

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Hasil Penelitian**

Pada Bab IV ini dipaparkan mengenai hasil temuan penelitian. Hasil penelitian yang dipaparkan tersebut merupakan data dari hasil wawancara dan dokumentasi. Kemudian hasilnya akan dianalisis secara lebih rinci disesuaikan dengan teori yang dituliskan pada bagian pembahasan.

Data yang ditemukan bersumber pada dua grup *chat* WhatsApp ARMY dimana masing-masing grup *chat* tersebut tidak memiliki peraturan yang mengharuskan anggota baru yang tergabung melakukan peraturan tersebut. Kemudian dari grup *chat* tersebut, peneliti memilih informan sesuai dengan kriteria atau pertimbangan yang telah ditentukan sebelumnya. Lalu didapatkan delapan orang yang kemudian dihubungi peneliti secara personal *chat*.

Dalam Bab IV, peneliti juga memaparkan mengenai informasi singkat informan yang didapatkan melalui proses wawancara. Informasi informan tersebut meliputi nama, usia, pekerjaan, asal, dan pada tahun berapa dirinya memutuskan untuk menjadi ARMY. Proses pengumpulan data dilakukan pada tanggal 3 Januari sampai dengan 5 Februari 2023 dengan wawancara dan dokumentasi. Proses wawancara terbagi menjadi dua dengan menggunakan system luring (*offline*) dan daring (*online* melalui *Google Meet*, *voice call* dan *voice note* WhatsApp). Dimana untuk waktu wawancara ditentukan sendiri oleh masing-masing informan.

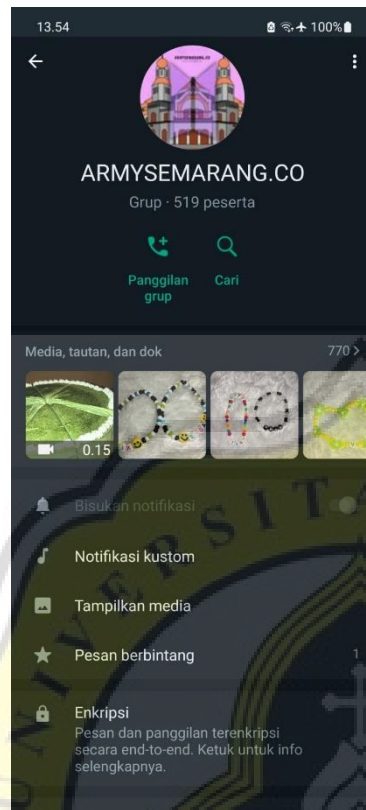
Sesuai dengan tujuan penelitian, data yang ditemukan digunakan untuk membahas mengenai proses produksi budaya *fangirling* oleh penggemar K-Pop BTS pada *fandom* ARMY Indonesia. Dimana proses produksi budaya ini bisa dilihat dari aktivitas yang dilanggengkan atau diteruskan para ARMY yaitu kegiatan donasi (*charity*).

#### **4.1.1. Deskripsi dan Lokasi Penelitian**

##### **4.1.1.1. Grup Chat WhatsApp**

Grup *chat* adalah salah satu fitur dari WhatsApp yang dapat menghubungkan keluarga, teman atau kerabat yang dijadikan sebagai tempat berkomunikasi dengan cepat dan mudah dimanapun mereka berada dengan maksimal 516 orang didalam grup *chat* tersebut. Aktivitas yang ditawarkan dari grup *chat* tersebut seperti membagikan foto, video, *voice note* (rekaman suara), dan melakukan telepon grup.

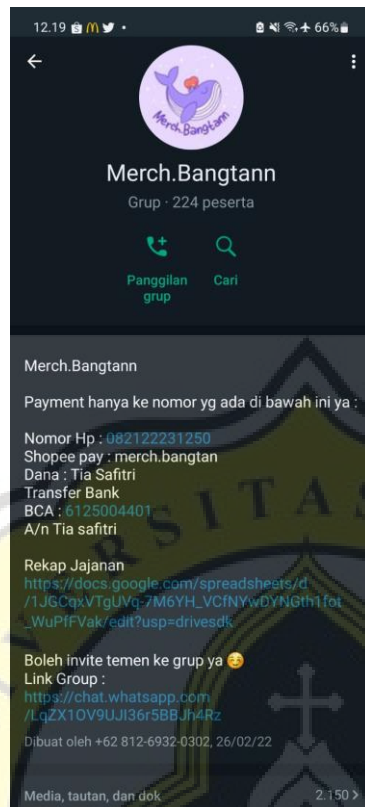
Dalam melakukan panggilan grup *chat* atau telepon grup ada dua cara dimana masing-masing tergantung pada simbol gagang telepon. Simbol gagang telepon biasa digunakan untuk 32 peserta atau kurang dari itu dan simbol gagang telepon yang di atasnya memiliki tanda tambah (+) digunakan untuk peserta yang lebih dari 32. Peraturan tersebut dibuat oleh WhatsApp khusus untuk melakukan panggilan video dalam grup *chat*. Peneliti memilih grup *chat* sebagai ruang lingkup penelitian. Terdapat 2 grup *chat* ARMY yang ditemukan melalui *link* grup yang disebar oleh *admin* grup yang bersangkutan.



Gambar 4.1 Grup Chat ARMYSEMARANG.CO (Sumber:dokumentasi pribadi)

Grup *chat* pertama yaitu ARMYSEMARANG.CO dibuat pada tanggal 23 Juni 2022. Perubahan terakhir pada tanggal 25 Januari 2023 jumlah anggota telah mencapai 519 peserta. Sedangkan peneliti sendiri baru bergabung pada 9 September 2022. Sebelumnya Armysemarang.co ini telah berdiri dari 28 Oktober 2021. Armysemarang.co selalu membuat grup *chat* baru pada setiap *event* yang mereka adakan. (Gambar 4.1)

Sebagai contohnya pada tanggal 15 Oktober 2022 Armysemarang.co mengadakan *event* nonton bareng (nobar), *dance*, karaoke bersama yang diberi nama “FUN COLOR”, maka orang-orang yang masuk dalam tim Armysemarang.co tersebut membuat grup *chat* dengan nama yang sama yaitu “FUN COLOR” dan peneliti telah bergabung dalam grup *chat* serta *event* tersebut. Sebelum ada *event* tersebut Armysemarang.co telah mempunyai grup *chat*nya sendiri dengan nama yang sama di Telegram. Namun pada waktu itu ada masalah internal dari beberapa *admin*nya membuat grup *chat* yang berada di Telegram tersebut dibubarkan dan grup *chat* baru dibuat pada tanggal 23 Juni 2022.



Gambar 4.2 Grup Chat Merch.Bangtan  
(Sumber: dokumentasi pribadi)

Grup *chat* yang kedua adalah Merch.Bangtan yang telah terbentuk pada tanggal 22 Februari 2022 dengan jumlah terakhir pesertanya adalah 224 anggota.

Cara bergabung pada grup ini adalah menggunakan *link* yang telah dituliskan pada deskripsi grup.

Sesungguhnya, Merch.Bangtan sendiri sudah berdiri dari 10 Agustus 2021. Peneliti baru memutuskan bergabung dalam grup tersebut pada 21 Juli 2022. Grup ini tidak memiliki peraturan yang terikat kepada setiap peserta yang baru bergabung. Untuk kolom deskripsi pada grup *chat* tersebut selain terdapat *link* grup untuk bergabung peserta baru juga berisikan beberapa informasi, seperti:

- i. Informasi terkait *payment* atau pembayaran yang berisi nomor HP, nama *Shopee pay* dimana nama *Shopee pay* tersebut sama dengan nama grupnya, nama akun Dana, nomer rekening bank BCA atas nama Tia Safitri.
- ii. Informasi mengenai rekap jajan yang dimasukkan kedalam *link* gdrive.

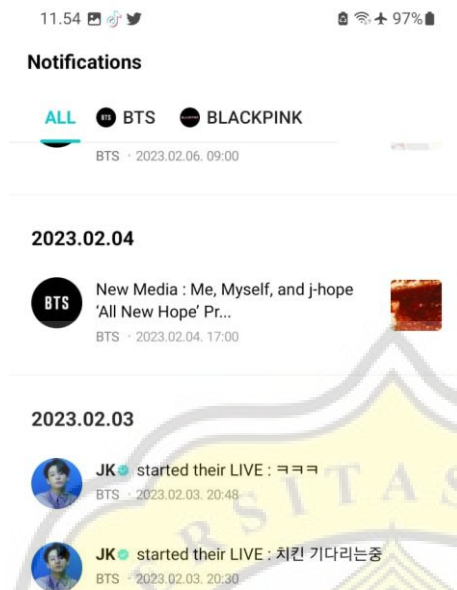
#### **4.1.1.2. Konsumsi dan Produksi Komunitas ARMY dalam Grup Chat**

Penggunaan foto grup *chat* yang ada di WhastApp memudahkan penggunanya berkomunikasi satu dengan lainnya dimanapun berada. Hal ini yang diterapkan oleh sekelompok penggemar K-Pop yaitu BTS, ARMY yang menggunakan grup *chat* sebagai salah satu sarana komunikasi dalam melakukan aktivitas atau kegiatan-kegiatan penggemar secara bersama-sama dalam grup *chat* WhatsApp.

