

**KONVERGENSI SIMBOLIK FANATISME PENGGEMAR BLACKPINK
(STUDI FENOMENOLOGI PADA KELOMPOK BLINK JOGJA)**



SKRIPSI

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

Disusun oleh

Nuza Istidah

NIM: 18107030097

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

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

2023

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Nuza Istidah
NIM : 18107030097
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Adverthising*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya yang berjudul “KONVERGENSI SIMBOLIK FANATISME PENGGEMAR BLACKPINK (STUDI FENOMENOLOGI PDA KELOMPOK PENGGEMAR BLINK JOGJA)” ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan skripsi saya ini adalah hasil karya/penelitian sendiri serta bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

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

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 30 Juli 2023

Yang Menyatakan



Nuza Istidah
NIM. 18107030097

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

NOTA 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 : Nuza Istidah
NIM : 18107030097
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

KONVERGENSI SIMBOLIK FANATISME PENGEMAR BLACKPINK (Studi Fenomenologi pada Kelompok Blink Jogja)

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

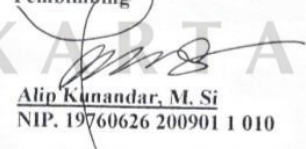
Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 28 Juli 2023

Pembimbing


Alip Kunandar, M. Si
NIP. 19760626 200901 1 010

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-995/Un.02/DSH/PP.00.9/08/2023

Tugas Akhir dengan judul : Konvergensi Simbolik Fanatisme Penggemar Blackpink (Studi Fenomenologi Pada Kelompok Blink Jogja)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NUZA ISTIDAH
Nomor Induk Mahasiswa : 18107030097
Telah diujikan pada : Senin, 21 Agustus 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Alip Kunandar, S.Sos., M.Si
SIGNED

Valid ID: 64ec31ee2e123



Penguji I

Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., MSn
SIGNED

Valid ID: 64ec1162a359c



Penguji II

Maya Sandra Rosita Dewi, S.Sos., M.I.Kom.
SIGNED

Valid ID: 64ec11233477d



Yogyakarta, 21 Agustus 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 64ec90678a454

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN MOTTO



**“Maybe if I try to be better,
We’ll be happier than ever”.**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

**Almamater Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan ridho-Nya, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan sebagaimana mestinya. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia pada jalan kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat kelak.

Skripsi ini merupakan kajian singkat diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar strata satu (S1) Ilmu Komunikasi, yang membahas mengenai KONVERGENSI SIMBOLIK FANATISME PENGGEMAR BLACKPINK (Studi Fenomenologi Kelompok Penggemar Blink Jogja). Penulis menyadari betul bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan selesai dengan semesestinya jika tanpa adanya dorongan, bimbingan dan dukungan dari banyak pihak sekitar.

Maka, pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan banyak rasa haru, bahagia dan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Mochammad Sodik, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga
2. Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., M.Sn., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga
3. Dr. Diah Ajeng Purwani, M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga.
4. Drs. Siantari Rihartono, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing penulis selama masa studi.
5. Alip Kunandar, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah sabar dan tabah membimbing serta mencurahkan tenaga dan pikiran untuk penulis agar skripsi ini dapat selesai dengan baik.
6. Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., M.Sn., selaku dosen penguji 1 yang sudah memberikan masukan bersifat membangun dalam penyusunan dan penyempurnaan skripsi ini.

7. Maya Sandra Rosita Dewi, S.Sos., M.I.Kom, selaku dosen penguji 2 yang telah memberikan saran dan kritiknya dalam kepenulisan, penyusunan dan penyempunaan skripsi ini.
8. Segenap Dosen dan Karyawati Fakultas Ilmu Sosia dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga.
9. Muslim Hidayat, S.Sos.I.,M.A. (Dosen Psikologi Sosial UIN Sunan Kaijaga Yogyakarta) yang telah menjadi narasumber triangulasi.
10. Keluarga besar saya khususnya kedua orang tua yaitu Abah dan Mamah dan kakak saya Hilda Rahmah dan suaminya Habib Maulana serta Hafla Lafadz Sabira yang selalu memberikan motivasi serta doa terbaiknya
11. Teman-teman Blink Jogja yang telah bersedia menjadi narasumber dan sudah meluangkan waktu untuk memberikan informasi selama proses pencarian data.
12. Teman-teman bermain yang telah mengorbankan waktunya untuk selalu mendukung dan memacu penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini yaitu Lia, Dina, Nadya, Anggiya dan Bela.
13. Seluruh teman-teman Sumur Creative yang sudah memberikan akses mudah penulis lewat perangkat kerja dan motivasi yang mereka berikan agar peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
14. Seluruh pihak yang ikut serta telah membantu dalam proses pengerjaan skripsi ini yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu.

Demikian yang dapat penulis sampaikan, semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak yang terkait.

Yogyakarta, 30 Juli 2023

Penulis

Nuza Istidah

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	i
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Peneitian	9
1. Manfaat Teoritis.....	9
2. Manfaat Praktis	9
E. Tinjauan Pustaka.....	9
F. Landasan Teori.....	12
1. Teori Konvergensi Simbolik.....	12
2. Fandom.....	14
G. Kerangka Penelitian	17
H. Metodologi Penelitian	18
1. Jenis Penelitian.....	18
2. Subyek dan Obyek Penelitian	18

3. Lokasi Penelitian.....	19
4. Metode Pengumpulan Data.....	19
5. Metode Analisis Data.....	20
6. Keabsahan Data.....	21
BAB II	
GAMBARAN UMUM	23
A. Blackpink	23
B. Kelompok Penggemar Blink Jogja	29
C. Profil Informan.....	32
BAB III	
PEMBAHASAN	36
A. Hasil Penelitian	36
B. Analisis Konvergensi Simbolik Fanatisme Penggemar Blackpink.....	55
1. Makna: Pola Komunkasi Berulang Dalam Kelompok.....	55
2. Emosi: Kecenderungan Dinamis Sistem Komunikasi	79
3. Motif Bertindak: Terlibat Dalam Tindakan Berbagi Fantasi	98
BAB IV	
PENUTUP.....	106
A. Kesimpulan	106
B. Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA.....	108
LAMPIRAN.....	110

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Telaah Pustaka	11
Tabel 2. Proses Transkrip Hingga Membuat Kelompok Tema	38
Tabel 3. Penyajian Tema dan Sintesis Tema.....	49
Tabel 4. Deskripsi Tekstura dan Struktura.....	52



