejalan dengan studi-studi kritis, di mana ingin mengungkap realitas yang sebenarnya, meluruskan pemahaman yang salah, membebaskan & memberdayakan (Manzilati, 2017). Pada penelitian kualitatif, peneliti ingin mengeksplor fenomena-fenomena yang hanya dapat dideskripsikan, sehingga data yang terkumpul berupa gambar dan kata-kata, bukanlah angka (Ghony & Almanshur, 2014). Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan analisis

resepsi (*reception analysis*) berdasarkan teori Stuart Hall, di mana mencoba menjelaskan penerimaan khalayak terhadap pesan media massa.

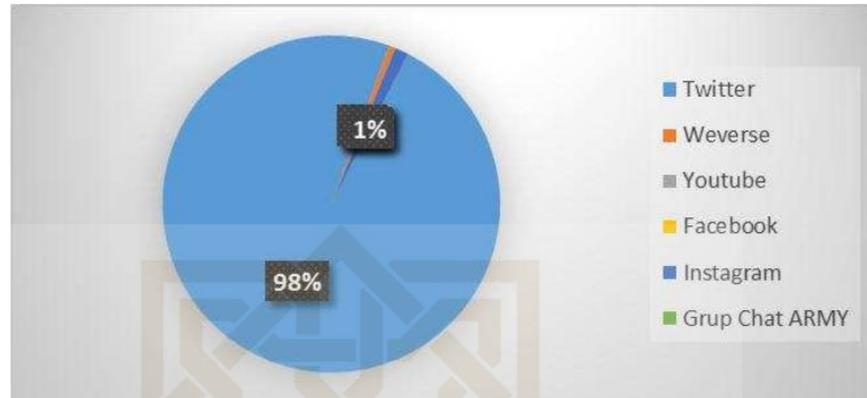
2. Subjek dan Objek Penelitian

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, bahwa penelitian kualitatif itu hanya berlaku pada konteksnya. Sehingga objek penelitiannya merupakan sebuah situasi sosial tertentu yang terdiri dari pelaku, tempat, dan aktivitas (Sugiyono, 2019). Maka yang ingin diketahui pada penelitian ini adalah bagaimana para penggemar BTS di Indonesia meresepsi nilai inklusivitas yang terdapat dalam *music video* BTS “Permission to Dance”.

Para penggemar BTS di Indonesia (ARMY Indonesia) menjadi sumber data dalam penelitian ini. Informan dipilih dari *followers fanbase* akun @ARMYTEAMID di Twitter. Dipilihnya platform Twitter sebagai objek atau konteks penelitian, karena Twitter merupakan platform media sosial yang paling banyak diakses oleh ARMY untuk mencari informasi terbaru tentang BTS, hal tersebut berdasarkan hasil survey yang dilakukan kepada 521 ARMY Indonesia (Yuniasti & Kusumastuti, 2021).

SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Gambar 6 Platform Media Sosial yang Paling Banyak Diakses oleh ARMY



Sumber : (Yuniasti & Kusumastuti, 2021)

Sementara alasan dipilihnya akun *fanbase* @ARMYTEAMID, karena akun ini sudah aktif sejak 2015 atau sekitar dua tahun setelah BTS debut, jumlah pengikutnya per 26 Desember 2022 mencapai 453.906 *followers*, angka tersebut paling banyak bila dibandingkan dengan akun *fanbase* BTS lainnya. Selain itu *engagement tweet-tweetnya* juga cukup tinggi sehingga kerap terjadi diskusi-diskusi antar *fans* pada kolom balasannya. *Fanbase* ini juga sering mengadakan *event* atau proyek sosial, baik secara mandiri maupun bekerja sama dengan *fanbase* lain.

Sedangkan pemilihan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan informan untuk digunakan sebagai sumber data berdasarkan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2019). Adapun beberapa pertimbangan umum yang peneliti tentukan diantaranya, *fans* BTS berkewarganegaraan Indonesia dan tinggal di Indonesia, berusia minimal 18 tahun, mengikuti media sosial BTS, sudah menonton *music video* "Permission to Dance"

lebih dari 5 kali, *follower* akun *fanbase* @ARMYTEAMID di Twitter, dan dipilih berdasarkan latar belakang sosial budaya yang berbeda-beda.

Diberikannya batasan usia karena menurut beberapa Undang-Undang seperti UU tentang Perlindungan Anak, UU tentang Ketenagakerjaan, UU tentang Perkawinan, UU tentang Sistem Peradilan Pidana Anak, dan masih ada beberapa UU lain yang menyatakan bahwa, dikatakan Anak jikalau dia berumur di bawah 18 tahun dan belum menikah (Tobing, 2016). Berdasarkan Hasil Rapat Kamar Perdata dinyatakan bahwa, “batas usia dewasa dan cakap hukum adalah telah mencapai 18 tahun atau sudah kawin” (Sudono, 2019). Sehingga peneliti beranggapan bahwa pernyataan seseorang akan dianggap kredibel jika berusia minimal 18 tahun.