##### **A. Konsumsi Komunitas ARMY**

###### **i. Membagikan Postingan Idola**

Dalam berkomunikasi dengan orang-orang, ARMY memanfaatkan salah satu fitur WhatsApp yaitu dengan mereka saling membagikan foto, video, teks, dan lain-lain yang itu diunggah oleh anggota BTS sendiri. Misalnya, pada tanggal 3 Februari 2023, salah satu anggota termuda BTS yaitu Jungkook memberikan informasi di *Weverse* bahwa dirinya melakukan siaran langsung atau *live* (Gambar 4.3). Maka beberapa orang anggota di grup *chat* yang tahu bahwa Jungkook melakukan *live*, kemudian anggota tersebut mengirimkan kembali foto berupa hasil tangkapan layar (*screenshot*) tersebut ke grup *chat* (Gambar 4.4).



Gambar 4.3 Postingan Idola  
(Sumber: Weverse)



Gambar 4.4 Tampilan Ruang  
Obrolan Grup Chat WhatsApp Army  
(Sumber: dokumentasi pribadi)

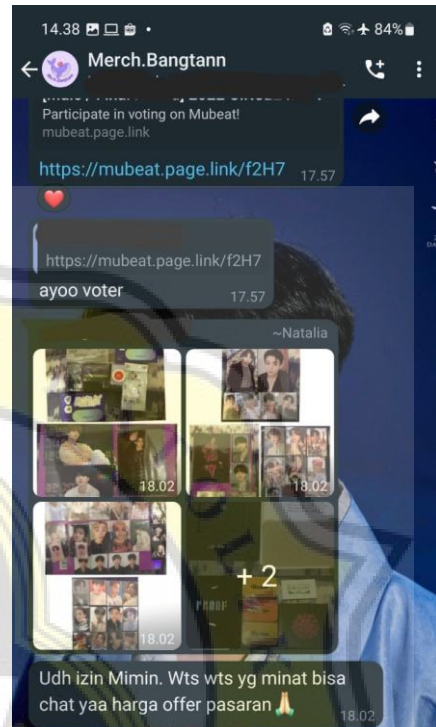
ii. Melakukan *Sharing Merchandise*

Selain sebagai sarana komunikasi, grup *chat* juga digunakan sebagai tempat berjualan *merchandise*. Karena tidak semua dari ARMY yang bisa membeli *merchandise* yang dikeluarkan oleh BTS membelinya secara langsung di aplikasi *Weverse Shop*. Maka dari itu beberapa orang memanfaatkan grup *chat* tersebut sebagai tempat *sharing* serta sebagai tempat jual beli *merchandise* (Gambar 4.8). Selain itu, grup *chat* tersebut digunakan ARMY untuk melakukan WTS, WTT, atau WTB. WTS (*Want To Sell*) dimana ARMY ingin menjual *merchandise* yang dimilikinya (Gambar 4.9). Untuk WTT (*Want To Trade*) digunakan untuk saling tukar menukar barang atau *merchandise* yang dimilikinya. Sedangkan WTB (*Want*

*To Buy*) sendiri adalah ARMY yang ingin membeli barang atau *merchandise* yang diinginkannya.



Gambar 4.8 Tampilan Ruang Grup Chat WhatsApp ARMY (Sharing Merchandise) (Sumber: dokumentasi pribadi)



Gambar 4.9 Tampilan Ruang Grup Chat WhatsApp ARMY (WTS/Want To Sell) (Sumber: dokumentasi pribadi)

### iii. Perkenalan Anggota Baru

Perkenalan anggota baru ditujukan untuk para ARMY yang baru saja bergabung dalam sebuah grup *chat*. Ada beberapa grup *chat* yang menuliskan peraturan-peraturan salah satunya adalah perkenalan anggota baru. Tetapi ada juga grup *chat* yang tidak mencantumkan peraturan-peraturan terkait perkenalan anggota baru tersebut. Sehingga para anggota yang baru bergabung tersebut

berinisiatif melakukan perkenalan dengan menyebutkan nama dan tahun lahir (*line*).



*Gambar 4.10 Tampilan Ruang Grup Chat WhatsApp ARMY (Perkenalan Anggota Baru)  
(Sumber: dokumentasi pribadi)*

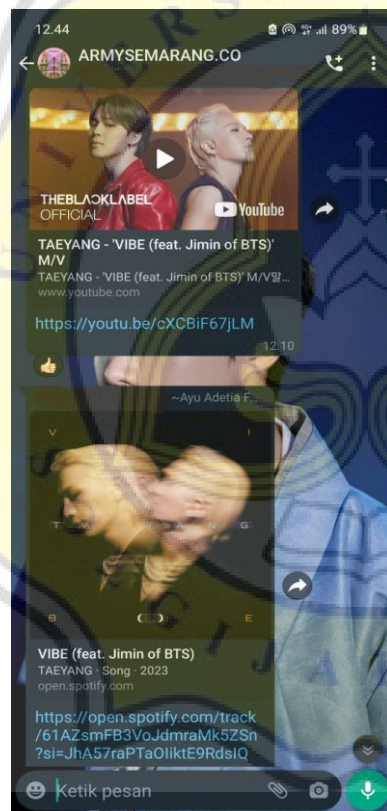
Dari perkenalan anggota baru tersebut, ARMY yang telah ada sebelumnya di grup *chat*, memberikan balasan entah dalam bentuk stiker atau dengan memperkenalkan dirinya. Sehingga ARMY yang baru gabung tersebut merasa diterima baik dalam grup *chat* tersebut dan bisa juga mendapatkan teman baru. Karena dari perkenalan diri yang dilakukan biasanya akan berujung saling menyimpan nomor satu sama lain.



## B. Produksi Komunitas ARMY

### i. Ajakan Dukungan (*Voting*)

Selain postingan dari anggota BTS, para peserta grup *chat* juga saling mengingatkan satu sama lain untuk mendukung setiap konten-konten yang telah dibuat BTS. Seperti membagikan *link* Youtube, *Spotify*, Tiktok dari konten yang telah dibuat sebagai bentuk dalam memberikan dukungan terhadap kegiatan individu maupun secara grup sebagai BTS (Gambar 4.5).



Gambar 4.5 Tampilan Ruang Grup Chat WhatsApp ARMY (2)  
(Sumber: dokumentasi pribadi)



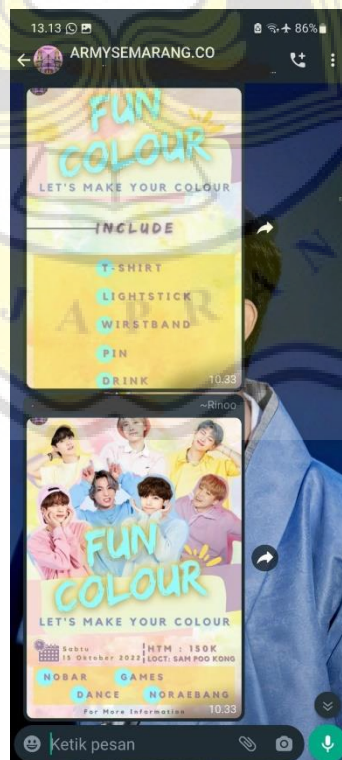
Gambar 4.6 Tampilan Ruang Grup Chat WhatsApp ARMY (3)  
(Sumber: dokumentasi pribadi)

Sedangkan untuk *voting*nya sendiri, beberapa tempat *voting* tidak menggunakan aplikasi tetapi beberapa menggunakan aplikasi yang harus di unduh

melalui *Playstore* atau *Appstore*. Dari sinilah ARMY sering membagikan *link* tersebut kedalam grup *chat* (Gambar 4.6).

ii. Membuat Projek Bersama

Cara memberikan dukungan tidak hanya melalui *voting* saja, tetapi mereka atau tim dari *admin* grup yang sengaja membuat satu projek kecil. Projek kecil yang dimaksud adalah projek ulang tahun anggota BTS, mengadakan menonton bersama (nobar) konser, dan lain sebagainya. Misalnya seperti acara menonton bersama (nobar) konser BTS *Yet To Come* tanggal 15 Oktober 2022 di Sampoong Semarang. Dengan menggunakan layar *LED* di atas panggung yang tersambung pada aplikasi *Weverse*. Acara saat itu tidak hanya menonton bersama (nobar) saja, tetapi ada *games*, *noraebang* (karaoke), dan *dance*. Dimana acara menonton bersama tersebut diberi nama '*Fun Colour*' (Gambar 4.7).



Gambar 4.7 Tampilan Ruang Grup Chat WhatsApp ARMY (4)  
(Sumber: dokumentasi pribadi)

### iii. Donasi (*Charity*)

Donasi (*charity*) ini termasuk dalam suatu proses terjadinya produksi budaya yang dilanggengkan, diteruskan oleh para ARMY. Donasi (*charity*) tersebut sebagai bentuk peduli kepada sesama dan lingkungan. Tidak jarang para ARMY diluar sana ikut terlibat dalam aksi donasi (*charity*) yang diberikan kepada sesama dan lingkungan. Biasanya donasi (*charity*) yang dilakukan tersebut antara lain berdonasi untuk orang-orang yang tertimpa musibah dan yang sedang mengalami kesusahan serta berdonasi untuk penghijauan. Karena donasi (*charity*) ini merupakan suatu perilaku yang sering dilakukan oleh anggota BTS dalam rangka membantu sesama, serta memanusiakan manusia. Donasi (*charity*) yang mereka lakukan adalah donasi bersama UNICEF (organisasi PBB yang memeberikan bantuan kemanusiaan dan kesejahteraan jangka Panjang kepada ana-anak). Itu yang dilakukan oleh salah satu anggota BTS yaitu RM (Namjoon) berdonasi untuk anak yang mengalami gangguan pendengaran di sebuah lembaga pendidikan khusus Seoul Samsung *Music School*, donasi untuk keluarga korban kecelakaan Kapal Sewol, Suga BTS berdonasi untuk pasien yang menderita penyakit kanker, dan donasi-donasi lainnya.