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Musik K-Pop Populer di Indonesia	5
Gambar 2. Surat Al – Baqarah:216.....	6
Gambar 3. Kerangka Pikiran.....	17
Gambar 4. Profil Blackpink	24
Gambar 5. Blackpink Trending.....	26
Gambar 6. Trending Produk Oreo X Blackpink di Media Sosial	28
Gambar 7. Profil Blink Jogja	30
Gambar 8. Produk Oreo X Blackpink Milik Narasumber	59
Gambar 9. Produk Indomilk X Blackpink Milik Narasumber.....	62
Gambar 10. Cuitan Secound Account Narasumber	67
Gambar 11. Chat Group Blink Jogja.....	70
Gambar 12. Konten Video Diproduksi Oleh Narasumber	72
Gambar 13. Kegiatan Screening Event Blink Jogja.....	77
Gambar 14. Profil Instagram Narasumber	89
Gambar 15. Outfit Narasumber Mengikuti Konser Blackpink	93
Gambar 16. Video Boy William dan Kiky Saputri.....	95
Gambar 17. Story Instagram Narasumber.....	103

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

Fans have an important role in the existence of an idol, from their efforts to support their idol it can be seen that there are shared meanings, emotions, and motives in the Blackpink fan group triggering the formation of fans' desire to be recognized as fanatical fans. Thus, those who joined and became part of the Blink fandom (Blackpink Fan group) gave rise to symbolic convergence in loving Blackpink. This study looks at how the symbolic convergence of fanaticism in Blackpink fan groups in Blink Jogja. The research method used is a qualitative method with a phenomenological approach. The basic theory used is the theory of symbolic convergence and fandom. The results of the study show that Blackpink fans who are members of the Blink Jogja fandom generate symbolic convergence which is shown by fanatical behaviors in the form of fans' desire to feel recognized as fanatical fans. This feeling of being recognized as a fanatical fan is interpreted together as a symbolic awareness which is then converged through the typical behaviors of fanatical fans according to Henry Jenkins.

Keywords: Fanaticism, Fandom, Group Communication, Social Psychology, SymbolicConvergence



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Musik K-Pop yang banyak digandrungi oleh kaum digital native merupakan produk dari Korean Wave (*Hallyu*). Korean Wave merupakan istilah yang mengacu pada fenomena penyebaran budaya pop Korea Selatan melalui produk-produk hiburan seperti drama, musik, *style*, dan lainnya (Luvita, 2020). Kepopuleran K-Pop di Indonesia sendiri bermula dari gelombang drama televisi pada tahun 2000-an yang hingga kini kian naik daun di Indonesia (Haryanto, 2015).

Blackpink menjadi salah satu girlband K-Pop yang kini tengah naik daun. Dalam perjalanannya, Blackpink juga menjadi artis dengan *subscriber* terbanyak di Youtube dengan 76,5 juta *subscribers*. Angka tersebut mampu mengalahkan Justin Bieber sejumlah 69,7 juta *subscriber* dan BTS sejumlah 70,1 juta *subscriber*. Kesuksesan Blackpink ini tentu datang dari dukungan para penggemarnya dan hal ini menjadi bukti atas keberhasilan ekspansi budaya Korea Selatan (*Hallyu*).

Blink Jogja merupakan salah satu fandom dari grup musik Blackpink yang ada di Yogyakarta. Kesuksesan penggemar Blackpink, membuat kelompok penggemar 'Blink' tersebar di berbagai kota besar di Indonesia, hal ini berlaku di Yogyakarta. Blink merupakan sebutan untuk kelompok penggemar grup musik Blackpink. Blackpink menjadi salah satu *girlband* asal Korea Selatan yang memiliki jumlah fans militan yang cukup besar di Indonesia.

Terbentuknya kelompok penggemar seperti fandom Blink ini menjadi alasan kuat bagaimana penggemar Blackpink, memiliki antusias yang besar dalam mengidolakan idolanya. Penggemar mampu mengekspresikan tentang hal yang disukainya lewat berbagai perilaku. Tidak heran, jika mereka rela

mengorbankan sesuatu hal bahkan apa yang mereka miliki untuk memenuhi hasrat dan keinginannya terhadap hal-hal yang mereka cintai.

Ketertarikan kuat yang dialami seseorang terhadap suatu hal yang terkenal, biasanya memicu terbentuknya sekelompok fans. Dari hal tersebut, lahirlah Blink sebagai bentuk dukungan penggemar kepada Blackpink. Blink sendiri berasal dari kata Blackpink itu sendiri. Nama fandom ini secara resmi diumumkan oleh YG Entertainment sebagai agensi yang menaungi Blackpink.

Penggemar memiliki peran penting dalam perkembangan seorang idol, sehingga sekumpulan penggemar ini secara kolektif akan membentuk sebuah fandom. Fandom sendiri dapat dimaknai sebagai sekelompok penggemar yang memiliki perasaan emosional yang sama terhadap orang lain yang memiliki minat yang sama. Fandom adalah istilah yang digunakan untuk menunjukkan pada subkultural, berbagai hal dan kegiatan yang berkaitan dengan penggemar dan kegemarannya (Jenkins, 1992).

Dalam hal ini, para penggemar berperan penting dalam persebaran budaya populer khususnya budaya K-Pop. Penggemar memberikan keterlibatan aktif, antusias, partisipan dan partisipatif terhadap teks budaya (Zahra, 2021). Dengan begitu, Blink sebagai penggemar Blackpink secara aktif ikut terlibat dalam menjadi saksi awal mula perjalanan Blackpink yang hingga kini hampir 7 tahun berkarya di dunia *entertainment* lewat banyak aktivitas atau kegiatan yang berkaitan dengan idolanya.

Fandom atau kelompok penggemar merupakan faktor terpenting dalam hubungan antar penggemar dan objek fanatisme mereka terutama idol grup K-Pop dan musik K-Pop (Zahra, 2023). Untuk itu, mereka yang sudah melabeli diri atau mengidentifikasi diri sebagai seorang penggemar akan cenderung memuaskan hasrat dan objek kesenangannya dengan melakukan tindakan-tindakan yang mengarah pada perilaku fanatik.

Popularitas Blackpink atas banyaknya penghargaan yang diraihinya, tidak lepas dari kerja keras dan usaha para Blink agar idolnya tersebut tetap

bersinar. Namun, kecintaan kelompok penggemar yang sering mereka tonjolkan seringkali dinilai terlalu histeris. Penggemar memiliki keterikatan dengan emosi yang mereka miliki yakni bagaimana penggemar dengan kemauannya menjadi ingin terlibat dalam suatu hal yang mereka sukai dan itulah yang membedakan penggemar dengan penonton biasa (Jenkins, 1992).

Keterlibatan Blink dalam mendukung Blackpink acapkali dibuktikan dengan banyak tindakan yang begitu berlebihan. Seperti yang terjadi pada Desember 2018 lalu, salah satu iklan *marketplace* yaitu Shopee mengalami pemboikotan ketika menggunakan Blackpink sebagai bintang iklannya. Pemboikotan iklan tersebut, terjadi karena dinilai bertentangan dengan aturan KPI yang diikuti stasiun televisi, sehingga beredar petisi “Hentikan Iklan Blackpink Shopee” di laman change.org pada (7/12/2018) yang dibuat oleh Maimon Herawati. Adanya petisi tersebut, membuat Maimon sang pembuat petisi dibully oleh para Blink di Indonesia. Dilansir tirto.id, Maimon Herawati mengaku menerima sejumlah teror dan pembullyan usai membuat petisi “Hentikan Iklan Blackpink Shopee” (Ramadhani, 2019). Akun media sosial pribadinya di *report* hingga hilang, beredarnya meme mengenai dirinya dan akun palsu media sosial yang mengatasnamakan dirinya. Sehingga ia tidak bisa menggunakan media sosialnya dengan normal.