Sementara jumlah informan yang diwawancarai sebagai subjek penelitian terdapat enam orang. Cara peneliti dalam memilih informan diawali dengan menyebar kuesioner singkat yang hanya berisi pertanyaan tentang kriteria pemilihan informan dan informasi demografi secara umum, seperti jenis kelamin, usia, dan tempat tinggal. Kuesioner tersebut disebarkan kepada *follower* akun *fanbase* @ARMYTEAMID di Twitter. Setelah mendapatkan data demografi umum dari para calon informan, dipilihlah beberapa informan sesuai kriteria yang telah ditentukan dan data demografi umum yang berbeda antar informan, sehingga didapatkanlah enam orang informan yang diwawancarai.

3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan dan mengumpulkan data, penelitian ini menggunakan beberapa teknik,

a. Wawancara mendalam (*depth interview*)

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang (dua pihak), di mana salah satu dari mereka bermaksud mengumpulkan informasi dari pihak lainnya dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan (Mulyana, 2013). Melalui wawancara mendalam, peneliti tak hanya dapat menggali informasi yang dialami oleh informan, namun juga hal yang tersembunyi di dalam diri mereka. Selain itu, hal yang ditanyakan bisa bersifat lintas waktu dan bisa saja informan akan memberikan jawaban di luar dugaan. Wawancara mendalam merupakan teknik pengumpulan data khas kualitatif (Ghony & Almanshur, 2014).

Wawancara ini lebih cenderung ke arah informal, sifatnya luwes, arahnya lebih terbuka, susunan kata dan urutan pertanyaannya bisa diubah saat wawancara berlangsung menyesuaikan kondisi masing-masing informan. Pada saat wawancara, peneliti bisa lebih bebas mengajukan pertanyaan tanpa terikat oleh susunan pertanyaan yang sudah dibuat. Namun untuk memudahkan jalannya wawancara peneliti sebaiknya tetap menyiapkan butir-butir pertanyaan secara generalnya (Ghony & Almanshur, 2014). Pada penelitian ini, peneliti menjadikan hasil wawancara sebagai data utama penelitian.

b. Observasi

Pengumpulan data dengan observasi dapat melihat dan menemukan perilaku subjek yang tak tersampaikan secara verbal. Melalui observasi, peneliti diharuskan mengamati langsung ke lapangan. Namun, tak semua hal perlu diamati oleh peneliti, hanya hal-hal yang relevan dengan penelitian saja yang sekiranya dibutuhkan. Dalam melakukan observasi, hal yang perlu diperhatikan oleh peneliti adalah ruang atau tempat, pelaku, kegiatan, benda-benda atau alat-alat, waktu, peristiwa, tujuan, dan perasaan (Ghony & Almanshur, 2014).

Dalam penelitian ini, observasi digunakan sebagai data pendukung. Peneliti melakukan observasi terhadap informan saat wawancara berlangsung dan observasi pada akun media sosial *fanbase* @ARMYTEAMID di Twitter, khususnya pada postingan-postingan yang terkait MV "Permission to Dance".

c. Dokumentasi

Memang utamanya data penelitian kualitatif didapatkan dari manusia, namun sumber-sumber dokumen juga dapat menjadi data pendukung bila dikaji dengan cermat. Dokumen dapat dipahami sebagai setiap catatan tertulis, terekam, atau tercetak, yang berhubungan dengan peristiwa masa lalu baik yang dipersiapkan maupun tidak dipersiapkan untuk penelitian (Ghony & Almanshur, 2014).

Bentuknya ada berbagai macam, diantaranya majalah ilmiah, surat kabar, film, foto, buku diary, notula rapat, brosur, surat-surat resmi, dan

lain sebagainya. Dokumen-dokumen yang terkait dengan penelitian digunakan sebagai data pendukung.

4. Teknik Analisis Data

Penelitian kualitatif tujuannya lebih kepada pencarian makna, oleh karena itu perlu dilakukan analisis dan interpretasi data. Miles dan Huberman (dalam Ghony & Almanshur, 2014) mengatakan bahwa analisis data kualitatif itu berupa kata-kata yang disusun sedemikian rupa dan merupakan hasil pendeskripsian secara rinci. Setelah tahap pengumpulan data selesai dilakukan maka selanjutnya peneliti harus menginterpretasi dan menafsirkan data tersebut dengan berlandaskan teori-teori yang berkaitan dengan masalah penelitian. Langkah analisis data menurut Miles dan Huberman meliputi, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan lalu diverifikasi (Ghony & Almanshur, 2014) :

a. Proses Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses penyeleksian, penajaman pembahasan, penyederhanaan, pengabstrakan, dan pengolahan data mentah yang didapatkan di lapangan. Sehingga reduksi data bisa dikatakan sebagai proses analisis data di mana peneliti harus mengarahkan, menajamkan, mengelompokkan, membuang yang tidak perlu, mengorganisasikan data (yang sudah dikumpulkan) dengan cara sedemikian rupa sampai menghasilkan kesimpulan yang dapat diuji validitasnya. Proses ini sangat membutuhkan keterampilan dan keluasan wawasan peneliti.

b. Proses Penyajian Data

Data hasil reduksi kemudian disajikan dengan menyusunnya menjadi suatu urutan agar lebih mudah dipahami. Sehingga setelah melihat penyajian data, peneliti dapat memahami apa yang terjadi, dan apa yang harus dilakukan setelah itu. Apakah peneliti sudah bisa menarik kesimpulan setelahnya atau masih perlu menganalisis lebih dalam lagi. Dalam penelitian kualitatif selain penyajian datanya menggunakan teks naratif, data juga bisa disajikan dalam bentuk grafik, bagan, tabel, matriks, dan lain lain.

c. Proses Penarikan Kesimpulan

Peneliti mulai mencatat keteraturan pola, penjelasan, alur sebab akibat, proposisi, dan konfigurasi yang mungkin sehingga dapat menarik kesimpulan dari data yang telah disajikan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif bisa jadi menjawab rumusan masalah, namun ada juga kemungkinan tidak sesuai dengan prediksi awal karena rumusan masalah dan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan terus berkembang ketika peneliti turun ke lapangan. Kesimpulan yang sudah didapat harus diuji keabsahannya.