Seperti yang dilakukan oleh salah satu komunitas ARMY Semarang yang bernama Armysemarang.co, telah melakukan beberapa donasi (*charity*) yaitu antara lain menanam 1.000 (seribu) pohon (Gambar 4.11-4.12), membagikan beberapa makanan kepada yang membutuhkan dan donasi korban banjir bandang di Meteseh (Gambar 4.13).



Gambar 4.11 Tampilan Instagram Armysemarang.co (Menanam 1000 Pohon) (Sumber: Instagram)



Gambar 4.12 Play Acara Menanam 1000 Pohon (2) (Sumber: dokumentasi pribadi informan)



Gambar 4.13 Armysemarang.co berbagi makanan (Sumber: dokumentasi pribadi informan)

#### 4.1.1.3. Dinamika Aktivitas Informan dalam Grup Chat

Pengertian informan adalah orang-orang yang tergabung dalam suatu *fandom* dalam penelitian ini berarti ARMY Indonesia dan mereka menggunakan WhatsApp sebagai salah satu media untuk berkomunikasi dengan sesama *fandom*.

No	Nama	Usia (tahun)	Asal	Posisi di Grup Chat	Tahun Menjadi ARMY
1.	Fernita	36	Wonosobo	Anggota Grup BTS X ARMY	2 tahun (dari Februari 2020)
2.	Yaya	27	Medan	Admin Grup Merch.Bangtan	3 tahun (dari 2020)
3.	Ika	21	Semarang	Admin Grup Armysemarang.co	1,5 tahun (dari Oktober 2021)
4.	Vena	21	Semarang	Anggota Grup Armysemarang.co	4 tahun (dari 2019)
5.	Dilla	21	Semarang	Anggota Grup Armysemarang.co dan Merch.Bangtan	1 tahun (dari 2021)
6.	Tabitha	21	Semarang	Anggota Grup Armysemarang.co	6 tahun (dari 2017)
7.	Tini	19	Wonosobo	Anggota Grup Armysemarang.co, Mom's ARMY, ARMY Of BTS, Bangetan Mom's ARMY, dan masih banyak lagi.	5 tahun (dari 2018)
8.	Indi	17	Cilacap	Anggota Grup Official Thena Club	5 tahun (dari 2019)

Tabel 4.2 Informasi Terkait Identitas Informan  
(Sumber: dokumentasi pribadi)

Berdasarkan tabel di atas, memperlihatkan bahwa ARMY tidak hanya mengikuti satu grup *chat* saja tetapi ada yang bergabung dalam beberapa grup *chat*.

Di beberapa grup *chat* ARMY tersebut terlihat bahwa tidak semua ARMY hanya menjadi anggota tetapi ada juga yang menjadi *admin* dari grup tersebut. Kemudian grup *chat* tersebut bersikan para ARMY dari berbagai daerah, berbagai usia, kota asal, dan tahun bergabungnya mereka menjadi seorang ARMY. Hal ini bisa dikatakan dengan adanya grup *chat* dapat menghubungkan orang-orang dengan minat serta kesukaan yang sama yaitu mengidolakan grup *idol* BTS tanpa melihat asal, usia, dan tahun berapa mereka memutuskan bergabung dalam *fandom* ARMY ini.

Untuk mendukung terkait informasi informan, berikut secara singkat akan dipaparkan mengenai informasi informan yang didapatkan saat proses wawancara.

i. Informan Pertama

Informan yang pertama bernama Fernita (36 tahun) merupakan ARMY dari Wonosobo. Dirinya juga disebut sebagai *fangirl* atau penggemar perempuan dan dirinya termasuk dalam kegiatan yang dinamakan *fangirling*. Termasuk dalam kegiatan *fangirling* tersebut karena dirinya telah mengidolakan seorang *idol* atau artis, kerap kali membeli *merchandise*, dan telah menganggap idolanya tersebut lebih dari seorang idola pada umumnya.

Menurut Fernita, bahwa dirinya sudah menjadi ARMY dari Februari 2022. Fernita mengatakan dalam wawancara tanggal 11 Januari 2023, 17.00 WIB bahwa dirinya telah mengetahui BTS dari tahun 2019 era *Boy With Luv* yang pada saat itu BTS sedang tampil pada sebuah acara yang disiarkan CNN dengan bersetelan jas hitam. Karena pada saat itu dirinya belum menjadi ARMY, maka dirinya belum bisa membedakan ke tujuh anggota yang menghasilkan Fernita salah orang, dia

mengiranya bahwa V adalah Jungkook tapi faktanya bukan. Setelah dari kejadian salah anggota tersebut, dirinya mulai mencari tahu mengenai setiap anggota BTS dan kemudian memutuskan menjadi seorang ARMY. Alasan Fernita menjadi seorang ARMY karena melalui jalur karma. Jalur karma tersebut berasal setelah dirinya pulang dari luar kota bersama suaminya, dirinya melihat sepasang kekasih yang berboncengan dan salah satunya memakai jaket bertuliskan “BTS”. Lalu dirinya membandingkan dengan orang tersebut, kalau dirinya dulu menyukai seorang *idol* tidak sampai berlebihan yang seperti itu. Tetapi seminggu setelahnya dirinya menjadi tergila-gila dengan BTS.

Dalam berkomunikasi biasanya ARMY menggunakan WhatsApp dan memanfaatkan fitur grup *chat*. Sehubungan dengan itu, didalam grup *chat* tersebut juga mengadakan sebuah kegiatan, seperti ulang tahun anggota BTS, menonton bersama (*nobar*) konser BTS, membuka donasi terhadap orang yang membutuhkan, membagikan aktivitas anggota BTS, dan lain-lain. Fernita juga memanfaatkan hal yang sama seperti ARMY lainnya. Dirinya juga bergabung dalam sebuah grup *chat* bernama BTS X ARMY yang berposisi sebagai anggota grup. Selain dirinya bergabung dalam grup *chat* tersebut, Fernita juga menyampaikan bahwa dirinya juga terlibat aktif dalam kegiatan yang diselenggarakan di grup *chat* tersebut, salah satunya adalah kegiatan menonton bersama (*nobar*) konser PTD (*Permission To Dance in Las Vegas*) di salah satu hotel di Kota Semarang.

#### ii. Informan Kedua

Informan yang kedua bernama Yaya (27 tahun) merupakan ARMY dari Medan. Dirinya disebut sebagai *fangirl* atau penggemar perempuan serta dirinya

juga termasuk dalam kegiatan yang dinamakan *fangirling*. Termasuk dalam kegiatan *fangirling* tersebut karena dirinya telah mengidolakan BTS.

Menurut Yaya, bahwa dirinya sudah menjadi ARMY dari tahun 2020. Yaya mengatakan dalam wawancara tanggal 23 Januari 2023, 21.00 WIB, alasan dirinya menjadi seorang ARMY adalah dirinya yang lumayan suka dengan musik. Karena suka dengan musik pada saat itu Yaya mencoba untuk mengenal musik dari BTS, setelah mengenal musiknya Yaya melanjutkannya dengan mencari tahu tentang masing-masing membernya, kepribadiannya, kerja keras mereka, dan kemampuan mereka. Selain itu menurut Yaya, BTS dapat dijadikan sebagai motivasi karena mereka telah meraih kesuksesan yang besar.

Dalam berkomunikasi biasanya ARMY menggunakan WhatsApp dan memanfaatkan fitur grup *chat*. Sehubungan dengan itu, didalam grup *chat* tersebut juga mengadakan sebuah kegiatan, seperti ulang tahun anggota BTS, menonton bersama (nobar) konser BTS, membuka donasi terhadap orang yang membutuhkan, membagikan aktivitas anggota BTS, dan lain-lain. Yaya juga memanfaatkan hal yang sama seperti para ARMY dengan dirinya juga tergabung dalam sebuah grup *chat* bernama Merch.Bangtan yang berposisi sebagai *admin* grup. Selain dirinya bergabung dalam grup *chat*, Yaya juga menyampaikan, dirinya terlibat aktif dalam kegiatan yang diselenggarakan di grup *chat* tersebut, salah satunya adalah kegiatan menonton bersama (nobar) konser PTD (*Permission To Dance in Las Vegas*) dan konser YTC (*Yet To Come*) di bioskop pada 5 Februari 2023 yang lalu.

### iii. Informan Ketiga



Informan yang ketiga bernama Ika (21 tahun) merupakan ARMY dari Semarang. Ika mengakui bahwa dirinya adalah seorang *fangirl* termasuk dalam kegiatan yang dinamakan *fangirling*. Termasuk dalam kegiatan *fangirling* tersebut karena dirinya telah mengidolakan seorang *idol* atau artis dengan perasaan senang yang berlebih ketika *idol*nya memberi kabar, melakukan sesuatu, merilis lagu dan lain sebagainya.

Menurut Ika, bahwa dirinya telah menjadi ARMY dari Oktober 2021. Ika mengatakan dalam wawancara tanggal 21 Januari 2023, 20.00 WIB, alasan dirinya menjadi ARMY adalah bukan dari wajah setiap anggota BTS yang tampan, namun melihat dari lagu yang mereka ciptakan serta makna di setiap lirik lagu mereka membuat dirinya dapat bertahan di *quarter life crisis*. Selain itu dirinya juga jarang berekspresi ketika di rumah, dan menggunakan ekspresi yang palsu (*fake expression*) ketika dirinya berada di luar rumah. Tetapi setelah mengenal BTS, dirinya merasa terobati ditambah dengan tanggapan dari ARMY yang luar biasa meskipun secara *online*. Karena hal tersebut yang membuat dirinya percaya menjadi ARMY.