Dari hal tersebut, sikap yang ditujukan sebagai bentuk membela sang idola terlihat adanya motif dan perasaan yang sama antara sesama penggemar untuk melindungi idolanya. Dilansir dari harianjogja.com, menurut Sosiolog Universitas Nasional Sigit Rochadi mengatakan bahwa fenomena Korean Wave menjadi fenomena yang kerap meledak dikarenakan adanya pertemuan antara penggemar, nilai dan idola dimana kegemaran dan kesukaan kelompok anak muda terhadap grup idola mereka saat ini memang berada pada level sangat tinggi, hal tersebut membuat para penggemar merasa lebih terkoneksi dengan idolanya yang menjadikan mereka bertindak fanatik sehingga stigma penggemar yang loyal dan obsesi kadang kerap melekat kuat di tubuh para

penggemar K-Pop dan hal tersebut yang membedakan penggemar biasa dan penggemar fanatik (Milah, 2021).

Perilaku fans yang begitu fanatik kerap kita jumpai di Indonesia. Hal itu dikarenakan mendominasinya K-Pop baik di Indonesia maupun dikancah internasional yang mengundang terbentuknya sekelompok penggemar yang memiliki kesamaan dan kecintaan yang sama terhadap K-Pop. K-Pop sendiri banyak digandrungi oleh kaum *digital native*. Istilah yang mengacu pada fenomena penyebaran budaya pop Korea Selatan melalui produk-produk hiburan seperti drama, musik, *style*, dan lainnya kerap disebut Korean Wave (Luvita, 2020).

Kepopuleran K-Pop di Indonesia sendiri bermula dari gelombang drama televisi pada tahun 2000-an yang hingga kini kian naik daun di Indonesia. Menurut data.tempo.co, Indonesia memuncaki daftar jumlah penggemar Kpop terbanyak di Twitter sepanjang Juli 2020 hingga Juni 2021, dimana terdapat sekitar 7,5 milyar cuitan yang berhubungan dengan K-Pop. Sejak tahun 2010 hingga 2021, rata-rata kenaikan jumlah cuitan tentang K-Pop mencapai 131% pertahun. Indonesia dikenal memiliki *fanbase* yang besar dan loyal dalam industri musik K-Pop (Javier, 2021).

Gambar .1 Data Musik K-Pop Populer di Indonesia



(Sumber: Tempo.co)

Dari data di atas, dalam penelitian oleh Statista pada tahun 2017 menunjukkan beberapa aspek dan alasan kenapa musik K-Pop yang identik dengan *boys and girls band* begitu sangat populer di Indonesia. Tampang dan gaya menarik menjadi aspek utama terkait kepopuleran musik K-Pop begitu disukai di Indonesia. Aspek tersebut tentu berkaitan dengan aspek yang terlihat oleh mata. Selanjutnya ada aspek fashion tentang gaya hidup yang meliputi tren *beauty and fashion* masa kini. Aspek lain yang berkaitan dengan musik, penampilan di atas panggung, irama dan lagu menarik serta lirik lagu berada pada urutan berikutnya.

Dalam ajaran islam, mencintai atau menyukai seseorang hendaknya berada pada tahap sewajarnya. Memiliki sikap mencintai atau menaruh rasa kepercayaan yang kuat akan suatu hal yang bukan berkaitan dengan Sang Pencipta tentu tidak dianjurkan. Hal ini seperti yang sudah tertera dalam QS. Al- Baqarah:216.

Gambar .2 QS. Al-Baqarah:216

كُتِبَ عَلَيْكُمُ الْقِتَالُ وَهُوَ كُرْهُ لَكُمْ وَعَسَىٰ أَنْ تَكْرَهُوا شَيْئًا وَهُوَ
 خَيْرٌ لَّكُمْ وَعَسَىٰ أَنْ تُحِبُّوا شَيْئًا وَهُوَ شَرٌّ لَّكُمْ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا
 تَعْلَمُونَ

(Sumber: Al-Qur'an Digital)

“Diwajibkan atas kamu berperang, padahal berperang itu adalah sesuatu yang kamu benci. Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu me-nyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu; Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui”. (Surat Al – Baqarah: 216)

Ayat yang berisikan mengenai perintah untuk mencintai dan membenci sesuatu dalam batas wajar tersebut, menganjurkan jika hendaknya manusia hidup dengan seimbang. Dimana mereka tidak kehilangan optimisme ketika ditimpa kesedihan dan tidak larut dalam kegembiraan yang menjadikannya lupa daratan. Hal tersebut berlaku bagi penggemar dalam mengidolakan idolanya.

Baik buruknya kualitas hidup manusia, bisa dilihat dari bagaimana hubungan antar sesama manusia terbentuk. Berkomunikasi berguna untuk menjalin hubungan atau interaksi dengan sesama manusia. Komunikasi sendiri sangat terlibat dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Menurut Jalaluddin Rahkmat dalam bukunya berjudul Psikologi Komunikasi, sebuah penelitian mengungkapkan bahwa 70% waktu bangun seseorang digunakan untuk berkomunikasi. Dengan komunikasi, manusia saling membentuk perasaan pengertian, menumbuhkan persahabatan, memelihara kasih-sayang. (Rakhmat, 2012)

Sama halnya dengan kelompok penggemar Blackpink. Mereka juga sangat erat kaitannya dengan komunikasi khususnya komunikasi kelompok. Komunikasi kelompok digunakan sebagai sarana untuk saling bertukar informasi, menambahkan khazanah pengetahuan, memperkuat atau merubah sikap dan perilaku, menyelaraskan kesehatan jiwa dan meningkatkan kesadaran. Dalam sebuah kelompok, guna mencapai hubungan harmonis, maka diperlukan kesadaran pada tiap anggota kelompok atas adanya ikatan yang sama. Dengan kata lain, kelompok memiliki beberapa tanda, salah satunya yaitu anggota kelompok merasa terikat dengan kelompoknya (*sense of belonging*) yang tidak dimiliki oleh orang yang bukan kelompoknya (Baron & Byren, 1979).

Para penggemar Blackpink pun tentu memiliki sebuah kelompok (fandom) dan komunikasi yang saling terjalin satu sama lain antara anggotanya. Hadirnya Blink merupakan perwujudan atas keterikatan yang kuat antara penggemar Blackpink. Keterikatan yang begitu dominan yang tumbuh dalam kelompok penggemar Blackpink ini timbul karena adanya bentuk rasa saling menunjukkan diri mereka sebagai penggemar yang setia.