5. Triangulasi

Agar hasil penelitian kualitatif dapat dipercaya maka perlu dilakukan uji keabsahan datanya. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber sebagai teknik uji keabsahan data. Triangulasi sebenarnya merupakan teknik uji keabsahan data dengan

membandingkan berbagai data yang berasal dari sumber, waktu, ataupun teknik yang berbeda (Sugiyono, 2019). Jika demikian, triangulasi sumber dapat dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh dari beberapa sumber.

Peneliti melakukan pengumpulan dan pengujian data kepada enam penggemar BTS di Indonesia yang memiliki latar belakang sosial budaya yang berbeda-beda sebagai data utamanya, di mana cara pemilihan informannya sudah dijelaskan pada sub bab Subjek dan Objek Penelitian. Lalu sebagai triangulasi sumbernya, peneliti mewawancarai seorang ahli di bidang kajian budaya pop Korea, yaitu Bapak Zaini, S.Sos., M.A., seorang dosen di Program Studi Bahasa dan Kebudayaan Korea Universitas Indonesia. Data yang telah dikumpulkan kemudian dibandingkan dan dianalisis sehingga dapat menuju kesimpulan yang dianggap kredibel.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melewati tahap pengumpulan data, analisis data, dan triangulasi data, sampailah pada tahap penarikan kesimpulan secara keseluruhan. Penelitian ini berusaha menjawab pertanyaan yang sudah dirumuskan pada rumusan masalah, mengenai bagaimana resepsi atau pemaknaan para penggemar BTS (yang sering disebut ARMY) di Indonesia mengenai nilai inklusivitas dalam *music videonya* yang berjudul “Permission to Dance”. Merujuk pada Teori Encoding dan Decoding milik Stuart Hall, hasil pemaknaan ARMY Indonesia mengenai nilai inklusivitas dalam MV “Permission to Dance” ada yang berada pada posisi negosiasi dan ada yang berada pada posisi hegemoni dominan.

Posisi pembacaan atau pemaknaan mereka lebih dipengaruhi oleh *individual difference perspective* dan *social relation perspective*. Mereka memaknai adanya nilai inklusivitas dalam *music videonya* BTS yang berjudul “Permission to Dance” tersebut. Adapun nilai inklusivitasnya dalam bentuk ajakan ke semua orang dalam liriknya, keberagaman dan kebersamaan antar pemeran dalam visualisasinya, dan penggunaan bahasa isyarat dalam gerakan koreografinya.

Para penggemarnya di Indonesia terbukti sebagai khalayak aktif karena tak hanya mengonsumsi tapi juga dapat memproduksi makna. Sebagai individu, mereka berusaha mengintegrasikan nilai-nilai inklusivitas dalam

keseharian mereka. Sebagai *fandom*, mereka melakukan berbagai kegiatan sosial sebagai salah satu bentuk keberlanjutan dari makna inklusivitas yang mereka terima. Sehingga walaupun di satu sisi BTS sebagai produk budaya pop bertujuan mengkapitalisasi dan memanipulasi mereka dan tanpa sadar mereka termanipulasi, namun di sisi lain sebenarnya mereka mengonsumsi teks tersebut secara sadar dan selalu memproduksi makna-makna lain sebagai bentuk keberlanjutan dari makna yang mereka terima.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti bermaksud memberikan sedikit saran yang semoga dapat bermanfaat baik bagi para penggemar musik pop, maupun bagi peneliti selanjutnya. Saran ini tidak ada sedikitpun maksud untuk menggurui, hanya sekedar memberi masukan.

1. Bagi Para Penggemar Musik Pop

- a. Sebagai seorang penggemar musik pop Korea, alangkah lebih baik jika kita dapat memahami keseluruhan makna dari musik pop tersebut. Sehingga ketika mengkonsumsinya jangan cukup merasa puas jika hanya memahami makna eksplisit saja, perhatikan dan coba pahami juga makna-makna implisitnya. Dengan begitu kita benar-benar memahami makna dan maksud darinya. Supaya kita tidak mudah termanipulasi oleh musik-musik pop tersebut. Sebab di zaman sekarang, musik pop banyak digunakan untuk berbagai tujuan, tak hanya sebatas hiburan.