Dalam berkomunikasi biasanya ARMY menggunakan WhatsApp dan memanfaatkan fitur grup *chat*. Sehubungan dengan itu, didalam grup *chat* tersebut juga mengadakan sebuah kegiatan, seperti ulang tahun anggota BTS, menonton bersama (*nobar*) konser BTS, membuka donasi terhadap orang yang membutuhkan, membagikan aktivitas anggota BTS, dan lain-lain. Ika juga memanfaatkan hal yang sama seperti para ARMY dengan dirinya juga tergabung dalam sebuah grup *chat* bernama *Armysemarang.co* yang berposisi sebagai *admin* grup. Selain dirinya

bergabung dalam grup *chat*, Ika juga menyampaikan, dirinya terlibat aktif dalam kegiatan yang diselenggarakan di grup *chat* tersebut. Salah satunya adalah membuat konten-konten sederhana, memberikan dukungan dengan cara *voting*, membuat perayaan ulang tahun anggota BTS, dan kegiatan menonton bersama (*nobar*) konser PTD (*Permission To Dance in Las Vegas*) di salah satu hotel di Semarang dan dirinya bersama tim Armysemarang.co pernah mengadakan donasi (*charity*) kepada sesama serta lingkungan.

#### iv. Informan Keempat

Informan yang keempat bernama Vena (21 tahun) merupakan ARMY dari Semarang. Dirinya disebut sebagai *fangirl* atau penggemar perempuan serta dirinya juga termasuk dalam kegiatan yang dinamakan *fangirling*. Termasuk dalam kegiatan *fangirling* tersebut karena dirinya menonton konser BTS di laptop, melihat video-video di Tiktok serta mengikuti kegiatan-kegiatan bersama teman-teman yang memiliki kesukaan yang sama terhadap musik Korea.

Menurut Vena, bahwa dirinya telah menjadi ARMY dari 2019. Sesungguhnya, dirinya telah mengenal BTS sewaktu dirinya duduk dibangku SMP. Vena mengatakan dalam wawancara tanggal 23 Januari 2023, 18.00 WIB, alasan dirinya menjadi ARMY adalah melihat perjuangan dari BTS sejak awal karir. Pada waktu itu dirinya tidak sengaja melihat sebuah video yang memperlihatkan tentang perjuangan BTS untuk menjadi sebuah *boyband* yang terkenal. BTS berasal dari agensi yang kecil. BTS yang dahulu tidak dianggap dan diremehkan banyak orang, karena perjuangan mereka secara terus menerus yang pada akhirnya mereka bisa

sejaya ini. Hal tersebutlah yang membuat Vena tertarik dengan BTS dan dirinya termotivasi.

Dalam berkomunikasi biasanya ARMY menggunakan WhatsApp dan memanfaatkan fitur grup *chat*. Sehubungan dengan itu, didalam grup *chat* tersebut juga mengadakan sebuah kegiatan, seperti ulang tahun anggota BTS, menonton bersama (nobar) konser BTS, membuka donasi terhadap orang yang membutuhkan, membagikan aktivitas anggota BTS, dan lain-lain. Vena juga memanfaatkan hal yang sama seperti para ARMY dengan dirinya tergabung dalam sebuah grup *chat* bernama Armysemarang.co yang berposisi sebagai anggota grup. Selain dirinya bergabung dalam grup *chat*, Vena juga menyampaikan, dirinya terlibat aktif dalam kegiatan yang diselenggarakan di grup *chat* tersebut. Salah satunya adalah dirinya pernah waktu itu mengikuti kegiatan menonton bersama (nobar) konser PTD (*Permission To Dance in Las Vegas*) di salah satu hotel di Kota Semarang.

v. Informan Kelima

Informan yang kelima bernama Dilla (21 tahun) merupakan ARMY dari Semarang. Dilla juga menyebut dirinya sebagai *fangirl* atau penggemar perempuan dan termasuk dalam aktivitas yang dinamakan *fangirling* karena dirinya menganggap bahwa idola yang disuka sebagai pacarnya.

Menurut Dilla, bahwa dirinya telah menjadi ARMY dari Juli 2021. Dilla menyampaikan dalam wawancara tanggal 5 Februari 2023, 15.00 WIB, alasan dirinya menjadi ARMY adalah melihat dinamika perjuangan dari BTS. Pada waktu itu dirinya tidak sengaja melihat sebuah video yang memperlihatkan tentang perjuangan BTS sebelum mereka *debut*. Setelah dirinya mengetahui perjuangan

BTS dari awal debut hingga sekarang membuat saya terkesan. Menurut dirinya tidak ada *boygroup* atau *girlgroup* yang berjuang sekeras mereka.

Dalam berkomunikasi biasanya ARMY menggunakan WhatsApp dan memanfaatkan fitur grup *chat*. Sehubungan dengan itu, didalam grup *chat* tersebut juga mengadakan sebuah kegiatan, seperti ulang tahun anggota BTS, menonton bersama (nobar) konser BTS, membuka donasi (*charity*) terhadap orang yang membutuhkan, membagikan aktivitas anggota BTS, dan lain-lain. Dilla juga memanfaatkan hal yang sama seperti para ARMY dengan dirinya tergabung dalam sebuah grup *chat* bernama Armysemarang.co dan Merch.Bangatn yang berposisi sebagai anggota grup. Selain dirinya bergabung dalam grup *chat*, Dilla juga menyampaikan, dirinya terlibat aktif dalam kegiatan yang diselenggarakan di grup *chat* tersebut. Salah satunya adalah dirinya pernah waktu itu mengikuti kegiatan menonton bersama (nobar) konser PTD (*Permission To Dance in Las Vegas*) di salah satu hotel di Semarang dan menonton bersama (nobar) konser YTC (*Yet To Come*) di bioskop tanggal 5 Februari 2023 yang lalu.

vi. Informan Keenam

Informan yang keenam bernama Tabitha (21 tahun) merupakan ARMY dari Semarang. Tabitha juga menyampaikan bahwa dirinya sebagai *fangirl* atau penggemar perempuan dan termasuk dalam aktivitas yang dinamakan *fangirling*. Termasuk dalam kegiatan *fangirling* tersebut karena dirinya adalah seorang perempuan jadi dirinya disebut *fangirl* sedangkan *fangirling* termasuk kedalam kegiatan *fangirl* tersebut.

Menurut Tabitha, bahwa dirinya telah menjadi ARMY dari tahun 2017. Menurut Tabitha yang telah lebih lima tahun bergabung, dalam wawancara tanggal 20 Januari 2023, 18.30 WIB, alasan dirinya menjadi ARMY adalah berasal dari salah satu anggota BTS bernama RM (Rap Monster). Berawal dari video BTS saat memenangkan *Billboard Music Award* sebagai *Top Social Media Artist* yang muncul di Youtube. Kemudian pada saat BTS berpidato atas kemenangan mereka, member RM ini berbicara sangat fasih dalam berbahasa Inggris memacu dirinya agar semangat untuk belajar Bahasa Inggris. Selain itu lagu-lagu yang mereka ciptakan mengajarkan untuk mencintai diri sendiri.

Dalam berkomunikasi biasanya ARMY menggunakan WhatsApp dan memanfaatkan fitur grup *chat*. Sehubungan dengan itu, didalam grup *chat* tersebut juga mengadakan sebuah kegiatan, seperti ulang tahun anggota BTS, menonton bersama (nobar) konser BTS, membuka donasi (*charity*) terhadap orang yang membutuhkan, membagikan aktivitas anggota BTS, dan lain-lain. Tabitha juga memanfaatkan hal yang sama seperti para ARMY dengan dirinya tergabung dalam sebuah grup *chat* bernama *Armysemarang.co* yang berposisi sebagai anggota grup. Selain dirinya bergabung dalam grup *chat*, Tabitha juga menyampaikan, dirinya terlibat aktif dalam kegiatan yang diselenggarakan di grup *chat* tersebut. Salah satunya adalah dirinya pernah mengikuti kegiatan menonton bersama (nobar) konser PTD (*Permission To Dance in Las Vegas*).

vii. Informan Ketujuh

Informan yang ketujuh bernama Tini (19 tahun) merupakan ARMY dari Wonosobo. Dirinya disebut sebagai *fangirl* atau penggemar perempuan serta

dirinya juga termasuk dalam aktivitas yang dinamakan *fangirling*. Termasuk dalam kegiatan *fangirling* tersebut karena dirinya sendiri menggemari BTS.

Menurut Tini, bahwa dirinya telah menjadi ARMY dari tahun 2019 yang berarti dirinya telah menjadi ARMY selama kurang lebih 4 tahun. Dirinya menjadi ARMY karena mendengarkan lagu 'Dimple' sebab dirinya mempunyai *dimple*. Tetapi Tini baru berani mengunggah BTS di tahun 2022 dikarenakan takut dengan netizen Indonesia yang sering menyebut BTS plastik. Menurut Tini dalam wawancara tanggal 19 Januari 2023, 14.30 WIB, alasan dirinya menjadi ARMY adalah berasal dari BTS yang menyanyikan lagu *Dimple*. Tini mempunyai *dimple* yang membuatnya sering di *bully* dan *bullyan* itu membuat dirinya menjadi *down*. Pada saat BTS menyanyikan lagu tersebut, dirinya merasa sangat senang karena kenyataannya ada yang membawakan lagu *dimple* tersebut.