Literatur mengenai kelompok penggemar selalu dicirikan (mengacu pada asal usul istilahnya) sebagai suatu kefanatikan yang potensial (Jenson, 2014). Seseorang yang telah mengidolakan *public figure* dan telah meresmikan diri sebagai *fan*, umumnya turut serta dalam mengikuti budaya dan aktivitas yang berhubungan dengan sang idola. Dengan bergabungnya mereka dalam sebuah fandom, maka mereka saling memiliki motif, nilai dan kesadaran bersama untuk menjadi penggemar yang fanatik. Sehingga, mereka yang bergabung dan menjadi bagian dari fandom Blink (kelompok penggemar Blackpink) memunculkan konvergensi simbolik dalam mencintai idolanya.

Konvergensi simbolik ini merujuk pada bagaimana orang-orang secara kolektif membangun kesadaran simbolik bersama melalui proses pertukaran

pesan dalam kelompok yang berfokus pada perilaku anggota kelompok. Kesadaran simbolik ini terbangun dalam proses tersebut, kemudian menyediakan semacam makna, emosi dan motif tindakan orang-orang yang terlibat dalam kelompoknya yang sudah saling mengenal dan berinteraksi dalam relatif waktu yang lama. (Suryadi, 2010)

Kelompok penggemar Blackpink yang tergabung dalam fandom Blink merupakan khalayak aktif. Mereka bertindak untuk mencapai tujuan bersama yaitu adanya kesadaran bersama bahwa setiap anggota yang tergabung memiliki perasaan untuk diakui sebagai anggota yang fanatik. Perasaan untuk diakui menjadi penggemar yang fanatik ini dimaknai sebagai kesadaran simbolik yang kemudian dikonvergensiikan melalui perilaku-perilaku yang menjurus pada tipe-tipe penggemar fanatik.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan peneliti ini akan meneliti mengenai kelompok penggemar Blackpink pada fandom Blink Jogja, yang diasumsikan terdapat adanya kesadaran simbolik bersama yang mengarah pada keinginan penggemar untuk merasa diakui sebagai penggemar fanatik. Oleh karenanya, adanya hal tersebut membuat peneliti memiliki ketertarikan meneliti lebih dalam mengenai konvergensi simbolik fanatisme penggemar Blackpink pada Blink Jogja.

B. Rumusan Masalah

Sesuai dengan penjelasan latar belakang masalah diatas, maka peneliti secara terperinci akan meneliti masalah yaitu:

Bagaimana konvergensi simbolik fanatisme dalam kelompok penggemar Blackpink pada Blink Jogja?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah mengupas dan menganalisis bagaimana makna dari konvergensi simbolik fanatisme dalam kelompok penggemar Blackpink pada Blink Jogja.

D. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat baik secara teoritis maupun praktis, yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Tujuan dari melakukan penelitian ini untuk mendapatkan manfaatnya, penelitian ini diharapkan oleh peneliti agar mampu dijadikan perbandingan dengan penelitian yang akan datang dan penelitian lain yang memiliki relevansi dengan topik konvergensi simbolik fanatisme penggemar dalam sebuah fandom.

2. Manfaat Praktis

- a) Untuk mengetahui bagaimana analisa mengenai sebuah makna konvergensi simbolik fanatisme dalam kelompok penggemar Blackpink.
- b) Menambah wawasan dan pengetahuan peneliti mengenai komunikasi kelompok, fandom dan fanatisme dalam budaya populer.
- c) Penelitian ini dapat dijadikan landasan penelitian lain untuk terus mengembangkan khazanah ilmu pengetahuan baru topik yang relevan.

E. Tinjauan Pustaka

Peneliti menemukan beberapa penelitian yang berkaitan dan relevan dengan penelitian yang akan diteliti. Penelitian pertama yang relevan yaitu berjudul Fanatisme Penggemar K-Pop Dalam Bermedia Sosial Di Instagram oleh Asfira Rachmad Rinata dan Sulih Indah Dewi. Penelitian tersebut

bertujuan untuk mengetahui fanatisme dari penggemar K-Pop di Instagram serta mengetahui bagaimana penggemar K-Pop menanggapi hoaks dan informasi negatif tentang idola mereka. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggemar fanatik di Instagram dapat dilihat melalui aktivitas penggemar menurut McCudden yaitu *meaning making, meaning sharing, poaching, collecting* dan *knowledge building*.

Penelitian yang berkaitan selanjutnya oleh Epifanius Putra, Petrus Andung, Yohanes Liliweri berjudul Konvergensi Simbolik Dalam Membangun Kohevisitas Kelompok (Analisis Tema Fantasi Ernest Bornmann pada Komunitas Silky Band Kota Kupang). Penelitian tersebut bertujuan guna mengetahui bagaimana konvergensi simbolik dalam membangun kohesivitas kelompok pada komunitas Sklky Band Kota Kupang. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis tema fantasi Ernest Bornmann dengan metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa permainan simbol-simbol dan fantasi-fantasi yang terjadi diantara anggota kelompok Silky Band membentuk kohesivitas di antara mereka.

Penelitian selanjutnya yang relevan dengan penelitian yang akan diteliti yaitu penelitian dari Stella dan Suzy S. Azehari yang berjudul Studi Budaya Dalam Komunitas Fans Nike Ardilla di Jakarta (Fanatisme Penggemar Nike Ardilla). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui studi komunikasi budaya dalam komunitas fans Nike Ardilla di Jakarta, untuk mengetahui bentuk fanatisme komunitas fans Nike Ardilla. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus secara deskriptif. Data yang dianalisis diperoleh dari hasil wawancara dengan narasumber dan hasil observasi. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa komunitas Nike Ardilla fans club didominasi oleh anggota perempuan.

Tabel 1. Telaah Pustaka

No.	Kriteria	Penelitian 1	Penelitian 2	Penelitian 3
1.	Nama Peneliti	(Asfira Rachmad Rinata dan Sulih Indah Dewi)	(Epifanius Putra, Petrus Andung dan Yohanes Liliweri)	(Stella dan Suzy S. Azehari)
2.	Judul	<i>Fanatisme Penggemar K-Pop Dalam Bermedia Sosial Di Instagram</i>	<i>Konvergensi Simbolik Dalam Membangun Kohesivitas Kelompok (Analisis Tema Fantasi Ernest Bornmann pada Komunitas Silky Band Kota Kupang)</i>	<i>Studi Budaya Dalam Komunitas Fans Nike Ardilla di Jakarta (Fanatisme Penggemar Nike Ardhilla)</i>
3.	Sumber	Jurnal Interaksi Vol. 8 no.2 Desember 2019 ISSN 2310-6051	Jurnal Communia Vol. 9 No.1 Juni 2020 ISSN 1507-1522	Jurnal Koneksi Vol.2 No.2 Mei 2019 ISSN 589-595
4.	Hasil	Menunjukkan bahwa penggemar fanatik di Instagram dapat dilihat melalui aktivitas penggemar menurut McCudden yaitu <i>meaning making, meaning sharing, poaching, collecting</i> dan <i>knowledge building</i> .	Menunjukkan permainan simbol-simbol dan fantasi-fantasi yang terjadi diantara anggota kelompok Silky Band membentuk kohesivitas di antara mereka.	Menunjukkan bahwa komunitas Nike Ardilla fans club didominasi oleh anggota perempuan. Komunitas tersebut memiliki alasan tertentu yang membuat para fans menjadi fanatic
5.	Persamaan	Menggunakan metode deskriptif kualitatif dan ingin mengetahui bentuk fanatisme	Mengetahui bagaimana konvergensi simbolik dalam sebuah komunitas	Mengetahui bagaimana bentuk fanatisme
6.	Perbedaan	Penelitian ini meneliti fanatisme penggemar K-Pop Dalam Bermedia Sosial Di Instagram sedangkan peneliti meneliti konvergensi simbolik fanatisme dalam kelompok penggemar Blackpink pada Blink Jogja	Penelitian ini menggunakan metode analisis tema fantasi dengan metode kualitatif dan meneliti konvergensi simbolik dalam membangun kohesivitas kelompok Silky Band sedangkan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif pendekatan	Menggunakan penelitian kualitatif pendekatan studi kasus dan meneliti aktivitas fanatisme komunitas fans Nike Ardilla sedangkan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif pendekatan fenomenologi dan meneliti konvergensi simbolik fanatisme