- b. Sebagai seorang penggemar musik pop Korea, harap bijak saat mengonsumsi musik-musik tersebut. Jangan hanya karena musik tersebut dibawakan oleh musisi yang disukai, lalu dengan serta merta kita menelannya begitu saja. Maka berkelanjutan dengan saran sebelumnya untuk mengetahui keseluruhan makna dari musik pop tersebut, sehingga jika di dalamnya mengandung nilai-nilai positif, nilai-nilai tersebut dapat diintegrasikan dalam aktivitas kita, namun jika ternyata di dalamnya mengandung nilai-nilai yang negatif kita dapat meninggalkannya.
- c. Sebagai seorang ARMY, akan sangat lebih baik jika kita dapat saling menghormati dan menghargai baik antar *fans* maupun non-*fans*. Sebab melalui penelitian ini bisa dipahami bahwa BTS ingin mengajak para penggemarnya untuk bersikap inklusif, dapat menghargai dan menghormati orang lain.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih dalam lagi mengenai *cultural studies*, dan budaya pop karena penelitian mengenai analisis resepsi sebenarnya berkaitan dengan keduanya. Selain itu harap mengkaji dan memahami lebih dalam teori yang akan digunakan agar hasil penelitiannya dapat lebih baik, lebih lengkap, dan dapat menganalisisnya lebih dalam dan lebih tepat.
- b. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasikan. Jadi hanya berlaku jika subjeknya

para ARMY Indonesia *follower fanbase* @ARMYTEAMID, dan objeknya adalah MV “Permission to Dance” milik BTS khusus pada nilai inklusivitasnya. Bahkan pembacaan yang dihasilkan bersifat subjektif, tergantung pada setiap informan yang diwawancarai. Maka semisal peneliti selanjutnya berminat meneliti dengan subjek dan objek yang berbeda walaupun dalam tema yang sama, kemungkinan hasilnya juga akan berbeda.

- c. Dari hasil penelitian kali ini, ditemukan bahwa ternyata *fans* termanipulasi dan terkapitalisasi secara tak sadar oleh produk budaya pop tertentu. Hal ini juga dapat diangkat sebagai masalah penelitian untuk dikaji lebih lanjut.
- d. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat lebih mempersiapkan diri sebelum terjun ke lapangan untuk mengambil dan mengumpulkan data. Supaya saat masuk pada bagian pembahasan dan analisis, sudah memiliki gambaran kasar dari alur pembahasan yang akan dilakukan. Sehingga tidak mengalami kebingungan untuk menyusun pembahasan dan pembahasan yang dihasilkan juga akan lebih rapi dan terstruktur.
- e. Selain itu perlu juga bagi peneliti selanjutnya untuk membuat *timeline* penelitian dan usahakan melaksanakan sesuai *timeline*. Supaya penelitian dapat terlaksana lebih teratur dan lebih cepat. Namun, jikalau ada hal-hal di luar kendali kalian yang menjadikan proses penelitian sedikit tertunda, jangan patah semangat dan tetap

fokus untuk menyelesaikannya secepat yang kalian mampu, dan jangan lupa bahwa yang terpenting adalah selalu tawakal kepada Yang Maha Kuasa dan Maha Mengetahui.



DAFTAR PUSTAKA

- @ARMYTEAMID. (2021a). Poster “Permission to Hope.” Diambil 2 Maret 2023, dari October, 23 website:
<https://twitter.com/ARMYTEAMIID/status/1451762775596826627>
- @ARMYTEAMID. (2021b). Postingan Twitter @ARMYTEAMID. Diambil 28 Februari 2023, dari Juli, 09 website:
<https://twitter.com/ARMYTEAMIID/status/1413356768256663552>
- @billboardcharts. (2021). billboard charts di Twitter: “The #Hot100 top 10 (chart dated July 24, 2021)” / Twitter. Diambil 29 Juni 2022, dari July, 20 website:
<https://twitter.com/billboardcharts/status/1417169332757536774>
- @BTS_twt. (2020). Postingan Twitter. Diambil 13 November 2022, dari Juni, 4 website: https://twitter.com/BTS_twt/status/1268422690336935943
- @SAUDC_UGM. (2022). Postingan Twitter. Diambil 14 November 2022, dari Maret, 13 website:
https://twitter.com/SAUDC_UGM/status/1502882858444079105
- Admin dinsos. (2019). MARI CIPTAKAN INDONESIA YANG INKLUSIF DAN RAMAH DISABILITAS. Diambil 23 Juli 2022, dari Februari, 6 website: <https://dinsos.bulelengkab.go.id/informasi/detail/artikel/mari-ciptakan-indonesia-yang-inklusif-dan-ramah-disabilitas-43>
- Agusta, R. (2021). Analisis Resepsi Audiens Remaja terhadap Romantisme Film Dilan 1990. *ProTVF*, 5(1), 1–21.
- Almujaddedi, M. S., & Hayati, R. (2022). TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP HATE COMMENT DI MEDIA SOSIAL. *JCH (Jurnal Cendekia Hukum)*, 7, 243–256. <https://doi.org/10.3376/jch.v7i2.466>
- Amalia, M. (2021a). Lagi! BTS Kembali Jadi Korban Rasisme, Kali Ini Dari Acara Komedi di Chile - Editor News. Diambil 13 November 2022, dari April, 12 website: <https://editornews.pikiran-rakyat.com/entertainment/pr-1311762334/lagi-bts-kembali-jadi-korban-rasisme-kali-ini-dari-acara-komedi-di-chile>
- Amalia, M. (2021b). Sebuah Majalah Tampilkan Ilustrasi Kartun Rasis tentang BTS di GRAMMY, Lihat Disini. Diambil 13 November 2022, dari Maret, 18 website: <https://editornews.pikiran-rakyat.com/entertainment/pr-1311628787/sebuah-majalah-tampilkan-ilustrasi-kartun-rasis-tentang-bts-di->