Dalam berkomunikasi biasanya ARMY menggunakan WhatsApp dan memanfaatkan fitur grup *chat*. Sehubungan dengan itu, didalam grup *chat* tersebut juga mengadakan sebuah kegiatan, seperti ulang tahun anggota BTS, menonton bersama (nobar) konser BTS, membuka donasi (*charity*) terhadap orang yang membutuhkan, membagikan aktivitas anggota BTS, dan lain-lain. Tini juga memanfaatkan hal yang sama seperti para ARMY dengan dirinya tergabung dalam sebuah grup *chat* bernama Armysemarang.co yang berposisi sebagai anggota grup. Selain dirinya bergabung dalam grup *chat*, Tini juga menyampaikan, dirinya terlibat aktif dalam kegiatan yang diselenggarakan di grup *chat* tersebut. Salah satunya adalah dirinya pernah mengikuti kegiatan menonton bersama (nobar)

konser PTD (*Permission To Dance in Las Vegas*) tanggal 17 April 2022 dan nobar konser *Yet Come In* Busan tanggal 15 Oktober 2022.

viii. Informan Kedelapan

Informan yang kedelapan bernama Indi (17 tahun) merupakan ARMY dari Cilacap. Dirinya disebut sebagai *fangirl* atau penggemar perempuan serta dirinya juga termasuk dalam kegiatan yang dinamakan *fangirling*. Termasuk dalam kegiatan *fangirling* tersebut karena dirinya melakukan *streaming* di Youtube terkait video-video mereka, terkadang juga mengikuti berita terkini mereka dari grup, Instagram *dispatch*, atau bahkan dari media sosialnya mereka secara langsung.

Menurut Indi, bahwa dirinya sudah menjadi ARMY dari 2018. Indi mengatakan dalam wawancara tanggal 23 Januari 2023, 18.00 WIB bahwa dirinya telah mengetahui BTS dari tahun 2019 era *Boy With Luv*. Alasan dirinya menjadi ARMY adalah karena jalur karma akibat dirinya dahulu memiliki pandangan buruk terhadap orang-orang yang menyukai Korea. Meskipun dirinya sewaktu duduk di bangku sekolah dasar (SD), dirinya menyukai *girlgroup* SNSD, tetapi setelahnya K-Pop mulai meredup dan kembali *booming* saat dirinya tengah duduk di bangku SMP. Pada tahun 2018 saat BTS membawakan lagu *Boy With Luv* dirinya menyukai lagu tersebut dan memutuskan untuk menjadi seorang ARMY.

Dalam berkomunikasi biasanya ARMY menggunakan WhatsApp dan memanfaatkan fitur grup *chat*. Sehubungan dengan itu, didalam grup *chat* tersebut juga mengadakan sebuah kegiatan, seperti ulang tahun anggota BTS, menonton bersama (nobar) konser BTS, membuka donasi (*charity*) terhadap orang yang membutuhkan, membagikan aktivitas anggota BTS, dan lain-lain. Indi juga

memanfaatkan hal yang sama seperti para ARMY dengan dirinya bergabung dalam sebuah grup *chat* bernama *Official Thena Club* yang berposisi sebagai anggota grup. Selain dirinya bergabung dalam grup *chat*, Indi juga menyampaikan, dirinya terlibat aktif dalam kegiatan yang diselenggarakan di grup *chat* tersebut. Salah satunya adalah dirinya pernah mengikuti kegiatan menonton bersama (nobar) melalui aplikasi *Zoom* konser YTC (*Yet To Come*) dengan membayar kontribusi sebesar Rp 10.000.

#### 4.2. Pembahasan

Menurut Koentjaraningrat (2000:181) bahwa budaya adalah akal atau seluruh hasil olah pikir manusia yang membuat manusia mampu dalam segala hal. Sedangkan untuk produksi budayanya muncul dari historis khusus dalam mengambil makna yang diasosiasikan terhadap kelompok tertentu. Seperti di zaman sekarang dimana fenomena K-Pop terlihat dari orang-orang yang mengecat rambutnya, meluruskan rambutnya, berolahraga agar tubuhnya menjadi ramping dan membuat kulitnya menjadi putih.

Perubahan perilaku penggemar K-Pop tersebut termasuk dalam budaya populer. Budaya populer juga tidak terlepas dari aktivitas *fangirling* yang merupakan perilaku penggemar perempuan untuk menunjukkan rasa kagum yang berlebih pada idola mereka. Kondisi ini sesuai dengan karakteristik budaya populer Derry Mayendra (2011) sebagai berikut (Efendi, 2021:16) yaitu sekularisme, hedonisme, materialisme, budaya gaya, budaya hiburan, dan budaya konsumerisme.



Tetapi tidak semua kegiatan *fangirling* mengarah pada hal yang negatif atau hanya buang-buang uang, tetapi itu semua tergantung pada setiap ajaran dari idola yang mereka ikuti. Pada dasarnya penggemar (*fangirl*) akan melihat bagaimana idola mereka bertindak, sehingga idola bisa memutuskan apakah perilaku idola tersebut dapat dilanggengkan atau tidak. Jika yang dilakukan *idol* tersebut merupakan hal yang positif maka sebagai seorang penggemar akan meneruskannya dan hal tersebut termasuk dalam proses produksi budaya. Dimana proses terjadinya produksi budaya adalah bagaimana aktivitas-aktivitas yang muncul tersebut kemudian dialih generasikan, diteruskan, dilanggengkan dalam perilaku-perilaku penggemar.

Seperti proses terjadinya produksi budaya penggemar dalam *fandom* ARMY ini, bermula dari setiap anggota BTS yang melakukan donasi (*charity*) bagi orang-orang yang membutuhkan. Kemudian ARMY melihat hal itu sebagai hal yang positif maka ARMY melakukan proses produksi budaya dengan cara melanggengkan dan meneruskan donasi (*charity*) tersebut kedalam perilaku-perilaku ARMY sampai saat ini. Meskipun demikian dalam penggemar juga memiliki cara berpikir tersendiri, yang terkadang anggota dalam kelompok akan mengabaikan hal-hal dipikiran mereka supaya tidak terjadi konflik dan menyerahkan semua keputusannya pada keinginan mayoritas dimana disebut dengan teori *groupthink*.

#### **4.2.1. Fangirling dan Identitas**

Definisi identitas menurut KBBI adalah ciri-ciri atau keadaan khusus seseorang. Keberadaan suatu identitas dapat berhubungan dengan hal-hal seperti

kebangsaan, jenis kelamin, seksualitas, generasi usia, pekerjaan, beraneka macam kelompok sosial atau komunitas hobi dan lain sebagainya (Suryandari, 2020: 97).

Dalam penelitian ini identitas yang dimaksudkan adalah kelompok atau komunitas yang memiliki hobi atau kesukaan yang sama yaitu menyukai BTS. Karena kesukaan terhadap BTS inilah mereka memutuskan menjadi seorang penggemar khususnya penggemar perempuan (*fangirl*) serta aktivitas yang dilakukan disebut *fangirling*.

*Fangirling* sendiri adalah aktivitas atau perilaku penggemar perempuan (*fangirl*) dalam menunjukkan rasa kagum atau suka terhadap yang diidolakan. Terkadang rasa suka yang ditunjukkan terlalu berlebih atau bahkan ekstrem terhadap *fandom* tertentu. Bentuk dari *fangirling* yaitu menonton film, mendengarkan musik, menonton konser, dan mencari informasi seputar idola melalui media sosial.

Seperti hasil penelitian ini bahwa mereka yang menjadi seorang *fangirl* akan menunjukkan identitas mereka sebagai *fandom* ARMY. Kegiatan mereka (*fangirl*) disebut sebagai *fangirling*. Dimana identitas serta kegiatan *fangirling* yang dilakukan terbagi sebagai berikut:

#### **4.2.1.1. Definisi *Fangirling* Menurut Informan**

Seperti hasil penelitian dari informan ke-2, 3, 4 dan 6 (Transkrip wawancara F1: 97; 105; 112; dan 131) bahwa *fangirling* didefinisikan sebagai kegiatan yang ditunjukkan secara berlebih oleh seseorang khususnya perempuan yang mengidolakan, mengaggumi, menyukai idola atau artis yang diidolakan baik dalam bidang tarik suara atau dalam bidang lainnya.

Kegiatan *fangirling* lainnya ditunjukkan oleh informan 1 dan 5 (Transkrip wawancara F1: 91 dan 121) yaitu menganggap para idola sebagai pasangan dikehidupan nyata dan menjadikannya sebagai tempat untuk menyalurkan rasa senang serta bahagia meskipun hanya dalam khayalan semata. Walaupun demikian mereka tetap mendukung para *idol* dengan cara menonton konten-konten di Youtube, melakukan *streaming*, dan membagikan ulang postingan dari member di akun media sosial pribadinya.

Sedangkan hasil penelitian lain dari informan ke-7 (Transkrip wawancara F1: 141) bahwa *fangirling* adalah kegiatan penggemar untuk memenuhi hasrat akan kebutuhan dalam mengonsumsi produk budaya populer yang digemarinya. Produk budaya populer yang disebar media bentuknya bermacam-macam, jadi menurut informan 7 bahwa kegiatan *fangirling* ini bisa dijadikan sebagai pemenuhan hasratnya akan mengonsumsi produk budaya populer.

Definisi lainnya yang disampaikan informan ke-8 (Transkrip wawancara F1: 149) bahwa *fangirling* adalah menyukai idola yang dijadikan sebagai panutan. Artinya bahwa informan 8 menjadikan idola yang disukai sebagai panutan dalam bertindak dan bertingkah laku untuk kedepannya.