			fenomenologi dan meneliti konvergensi simbolik fanatisme dalam kelompok penggemar Blackpink pada Blink Jogja	dalam kelompok penggemar Blackpink pada Blink Jogja
--	--	--	--	---

Sumber: Olahan Peneliti

F. Landasan Teori

1. Teori Konvergensi Simbolik

Teori Konvergensi Simbolik terbentuk dari riset Robert Bales mengenai komunikasi dalam kelompok-kelompok kecil yang berfokus pada perilaku anggota kelompok. Kemudian gagasan tersebut dikembangkan kembali untuk direplikasi oleh Ernest Bormann ke dalam bentuk tindakan retorik masyarakat dalam skala yang lebih luas dari sekedar proses komunikasi kelompok kecil (Suryadi, 2010)

Borman menyatakan, Teori Konvergensi Simbolik adalah teori umum yang mengupas fenomena pertukaran pesan yang memunculkan kesadaran kelompok hingga berimplikasi pada hadirnya makna, motif dan perasaan bersama. Dalam artian, teori ini menjelaskan bagaimana orang-orang secara kolektif membangun kesadaran simbolik bersama melalui proses pertukaran pesan. Kesadaran simbolik terbangun dalam proses tersebut kemudian menyediakan semacam makna, emosi dan motif bertindak orang-orang atau kumpulan orang yang terlibat dalam kelompoknya. Sekelompok individu ini berasal orang yang telah saling mengenal dan berinteraksi dalam relatif waktu yang lama. (Suryadi, 2010)

Bormann (1990) mengartikan istilah konvergensi (*convergence*) sebagai suatu cara dimana dunia simbolik pribadi dari dua atau lebih individu saling bertemu, saling mendekati satu sama lain atau kemudian saling berhimpitan. Sedangkan istilah simbolik itu sendiri terkait dengan

kecenderungan manusia untuk memberikan penafsiran dan menanamkan makna kepada berbagai lambang, tanda, kejadian yang tengah dialami atau bahkan tindakan yang dilakukan manusia. (Suryadi, 2010)

Asumsi pokok yang menjadi dasar dari teori Konvergensi Simbolik, yaitu:

- 1) Realitas diciptakan melalui komunikasi atas adanya keterkaitan antara kata-kata yang digunakan dengan pengalaman atau pengetahuan yang didapat.
- 2) Makna individual terhadap simbol dapat mengalami konvergensi (penyatuan) sehingga menjadi realitas bersama.

Asumsi pokok dari teori konvergensi simbolik ini dipandang sebagai susunan cerita yang menjelaskan bagaimana sesuatu harus dipercayai dan dipahami bersama oleh orang-orang yang terlibat di dalam kelompok. Cerita tersebut bermula diperbincangkan dalam kelompok, kemudian disebar ke lingkungan masyarakat yang lebih luas (Suryadi, 2010).

Bormann (1990) menyebutkan ada tiga aspek utama menjadi acuan terbentuknya konvergensi simbolik, yakni:

1. Pola komunikasi berulang menghadirkan kesadaran bersama dalam kelompok secara evolutif
2. Adanya kecenderungan dinamis dalam sistem komunikasi
3. Faktor yang menunjukkan anggota kelompok terlibat dalam tindakan berbagi fantasi

Teori konvergensi simbolik turut menciptakan sesuatu yang berkaitan dengan tema yang muncul dalam kelompok media online melalui berbagai proses percakapan atau pertukaran pesan secara terstruktur (Indriani & prasanti, 2020). Borman sendiri menggambarkan teori ini sebagai proses interaktif dimana manusia bertemu dengan menceritakan fantasi individu, mimpi, harapan atau ketakutan dalam sistem simbol

bersama dan menawarkan kerangka kerja analitis yang normatif. Kerangka kerja ini menangkap perkembangan dinamis soal penciptaan makna yang muncul dalam kelompok (Gyimothy, 2013).

2. Fandom

Fandom merupakan sebutan bagi sekelompok penggemar atau fans. Kajian tentang fandom tidak merunut berdasarkan gender, usia dan perbedaan lainnya. Banyak dari mereka yang mengaku sebagai penggemar dari sesuatu hal atau golongan tertentu, merasa lebih bebas dalam mengekspresikan dirinya dengan orang-orang yang memiliki kesamaan. Fandom diambil dari Bahasa Inggris '*Fan*' (Penggemar) dan akhiran '*Kingdom*'. Fandom merupakan istilah yang digunakan untuk menunjukkan pada subkultural, berbagai hal dan kegiatan yang berkaitan dengan penggemar dan kegemarannya (Jenkins, 1992).

Menurut Jenkins, penggemar merupakan sekelompok pengikut yang tidak diskriminatif terhadap budaya massa. Hal tersebut, menempatkan fandom sebagai semacam alat industri media dan penggemar sebagai hasil akhir dari produk pemasaran (Jenkins, 1992). Tak heran jika seorang penggemar selalu berdekatan dengan budaya industri. Hal tersebut dapat dilihat dari cara berprilaku penggemar melakukan konsumsi produk-produk industri yang diciptakan.

Jenkins sendiri menunjukkan adanya dua patologi seorang yaitu penggemar individu yang terobsesi (biasanya laki-laki) dan kerumunan histeris (biasanya perempuan). Banyak stereotip yang melekat dikalangan *fan* (penggemar), sejak awal '*Fan*' merupakan bentuk kependekan dari kata '*Fanatic*' yang bermula dari kata '*Fanaticus*'. '*Fanaticus*' dari bahasa Latin berarti 'seorang pelayan, seorang penyembah'. Namun seiring perkembangannya, kata '*Fanatic*' beralih makna ke bentuk kepercayaan

dan pemujaan yang berlebihan ke ‘antusiasme yang berlebihan dan keliru’ (Jenkins, 2014).