grammy-lihat-disini

- Anjani, R. (2021). Papan Reklame Jungkook BTS Ini Diturunkan, Dianggap Promosikan Homoseksual. Diambil 13 November 2022, dari September, 4 website: <https://wolipop.detik.com/entertainment-news/d-5709779/papan-reklame-jungkook-bts-ini-diturunkan-dianggap-promosikan-homoseksual/amp>
- Anonim. (2020). Jawaban Anonim untuk “Apa yang membuat sebagian orang tidak menyukai bahkan membenci BTS?” - Quora. Diambil 16 November 2022, dari https://id.quora.com/Apa-yang-membuat-sebagian-orang-tidak-menyukai-bahkan-membenci-BTS/answer/Veronica-21?ch=15&oid=215435782&share=ef1817d5&srid=hLmOBD&target_type=answer
- Azanella, L. A. (2020). Iklan BTS Disebut Mengandung Unsur LGBT, Ini Klarifikasi KPI. Diambil 13 November 2022, dari Januari, 12 website: <https://www.kompas.com/tren/read/2020/01/12/144747565/iklan-bts-disebut-mengandung-unsur-lgbt-ini-klarifikasi-kpi?page=all>
- BANGTAN ARMY'S. (2021). ON RELEASED | BTS with Chris Martin - Permission To Dance Official Premiere Party. Diambil 18 Februari 2023, dari September, 10 website: https://www.youtube.com/watch?v=7R2_cKTWJl0
- Barker, C. (2004). *Cultural Studies Teori & Praktik* (H. Purwanto, Ed.; Nurhadi, Penerj.). Bantul: Kreasi Wacana.
- Bate, E. (2021). Interview: BTS Talks “Permission To Dance” And Spreading Positivity. Diambil 14 November 2022, dari August, 6 website: <https://www.buzzfeednews.com/article/eleanorbate/bts-permission-to-dance-youtube-challenge-interview>
- BIGHIT MUSIC. (n.d.). PROFILE | BTS | BIGHIT MUSIC. Diambil 9 November 2022, dari <https://ibighit.com/bts/eng/profile/>
- blacklivesmatter.com. (n.d.). About - Black Lives Matter. Diambil 31 Maret 2023, dari <https://blacklivesmatter.com/about/>
- Britannica. (2020). South Korea - Plant and animal life | Britannica. Diambil 31 Maret 2023, dari <https://www.britannica.com/place/South-Korea/Plant-and-animal-life>

- BTS ARMY CENSUS. (2022). ARMY CENSUS 2022 RESULTS! Diambil 23 Desember 2022, dari July, 09 website:
<https://www.youtube.com/watch?v=V4qqOR4QN2Q>
- CNN Indonesia. (2021a). Kronologi Kisruh Komentar Rasisme DJ Bayern 3 ke BTS. Diambil 12 November 2022, dari Februari, 26 website:
<https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20210226104534-234-611192/kronologi-kisruh-komentar-rasisme-dj-bayern-3-ke-bts>
- CNN Indonesia. (2021b). Pidato Lengkap BTS di Markas PBB. Diambil 26 Februari 2023, dari September, 23 website:
<https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20210921002647-234-697042/pidato-lengkap-bts-di-markas-pbb/1>
- Dewi, P. D. R., Maharani, S. A. I., & Wandia, I. K. (2020). Visual and Verbal in Music Video Clip of The Script's Band Entitled "The Man Who Can't Be Moved." *Humanis*, 24(1), 11. <https://doi.org/10.24843/jh.2020.v24.i01.p02>
- Fajariyah, L. (2020). Inklusivitas Masjid Sebagai Perikat Sosial: Studi Kasus pada Masjid Ash-Shiddiqi Demangan Kidul Yogyakarta. *Sangkep: Jurnal Kajian Sosial Keagamaan*, 3(1), 85–96.
<https://doi.org/10.20414/sangkep.v2i2.p-ISSN>
- Fajri, D. L. (2022). Pengertian Sikap Inklusif dan Contohnya di Kehidupan Sehari-Hari - Lifestyle Katadata.co.id. Diambil 30 Juni 2022, dari April, 1 website: <https://katadata.co.id/agung/berita/6245f02c37198/pengertian-sikap-inklusif-dan-contohnya-di-kehidupan-sehari-hari>
- Faridi, F. (2020). Urgensi Pendidikan Inklusif: Studi Kasus Pada Kegiatan "B" Religi" di SMA Negeri 3 Kota Malang." *J-PAI: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 6(2), 119–127. <https://doi.org/10.18860/jpai.v6i2.10125>
- Fazira, E., Rahmawati, R., & Asman, Z. (2021). Analisis Semiotika Representasi Rasa Kehilangan Dalam Musik Video Klip Pulu Membiru Experience. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, 6(2), 1–9.
- Fella, S., & Sair, A. (2020). "Menjadi Korea": Melihat Cara, Bentuk, dan Makna Budaya Pop Korea Bagi Remaja Di Surabaya. *Journal of Urban Sociology*, 3(2), 8–17. Diambil dari
<https://journal.uwks.ac.id/index.php/sosiologi/article/view/1232/940>
- Ghony, M. D., & Almanshur, F. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Revisi; R. T. Sari, Ed.). Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