#### **4.2.1.2. Definisi Penggemar Menurut Informan**

Penggemar menurut Fushchillo mendefinisikan penggemar (2020) sebagai seseorang yang memiliki ketertarikan terhadap seseorang atau suatu hal yang terkenal dengan melibatkan rasa emosional positif (Naila, 2022). Pemahaman tentang makna penggemar tersebut sama seperti yang disampaikan informan ke-1 dan 6 (Transkrip wawancara A1: 93 dan 134) bahwa penggemar adalah seseorang yang

setia dan tulus mendukung segala hal yang dilakukan idolanya dan dijadikan sebagai motivasi. Bahkan dirinya telah menganggap idolanya dijadikan seorang yang spesial dalam hidupnya, hal tersebut yang bisa membuat penggemar merasa kecewa jika idolanya melakukan kesalahan.

Dari sini bahwa informan 1 dan 6 menjadi seorang penggemar yang telah melibatkan rasa emosional positif, karena jika penggemar tidak melibatkan rasa emosional positifnya dengan menjadikan idola sebagai orang yang spesial maka dirinya tidak akan merasa kecewa jika idolanya melakukan kesalahan.

Sedangkan menurut informan ke-3 dan 7 (Transkrip wawancara A1: 107 dan 144) bahwa definisi penggemar adalah seseorang yang menggemari sesuatu dengan antusias. Hasil penelitian lainnya dari informan ke-2, 4, dan 5 (Transkrip wawancara A1: 100; 116; dan 124) bahwa penggemar adalah orang yang menggemari, mencintai, menyukai dan mendukung *idol* atau artis serta karyanya. Sehingga penggemar akan mendukung dalam hal yang baik, kalau misalnya ada dari idolnya hal yang kurang baik sebaiknya penggemar tidak mencontohnya.

Lain halnya dengan informan ke-7 (Transkrip wawancara A1: 144) yang mendefinisikan penggemar sebagai orang yang memiliki suatu kesukaan yang hanya dijadikannya sebagai hobi dan sebaiknya penggemar tidak mencampuri kehidupan idolnya.

#### **4.2.1.3. Konsumsi dan Produksi ARMY secara Individu**

##### **A. Konsumsi *Merchandise***

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan *fangirling* identik dengan pembelian *merchandise*, dimana dalam pembelian *merchandise* tersebut

berhubungan dengan karakteristik budaya populer yaitu penggemar dalam menikmati hidupnya semata-mata untuk memuaskan segala keinginan hawa nafsu, menjadikan manusia memuja kekayaan atau materi, lebih mementingkan penampilan yang membuatnya menjadi konsumtif dan hanya mementingkan kebutuhan duniawi.

i. Pada penelitian ditemukan bahwa rata-rata informan yang menjadi *fangirling* telah membeli *merchandise* BTS baik yang *official* maupun *unofficial*. Bentuk *merchandise* yang dibelipun beragam seperti album, *lighstick*, boneka, pajangan-panjang, gantungan kunci, *photocard*, poster, jaket, dan lain sebagainya. Dalam membeli *merchandise* tersebut para informan tetap melihat dari sisi harga, karena bagi sebagian dari informan harga sangat penting. Jika harganya tersebut melampaui batas kemampuan dirinya, maka dirinya akan mempertimbangkan terlebih dahulu antara tetap membeli atau tidak jadi membeli *merchandise* tersebut.

ii. Pertimbangan lain yaitu tergantung pada pemasukan dan pengeluaran di bulan yang berjalan sehingga timbul ketakutan dalam dirinya apabila dikemudian hari *merchandise* tersebut tidak diproduksi kembali dan dirinya belum bisa membeli *merchandise* tersebut. Akibatnya dirinya menabung agar sebisa mungkin membeli *merchandise* yang saat itu ditawarkan.

iii. Para informan (individu) juga melihat dari sisi *merchandise* tersebut layak atau tidaknya untuk dibeli. Tetapi ada juga yang melihat dari sisi ketertarikan, kalau misalnya dirinya merasa tertarik dengan *merchandise* yang dikeluarkan, maka dirinya akan mengusahakan agar bagaimana caranya *merchandise* tersebut terbeli,

tetapi jika dirinya tidak suka maka *merchandise* tersebut akan dijual kembali ke ARMY lainnya dalam bentuk *sharing*.

iv. Meskipun demikian individu (informan) yang membeli *merchandise* tidak sampai mengorbankan hal-hal penting atau mendesaknya. Para informan masih berpikir realistis bahwa dalam membeli *merchandise* tersebut termasuk dalam kebutuhan sekunder dan hanya dijadikan sebagai kesenangan saja yang berarti mereka tidak harus membeli *merchandise* pada saat itu juga.

Jika mereka ingin membeli *merchandise*, maka mereka akan menabung terlebih dahulu atau bahkan ada informan yang menyisihkan uangnya sebagian untuk membeli *merchandise* dan sebagian yang lainnya untuk memenuhi kebutuhan penting atau mendesaknya. Dari sistem menabung dan menyisihkan uang tersebut, maka kebutuhan penting atau mendesaknya tidak terabaikan.

Tetapi untuk informan ke-1 (Transkrip wawancara F3: 92) pernah sekali mengorbankan kebutuhan penting atau mendesaknya untuk membeli *merchandise* karena saat itu tagihan *merchandise* sudah datang sehingga uang yang tadinya digunakan untuk membayar sekolah anak tetapi digunakannya terlebih dahulu untuk membayar tagihan *merchandise*.

Para informan yang membeli *merchandise*, bahwa mereka tidak membeli secara langsung tetapi mereka membelinya melalui grup *chat* atau membeli melalui anggota grup yang melakukan *sharing*, WTS (*Want To Sell*), WTT (*Want To Trade*), atau WTB (*Want To Buy*). Dengan kata lain para informan tersebut juga bergabung dalam grup *chat-grup chat* yang berisikan ARMY.

## **B. Konsumsi Media**

Konsumsi media yang dimaksud adalah dimana individu yang bergabung dalam grup *chat* berisikan ARMY-ARMY lainnya akan terbentuk sebuah pengalaman, teman, pengetahuan, pandangan dan mode berpikir yang baru mengenai fandom ARMY ini atau fandom K-Pop lainnya. Pandangan atau mode berpikir yang baru mengenai ARMY ini disebabkan karena adanya pemikiran kelompok atau yang disebut dengan teori *Groupthink*.

Pada dasarnya teori *Groupthink* ini mencoba mengemukakan tentang rendahnya kepedulian anggota kelompok untuk menilai ide kreatif lainnya yang bersumber dari anggota yang memiliki ide minoritas. Selain itu teori *Groupthink* ini bisa menganggap bahwa kelompoknya sendiri adalah yang paling benar karena teori *Groupthink* membuat seseorang mengabaikan pikiran mereka dan menyerahkan semua keputusan pada keinginan mayoritas sehingga orang yang menjadi minoritas dalam sebuah *fandom* atau grup akan merasa pikiran mereka tidak diterima. Padahal pikiran tersebut berupa pikiran yang positif yang bisa jadi menentang dari pikiran atau keputusan mayoritas. Sehingga dapat dikatakan bahwa pikiran atau keputusan mayoritas tersebut dapat memengaruhi minoritas agar berpikir hal yang sama dan kemudian menyepakatinya.

i. Hasil penelitian ditemukan bahwa selain informan mengonsumsi *merchandise-merchandise*, informan rata-rata mendapatkan teman, pengalaman, dan pengetahuan baru dari grup *chat* WhatsApp yang mereka ikuti. Pengalaman baru yang didapatkan bermacam-macam bentuknya, pertama ada informan yang sebelumnya tidak pernah ikut kegiatan menonton bersama (*nobar*) konser setelah

bergabung dalam grup *chat* menjadi punya pengalaman seperti itu. Kedua yang sebelumnya tidak berani bersosialisasi dengan banyak orang semenjak bergabung dalam grup *chat* mulai berani bersosialisasi dengan banyak orang yang tidak dikenal. Ketiga bertemu dengan banyak ARMY yang bisa memperluas komunikasi dari situ bisa saling bertukar cerita tentang kehidupan *fangirling*, pengalaman hidup pribadinya atau sampai pada pengalaman tentang kerja keras dari ARMY lain diluar sana.

Untuk pengetahuan yang didapatkan dari grup *chat* tersebut rata-rata informan tidak mendapatkannya, tetapi informan ke-2 (Transkrip A2: 93) mengatakan bahwa dirinya mendapatkan pengetahuan baru dalam bidang musik dan hiburan, “Kalau pengetahuan sih yang didapet dibidang musik atau hiburan.”

ii. Dari delapan informan, terdapat empat informan yang belum pernah menyampaikan pendapatnya. Informan tersebut adalah informan 2, 5, dan 8 (Transkrip wawancara G2: 100; 124; dan 150) dikarenakan dirinya yang pasif atau hanya menjawab informasi yang dirinya ketahui saja. Selain itu dalam grup *chat* yang diikuti terdapat *admin* grup, apabila *admin* grup tersebut telah berhasil menyelesaikan masalah yang terjadi, maka dirinya tidak perlu terlibat karena masalah sudah teratasi.

Beda halnya dengan informan ke-4 (Transkrip wawancara G2: 115), bahwa dirinya memang tidak ingin ikut campur dalam masalah-masalah besar baik yang menyangkut *idol* atau yang terjadi dalam *fandom* itu sendiri. Sebab tujuan dirinya menjadi *fangirling* karena *fangirling* dijadikannya sebagai tempat untuk bersenang-senang, *healing*, dan menyegarkan pikiran (*refreshing*) hal itu yang membuat



dirinya sebisa mungkin tidak terlibat atau ikut campur jika terjadi suatu masalah, kemungkinan dirinya hanya mengikuti masalah tersebut.