Fanatisme dapat diartikan sebagai sebuah keyakinan mengenai objek fanatik yang berkaitan dengan sesuatu hal berlebihan pada objek cinta, sikap fanatik itu sendiri biasanya dilihat dari aktivitas, rasa antusias yang ekstrem, keterikatan emosi dan rasa cinta dan minat yang berlebihan yang berlangsung dalam waktu yang lama (Eliani et al, 2018). Membahas mengenai fanatisme rasanya cukup kompleks, karena istilah itu bisa diterapkan pada jumlah subjek yang tak ada habisnya dan ikut mengetahui kenyataannya, bahwa orang bisa menjadi penggemar apapun dan dapat tertarik dengan objek fanatisme sesuai dengan intensitas ia terpapar budaya industri.

Menurut (Jenkins, 2014), menyatakan bahwa penggemar memiliki keterikatan emosi yang mereka miliki yakni dilihat bagaimana penggemar mempunyai kemauan teguh ingin terlibat terhadap hal-hal yang berkaitan dengan apa yang mereka cintai dan ciri itulah yang membedakan penggemar fanatik dengan orang biasa. Biasanya, penggemar kerap ditandakan sebagai seseorang yang memiliki rasa kefanatikan yang potensial yang dilihat dari kelompok penggemar dengan perilaku yang berlebihan dan berdekatan dengan kegilaan (Jenkins, 2014).

Dalam *Textual Poachers: Television Fans and Culture*, Henry Jenkins menyebutkan, terdapat 7 tipikal penggemar fanatik, yaitu:

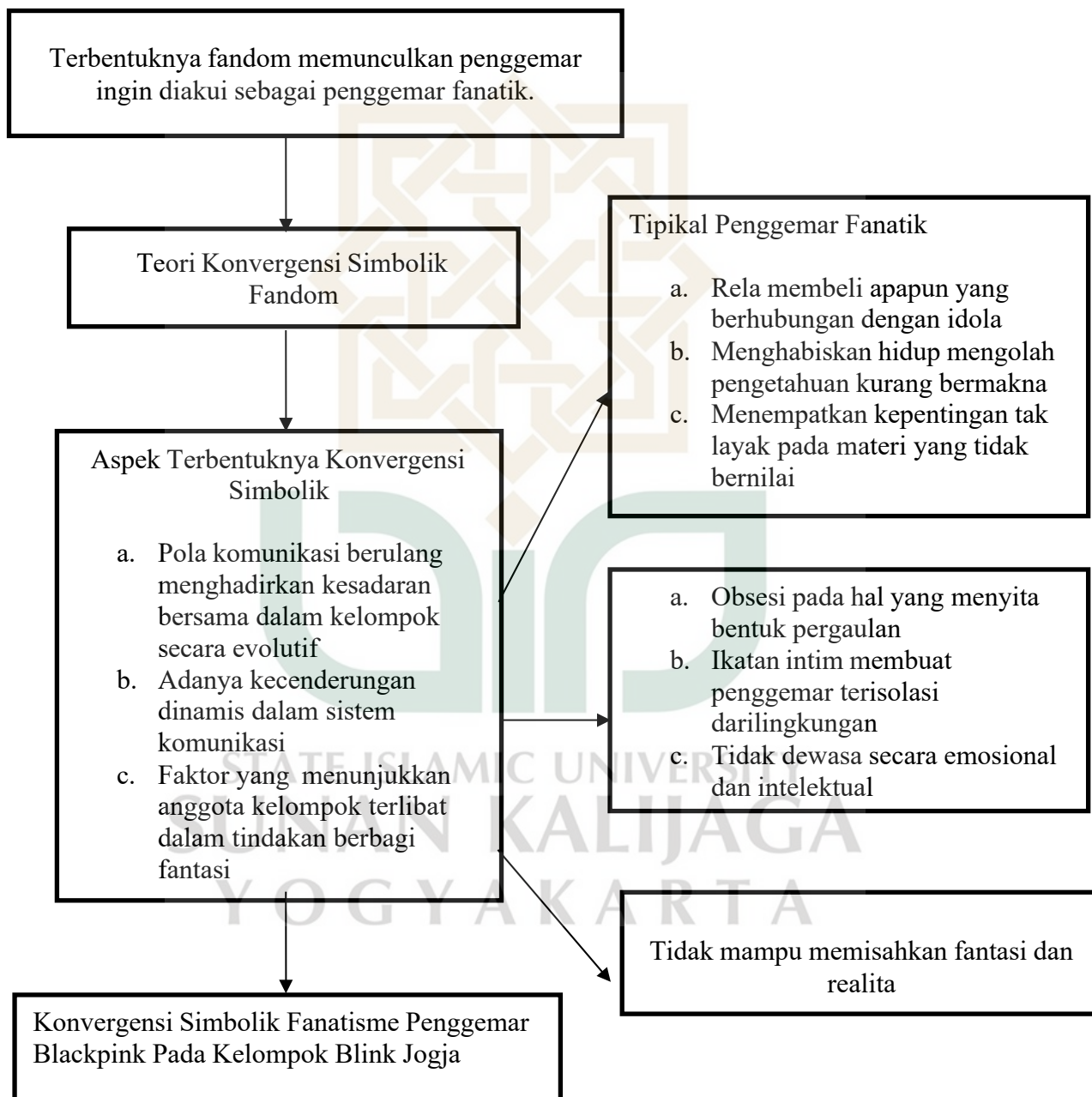
- a. Rela membeli apapun yang berhubungan dengan idola
- b. Menghabiskan hidup untuk mengolah pengetahuan yang kurang bermakna
- c. Menempatkan kepentingan tak layak pada produk budaya yang tidak bernilai
- d. Obsesi terhadap sesuatu hal menyita bentuk-bentuk pergaulan

- e. Ikatan intim dengan budaya massa membuat penggemar terisolasi dari lingkungan
- f. Bersifat kekanakan, tidak dewasa secara emosional dan intelektual
- g. Tidak mampu memisahkan fantasi dengan realita

Ketika berbicara fanatisme, menafsirkan fanatisme sebagai ketundukan yang luar biasa terhadap sebuah objek (selebriti, produk, merek atau kegiatan konsumsi lainnya) dimana arti dari 'ketundukan' meliputi rasa gairah, keintiman dan pengorbanan yang luar biasa yang berarti melampaui rata-rata (Pertiwi, 2013). Fenomena fanatisme ini biasanya sering dihubungkan dengan budaya populer. Hal ini terjadi karena fans merupakan konsumen dari budaya populer. Fanatisme hadir karena adanya komitmen emosional yang kuat terhadap suatu objek yang dapat terjadi secara individu atau kolektif. Namun, sering kali fanatisme kerap dinilai secara skeptis oleh lingkungan masyarakat dikarenakan perilaku mereka yang dianggap terlalu berlebihan (Fuschillo, 2018).