- Handoyo, E., Astut, T. M. P., Iswari, R., Alimi, Y., & Mustofa, M. S. (2015). *Studi Masyarakat Indonesia* (E. Handoyo, Ed.). Yogyakarta: Penerbit Ombak. Diambil dari www.penerbitombak.com
- Harjantoko, L. A. (2022). V BTS Jadi Korban Rasisme di Grammy Awards Ke-64, Picu Kemarahan ARMY Bertagar #StopAsianHate. Diambil 13 November 2022, dari April, 5 website: <https://tugujatim.id/v-bts-jadi-korban-rasisme-di-grammy-awards-ke-64-picu-kemarahan-army-bertagar-stopasianhate/?amp>
- Harpono, G., & Tamburian, H. . D. (2021). Analisis Semiotika Representasi Pria Metroseksual dalam Video Musik Seventeen “Thanks.” *Koneksi*, 5(2), 434. <https://doi.org/10.24912/kn.v5i2.10429>
- Hybe Labels. (2017). BTS (방탄소년단) LOGO ANIMATION. Diambil 23 Desember 2022, dari July, 5 website: https://www.youtube.com/watch?v=qx27yTK_KXw
- Hybe Labels. (2021). BTS (방탄소년단) “Permission to Dance” Official MV - YouTube. Diambil 29 Juni 2022, dari July, 9 website: <https://www.youtube.com/watch?v=CukIb9d3fl>
- Ipsos. (2021). LGBT+ Pride 2021 GLOBAL SURVEY. In *Ipsos*. Diambil dari <https://www.ipsos.com/en/lgbt-pride-2021-global-survey-points-generation-gap-around-gender-identity-and-sexual-attraction>
- J&K Art Music. (2021). [Full Video] BTS Permission to Dance LA Concert Press Conference. Diambil 18 Februari 2023, dari November, 29 website: <https://www.youtube.com/watch?v=-96-Rpvcir8&t=385s>
- Janati, F. (2021). Fakta Menarik Kehadiran BTS di UNGA, Pidato Inspiratif dan Bawakan “Permission to Dance.” Diambil 26 Desember 2022, dari September, 22 website: <https://www.kompas.com/hype/read/2021/09/22/095827666/fakta-menarik-kehadiran-bts-di-unga-pidato-inspiratif-dan-bawakan>
- Kandowanko, L., & Sianturi, E. (2021). Representasi Masalah Sosial dalam Video Musik “Crazy” Simple Plan: Kajian Musik Pop dari Pendekatan Cultural Studies. *Clef: Jurnal Musik dan Pendidikan Musik*, II(1), 39–51. <https://doi.org/10.51667/cjpm.v2i1.537>
- Kapanlagi.com. (2021). Arti BTS, Nama Boy Group Asal Korea Selatan yang Mendunia. Diambil 9 November 2022, dari November, 25 website:

<https://www.kapanlagi.com/korea/arti-bts-nama-grup-musik-asal-korea-selatan-yang-mendunia-11aa19.html>

Kapanlagi.com. (2022). Apa Arti ARMY, Penggemar BTS? Ketahui Sejarah Fandom Terbesar K-Pop - KapanLagi.com. Diambil 19 Desember 2022, dari Januari, 25 website: <https://www.kapanlagi.com/korea/apa-arti-army-penggemar-bts-ketahui-sejarah-fandom-terbesar-k-pop-2ac3cd.html>

KBBI Daring. (2022). Diambil 23 Juli 2022, dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/inklusi>

Kementerian Agama Republik Indonesia tahun 2002 (Penerj.). (n.d.). *Al-Quran & Tafsir Ibnu Katsir*. Muslim Media. Diambil dari <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.pro.line.quran>

Kim, Y. J. (2021). K-pop kembali cetak rekor dengan 7,5 milyar Tweet. Diambil 27 Juni 2022, dari July, 30 website: https://blog.twitter.com/in_id/topics/insights/2021/kpop-kembali-cetak-rekor-dengan-7-5-milyar-tweet

Kustawan, D., & Hermawan, B. (2013). *MODEL IMPLEMENTASI PENDIDIKAN INKLUSIF RAMAH ANAK (Pedoman Penyelenggaraan Pendidikan Inklusif di Sekolah Dasar/ Madrasah Ibtidaiyah)* (Team Redaksi Luxima, Ed.). Jakarta Timur: Luxima.

Langit, A. (2022). Sejarah Terbentuknya BTS ARMY, Rayakan Ulang Tahun ke-9 di 9 Juli 2022. Diambil 19 Desember 2022, dari Juli, 09 website: <https://www.parapuan.co/read/533367594/sejarah-terbentuknya-bts-army-rayakan-ulang-tahun-ke-9-di-9-juli-2022?page=all>

Manzilati, A. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma, Metode, dan Aplikasi* (Tim UB Press, Ed.). Malang: Universitas Brawijaya Press.

McQuail, D. (2011a). *Teori Komunikasi Massa McQuail* (6 ed., Vol. 1; D. O. P., Ed.; P. I. Izzati, Penerj.). Jakarta: Salemba Humanika.