Sedangkan untuk empat informan lainnya yaitu informan 1, 3, 6, dan 7: pernah menyampaikan pendapat pribadinya ke grup *chat* yang diikuti. Pendapat dari informan ke-3 dan 6 (Transkrip wawancara G2: 107 dan 134) diterima baik dalam grup *chat* tersebut meskipun dalam grup *chat* terdapat orang yang memiliki umur lebih tua dan lebih muda darinya tetapi dirinya tetap berani untuk menyampaikan pendapatnya.

Jadi menurut informan ke-7 (Transkrip wawancara G2: 142) orang-orang yang bergabung dalam grup *chat* berarti mereka telah tergabung dalam sebuah kelompok. Apabila dalam sebuah kelompok atau sebuah grup *chat* tersebut terjadi masalah atau individunya mempunyai kesalahan, sebaiknya dibicarakan baik-baik dan kemudian diperbaiki. Biasanya *admin* grup akan berdiskusi terlebih dahulu apabila didalam grup *chat*nya terjadi masalah dan *admin* grup *chat* tersebut juga menyiapkan saran yang akan disampaikan kepada orang yang bersangkutan agar orangnya tidak tersinggung.

### **C. Produksi Media**

Dalam pemikiran kelompok atau yang disebut Groupthink teori ini juga andil bagian dalam memproduksi media. Produksi media ini juga bisa memunculkan perilaku-perilaku baru dari masing-masing individu.

Seperti informan ke-1 (Transkrip wawancara G2: 93) dimana dirinya pernah menyampaikan pendapat tetapi pendapat tersebut kurang diterima dalam grup *chat* yang diikuti. Waktu itu informan ke-1 pernah menyampaikan pendapat tentang foto

V salah anggota BTS yang merokok. Belum bisa dipastikan terkait kebenaran dari foto tersebut. Maka informan ke-1 tersebut menyampaikan pendapatnya dengan meminta tolong kepada sang pengirim yang merupakan anggota dalam grup *chat* tersebut agar menghapus foto V BTS yang diunggahnya. Bukannya mendapat respons yang baik, dirinya malah dikeluarkan (*kick*) dari grup *chat* tersebut. Setelah dirinya dikeluarkan, *admin* grup tersebut kemudian meminta maaf atas perilaku dari anggota grup *chat* yang telah mengeluarkannya dari grup.

Meskipun demikian bahwa semua informan tidak menganggap bahwa *fandom* ARMY ini adalah yang paling benar, hebat, dan kuat. Para informan pun juga tidak menganggap *fandom* lain sebagai musuh atau saingan. Karena menurut para informan semua *fandom* yang ada didunia ini memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing. Semuanya kembali lagi ke masing-masing orang yang berada dalam suatu *fandom* akan menanggapi kelebihan dan kelemahannya tersebut seperti apa dan bagaimana cara menanganinya.

Apabila terjadi pertengkaran (*war*) antar *fandom* atau kelompok, hal itu disebabkan karena adanya oknum-oknum yang memprovokasi dua *fandom* bahkan lebih agar mereka saling berselisih paham dan kemudian terjadilah yang namanya pertengkaran (*war*) antar *fandom* atau kelompok tersebut. Kalau misalnya tidak ada oknum-oknum tersebut kemungkinan terjadi pertengkaran (*war*) akan kecil, karena masing-masing orang yang bergabung dalam suatu *fandom* atau kelompok telah menganggap *fandom* yang diikutinya seperti keluarga sendiri. Dimana jika seseorang sudah menganggap suatu *fandom* sebagai keluarganya maka dirinya bersama *fandom* atau kelompok tersebut lebih memilih untuk melakukan hal-hal

yang sifatnya positif daripada hanya mencari masalah dengan *fandom* atau kelompok lain.

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *fandom* ARMY tidak terpapar secara penuh oleh *Groupthink* teori. Terlihat dari yang pertama mereka menganggap bahwa *fandom* ARMY ini adalah keluarga. Kedua, mereka tidak menganggap bahwa *fandom* lain sebagai musuh atau saingan serta mereka juga tidak menganggap bahwa *fandom* ARMY ini adalah yang paling benar dan yang ketiga yaitu tidak menyerahkan semua keputusan pada keinginan mayoritas karena rata-rata informan pernah menyampaikan pendapat yang berbeda dalam grup *chat* WhatsApp yang mereka ikuti. Sesungguhnya mereka menganggap bahwa *fandom* ARMY ini sebagai keluarga, hal itu yang membuat apabila terjadi perselisihan dalam *fandom* atau grup *chat* WhatsApp, mereka akan berdiskusi untuk menentukan saran dan jalan keluar yang tepat, sehingga dalam grup *chat* tersebut tidak ada yang berkuasa sekalipun itu *admin* grupnya sendiri. Meskipun ada beberapa orang dalam grup *chat* tersebut tetap menganggap bahwa pendapat orang lain tidak penting dan membuat orang lain dikeluarkan dari grup meskipun dirinya bukan *admin* dari grup *chat* tersebut.

#### **4.2.2. Produksi Budaya ARMY**

Mereka yang termasuk dalam kegiatan *fangirling* dan memutuskan bergabung dalam *fandom* tertentu pasti ada sesuatu nilai atau ajaran yang diajarkan dari *idol* kepada penggemar dalam *fandom* tersebut. Dimana jika suatu nilai atau ajaran tersebut merupakan hal yang baik maka penggemar akan meneruskan dan

melanggengkan dalam perilaku-perilaku penggemar atau yang disebut sebagai proses terjadinya produksi budaya.

Proses produksi budaya yang dilakukan ARMY adalah donasi (*charity*), bermula dari idol mereka, BTS yang menekankan nilai kemanusiaan, karena mereka telah merasakan berjuang dalam meniti karir dari bawah, berjuang di masa-masa sulit, tidak ada yang membantu, diremehkan banyak orang karena berasal dari agensi kecil dan dianggap tidak bisa berhasil oleh sebagian orang. Karena BTS telah merasakan semuanya itu, maka mereka mengajarkan kepada *fansnya*, ARMY, untuk selalu peduli dengan orang lain yang sedang membutuhkan bantuan. Hal itu didukung dengan BTS yang sudah melakukan beberapa donasi (*charity*) kepada sesama yang membutuhkan sebagai bentuk kemanusiaan dan kepedulian. Dibuktikan dari salah satu album BTS yaitu dalam album *Lovemyself: Answer* dengan mendukung gerakan *#ENDViolence* untuk melindungi dan mencegah adanya tindak kekerasan pada anak di berbagai penjuru dunia. Bersamaan dengan itu BTS bersama Presiden Joe Biden di *White House* (Gedung Putih) juga membahas mengenai kejahatan kebencian Asia-Amerika. Dari situ BTS mengajak agar ARMY dapat mencintai diri sendiri dan menentang tindak kekerasan. Karena tindak kekerasan sendiri bukan bagian dari nilai kemanusiaan sehingga BTS menentang melalui kampanye tersebut dan melakukan donasi (*charity*) sehingga dana yang terkumpul tersebut dapat digunakan UNICEF untuk melindungi anak-anak dari tindak kekerasan.

Dari situlah ARMY yang menjadi penggemar melihat yang dilakukan BTS sebagai perilaku positif, maka ARMY mendukung serta meneruskan donasi

(*charity*) tersebut dalam perilaku *fangirling* mereka. Meskipun donasi (*charity*) yang dilakukan ARMY tidak secara global (seperti yang dilakukan BTS bersama UNICEF) tetapi lebih dalam skala yang kecil yaitu pada orang-orang di sekitar.

Dari delapan informan didapatkan informan ke-1, 2, 3, 4, dan 6 (Transkrip wawancara D1-D2: 94; 101; 108; 117; dan 136) pernah beberapa kali berpartisipasi dalam donasi (*charity*) yang diadakan oleh ARMY. Sedangkan untuk informan 5, 7, dan 8 belum pernah melakukan donasi (*charity*) dengan alasan bahwa informan 5 (Transkrip wawancara D1: 125-126) bahwa dirinya tidak melakukan donasi dikarenakan dua alasan. Pertama karena dirinya tidak tahu caranya berdonasi dan kedua dirinya tidak suka hal yang tidak praktis. Hal tidak praktisnya tersebut disebabkan dirinya harus bertanya kepada *admin* bagaimana cara ikut donasi tersebut. Apabila dirinya mendapatkan *admin* yang tidak *fast respond* atau bahkan tidak menjawab pesannya maka dirinya harus bertanya kembali kepada *admin* atau ARMY lainnya yang dimana hal tersebut membutuhkan waktu.

“Saya tidak pernah ikut donasi (*charity*) yang diadakan oleh ARMY karena terkadang saya tidak tau bagaimana caranya dan kedua males ribet aja karena kalau misalnya ni saya mau ikut donasi (*charity*) itu tapi saya ga tau terus saya mau coba tanya-tanya ke *adminnya* tersebut ya kalau *adminnya fast respond* kalau engga kan saya harus nunggu dulu, terus kalau misalnya *adminnya* ga jawab-jawab kan saya juga harus bertanya-tanya lagi ke *admin* atau ARMY lainnya yang dimana itu memakan waktu.”

Sementara informan ke-7 (Transkrip wawancara D1: 145) dikarenakan sewaktu dirinya ingin berpartisipasi dalam donasi (*charity*) namun dirinya secara kebetulan memiliki kebutuhan mendesak yang harus didahulukan sehingga dirinya tidak jadi berpartisipasi dalam donasi (*charity*) tersebut.