G. Kerangka Penelitian

Gambar 3. Kerangka Pemikiran



Sumber: Olahan Peneliti

H. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Berdasarkan fenomena diatas, penelitian ini merupakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Margono, 2005).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah fenomenologi. Fenomenologi yakni tradisi penelitian kualitatif yang berdasar pada filosofi dan psikologi yang berfokus pada pengalaman hidup manusia. Penelitian ini dirasa tepat menggunakan pendekatan fenomenologi dikarenakan peneliti ingin mengkaji tentang suatu objek mengenai kesamaan makna dan pengalaman dalam suatu anggota kelompok, sehingga mencapai tujuan dari penelitian yang diinginkan yaitu ingin mengetahui bagaimana konvergensi simbolik fanatisme penggemar Blackpink dalam kelompok Blink Jogja.

2. Subyek dan Obyek Penelitian

a. Subyek Penelitian

Subyek dalam penelitian ini adalah penggemar Blackpink pada kelompok Blink Jogja. Penentuan subyek penelitian menggunakan teknik snowball sampling. Snowball sampling merupakan teknik pengambilan sampel non probalitas yang didasarkan pada referensi atau rekomendasi dari partisipan awal untuk mendapatkan data dari partisipan baru yang dipilih.

b. Obyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah konvergensi simbolik fanatisme dikalangan kelompok Penggemar Blink Jogja.

3. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan pada kelompok penggemar Blackpink yaitu Blink Jogja di Yogyakarta

4. Metode Pengumpulan Data

a. Data Primer

Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*)

Menurut Milan dan Schumacher (2001: 443), Wawancara mendalam merupakan suatu proses pengumpulan data dengan menjelaskan bagaimana pengalaman yang dialami oleh subyek penelitian terhadap aktivitas yang dilakukan, menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi sehingga mengerti makna-makna yang hadir dalam suatu fenomena.

Peneliti melakukan wawancara mendalam kepada subjek peneliti yaitu 5 anggota kelompok penggemar Blink Jogja untuk menggali lebih dalam bagaimana makna yang hadir dalam konvergensi simbolik fanatisme penggemar Blackpink.

b. Data Sekunder

1) Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan guna memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan, angka dan gambar yang berupa laporan yang mendukung dan relevan dengan penelitian (Sugiyono, 2019).

Peneliti mendokumentasi data-data pendukung yang berkaitan dengan subjek penelitian dalam bentuk tangkapan layar (*screenshot*).

2) Studi Literatur

Studi literatur adalah salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan guna mencari ide, kerangka berfikir atau sumber referensi dalam penelitian. Studi literatur memiliki cara kerja dengan menyelesaikan permasalahan dengan mencari dan menganalisa dari sumber-sumber tulisan atau bacaan yang pernah dilakukan oleh penelitian terdahulu.

Peneliti melakukan studi literatur dengan cara mencari, melihat dan mempelajari data yang dibantu dengan sumber literasi terdahulu seperti buku dan juga jurnal yang dirasa sesuai sebagai data pendukung penelitian.

5. Metode Analisis Data

Analisis data dimungkinkan terjadi dalam perspektif intersubjektif antara peneliti dengan partisipan dengan “menunda” bias-bias atau prasangka peneliti terhadap fenomena yang sedang dipelajarinya sehingga fenomena yang diteliti tampil sebagaimana adanya (*appears or presents itself*) (Sudarsyah, 2016).

Data dari fenomena sosial yang diteliti oleh peneliti melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*), dokumentasi dan studi literatur dapat dianalisis proses analisis data dengan *Phenomenological Research Methods* sebagaimana ditulis oleh Moustakes (1994, P.119-153) mengidentifikasi 4 tahapan utama dalam analisis data fenomenologis, sebagai berikut:

1) *Bracketing*

Membuat daftar ekspresi-ekspresi dari jawaban atau respon partisipan dengan menunda prasangka peneliti (*bracketing*) untuk memungkinkan ekspresi-ekspresi tapi sebagaimana adanya. Setiap ekspresi pengalaman hidup partisipan diperlakukan secara sama (*horizontalization*).

2) *Initial Code*

Analisis tahap awal ini membuat klaster dan menuliskan tema terhadap ekspresi-ekspresi yang konsisten, tidak berubah dan memperlihatkan kesamaan. Klaster dan pemberian label terhadap ekspresi-ekspresi tersebut merupakan tema ini pengalaman hidup partisipan.

3) *Theme & Labeling*

Pada tahap ini melakukan validasi terhadap ekspresi-ekspresi, labeling terhadap ekspresi dan tema. Jika tidak *compatibel* dan eksplisit dengan pengalaman hidup partisipan maka ekspresi-ekspresi tersebut dibuang.

4) *Describing*

Analisis pada tahap ini memaparkan ekspresi-ekspresi yang tervalidasi sesuai dengan tema-temanya diingkapi dengan kutipan verbatim hasil wawancara atau catatan harian partisipan.

6. Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi adalah melakukan dan mengecek kebenaran data yang diperoleh peneliti dari berbagai sudut pandang yang berbeda sebagai bentuk cara untuk mengurangi bias sebanyak mungkin yang kemungkinan terjadi pada saat pengumpulan dan analisis data (Firdaus & Zamzam, 2018).

Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber yang dilakukan dengan cara melakukan wawancara dengan pakar dan studi literatur yang memadai. Triangulasi sumber merupakan penggunaan beragam sumber data dalam suatu kajian. Triangulasi sumber data merupakan proses menggali kebenaran informasi tertentu dengan cara melakukan pengecekan ulang melalui berbagai sumber data seperti dokumen, arsip, hasil,

wawancara, hasil obeservasi atau juga dengan mewawancarai lebih dari satu subjek yang dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda (Sugiyono, 2019).

Untuk memperkuat data peneliti, peneliti melakukan triangulasi ahli dengan Muslim Hidayat, S.Sos. I.,M.A yaitu dosen Psikologi Sosia UIN Sunan Kaijaga dengan melakukan wawancara dan triangulasi sumber dengan melakukan studi literatur yang relevan. Pemilihan trinagulasi ahli dan sumbet tersebut dipilih untuk memperkuat analisis dari segi psikologi sosial yang membahas mengenai perilaku individu dalam berkelompok

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil penelitian mengenai konvergensi simbolik fanatisme penggemar Blackpink dalam Blink Jogja, dapat ditarik kesimpulan bahwa penggemar Blackpink yang tergabung dalam kelompok penggemar (fandom) Blink Jogja memiliki makna, emosi dan motif bertindak bersama melalui pengalaman hidup partisipan untuk menjadi penggemar yang fanatik yang memunculkan konvergensi simbolik yang ditunjukkan dengan perilaku-perilaku fanatisme berupa keinginan penggemar untuk merasa diakui sebagai penggemar fanatik. Perasaan untuk diakui sebagai penggemar fanatik ini, diartikan bersama sebagai makna munculnya kesadaran simbolik yang kemudian dikonvergensi melalui perilaku-perilaku tipikal penggemar fanatik menurut Henry Jenkins.