McQuail, D. (2011b). *Teori Komunikasi Massa McQuail* (6 ed., Vol. 2; D. O. P., Ed.; P. I. Izzati, Penerj.). Jakarta: Salemba Humanika.

Misbah, I. (2014). Perbincangan Tentang Fans - Remotivi. Diambil 19 Juli 2022, dari November, 19 website: <https://www.remotivi.or.id/amatan/38/perbincangan-tentang-fans>

- Moller, D. (2011). *Redefining Music Video* (No. CMNS6040). Diambil dari https://danmoller.com/s/Dan_Moller_-_Redefining_Music_Video.pdf
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa* (1 ed.). Jakarta: Kencana.
- Moslimani, M., Tamir, C., Budiman, A., Noe-Bustamante, L., & Mora, L. (2023). Facts About the U.S. Black Population | Pew Research Center. Diambil 31 Maret 2023, dari Maret, 02 website: <https://www.pewresearch.org/social-trends/fact-sheet/facts-about-the-us-black-population/>
- Mulyana, D. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Norman, J. (2014). The First Illustrated Song, First Step toward the Music Video. Diambil 28 Juli 2022, dari <https://www.historyofinformation.com/detail.php?id=3990>
- Nurudin. (2017). *Pengantar Komunikasi Massa* (1 ed.). Jakarta: Rajawali Pers.
- Oentojo, K. Z. (2018). Penerimaan Penggemar K-pop terhadap Sensualitas Perempuan dalam Video Musik “Lip & Hip” milik HyunA. *Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra, Surabaya*, 6(2), 2–12. Diambil dari <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/8282>
- Ovitamaya, E. (2021). Resepsi Penonton Remaja Film Dua Garis Biru Tentang Isu Pendidikan Seks. *Jurnal Audience*, 4(01), 73–85. <https://doi.org/10.33633/ja.v4i01.4232>
- Perdana, A., Akbary, M., Kusuma, R., & Ardina, S. (2021). Analisis Dampak Fenomena Konsumerisme Budaya Korea: K-Drama Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas. *Researchgate.Net*, (December). Diambil dari https://www.researchgate.net/profile/Ameyrista-Perdana/publication/356843550_ANALISIS_DAMPAK_FENOMENA_KONSUMERISME_BUDAYA_KOREA_K-DRAMA_BAGI_MAHASISWA_FAKULTAS_EKONOMI_DAN_BISNIS_UNIVERSITAS_BRAWIJAYA/links/61b051981a5f480388c13f72/ANALISIS-DAMPAK-FENOMEN
- Postingan Twitter. (2021). Diambil 6 Juli 2022, dari July, 9 website: <https://twitter.com/Annwcha/status/1413375710593388545?t=GY7LdTADiZjVsmszsHI5dQ&s=08>

- Pratiwi, A. L. (2020). BTS Lantang Suarakan Hak LGTB, RM-Suga Kompak: Semua Cinta Itu Sama, Tak Ada yang Salah dari Mereka - Pangandaran Talk. Diambil 13 November 2022, dari July, 23 website: <https://pangandaran.pikiran-rakyat.com/entertainment/pr-10631980/bts-lantang-suarakan-hak-lgtb-rm-suga-kompak-semua-cinta-itu-sama-tak-ada-yang-salah-dari-mereka?page=2>
- Purnamasari, D. M. (2018). Dianggap Homoseksual, Film Dokumenter BTS Batal Tayang di Rusia. Diambil 13 November 2022, dari Desember, 28 website: <https://www.jawapos.com/entertainment/infotainment/28/12/2018/dianggap-homoseksual-film-dokumenter-bts-batal-tayang-di-rusia/>
- Rahmawati, F. (2021). Ini Alasan Presiden Moon Jae In Pilih BTS jadi Utusan Khusus ke UNGA New York - Kompas.TV. Diambil 13 November 2022, dari September, 21 website: <https://www.kompas.tv/article/213974/ini-alasan-presiden-moon-jae-in-pilih-bts-jadi-utusan-khusus-ke-unga-new-york>
- Rama, A. (2021). SZA Diduga Berbohong, BTS Jadi Korban Rasisme di Konser Harry Styles. Diambil 13 November 2022, dari November, 23 website: <https://www.popbela.com/career/working-life/ajenk-rama/sza-diduga-berbohong-bts-jadi-korban-rasisme-di-konser-harry-styles/3>
- SBS 뉴스. (2021). [Eksklusif] “Izin Menari” Billboard 1 tempat, apa artinya bagi BTS? / SBS. Diambil 18 Februari 2023, dari Juli, 24 website: <https://www.youtube.com/watch?v=LVDQbzvqTGU>
- Schmidt, M. (2021). BTS on What Inspired Their “Permission to Dance” Challenge: “We Knew This Song Will Uplift Everyone.” Diambil 15 Februari 2023, dari August, 6 website: <https://people.com/music/bts-permission-to-dance-challenge-youtube-shorts-interview/>
- Sekar, N. (2021). Makna Mendalam dari Lagu BTS “Permission to Dance” - Metrum. Diambil 30 Juni 2022, dari July, 22 website: <https://metrum.co.id/makna-mendalam-dari-lagu-bts-permission-to-dance/>
- Septina, D. (2021). Pakai Bahasa Isyarat di Koreografi Permission to Dance , BTS Dapat Pujian dari WHO. Diambil 30 Juni 2022, dari July, 18 website: <https://www.kompas.tv/article/193872/pakai-bahasa-isyarat-di-koreografi-permission-to-dance-bts-dapat-pujian-dari-who>
- Sitoresmi, A. R. (2021). Inklusif adalah Mengajak Seseorang Menghargai Perbedaan, Simak Manfaat dan Contoh. Diambil 23 Juli 2022, dari Maret, 23 website: <https://hot.liputan6.com/read/4513370/inklusif-adalah-mengajak-seseorang-menghargai-perbedaan-simak-manfaat-dan-contoh>