Sedangkan untuk informan ke-8 (Transkrip wawancara D1: 152) belum berpartisipasi dikarenakan dirinya masih bersekolah dan belum bekerja, pemasukan dari uang sekolah pun juga sedikit namun pengeluaran besar. Jadi dirinya akan berpartisipasi dalam donasi (*charity*) yang diadakan ARMY ketika dirinya telah bekerja dan mendapatkan penghasilan yang tetap.

a. Pandangan dari delapan informan tersebut terkait donasi (*charity*) yang dilakukan ARMY adalah salut, karena ternyata ARMY bermurah hati dengan melakukan donasi (*charity*) kepada sesama. Selain itu donasi (*charity*) tersebut merupakan kegiatan yang bagus, positif, sangat bermanfaat, memiliki rasa kepedulian yang tinggi terhadap sesama dan ARMY berjiwa sosial. Sehingga kegiatan yang dilakukan ARMY tidak monoton yang hanya berputar pada kegiatan *fangirling* saja tetapi ada kegiatan lain yang dilakukan yaitu donasi (*charity*). Donasi (*charity*) yang dilakukan tersebut juga sebagai bentuk dari hak asasi manusia, dimana kita sendiri sebagai makhluk sosial yang membutuhkan bantuan orang lain. Dari donasi (*charity*) ini juga bisa mengurangi pandangan buruk orang lain terhadap ARMY, yang memandang kegiatan yang dilakukan ARMY hanya sebatas buang-buang uang saja tetapi pada kenyataannya bahwa ada kegiatan positif didalamnya yang dilakukan.

b. Hasil penelitian lainnya didapatkan bahwa ke tujuh informan menjawab nilai yang diyakini dalam memberikan donasi (*charity*) adalah nilai kemanusiaan. Karena kembali lagi pada ajaran atau nilai dari BTS yang ditanamkan ke ARMY tentang memanusiakan manusia dan peduli terhadap sesama. Meskipun yang didonasikan jumlahnya tidak seberapa namun jika yang memberi tulus dan ikhlas

tanpa meminta imbalan sedikitpun, nantinya pemberian itu akan sangat bermanfaat bagi orang yang menerimanya. Beda halnya dengan informan ke-3 (Transkrip wawancara D4: 110) yang turut berpartisipasi dalam donasi (*charity*) tersebut bukan karena nilai kemanusiaan tetapi dirinya meyakini hukum timbal balik. Dimana dirinya percaya bahwa perbuatan baik yang telah dilakukan dapat kembali ke dirinya, “Nilai yang saya yakini yaitu perbuatan yang baik itu akan kembali lagi ke diri kita sendiri.”

Dalam produksi ARMY melalui donasi (*charity*) ini juga terdapat dinamika individu sebagai informan, maksudnya adalah bahwa penelitian ini ingin melihat apakah para individu (informan) yang telah berpartisipasi dalam donasi (*charity*) yang diadakan oleh ARMY, apakah mereka pernah mengadakan hal yang sama seperti ARMY lainnya yang sudah mengadakan donasi (*charity*). Hasil penelitian menemukan bahwa informan ke-1, 2, 5, 6, 7, dan 8 mereka belum pernah mengadakan donasi (*charity*), sedangkan informan ke-3 dan ke-4 sudah pernah mengadakan donasi (*charity*).

c. Dari informan ke-1, 7, dan 8 (Transkrip wawancara D5: 96; 147; dan 148) alasan mereka belum pernah mengadakan donasi (*charity*) dikarenakan donasi (*charity*) tersebut sifatnya besar sehingga ada ketakutan dalam diri masing-masing informan ketika memegang uang dalam jumlah yang besar dan rasa takutpun ditambah ketika ada pikiran buruk dari orang-orang sekitarnya sebab kepercayaan dari masing-masing orang berbeda-beda. Mengingat bahwa informan ke-8 yang masih bersekolah, sehingga dirinya memutuskan untuk fokus terlebih dahulu pada sekolahnya.

Alasan lain dari informan 2 dan 5 (Transkrip wawancara D5: 102 dan 128) yaitu dirinya merasa mengadakan donasi (*charity*) tersebut bukan dibidangnya. Maksudnya, ketika seseorang memiliki niat untuk mengadakan donasi (*charity*) tersebut, dirinya membutuhkan sebuah forum yang resmi dimana didalamnya pasti terdapat sebuah prosedur-prosedur yang harus dijalankan dan ditaati. Karena dirinya merasa belum mampu untuk menguasai bidang tersebut maka dirinya belum pernah mengadakan donasi (*charity*) semacam itu.

Sedangkan alasan dari informan ke- 6 (Transkrip wawancara D5: 138-139), karena belum ada niat dalam dirinya untuk mengadakan donasi (*charity*) tersebut. Dirinya juga menganggap akan sia-sia ketika mengadakan donasi (*charity*) karena keterpaksaan ditambah lagi hatinya belum tergerak untuk mengadakan donasi (*charity*) semacam itu, karena dirinya mengungkapkan daripada terpaksa lebih baik jangan mengadakan donasi (*charity*) seperti itu, sampai nanti dirinya benar-benar siap.

“Kalau mengadakan ga pernah si karena untuk saat ini aku ga ada niatan buat ngadaiin donasi (*charity*) soalnya percuma juga kalau misalnya tetep ngadaiin donasi (*charity*) tapi dengan terpaksa ya mending ga usah dan akupun juga belum tergerak hatinya untuk ngadaiin donasi.”

Apabila orang yang ingin mengadakan sebuah donasi (*charity*) maka dirinya benar-benar sudah mempersiapkan semuanya mulai dari hati, pikiran, keberanian, dan sudah paham tentang teknis-teknis penyelenggaraan pengadaan donasinya. Sehingga kalau misalnya terjadi sesuatu hal yang tidak diinginkan pada saat penyelenggaraan donasi (*charity*), pasti telah mempersiapkan solusi atau pemecahan masalahnya. Beda cerita dengan orang yang belum mempersiapkan semuanya itu kemudian mengadakan donasi (*charity*) dan ketika terjadi suatu



masalah atau hal-hal yang tidak diinginkan ditakutkan tidak bisa memberikan solusi yang terbaik untuk keluar dari masalah tersebut.

Meskipun beberapa informan tersebut belum pernah mengadakan donasi (*charity*), tetapi dalam diri mereka tetap memiliki niat untuk mengadakan donasi (*charity*) seperti itu. Para informan yang belum mengadakan donasi (*charity*) hanya menunggu waktu yang tepat dan disaat dirinya benar-benar telah siap secara hati dan finansial untuk mengadakan donasi (*charity*) tersebut. Para informan mengungkapkan bahwa waktu untuk mengadakan donasi (*charity*) tidak dalam jangka dekat ini tetapi lebih pada suatu saat ini nanti. Sebab dalam jangka dekat ini masing-masing dari informan sedang dalam fokusnya masing-masing, ada yang fokus untuk sekolahnya, fokus dalam karirnya, dan lain sebagainya.

d. Hasil lainnya ditemukan terdapat dua informan yang telah mengadakan donasi (*charity*). Informan yang telah mengadakan donasi (*charity*) tersebut adalah informan ke-3 dan ke-4. Informan ke-3 (Transkrip wawancara D5: 111) dirinya pernah mengadakan beberapa donasi yang diadakan bersama-sama teman komunitas, nama komunitasnya adalah Armysemarang.co. Armysemarang.co tersebut mengadakan donasi (*charity*) tersebut tidak sebatas pada ARMY tetapi orang yang bukan ARMY (umum) juga dapat berpartisipasi dalam donasi (*charity*) yang diadakan. Donasi (*charity*) yang diadakan tersebut terbilang dalam skala yang cukup besar karena melibatkan orang lain dalam proses pengumpulan donasinya dan hasil donasinya akan diberikan secara langsung ke tempat dari orang-orang yang terkena musibah.



Gambar 4.14 Armysemarang.co berdonasi untuk korban banjir bandang Meteseh (Sumber: Grup chat Armysemarang.co)

Beberapa donasi yang telah diadakan oleh dirinya bersama komunitasnya yaitu donasi untuk korban banjir bandang Meteseh (8 Januari 2023; Gambar 4.14), menanam 1000 pohon (5 Juni 2022), dan donasi Kanjuruhan (16 Oktober 2022).

Lain halnya dengan informan ke-4 (Transkrip wawancara D5: 119) yang melakukan donasi (*charity*) dalam skala kecil, dimana waktu itu dirinya bersama dengan teman-teman SMA membagikan beberapa bungkus makanan kepada orang-orang miskin yang berada disekitarnya. Donasi (*charity*) tersebut dalam skala yang kecil karena dalam pendistribusiannya dipilih secara acak dan hanya diberikan kepada orang miskin tertentu saja.

Seperti halnya informan ke-3 dan ke-4 bahwa kesiapan mereka untuk mengadakan donasi (*charity*) yaitu berasal dari hati mereka yang telah tergerak untuk mengadakan donasi (*charity*), keberanian untuk memegang uang dalam jumlah yang besar, berani untuk tidak peduli pada pikiran buruk orang lain, dan telah paham dengan teknis-teknis penyelenggaraannya maka mereka berani untuk mengadakan donasi (*charity*). Meskipun untuk informan ke-4 sendiri, donasi (*charity*) yang diadakan masih dalam skala yang kecil, tetapi hal tersebut

memberikan dampak positif dan pelatihan terlebih dahulu terhadap dirinya sebelum dirinya melakukan donasi (*charity*) dalam skala yang besar.