Kelompok penggemar Blink Jogja terdapat aspek terbentuknya konvergensi simbolik. Pertama, pola komunikasi berulang dalam kelompok, terdapat proses pemaknaan bersama yang terjalin dalam fandom Blink Jogja yang diwujudkan oleh perilaku rela membeli apapun berhubungan dengan idola, menghabiskan hidup mengolah pengetahuan kurang bermakna dan menempatkan kepentingan tak layak pada produk tidak bernilai. Kedua, adanya kecenderungan dinamis sistem komunikasi, yaitu dikarenakan proses awal pola komunikasi berulang memunculkan kesadaran bersama jika mereka ingin diakui sebagai penggemar fanatik, hal itu melibatkan perasaan emosi yang ada pada diri mereka yang diwujudkan oleh perilaku obsesi terhadap hal yang menyita bentuk pergaulan, ikatan intim membuat penggemar terisolasi dari lingkungan dan tidak dewasa secara emosional dan intelektual. Ketiga, terlibat dalam tindakan berbagi fantasi, yaitu kelompok penggemar Blink Jogja kerap membagikan fantasi

mereka terhadap peristiwa atau momen yang mereka lalui sebagai penggemar Blackpink, yang diwujudkan pada perilaku tidak mampu memisahkan fantasi dengan realita.

B. Saran

Setelah menyelesaikan penelitian mengenai konvergensi simbolik fanatisme penggemar Blackpink pada Blink Jogja. Peneliti sangat menyadari masih terdapat kelemahan dan kekurangan, namun hal itu dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dan juga pembelajaran bagi penelitian selanjutnya yang mengangkat topik serupa. Maka, peneliti menyematkan beberapa saran sebagai berikut:

- 1) Diperlukan adanya komunikasi kelompok yang persuasif untuk mengajak anggota Blink Jogja menjadi seorang penggemar yang berperilaku positif
- 2) Dibutuhkan adanya keterbukaan kelompok dalam menerima, menyaring dan memahami pendapat diluar dalam kelompok penggemar Blink Jogja
- 3) Memahami kembali bahwa sikap fanatik dalam mencintai segala sesuatu secara berlebihan dapat menimbulkan permusuhan, perpecahan dan konflik berkepanjangan dalam kehidupan bermasyarakat
- 4) Bagi penggemar Blackpink peneliti berharap agar penggemar dapat bersikap lebih bijak lagi dalam menyukai segala hal serta menyadari bahwa sikap dan segala sesuatu yang berlebihan tidak baik bagi diri sendiri dan orang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Duffett, M. (2013). *Understanding Fandom An Introduction The Study of Media Fan Culture*. New York: Bloomsbury.
- Fitriana, Maulida. (2019). Hubungan Kontrol Diri Dengan Pemujaan Terhadap Idola pada Remaja Penggemar K-Pop. *Psikoborneo*, 7(3).
- Gracia, A. (2021). Dari Baju dan Gaya Hidup, Ada Alasan Kita Senang Meniru Idola. Diakses pada Selasa 7 Juli 2023. (<https://magdalene.co/story/dari-baju-hingga-gaya-hidup-ada-alasan-kita-senang-meniru-idola/>)
- Heryanto, A. (2015). *Identitas Dan Kenikmatan Politik Budaya Layar Indonesia*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Javier, F. (2021) Ada 7,5 Miliar Twit K-Pop pada Juli 2020-Juni 2021, Terbanyak dari Indonesia. Diakses pada Senin, 1 Agustus 2022. ([Ada 7,5 Miliar Twit K-Pop pada Juli 2020-Juni 2021, Terbanyak dari Indonesia - Data Tempo.co](#))
- Jenkins, H. (1992). *Textual poachers Television Fans & Participatory Culture*. New York: Routledge, 1992.
- Kamila, M. (2020). Fenomena Korean Wave di Indonesia. Diakses pada Selasa, 3 September 2022. ([Fenomena Korean Wave di Indonesia – Environmental Geography Student Association \(ugm.ac.id\)](#))
- Khrisnadestya I. Stefhani, Prahara A. Sowanya. (2022). Celebrity Worship dan Perilaku Imitasi Pada Idola K-Pop. *Jurnal Riset Psikologi*, 5(4).
- Kusumapradja, A. 2021. Memahami Hubungan Parasosial di Fandom K-Pop. Diakses pada 9 Mei 2023. (<https://www.cosmopolitan.co.id/article/read/9/2021/25659/memahami-hubungan-parasosial-di-fandom-kpop>)
- Luvita, P. S. (2020). *Korean Wave” di Industri Kultur Dunia*. Diakses pada Kamis, 16 Juli 2022. ([Korean Wave di Industri Kultur Dunia-with-cover-page-v2.pdf](#))
- Milah, S. (2021). BTS Meal Ini Penyebabnya Menurut Sosiolog. Diakses pada Kamis

- 25 Juli 2022. ([BTS Meal Laris Manis, Ini Penyebabnya Menurut Sosiolog - Harianjogja.com](#))
- Oro, Andung & Liliweri. (2020). Konvergensi Simbolik Dalam Membangun Kohesivitas Kelompok (Analisis Tema Fantasi Ernest Bormann Pada Komunikas Silky Band Kota Kupang). *Jurnal Comunio*, 9(1).
- Praundrianagari B. Salsabiila. (2022). Pola Konsumsi Mahasiswa K-Popers Yang Berhubungan Dengan Gaya Hidup K-Pop Mahasiswa Surabaya. *INDEPENDENT: Journal of Economics*, 1(2).
- Pulang S. Perbawani, Almara J. Nuralin (2021). Hubungan Parasosial dan Perilaku Loyalitas Fand dalam Fandom K-Pop di Indonesia. *Jurnal Lontar*, 9(1).
- Qurniati, R. (2020). *Fanatisme Dan Eksistensi Diri Penggemar (Studi Kasus Terhadap Penggemar Nike Ardilla yang Tergabung Dalam NAFC Jogja Jateng)*. Skripsi, Universitas Islam Indonesia.
- Rakhmat, J. (2013) *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya,
- Ramadhani, Y. (2019). Iklan Shopee Blackpink Dinilai Tidak Bertentangan Dengan Aturan KPI. Diakses pada Senin, 2 Agustus 2022. ([Iklan Shopee Blackpink Dinilai Tidak Bertentangan dengan Aturan KPI \(tirto.id\)](#))
- Rinata, A & Dewi, S. (2019). Fanatisme Penggemar KPOP Dalam Bermedia Sosial Di Media Sosial. *Jurnal Interaksi*, 8(2).
- Sugiyono. (2019) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryadi, I. (2010). *Teori Konvergensi Simbolik*, 2(02), 426–437.
- Tyoni F. Amadea & Syarifah, D. (2022). Worship dan Self-esteem Terhadap Impulsive Buying Pada Penggemar K-Pop Dewasa Awal. *Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental (BRPKM)*.
- Zaid, Suidiana, Wibawa. (2021). *Teori Komunikasi Dalam Praktik*. Banyumas: CV. ZT CORPORA