- Stewart, C. (2015). *VCE Media: New Ways and Meanings Unit 3&4*. Australia: John Wiley & Sons Australia, Ltd. Diambil dari https://www.oneleggedbird.com.au/uploads/7/9/4/3/79435612/vcemedi3_4j acaranda.pdf
- Storey, J. (2007). *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop* (A. Adlin, Ed.; L. Rahmawati, Penerj.). Yogyakarta: Jalasutra.
- Sudono, H. (2019). Untuk Kepentingan Apa Batasan Usia Dewasa Itu. Diambil 30 Oktober 2022, dari Maret, 15 website: <https://www.pa-blitar.go.id/informasi-pengadilan/160-untuk-kepentingan-apa-batasan-usia-dewasa-itu.html#:~:text=Dalam Hasil Rapat Kamar Perdata,usia dewasa adalah 18 tahun.>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Kedua; Sutopo, Ed.). Bandung: Alfabeta.
- Syarifah, F. (2022). Bappenas: Nilai Inklusivitas Indonesia Rendah, Peringkat 125 di Bawah Filipina dan Vietnam - Disabilitas Liputan6.com. *Maret, 10*. Diambil dari <https://www.liputan6.com/disabilitas/read/4907109/bappenas-nilai-inklusivitas-indonesia-rendah-peringkat-125-di-bawah-filiphina-dan-vietnam>
- Tim TvOne. (2022). Ini Daftar Grup K-Pop Paling Banyak Dibicarakan di Indonesia Pada 2021 Berdasarkan Catatan Twitter. Diambil 28 Juni 2022, dari Januari, 27 website: <https://www.tvonenews.com/lifestyle/trend/24749-ini-daftar-grup-k-pop-paling-banyak-dibicarakan-di-indonesia-pada-2021-berdasarkan-catatan-twitter>
- Tobing, L. (2016). Perbedaan Batasan Usia Cakap Hukum dalam Peraturan Perundang-undangan. Diambil 30 Oktober 2022, dari Februari, 12 website: <https://www.hukumonline.com/klinik/a/perbedaan-batasan-usia-cakap-hukum-dalam-peraturan-perundang-undangan-lt4eec5db1d36b7>
- Turnip, S. S., Fausiah, F., Adistiana, K., Rachman, N. A., Windi, W. F., Kurniawan, & David. (2019). *Panduan Perlindungan Anak Kelompok Minoritas dan Terisolasi*. Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. Diambil dari <https://sidiaperka.kemenpppa.go.id/wp-content/uploads/2019/11/PANDUAN-PERLINDUNGAN-ANAK-KELOMPOK-MINORITAS-DAN-TERISOLASI.pdf>
- Watkins, G. J. (2022). Kebanggaan BTS & ARMY: Ruang Penggemar & Dukungan LGBTQIA+. Diambil 13 November 2022, dari April, 5 website: <https://www.armymagazine.co/single-post/kebanggaan-bts-army-ruang->

penggemar-dukungan-lgbtqia

- Wishnuwardhani, P. D., & Mangundjaya, W. (2008). HUBUNGAN NILAI BUDAYA INDIVIDUALISME-KOLEKTIVISME DAN GAYA PENYELESAIAN KONFLIK. *Jurnal Psikologi Sosial*, 14, 1–8.
- Wismoyo, A. A., & Aminullah, M. A. (2022a). Charlie Puth Bongkar Makna Lagu “Left and Right” feat Jungkook BTS, Tentang LGBT? Diambil 13 November 2022, dari July, 5 website:
<https://www.suara.com/entertainment/2022/07/04/211445/charlie-puth-bongkar-makna-lagu-left-and-right-feat-jungkook-bts-tentang-lgbt>
- Wismoyo, A. A., & Aminullah, M. A. (2022b). Jungkook BTS Promosi Brand Fashion yang Pro LGBT, Respons ARMY Adem. Diambil 13 November 2022, dari April, 22 website:
<https://www.suara.com/entertainment/2022/04/22/165422/jungkook-bts-promosi-brand-fashion-yang-pro-lgbt-respons-army-adem>
- Yani, Y. M., & Lusiana, E. (2018). Soft Power dan Soft Diplomacy. *TAPIS*, 14, 48–65.
- Yuniasti, K. R., & Kusumastuti, F. (2021). Pemanfaatan Akun Twitter @ ARMYTEAMIID Sebagai Media Komunikasi Di Kalangan Fans BTS (ARMY). *Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan*, 25(2), 198–216. <https://doi.org/10.46426/jp2kp.v25i2.168>

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA