

LOYALITAS DAN SOLIDARITAS FANDOM K-POP

(Studi Kasus Fandom *Army* Di Indonesia)

Skripsi ini Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Mendapatkan Gelar Sarjana Strata
Satu dalam Bidang Ilmu Sosiologi (S.Sos)



Disusun oleh:

RIZQIYAH FEBRIANI

NIM: 18040065

FAKULTAS ILMU SOSIAL

PROGRAM STUDI SOSIOLOGI

UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA INDONESIA

JAKARTA PUSAT

2022

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul "Loyalitas dan Solidaritas Fandom K-Pop (Studi Kasus Fandom Army Di Indonesia)" yang disusun oleh Rizqiyah Febriani dengan NIM SOS18040065 telah diperiksa dan disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi untuk diujikan pada sidang skripsi (munaqosyah).

Jakarta, 08 Desember 2022



Moh. Faiz Maulana, M.Si

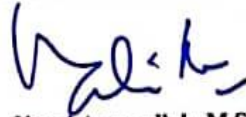
LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Loyalitas dan Solidaritas Fandom K-pop (Studi Kasus Fandom *Army* Di Indonesia)” yang disusun oleh Rizqiyah Febriani, dengan NIM SOS18040065 telah diujikan dalam sidang munaqosyah pada Pada Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial Universitas Nahlatul Ulama Indonesia Jakarta pada tanggal 20 Desember 2022 dan direvisi sesuai saran tim penguji. Maka skripsi tersebut telah diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Sosiologi (S.Sos).

Jakarta, 31 Desember 2022

Dekan Fakultas Ilmu Sosial



Naeni Amanulloh, M.Si

TIM PENGUJI

1. Naeni Amanulloh, M.Si

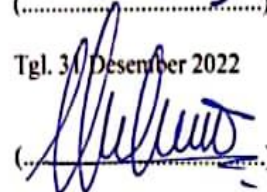
(Ketua Sidang)


(.....)

Tgl. 31 Desember 2022

2. Muhammad Nurun Najib, M.Si

(Sekretaris Sidang)


(.....)

Tgl. 31 Desember 2022

3. Shinta Mutiara Rezeky, M.Si

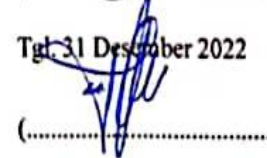
(Penguji 1)


(.....)

Tgl. 31 Desember 2022

4. Mujtaba Hamdi, M.Si

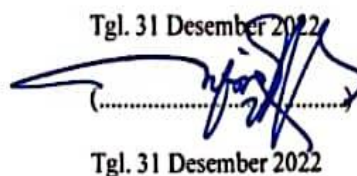
(Penguji 2)


(.....)

Tgl. 31 Desember 2022

5. Moh. Faiz Maulana, M.Si

(Dosen Pembimbing)


(.....)

Tgl. 31 Desember 2022

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Rizqiyah Febriani

NIM : SOS18040065

Tempat dan tanggal lahir : Bekasi, 04 Februari 2000

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “Loyalitas dan Solidaritas Fandom K-pop (Studi Kasus Fandom *Army* Di Indonesia)” merupakan hasil karya asli yang disusun oleh penulis, dan bukan hasil plagiasi. Adapun didalamnya terdapat beberapa kutipan-kutipan yang diambil oleh penulis dengan jelas disertakan sumbernya. Jika di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka sepenuhnya akan menjadi tanggung jawab penulis dan bersedia gelar akademiknya dibatalkan sesuai persyaratan yang berlaku.

Jakarta, 08 Desember 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rizqiyah Febriani', with a stylized flourish at the end.

Rizqiyah Febriani

ABSTRAK

Rizqiyah Febriani. Loyalitas dan Solidaritas Fandom K-pop (Studi Kasus Fandom *Army* Di Indonesia). Skripsi, Jakarta: Program Studi Sosiologi. Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia 2022.

Penelitian ini berfokus kepada loyalitas dan solidaritas fandom k-pop (studi kasus fandom *Army*) yang bertujuan untuk mengkaji dua permasalahan yaitu pertama alasan *Army* tetap loyal kepada BTS dan yang kedua cara *Army* membangun solidaritas Antar sesama *Army*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengambilan data berupa observasi, wawancara secara langsung dan tidak langsung, serta dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teori loyalitas James Connor dan juga teori solidaritas Emile Durkheim. Untuk pengambilan sampel dilakukan secara acak sesuai dengan kriteria yang diinginkan oleh peneliti. Dari hasil yang ditemukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah alasan mengapa *Army* tetap loyal/setia kepada BTS meskipun sedang hiatus karena lagu-lagu BTS yang sangat related dengan kehidupan para *Army* serta BTS juga memberikan motivasi, semangat, dan juga pelajaran kepada *Army*. Bentuk kesetiaan *Army* kepada BTS dengan mendukung BTS dalam keadaan apapun, cara *Army* membangun pertemanan dengan *Army* lain baik dunia nyata maupun dunia maya, dan saling peduli kepada sesama baik kepada *Army* maupun non *Army*.

Kata kunci : loyalitas, solidaritas, fandom, k-pop, *Army*, dan BTS.

ABSTRACT

Rizqiyah Febriani. Loyalty and Solidarity of K-pop Fandom (Case Study of Army Fandom in Indonesia). Thesis, Jakarta: Sociology Study Program. Nahdlatul Ulama University of Indonesia 2022.

This research focuses on the loyalty and solidarity of the k-pop fandom (case study of the *Army* fandom) which aims to examine two problems, namely first the reasons why the *Army* remains loyal to BTS and secondly the way the *Army* builds solidarity among fellow Soldiers. This study used a qualitative method with data collection techniques in the form of observation, direct and indirect interviews, and documentation. This study uses the theory of loyalty and also the theory of solidarity by Emile Durkheim. The sampling was carried out randomly according to the criteria desired by the researcher. From the results found by researchers in this study, the reason why *Army* remains loyal/loyal to BTS even though they are on hiatus is because BTS songs which are very related to the lives of *Army* and BTS also provide motivation, enthusiasm, and also lessons for *Army*. The form of *Army* loyalty to BTS is by supporting BTS under any circumstances, the *Army's* way of building friendship with other *Army* members both in the real world and in cyberspace, and caring for each other both *Army* and non-*Army*.

Keywords: loyalty, solidarity, fandom, k-pop, Army, and BTS.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas segala limpah dan rahmat serta karunianya sehingga penulis dapat mampu menyelesaikan skripsi ini dari awal hingga akhir. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan atas junjungan Nabi Muhammad SAW, dan tidak lupa pula kepada keluarganya, sahabat-sahabatnya, serta para pengikutnya semoga syafa'atnya sampai ke kita semua.

Penulis skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian akhir program S1 pada prodi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia dengan judul skripsi “Loyalitas dan Solidaritas Fandom K-pop (Studi Kasus Fandom *Army* di Indonesia)”.

Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Baik itu dari cara penulisan yang disampaikan, penyajian data, dan lain sebagainya. Masih banyak yang harus diperdalam lagi untuk kemudian menghasilkan tulisan yang lebih sempurna. Akan tetapi, penulis sudah berupaya penuh untuk menghasilkan tulisan yang baik dan berkualitas untuk kemudian dapat memberikan manfaat bagi penulis maupun pembaca.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari banyak dan dukung dan bantuan dari berbagai pihak yang luas biasa hebat hingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Segala bentuk dukungan dalam bentuk apapun yang diberikan kepada penulis itu sangat berharga dan juga berarti dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Special thank you untuk orang tua penulis tercinta. Bapak Miing dan Ummy Patma, yang senantiasa selalu memberikan kasih sayang, cinta, dan dukungannya kepada penulis serta tanggung jawabnya yang mengantarkan penulis hingga ke gerbang pendidikan yang baik dan tinggi sehingga penulis mampu mencapai cita-cita dan kesuksesan di dunia maupun akhirat.
2. Kakak dan sanak saudara yang selalu memberikan support system.
3. Thank you so much for my selft yang sudah mau berjuang, bersabar, dan juga ikhlas dalam menyusun skripsi ini yang banyak cobaan dan rintangan, dengan senyuman yang tak pernah pudar hehe.
4. Bapak Juri Ardiantoro, Ph.D selaku Rektor Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia.
5. Bapak Naeni Amanulloh, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia.
6. Bapak Muhammad Nurun Najib, M.Si selaku Kepala Prodi Sosiologi Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia.
7. Ibu Shinta Mutiara Rezeky, M.Si selaku Sekretaris Prodi Sosiologi Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia.
8. Bapak Moh. Faiz Maulana, M.Si selaku Dosen Skripsi yang selalu sabar dalam memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dari awal skripsi hingga selesai dengan rasa empati yang sangat tinggi.
9. Para Dosen Prodi Sosiologi yang telah mendidik serta memberikan ilmunya pada penulis selama penulis menuntut ilmu di Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia.
10. Keluarga Himpunan Mahasiswa Sosiologi Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia yang telah memberikan banyak pengalaman kepada penulis.

11. Sahabat-sahabat seperjuangan di Prodi Sosiologi 2018 yang saling memberikan motivasi dan mewarnai kehidupan penulis di bangku kuliah. Thank you gengs!!
12. Teman-teman *Army* yang sudah memberikan bantuan serta dukungan dan juga memberikan informasi sekiranya dibutuhkan oleh penulis. Borahae *Army*.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	I
LEMBAR PENGESAHAN	II
PERNYATAAN ORISINALITAS	III
ABSTRAK.....	IV
KATA PENGANTAR.....	VI
DAFTAR ISI	IX
DAFTAR TABEL	XII
DAFTAR GAMBAR.....	XIII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	7
1.3 PERTANYAAN PENELITIAN.....	8
1.4 FOKUS PENELITIAN	8
1.5 TUJUAN PENELITIAN	8
1.6 POSISI PENELITIAN.....	8
1.7 MANFAAT PENELITIAN	9
1.8 SISTEMATIKA PENULISAN	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 KAJIAN TEORI.....	11
2.1.1 Loyalitas.....	11
2.1.2 Solidaritas	17

2.2	DEFINISI OPERASIONAL	19
2.2.1	Fandom	19
2.2.2	BTS	21
2.2.3	ARMY	24
2.3	KERANGKA BERPIKIR	26
2.3.1	Loyalitas Fandom K-Pop	26
2.3.2	Solidaritas Fandom K-pop	28
2.4	PENELITIAN TERDAHULU	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		45
3.1	METODE PENELITIAN	45
3.2	WAKTU DAN LOKASI PENELITIAN	45
3.3	INFORMAN PENELITIAN	46
3.4	TEKNIK PENGUMPULAN DATA	48
3.4.1	Observasi	49
3.4.2	Wawancara	49
3.4.3	Dokumentasi	50
3.5	ANALISIS DATA	51
3.5.1	Reduksi Data	51
3.5.2	Penyajian data	52
3.5.3	Penarikan kesimpulan	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		53
4.1	GAMBARAN LOKASI	53
4.2	HASIL PENELITIAN	56
4.2.1	LOYALITAS FANDOM ARMY	56
4.2.1.1	Tanggapan Army Terhadap Hiatusnya BTS	56

4.2.1.2 Alasan Army Tetap Setia Kepada BTS Meskipun Sedang Hiatus.....	59
4.2.1.3 Alasan Army Tetap Setia Kepada BTS Meskipun Diluar Sana Banyak Idol-Idol Lainnya.	61
4.2.1.4 Bentuk Kesetian Army Kepada BTS	64
4.2.2 SOLIDARITAS FANDOM ARMY	72
4.2.2.1 Cara Army Membangun Pertemanan Dengan Army Lain (Di Dunia Maya Dan Nyata).....	72
4.2.2.2 Sharing to Caring	75
4.2.2.3 Peduli Terhadap Sesama	78
4.3 PEMBAHASAN.....	81
4.3.1 Loyalitas Fandom Army	81
4.3.2 Solidaritas Fandom Army	84
BAB V PENUTUP	90
1.1 KESIMPULAN.....	90
1.2 SARAN.....	91
DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN-LAMPIRAN	100

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu / Literature Review	31
Tabel 4.1 Pembagian Wilayah Di Dki Jakarta.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bts Dalam Comeback Album Proof / Album Antologi Bts.....	22
Gambar 2.2 Logo Fandom <i>Army</i> (Fans Bts).....	25
Gambar 4.1 Peta Kota Jakarta Pusat	54
Gambar 4.1 Deretan Piala Artis Hybe (Termasuk Bts) Yang Terdapat Di Hybe Insight (Museum Hybe)	64
Gambar 4.2 Screenshot Hasil Kemenangan Bts Di Tma Dan Foto Bts Di Backstage Tma	67
Gambar 4.4 Logo Bts Di Event Mybtsstory Mall Kota Kasablanka	69
Gambar 4.5 Antrian Para <i>Army</i> Untuk Berfoto Di Depan Logo Bts	70
Gambar 4.6 Foto Para <i>Army</i> Depan Logo Bts	70
Gambar 4.7 Antrian Dan Antusias Para <i>Army</i> Di Event Gojek X Bts Space Installation	72
Gambar 4.9 Pembagian Freebies Dari <i>Army</i> Untuk <i>Army</i>	77
Gambar 4.10 Pembagian Freebies Dari <i>Army</i> Untuk <i>Army</i> Di <i>Event</i> Gojek X Bts	78
Gambar 4.11 Kepedulian <i>Army</i> Terhadap Musibah Yang Terjadi Di Stadion Kanjuruhan Dengan Menggalang Dana Dan Memberikan Bantuan Hukum Dan Layanan Psikologis Untuk Para Korban	79

Gambar 4.12 <i>Army</i> Berbagi Dalam Rangka Merayakan Ulang Tahun Jungkook, Rm, Dan Jimin	79
Gambar 4.13 Main Game Sebelum Noraebang Di Mulai	87
(Sumber: Grup Whatsapp (Ytc) Daily <i>Army</i>)	87
Gambar 4.14 Ketua Panitia Memberikan Hadiah Album Untuk Pemenang Game	88
Gambar 4.15 Panitia Mempersiapkan Dan Juga Memberikan Goody Bag Kepada <i>Army</i> Yang Sudah Hadir	88

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Korea Selatan saat ini merupakan salah satu pengeksport budaya yang paling populer yang dikenal dengan gelombang Korea atau Korean Wave. Meningkatnya popularitas drama TV Korea, video game, musik, dan produk budaya lainnya baru-baru ini di semua wilayah, termasuk Indonesia, hanyalah salah satu perkembangan terbaru dalam sejarah panjang pertukaran budaya antar daerah (Heryanto 2018). Dari banyak budaya Korea Selatan yang telah berkembang, di antaranya adalah musik pop Korea atau K-Pop. Korean Pop atau K-Pop adalah jenis musik yang didominasi beat-beat modern yang diaransemen sebegitu rupa sehingga membentuk perpaduan dari beat R&B, beat Rock & Roll, dan lain sebagainya. Beat-beat lagu k-pop banyak dipengaruhi oleh musik barat (Beatrice 2019).

K-pop sendiri sudah ada sekitar empat generasi, generasi pertama (Gen. 1) yang digawangi oleh *boyband* H.O.T, G.O.D, Sechs Kies, Turbo, S.E.S dan lain sebagainya. Mereka rata-rata memulai debut pada tahun 1990 awal sampai awal tahun 2000 (Beatrice 2019). Pada generasi kedua (Gen. 2) atau generasi pembaharuan k-pop yang muncul pada tahun 2000-an, dengan munculnya idol-idol k-pop awal seperti Big Bang dan Super Junior dan TVXQ. Generasi ini menular ke mana-mana seiring dengan perkembangan zaman yang semakin modern, kesukaan masyarakat dunia semakin terpuaskan dengan lagu-lagu dari grup-grup generasi kedua. Apalagi lagu-lagu Super Junior dan Big Bang sangat disukai oleh banyak

orang, hingga banyak di cover dalam berbagai acara oleh masyarakat dunia tidak terkecuali masyarakat Indonesia.

Memasuki generasi ketiga (Gen. 3) di mana BTS dan grup-grup lain lahir pada era ini seperti EXO, Twice, Red Velvet, GOT7, NU'EST, Blackpink, dan lain sebagainya. Pada generasi ini merupakan generasi yang paling bersinar di antara generasi-generasi lainnya. Banyak dari pecinta k-pop mengatakan bahwa tidak ada yang bisa menandingi kepopularitasan generasi ini, kalau dari *boyband* tidak ada yang bisa menandingi atau menyaingi BTS, dan dari *girlband* tidak ada juga yang bisa menyaingi kepopularitasannya Blackpink meskipun saat ini Blackpink belum mengeluarkan lagu baru sejak tahun 2020.

Pada generasi terakhir saat ini (Gen. 4) yang telah melewati generasi-generasi besar sebelumnya k-pop kini mencapai titik tertingginya dalam meraih popularitas. Satu hal yang berubah dan paling menonjol pada generasi ini semua batasan yang pernah ada dalam generasi sebelumnya sudah dihapus. Saat ini para penggemar bahkan bisa melihat semua aktivitas sang idol selama 24 jam penuh, para penggemar tidak hanya melihat kegiatan sang idol dalam acara variety show dan reality show saja akan tetapi para penggemar bisa melihat siaran langsung yang dibuat sang idol dalam platform apapun bahkan disaat tengah malam sekalipun.

Saat ini k-pop tidak hanya berbasis penggemar di Korea Selatan, akan tetapi grup atau idol K-pop lain yang kini mempunyai basis penggemar yang besar seperti Amerika, Indonesia, Thailand, hingga sejumlah negara di Eropa. Grup TXT, ITZY, Stray Kids, dan ATEEZ mereka adalah empat grup dari sekian banyak grup k-pop yang memimpin era ini tanpa penghalang (Time 2022).

Sebagian dari interaksi antara idol dengan fans maka setiap idol memberikan julukan atau nama kepada fans mereka hal ini kemudian para fans tersebut membuat komunitas atau fans club dari grup idol tersebut. Dengan adanya komunitas dari fans-fans tersebut membuat fans merasa sangat dekat dengan idolanya. Hal tersebut semakin berkembang dengan terbentuknya kelompok-kelompok fans atau yang juga yang disebut fandom. Sama halnya dengan *boyband* atau *girlband* lain nya, *boyband* BTS juga diikuti oleh kemunculan para fans atau fandom, fans BTS sendiri diberi nama *Army*. *Army* merupakan salah satu fandom terbesar di dunia diantara fandom-fandom lainnya(Riona and Krisdinanto 2021).

Dari kesenangan dan kebahagiaan para fans dengan adanya fandom tersebut membuat fans K-Pop identik fanatisme di mana para fans membela dan mendukung para idol-idol kesukaan nya dan tak jarang pula para fans melakukan fanwar atau perselisihan antar penggemar lain apalagi ada fandom lain yang menghina, menuduh bahkan memfitnah idol mereka dengan berita yang belum jelas kebenarannya, sekalipun berita itu datang dari Label musik tempat idol bernaung tetapi berita buruk itu bukan idolnya yang membuat melainkan idol lain yang berada di naungan Label musik yang sama dan agensi/anak perusahaan yang berbeda. Hal yang dilakukan oleh fandom tersebut sebagai suatu tindakan perlindungan fandom kepada idolanya.

Hal ini terjadi belum lama-lama ini di mana *girlband* dari naungan agensi Source Music LE SSERAFIM salah satu anggotanya ketahuan memiliki skandal dimasa lalu, bagi seorang idol K-Pop yang memiliki skandal di masa lalu atau saat ini itu menjadi suatu masalah yang cukup besar karena hal ini menyangkut reputasi

sang idol di mata masyarakat. Dari rumor berita yang menimpa salah satu girlband dibawah naungan label Hybe, label yang sama yang menaungi BTS maka nama BTS ikut terbawa akan kasus tersebut karena mereka berada di label yang sama walaupun BTS tidak mengetahui mengenai kasus permasalahan tersebut dikarenakan mereka di agensi yang berbeda.

Selain dari kasus fanwar tersebut ada kasus lain yang menimbulkan perselisihan antar penggemar yaitu salah satu akun twitter @Lixiebin dia mengatakan dalam twittannya bahwa penjualan album terbaru BTS yang berjudul Proof akan mengalami flop downgrade atau merosotnya penjualan album BTS, selain itu dia juga menghina fisik para member BTS satu persatu dan membandingkan BTS dengan *boyband* lainnya. Hasil dari twittan dan unggahan akun @Lixiebindi twitter langsung menuai kecaman dari para fans BTS atau *Army*, dan dalam waktu seketika akun @Lixiebin hilang dari twitter.

Dalam dua grup atau *boyband* asal Korea Selatan yang tengah populer saat ini EXO dan BTS memiliki fandom yang sangat besar dan tersebar di seluruh dunia, diantara dua fandom tersebut selalu saja ada yang diperdebatkan oleh mereka yang kemudian berakhir dalam perseteruan fanwar. Salah satu bentuk perseteruan karena sebuah persaingan pada chart musik, angka penjualan album, dan jumlah viewers youtube, penghargaan musik, dan belum lama ini soal penundaan wamil (wajib militer) bagi BTS dan hal itu menuai kekesalan fans EXO karena idol mereka tidak dikasih penundaan wamil oleh pihak pemerintah Korea Selatan. Fanwar ini sering terjadi di dunia maya yang saat ini belum ada habisnya.

Belum lama-lama para *Army* di buat marah dan murka oleh salah satu program acara televisi Trans TV yaitu Insert di mana program tersebut mengunggah salah satu foto member BTS yakni V yang diketahui sedang merokok dibalik layar atau panggung grammy Award di akun instagram resmi mereka pada tanggal 5 april 2022. *Army* mengungkapkan bahwa pihak Insert menyebarluaskan foto V itu menyalahi kode etik jurnalistik tidak berasal pada sumber yang legal dan mengganggu artis terkait privasi arti demi kepentingan sendiri.

Bentuk tindakan loyalitas fandom tersebut bukan hanya dilakukan atau terlihat pada saat fanwar antar fandom melainkan juga pada saat mendukung sang idol dalam melakukan penjualan album, merchandise, tiket konser (itu semua dibeli sampai habis oleh para fans untuk dinikmati sendiri atau untuk dijual kembali), dan juga pada para fans mendukung idolanya pada saat idol tersebut masuk nominasi suatu penghargaan bergengsi (seperti Mnet Asian Music Award, Billboard Music Award, Melon Music Award, dan lain-lain).

Selain itu Sifat loyalitas yang ditunjukkan para fans kepada sang idolanya juga terlihat pada saat sang idola melakukan hiatus¹ hingga waktu yang belum ditentukan hal itu seperti yang terlihat pada fandom *Army* yang setia kepada BTS sedang hiatus. Kesetian itu terlihat pada saat BTS mengumumkan hiatus pada tanggal 14 juni 2022 semua *Army* yang mendapatkan informasi tersebut langsung bersedih dan menangis sepanjang BTS mengumumkan mereka akan hiatus sebagai group dan para *Army* langsung membanjiri aplikasi twitter dengan #ThankYouBTS dan itu bukan trending di indonesia tetapi di seluruh dunia yang terdapat para *Army*.

¹ Hiatus merupakan istirahat sejenak dalam aktivitas atau kegiatan yang dijalankan.

Selain memiliki sifat loyalitas para fandom juga memiliki sifat solidaritas antar fans yang ada di dalam fandom tersebut, seperti para fans membagikan pemahaman mereka mengenai idolanya, seperti tanggal lahir, tanggal mereka masuk agensi, hobby, dan juga hal-hal unik lainnya. Bukan hanya itu saja para fans juga membagikan foto idolanya dengan kualitas HD (high definition), video atau konten-konten yang dibuat oleh idolanya.

Penggemar yang lebih muda patut mendapat pertimbangan khusus karena keinginan besar mereka untuk secara terbuka mengekspresikan semangat kolektif mereka, baik secara lokal maupun internasional, berbeda dengan mayoritas wanita pekerja yang cenderung menghargai drama Korea di lingkaran pribadi kecil. Penggemar muda menarik kerumunan ke lokasi publik selama waktu tersibuk hari itu untuk menunjukkan identitas mereka yang baru diadopsi dan merayakan kesenangan mereka daripada hanya mengadakan pertemuan dengan rekan-rekan mereka (Heryanto 2018).

Sama halnya ketika sang idol mengadakan konser offline dan online di suatu negara salah satu fans ingin berbagi kesenangan nya pada saat nonton konser dengan mengadakan live di sosial media seperti Instagram, YouTube, Tiktok atau menonton bareng via zoom atau berkumpul bersama disuatu tempat untuk nonton konser bersama-sama dengan fans yang tidak bisa membeli bisa membeli tiket konser atau tidak bisa datang ke negara tempat sang idol mengadakan konser karena keterbatasan jarak, ekonomi, dan waktu.

1.2 Rumusan Masalah

Sebagai salah satu grup idol terbesar saat ini kesuksesan yang diraih BTS tidak luput dari bentuk loyalitas para *Army* kepada BTS mulai dari debut hingga saat ini, meskipun saat ini BTS sedang menjalankan hiatus. Bentuk loyalitas yang cukup tinggi para *Army* menimbulkan rasa kesolidaritan antar sesama *Army* karena mereka memiliki kesukaan dan kesenangan terhadap sesuatu hal yang sama yang terdapat pada idola mereka.

Sifat loyalitas *Army* bisa dilihat dari kesetiaan *Army* kepada BTS seperti mendukung BTS dalam ajang musik bergengsi, atau pada saat melakukan fanwar dengan fandom lain karena membela BTS. Selain itu, sifat loyalitas juga ditunjukkan dengan antusiasme para *Army* dalam menyambut konser BTS, misalnya dengan ramainya pembelian tiket konser. Bahkan pada saat BTS hiatus pun para *Army* tetap mendukung BTS seperti pada saat BTS menjadi Duta Busan World Expo 2030 di Korea Selatan, dan pada pengangkatannya para *Army* langsung membanjiri twitter untuk mengungkapkan rasa bangga mereka kepada BTS karena telah menjadi Duta Busan World Expo 2030. Sifat solidaritas yang dimiliki oleh *Army* juga terlihat dari sifat solider antar sesama fans dalam suatu fandom (*Army*), seperti saling berbagi informasi dan pengetahuan mengenai aktivitas atau agenda BTS. Bagi para fans semua *Army* adalah saudara, mereka sering kali mendukung satu sama lain.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan paparan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini akan menggali alasan dan loyalitas para *Army*. Oleh karena itu saya ingin mengajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apa alasan *Army* tetap loyal pada BTS meskipun sedang hiatus?
2. Bagaimana *Army* membangun solidaritas ke *Army* lain?

1.4 Fokus Penelitian

Penulisan ini memfokuskan pembahasan mengenai loyalitas dan solidaritas fandom *Army*, dimana loyalitas disini dimaksudkan sebagai bentuk kesetiaan *Army* kepada BTS dari mulai awal mengidolakan BTS hingga saat ini. Sedangkan bentuk solidaritas disini maksudkan atau difokuskan kepada bentuk solidaritas antar sesama *Army* baik di dunia maya maupun di dunia nyata.

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui alasan para *Army* fans BTS serta loyalitas dan cara membangun solidaritas para *Army* ke *Army* lain sesama fans BTS.

1.6 Posisi Penelitian

Penulis dalam penelitian ini memposisikan diri sebagai seorang peneliti tanpa melibatkan identitas atau tanpa melibatkan peneliti sebagai *Army*. penelitian ini saya memposisikan sebagai seorang peneliti, jadi meskipun saya seorang *Army* namun dalam penelitian agar penelitian saya objektif saya memposisikan diri saya sebagai seorang peneliti tanpa melibatkan diri saya sebagai seorang *Army* sebagai *Army*. Jadi data-data yang diperoleh merupakan real atau asli data dari informan dan juga hasil temuan observasi saya di lapangan.

1.7 Manfaat Penelitian

Dari segi teoritis manfaat penelitian untuk menambah wawasan pembaca dan juga peneliti tentang loyalitas dan solidaritas fandom K-pop. Dari segi akademis diharapkan peneliti dapat menambah keilmuan tentang kajian sosiologi khususnya sosiologi budaya. Sedangkan dari segi praktis manfaat penelitian ini untuk dapat mengetahui dan mengkaji lebih dalam tentang suatu bentuk budaya populer atau pop culture yang saat ini sedang ramai dan berkembang di khalayak ramai, selain itu juga bisa menjadi bahan masukan untuk peneliti tentang loyalitas dan solidaritas fandom k-pop.

1.8 Sistematika Penulisan

Penelitian ini berjudul loyalitas dan solidaritas fandom k-pop dalam studi kasus fandom *Army* proposal ini terdiri dari tiga bab yang diuraikan dalam sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Pada bab pertama ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Kajian Teori

Pada bagian bab kedua ini terdiri dari kerangka berpikir,(yang menjelaskan tentang loyalitas, solidaritas, fandom, BTS dan *Army*), kerangka berpikir, dan tinjauan penelitian terdahulu.

Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab terakhir proposal ini atau bab tiga terdiri dari metode penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data (seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi) serta analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian

Pada bab keempat terdiri dari gambaran lokasi, hasil penelitian (berupa tanggapan *Army* terhadap hiatusnya BTS, alasan *Army* tetap setia kepada BTS meskipun sedang hiatus, alasan *Army* tetap setia kepada BTS meskipun diluar sana banyak idol-idol lainnya. bentuk kesetiaan *Army* kepada BTS, cara *Army* membangun pertemanan dengan *Army* lain (di dunia maya dan nyata), *sharing to caring*, dan peduli terhadap sesama), dan pembahasan (berupa loyalitas fandom *Army*, dan juga Solidaritas fandom *Army*).

Bab V Penutup

Pada bab empat atau terakhir ini terdiri atas kesimpulan dan juga saran.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Loyalitas

Loyalitas menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) merupakan kesetiaan atau kepatuhan. Menurut Poerwodarminto dalam (Rifa'i 2019) loyal secara harfiah yaitu patuh yang berarti suka menurut, taat yang berarti setia.

Aspek penting dari loyalitas adalah bahwa loyalitas tidak dengan mudah dialihkan, begitu aktor setia kepada seseorang atau sesuatu hal itu akan cenderung bertahan lama (Connor 2007).

James Connor (2007) dalam tulisan yang berjudul *The Sociology of Loyalty* menjelaskan bahwa loyalitas secara luas dan juga spesifik, penjelasan mengenai loyalitas dijelaskan secara detail sampai menyentuh pada aspek atau suatu kasus yang jarang dibahas oleh para kalangan sosiologis yaitu loyalitas tentang pada kelompok penggemar olahraga atau supporter. Loyalitas pada kelompok supporter yang dijelaskan oleh Connor tersebut berhubungan dan berkaitan dengan penelitian ini yang membahas tentang sebuah penggemar yaitu penjelasan Connor pada Bab VI tentang *Sport and loyalty* yang dijelaskan oleh Moller yaitu Mengikuti sebuah klub atau komunitas penggemar menuntut para penggemar menuntut untuk melakukan komitmen tertentu, dimana komitmen tersebut memerlukan rasa tugas dan tanggung jawab untuk melindungi komunitas

ataupun idolanya dimana mereka menjadi bagian di dalamnya (Connor 2007). Connor juga menjelaskan dalam bab ini tentang loyalitas yang memiliki hubungan yang kuat baik dari penggemar maupun dari yang digemari.

This chapter has used several case studies and examples to show how fans connect, belong and identify with their teams. I have shown how loyalty provides fans with an identity and reason for action. This is particularly the case with Souths' battle to return to the Rugby League competition. Many of the fans professed an attachment to their club as if it was family—pointing to the deep emotional bonds that fan loyalty creates. In the case of Canterbury, the inner conflict that occurs when the fan feels that they have been let down is highlighted. Fans made a choice; some continued to value their connection to the club over and above the anguish it caused, while others decided that it was no longer of emotional value. While I lack the evidence to conclusively say why some fans would choose the exit strategy over others, I would posit that this depends on their loyalties to other social structures and forces (Connor 2007).

Bab ini untuk membaca tentang olahraga, di mana terdapat hubungan erat antara olahraga dan loyalitas, baik dari penggemar hingga klub, atau dari pemain atau negara hingga tim. Bab ini juga menambahkan lebih banyak bukti bahwa kesetiaan adalah sebuah emosi dan memiliki aspek-aspek tertentu pada berbagai tingkatannya.

Loyalties constructed around a sporting team and support for that team provide an explanation for some individual behaviour. In the case of Souths fans, I have shown how important their loyalty to the club was in giving them an identity as fans. This connection to the team then guided behaviour and actions, as seen in the rallies, protests and boycotts. The intensely emotional aspect of this loyalty is highlighted by many of the fans' heartfelt pleas to return their club, as well as the anger and aggression directed at those deemed responsible for Souths' exclusion from the competition. The group dynamic of fan support was shown by how fans felt a need to profess their loyalty in social ways—to 'show the colours' to use sporting terminology. What a sociological understanding of loyalty shows in the case study is that loyalty can explain how and why some people will act in certain ways. The behaviours, thoughts and feelings of the fans can be explained by applying the concepts of loyalty that I discussed in Chapter Three. This

section provided further evidence supporting my argument that loyalty operates in a particular pattern (Connor 2007).

Loyalitas dan dukungan untuk tim olahraga ini memberikan penjelasan untuk perilaku individu tertentu (penggemar). Ada beberapa contoh suporter olahraga yang menunjukkan betapa pentingnya kesetiaan mereka kepada klub dalam memberikan identitas sebagai penggemar, hubungan dengan klub ini memandu perilaku dan tindakan seperti aksi unjuk rasa, protes, dan boikot. hal ini seperti yang belum lama-lama ini para fans BTS yaitu *Army* dibuat marah oleh program acara Trans TV dimana program tersebut mengunggah salah satu foto member BTS yaitu Kim Taehyung dibalik layar panggung Grammy Award. Dari hal tersebut para *Army* ramai-ramai protes ke akun sosial media resmi mereka seperti instagram karena program TV tersebut menyalahi kode etik jurnalis karena mengunggah foto tidak berasal pada sumbernya.

Connor (2007) membuat sejumlah argumen dalam karyanya pertama ia berpendapat bahwa kesetiaan memang sebuah emosi dan dapat digolongkan dengan rasa lain seperti rasa malu, percaya, bangga dan juga cinta. Kemudian Connor juga menerapkan serangkaian teori emosi pada definisi sementara tentang kesetiaan untuk menguji apakah teori-teori ini juga dapat diterapkan pada eksplorasi kesetiaan.

Penegasan Connor tentang sudut pandang sosiologis adalah model terbaik untuk diterapkan pada kesetiaan adalah perpanjangan dari teori emosi saat ini dan seperti yang ditunjukkan oleh Connor indikasi bahwa perspektif tersebut adalah model yang lebih baik untuk mengeksplorasi emosi.

Menurut Oliver loyalitas juga menunjukkan terhadap komitmen pelanggan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap produk atau jasa ditawarkan. Konsep loyalitas pelanggan tidak terlepas dari konsep merek dimana pelanggan akan selalu bisa loyal terhadap suatu merek apabila merek tersebut bisa membuat pelanggan jatuh hati, hal tersebut sama hal dengan BTS yang membuat para *Army* jatuh hati entah itu lewat karya-karya lagunya atau kepribadiannya (Rifa'i 2019).

Pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa Konsep loyalitas pelanggan tidak terlepas dari konsep merek loyalitas merupakan kesetiaan terhadap barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dan loyalitas menunjukkan komitmen pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan apabila merek dari produk tersebut bisa membuat pelanggan jatuh hati hal ini seperti BTS yang selalu membuat jatuh hati para *Army* yang membuat para *Army* tetap setia dan akan berkomitmen mendukung BTS.

Loyalitas pelanggan adalah tindakan yang dilakukan seseorang untuk membangun loyalitas antara pelanggan dan unit usaha dengan cara mengulangi pembelian produk dan jasa yang dihasilkan oleh unit usaha tersebut dengan tujuan loyalitas pelanggan dan pelanggan jangka panjang (Wendyanto and Utami 2022). Oliver dalam (Umar 2014) menyatakan bahwa loyalitas adalah komitmen pelanggan untuk bertahan sebagai langganan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau membeli kembali produk atau layanan secara konsisten di masa depan,

meskipun pengaruh keadaan dan situasi usaha pemasaran berpotensi menyebabkan perubahan perilaku.

Griffin juga menyebutkan ada empat sifat pelanggan yang loyal yaitu pembeli melakukan pembelian secara terus menerus tiada henti, kedua membeli diluar lini produk atau jasa, ketiga merekomendasikan produk kepada orang lain, keempat menunjukkan daya tahan dari daya tarik produk lain yang sama dari pesaing produk tersebut (Umar 2014).

Penjelasan di atas untuk pelanggan bisa berkomitmen pada suatu produk atau jasa diperlukan pembelian berulang tujuannya untuk loyalitas jangka panjang dan tetap konsisten pada produk atau jasa tersebut meski keadaan dan situasi persaingan produk bisa menyebabkan perubahan perilaku pelanggan.

Menurut Stanley A. Brown dalam (Veronica and Paramita 2019) loyalitas pelanggan memiliki tahapan sebagai berikut:

1. The courtship, pada tahap ini hubungan antara pelanggan dan perusahaan hanya pada tahap transaksi, pada tahap ini pelanggan masih mempertimbangkan suatu produk dan harga. Loyalitas dalam sebuah penggemar k-pop para fans atau warganet masih mempertimbangkan apakah ia akan tetap suka dengan idol yang dilihatnya atau tidak karena para fans dilihat dari kualitas atau performa yang ditunjukkan seorang idol.
2. The relationship, pada tahap ini tercipta hubungan yang kuat antara perusahaan dengan pelanggan. Loyalitas yang terbentuk pada tahap ini tidak lagi berdasarkan pertimbangan produk dan jasa akan tetapi pada tahapan ini akan terjadi hubungan yang saling menguntungkan kedua belah pihak.

3. The marriage, dalam tahap terakhir ini hubungan dalam waktu yang cukup lama sudah terjadi dan keduanya tidak bisa dipisahkan dan loyalitas terbentuk karena adanya kepuasan yang tinggi.

Tahapan-tahapan yang dijelaskan diatas tersebut bahwa hubungan antara pelanggan dengan produk/perusahaan tidak langsung terjalin dengan erat melainkan harus ada pengenalan antar satu sama lain yaitu antara pelanggan dengan perusahaan, hal ini seperti para pecinta musik pop yang melihat pada idol-idol k-pop tampil di media massa biasanya para pecinta musik pop tersebut mempertimbangkan apakah idol yang dilihatnya cocok untuk diminati olehnya atau tidak.

Setelah adanya pendekatan antar pelanggan dan perusahaan maka terciptanya hubungan yang kuat yang bisa saling menguntungkan antara pelanggan dan perusahaan tersebut dan pelanggan tidak lagi mempertimbangkan produk suatu dalam hal ini para pecinta musik pop tidak lagi mempertimbangkan idol mana yang akan di idolakan karena ia telah menemukan idol yang digemarinya dan kedua belah pihak tersebut bisa saling menguntungkan. Jika pecinta musik pop diuntungkan dengan adanya lagu-lagu yang enak didengar dari idolnya sedangkan sang idol diuntungkan dengan banyaknya fans yang mencintai dia dan itu bisa jadi penolong ketika sang idola berada di dalam persaingan industri musik.

Pada tahapan terakhir hubungan ini sangat dekat dan terjalin cukup lama, biasanya hubungan ini sudah berjalan bertahun-tahun dan tidak bisa dipisahkan karena para pecinta musik pop dan idol k-pop sudah memiliki chemistry antar satu sama lain.

2.1.2 Solidaritas

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) solidaritas merupakan sifat atau perasaan solider, sifat satu rasa (senasib), dan perasaan setia kawan. Solidaritas ialah rasa kebersamaan, rasa kesatuan simpati sebagai salah satu anggota kelompok yang sama atau berdasarkan penjabaran Durkheim mengenai solidaritas dikaitkan dengan sanksi yang diberikan kepada masyarakat atau warga yang melanggar aturan dalam masyarakat (Nusantari 2019). Solidarita secara bahasa merupakan kesetiakawanan, empati, tenggang hati, dan tenggang rasa (Hasbullah 2012). Sedangkan solidaritas sosial menurut Paul Johnson yaitu solidaritas yang menunjukkan suatu keadaan antara individu dengan kelompok yang didasarkan pada perasaan moral dan kepercayaan dianut bersama.

Pengertian solidaritas Durkheim yang dikutip dari Robert M.Z bahwa solidaritas sosial merupakan suatu keadaan saling percaya antar sesama anggota kelompok atau komunitas, jika orang saling percaya maka mereka akan menjadi satu atau menjadi seorang sahabat bahkan menjadi saudara (tidak sedarah) dan mereka bisa saling menghormati, menghargai, dan bertanggung jawab atas satu sama lain dan membantu dalam memenuhi kebutuhan satu sama lain (Kusumawati 2017).

Lalu Durkheim membagi solidaritas menjadi dua tipe solidaritas organik dan solidaritas mekanik. Solidaritas organik merupakan yang sudah mengenal pembagian-pembagian kerja dan perbedaan antar anggota kelompok yang didasarkan atas kepentingan masing-masing. Sedangkan solidaritas mekanik

solidaritas yang memiliki persamaan perilaku dan sikap antar sesama anggota kelompok atau komunitas (Sunarto 2004).

Sedangkan menurut Soerjono Soekanto solidaritas sosial merupakan keterikatan yang ada antar anggota kelompok, komunitas, dan para penggemar (fandom). Solidaritas ini suatu kesamaan yang saling ketergantungan, serta pengalaman yang sama dan membentuk suatu pengikut unit-unit kolektif suatu komunitas, keluarga atau lainnya (Kusumawati 2017). S Tonnie juga membedakan *Gemeinschaft* menjadi tiga bagian *gemeinschaft by blood* yang merujuk kepada ikatan kekerabatan. Kedua *gemeinschaft of place* ikatan ini berdasarkan pada tempat tinggal serta tempat kerja yang berdekatan hal tersebut yang mendorong orang berhubungan secara intim satu sama lain dan pada kehidupan bersama seperti di desa. Dan ketiga *gemeinschaft of mind* yang mengacu pada ikatan persahabatan (Sunarto 2004).

Dari beberapa pengertian di atas solidaritas merupakan kesetiakawanan atau perasaan setia kawan sebagai salah satu anggota dalam suatu kelompok atau komunitas yang didasarkan atas kesamaan yang saling ketergantungan atau kepercayaan yang dianut bersama dan kepercayaan atas satu sama lain antar anggota kelompok yang membentuk suatu pengikut unit-unit kolektif suatu komunitas. Dalam hal ini sesuai dengan tema pembahasan yaitu terkait solidaritas fandom *Army* bahwa para *Army* memiliki kesamaan atas terhadap idol k-pop yaitu BTS, dari kebersamaan dan kesetiakawanan para *Army* yang membuat para masyarakat terpancing ingin tahu tentang fandom *Army* yang berujung mereka masuk kedalam fandom *Army*.

2.2 Definisi Operasional

2.2.1 Fandom

Fandom merupakan sebutan untuk orang-orang yang tergabung dalam suatu komunitas yang menikmati sebuah teks tertentu atau subjek tertentu yang dapat berjumpa untuk berkomunikasi atau berhubungan dengan orang lain dengan minat yang sama. Fandom sendiri berasal dari kata fans dan kingdom, fans berarti penggemar sedangkan kingdom berarti kerajaan. Jadi fandom merupakan kerajaan penggemar.

Solidaritas dalam suatu kelompok atau komunitas sangatlah penting. Karena solidaritas merupakan solusi dari suatu permasalahan dalam suatu komunitas atau kelompok, bagaimana agar kelompok atau komunitas tersebut tetap eksis diantara para anggotanya yang mengarungi bahtera untuk mencapai tujuan kelompoknya. Jawaban atas pertanyaan ini adalah solidaritas, setiap anggota harus memiliki rasa solidaritas, mereka menyadari bahwa mereka adalah bagian dari kelompok yang dapat membuat kelompok itu ada (Syauqi 2020).

Menurut Abdul Syani dalam (Saidang and Suparman 2019), kelompok sosial terbentuk karena naluri manusia yang selalu ingin hidup bersama. Manusia perlu berkomunikasi ketika membentuk kelompok, karena melalui komunikasi manusia dapat tetap terhubung dan memiliki dampak psikologis yang saling menguntungkan. Ada dua keinginan dasar manusia yang mendorongnya untuk hidup berkelompok, yaitu:

1. Keinginan untuk bersatu dengan orang lain di sekitar Anda.
2. Keinginan untuk menyatu dengan alam sekitar.

MacDonald dalam karya tulis nya yang berjudul *Uncertain Utopia: Science Fiction Media Fandom & Computer Mediated Communication*, menafsirkan penggemar sebagai orang-orang yang menempatkan minat mereka pada sesuatu yang digemari dan menggemari teks melebihi audiens pada umumnya. Penggemar juga merupakan reaksi dari kepopuleran media massa karena hal-hal yang diminati para penggemar berasal dari media massa, dan orang-orang yang memiliki minat yang sama akan membuat lingkungan baru sesuai yang diminatinya dan disebut fandom (Fitri and Utari 2015).

Terdapat tiga dugaan pokok dalam studi penggemar menurut Piotr Siuda (2010) dugaan yang pertama dikenal dengan gelombang deviasi (*deviation waves*), Piotr menjelaskan pada gelombang ini penggemar belum matang atau belum dewasa sehingga dianggap sebagai orang yang menyimpang, anti sosial, yang susah berinteraksi dengan orang lain, tidak melakukan pekerjaan, dan tidak kuasa menjalankan kehidupan normal. Lalu dugaan kedua ialah gelombang resistensi (*resistance waves*) yang muncul pada tahun 1992, di mana dalam era ini konotasi fans mulai berubah yang semula hanya dianggap memiliki sifat fanatik dan konsumerisme akan tetapi saat ini fans dilihat sebagai subjek yang memiliki sifat resistensi terhadap media. Dugaan ini memandang fans sebagai seorang atau kelompok aktif dan kreatif sehingga fans tidak menerima begitu saja apa yang ditampilkan oleh media dalam memilih kontens dari media tersebut.

Dugaan yang ketiga yaitu gelombang arus utama (*mainstream waves*) yang muncul pada tahun 2006 dan memandang bahwa fans merupakan sasaran dan prioritas utama media, pada masa ini memandang penggemar sebagai individu yang

turut menelisik sifat dan termasuk motivasi, psikologi para fans kepada ketertarikan para fans akan suatu hal (Ghazwani 2019).

Penggemar senantiasa dicirikan suatu kefanatikan yang potensial (Fauziah and Kusumawati 2013). Saat ini berkat media fandom didominasi oleh para penggemar musik k-pop atau fandom k-pop. Menurut John Storey konsumsi atas suatu budaya akan menerbitkan kelompok penggemar bahwa penggemar merupakan bagian yang paling nampak dari khalayak teks dan praktik budaya pop. Joli Jenson juga menambahkan dalam Literatur yang berkaitan dengan kelompok penggemar dihantui oleh citra penyimpangan. Penggemar dicirikan sebagai suatu kefanatikan yang berpotensi, hal tersebut berarti kelompok penggemar dilihat sebagai perilaku yang berlebihan dan berdekatan dengan kegilaan. Jenson memperlihatkan dua tipe pantalogi penggemar pertama individu yang terobsesi (biasanya ini kepada laki-laki) dan kerumunan histeris (dan ini biasanya kepada perempuan) (Storey 2018).

2.2.2 BTS

BTS merupakan akronim dari Bangtan Sonyeondan untuk penyebutan di Korea Selatan yang secara harfiah merupakan “anak-anak pramuka yang tahan banting”. Di Jepang BTS dikenal dengan Bangtan Shonendan yang jika diterjemahkan memiliki arti yang sama dengan yang diatas. Nama-nama di atas tersebut dikonsepsikan sebagai cara BTS menutup kritik, stereotip dan jelek yang menunjukkan kepada remaja saat ini. Pada bulan Juli 2017 BTS memberitahukan bahwa selain BTS dikenal dengan Bangtan Sonyeondan atau *Bulletproof Boy Scout* yang mewakili *Boy The Scene* dimana hal itu bagian dari identitas baru BTS, hal

tersebut juga sekaligus membentuk konotasi nama mereka menjadi “BTS pemuda yang tumbuh yang melampaui realitas yang mereka hadapi dan terus maju kedepan” (Beatrice 2019).



**Gambar 2.1 BTS dalam comeback album Proof / album antologi
BTS**

(Sumber: Instagram bts.bighitofficial)

BTS terdiri dari tujuh anggota diantaranya RM (Kim Namjoon), Jin (Kim Seokjin), Suga (Min Yoongi), J-hope (Jung Hoseok), Jimin (Park Jimin), V (Kim Taehyung), dan Jungkook (Jeon Jungkook). Mereka dibentuk oleh Bang Shi Hyuk CEO dari Bighit Entertainment. BTS pertama kali debut² pada tanggal 13 Juni 2013 dengan lagu No More Dream dari album musik “2 Cool 4 Skool” yang mereka tulis secara bersama-sama. BTS cukup mampu menarik minat para penggemar

² Debut merupakan kemunculan pertama di khalayak umum atau pertunjukan pertama kali pada *boyband* maupun *girlband*

khususnya di Korea Selatan. Bukan hanya penampilannya yang berbeda dengan *boyband* lain yang tampil dengan prince-like atau seperti pangeran justru BTS tampil dengan konsep *badboy* dan dari pihak agensi BTS pun tidak menuntut para member BTS untuk berlaku jaim akan tetapi mereka dibebaskan untuk tampil apa adanya dengan kepribadian masing-masing tidak seperti *boyband* lain yang memiliki konsep flower boy atau pria tampan.

Tidak hanya dari segi penampilan dan konsep yang berbeda BTS juga memiliki beberapa keunikan di antara *boyband-boyband* lainnya, pertama BTS hanya memiliki satu akun media sosial yang digunakan bersama-sama dengan member BTS lainnya hal itu dilakukan agar tidak ada ketimpangan sosial antar member karena para fans hanya akan mem-follow atau mengikuti salah satu member dan tidak mengikuti semua member BTS, hal ini terjadi sebelum BTS pada akhir tahun 2021 atau dari awal mereka debut hingga akhir 2021 karena pada waktu tersebut para member BTS membuat akun media sosial instagram pribadi masing-masing hal tersebut dilakukan sebelum para fans mengetahui kalau BTS akan hiatus sebagai grup idol pada tanggal 14 juni 2022 sampai waktu yang belum ditentukan dikarenakan para member BTS akan fokus solo projek atau solo karir nya masing-masing.

Keunikan kedua memiliki channel sendiri agar para member bebas dan leluasa mengeksplor diri mereka ketika sedang tidak tampil di layar televisi seperti melakukan live streaming di aplikasi V Live dan juga mengunggah sejumlah variety show kegiatan BTS di luar panggung dan kehidupan sehari-hari hal itu yang membuat BTS bisa memiliki fans fanatik yang tersebar di seluruh penjuru dunia.

Keunikan yang ketiga BTS mengusung lirik yang berbeda pada lagunya, tidak seperti *boyband-boyband* lainnya yang menceritakan tentang percintaan pada lagunya BTS justru berani berbeda dengan membawakan atau menyanyikan lagu-lagu tentang tema politik, kondisi mental, sosial, dan pemberdayaan perempuan.

Keunikan keempat setiap member BTS memiliki bakat masing-masing. Kalau pada umumnya *boyband* lain musik dan lagunya sudah disiapkan oleh pihak agensi mereka, berbeda dengan BTS di mana lagu-lagu mereka itu hasil karya mereka sendiri seperti Suga dan RM yang pandai menulis lirik, mengkomposisikan lagu, dan juga menciptakan lagu. J-hope dan Jimin merupakan member yang paling jago atau ahli dalam hal menari atau dance. Jin, V, dan Jungkook mereka yang memiliki vokal bagus atau main vocal di mana mereka juga bisa memainkan alat musik seperti piano, drum, dan lain sebagainya (Widyaningrum 2018).

2.2.3 ARMY

Setiap idol k-pop memberi julukan kepada fans nya atas sebagai bagian interaksi antara sang idol dengan fans. Dari hal tersebut terbentuklah komunitas fans (Riona and Krisdinanto 2021), Salah satunya fans BTS yang diberi nama *ARMY*. Nama *Army* sebagai nama fans BTS tidak asal sembarangan dipilih selain karena simple juga karena memiliki beberapa arti, pertama *Army* kependekan dari “Adorable Representative MC For Youth” di ajang musik hip-hop MC merupakan istilah yang digunakan untuk rapper. Jika diartikan secara benar “Rapper yang menggemaskan untuk generasi muda”. Arti kedua nama *Army* jika diterjemahkan dalam bahasa inggris tentara atau militer/kemiliteran. Secara pengertian Bangtan Boys (Bangtan = Bulletproof atau sama dengan anti peluru) artinya dekat dengan

tentara, hal ini berarti para fans (*Army*) akan selalu bersama dengan bangtan boys (baju anti peluru).



Gambar 2.2 Logo fandom *Army* (fans BTS)

(Sumber: Pinterest)

Nama *Army* resmi dipakai setelah BTS mengumumkan atau memberitahukan di Fancafe³ pada tanggal 9 juli 2013. Pada tanggal 1 oktober waktu Korea Selatan itu menjadi “*Army Forces Day*” atau hari angkatan bersenjata, di mana hari tersebut hari yang mengakui, menghargai dan menghormati pasukan Republik militer Korea Selatan. Dikarenakan fandom BTS bernama *Army*, Big Hit selaku agensi musik yang menaungi BTS menggunakan tanggal 1 oktober pada setiap tahun nya untuk memberikan event kejutan kepada *Army* yang belum level-up⁴ di fancafe, hal ini sudah menjadi sebuah tradisi karena mereka dinamai *Army*,

³ Fancafe merupakan sebuah komunitas online penggemar sebuah grup idol atau selebriti di mana idol dengan penggemarnya bisa berinteraksi.

⁴ Jadi pada fancafe terdapat beberapa level di mana setiap level memiliki keuntungan bagi para penggemar seperti bisa melihat

jadi buat para *Army* yang belum level-up bisa level-up pada tanggal tersebut (Beatrice 2019).

2.3 Kerangka Berpikir

2.3.1 Loyalitas Fandom K-Pop

Kesetian ialah sebagai upaya loyalitas yang sifatnya berkesinambungan yang berisikan atas keyakinan, rasa saling memiliki satu sama lain untuk orang yang dicintai dan disayangi, yang memiliki untaian nilai-nilai, aturan, ideologi, agama, dan kelompok etnis (Vivi 2021). Hal serupa juga dengan anggapan dari Hinnes dalam (Vivi 2021) ia mengatakan bahwa menjadi setia berarti loyal. Loyal yang dimaksudkan disini adanya upaya dan usaha yang gigih dalam menjaga dan melindungi hubungan.

Dalam kesetian juga melihat adanya kesamaan kepribadian, di mana kesamaan kepribadian ini merupakan adanya penerimaan kepribadian yang berbeda-beda yang ditampilkan oleh pasangan baik dari sisi perbedaan sifat maupun hal-hal yang disukai pun harus bisa menerima sekalipun itu berbeda (Vivi 2021).

Menurut Sternberg ia menuturkan bahwa kesetian dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya:

a. Faktor penampilan

Dalam membangun sebuah hubungan penampilan dianggap penting, di mana penampilan diartikan sebagai upaya yang dilakukan pasangan dalam merawat diri, merias diri secara fisik yang dapat dilihat dengan mata sehingga penampilan fisik tersebut dapat kelihatan bagus di mata pasangan yang kelak akan

memunculkan ketertarikan yang bersifat lebih erat sehingga harapan setiap pasangan dapat menjaga penampilannya supaya tidak tertarik dengan orang lain.

Seiring dengan berjalannya waktu penampilan akan mempengaruhi lamanya hubungan antar penggemar dan idolanya karena adanya bagian kepuasan dalam hubungan kepenggemaran. Tidak jarang para penggemar protes akan penampilan sang idola karena penggemar merasa penampilan kurang cocok dengan idolanya. Akan tetapi banyak juga para penggemar yang merasa senang dan terkejut dengan penampilan idol yang baru yang dirasa itu sangat cocok dan terkesan berbeda / pangling dari penampilan sebelumnya.

b. Faktor kemenarikan

Dalam hal ini kemenarikan yang diartikan ialah kemenarikan fisik yang harus dijaga dalam hubungan kepenggemaran, dalam hubungan kepenggemaran sudah berjalan cukup lama akan tetapi kemenarikan fisik idola juga penting untuk dijaga agar para penggemar tetap merasakan kenyamanan karena kemenarikan tersebut akan menentukan kepuasan terhadap hubungan (Vivi 2021).

Menurut Warren kesetiaan merupakan sebuah bentuk tingkah laku yang dilakukan berulang yang hasilnya akan menjadi sebuah sifat yang tetap. Kesetiaan yang ditunjukkan kepada pasangan juga berarti bahwa individu dalam hubungan tersebut dapat diandalkan untuk menjaga komitmen bersama yang telah disepakati. Menurut Cloud dan Townsend beberapa hal yang mempengaruhi kesetiaan antara lain, kedewasaan: yang diartikan sebagai saling mencurahkan kasih sayang, memiliki penghasilan sendiri, jujur, bertanggung jawab, percaya diri, dapat menyelesaikan masalah, dapat mengetahui potensi diri, empati: yang mampu

melihat suatu masalah yang tidak hanya datang dari mata sendiri tetapi juga datang dari mata pasangan, janji: janji melakukan sesuatu yang menyenangkan, kejujuran: yang berkata dengan jujur apa adanya yang disertai dengan kelapangan hati dalam mendengar kabar dan menghadapi kenyataan oleh kejujuran, dan terakhir pengampunan: ikhlas memberikan maaf kepada pasangan yang melakukan kesalahan (Wedhanti and Fridari 2014).

2.3.2 Solidaritas Fandom K-pop

Merujuk pada analisis solidaritas Durkheim mengenai pembagian kelompok fandom *Army* merujuk pada kelompok solidaritas mekanik dan juga organik. Di mana pada kelompok solidaritas mekanik para *Army* terbentuk karena terlibat karena kegiatan yang sama dan tanggung jawab sama yaitu mengidolakan BTS dan mendukung BTS dalam keadaan apapun. Solidaritas yang dibangun *Army* tidak berlangsung singkat melainkan cukup lama dan terus berkembang (Nusantari 2019).

Perilaku kolektif merupakan merupakan perbuatan bersama oleh sejumlah orang bukan karena perbuatan individu semata-mata, Perilaku kolektif dipicu atas suatu dorongan yang sama (Sunarto 2004). Dorongan ini menurut Light, Kellen dan Calhoun dapat terdiri atas suatu peristiwa, benda, atau ide. James Coleman mengelompokkan ciri-ciri perilaku kolektif sebagai berikut: (1) melibatkan sejumlah orang untuk melakukan tindakan yang sama pada waktu yang bersamaan, (2) ketergantungan kepada suatu tindakan-tindakan dan individu tidak bisa berbuat secara bebas (Coleman 2021).

Dalam sebuah grup chat para *Army* melakukan suatu tindakan yang sama seperti saling mengingatkan vote untuk BTS atau streaming musik video BTS agar BTS bisa menduduki peringkat teratas. Sebagian para *Army* dalam sebuah chat dia sangat ketergantungan dalam mendapatkan informasi yang mengenai BTS apalagi tidak semua *Army* memiliki sosial media yang mengakses langsung informasi mengenai BTS, misalnya pada saat BTS perform atau pre-recording di acara musik show di Korea Selatan para *Army* menunggu updatean mengenai BTS pada saat acara tersebut, akan tetapi para tidak bisa melakukan apapun selain menunggu *Army* lain yang akan membagikan informasi tersebut.

Perilaku kolektif bisa menyebabkan kerumunan, kerumunan dalam arti sejumlah individu berkumpul karena ada satu dan lain hal yang kebetulan kumpul bersama. Dalam kerumunan menimbulkan adanya interaksi antara individu yang berada dalam kerumunan tersebut. Seperti kerumunan para *Army* yang berkumpul dalam event BTS seperti konser di mana para *Army* berkumpul dalam sebuah tempat atau stadion, dalam perkumpulan tersebut timbulan interaksi antar sesama *Army* yang dari berbagai daerah dan latar belakang.

Suatu kerumunan konvensional dapat berubah sifatnya bilamana para anggotanya menunjukkan perasaan mereka yang meluap-luap dan menampilkan perilaku yang tidak biasa mereka tampilkan. Seperti para *Army* yang bernyanyi, melambaikan tangan pada saat nonton konser BTS bahkan berteriak memanggil nama member BTS yang sedang berdiri dekat dengan mereka atau melihat penampilan para member BTS yang hot (Sunarto 2004).

Pada kelompok solidaritas organik dimana para fans k-pop membuat acara dalam memperingati hari-hari yang berhubungan dengan idola ataupun dengan fandomnya. Seperti acara menggalang dana dan memberikan bantuan para fans yang tergabung dalam suatu fandom membuat sebuah tim atau sebuah pembagian kerja pada setiap fans yang tergabung dalam fandom tersebut, seperti ada yang bertugas menyebarkan informasi tentang gala dana yang dibuat, yang bertugas mencatat dana yang sudah masuk, ataupun yang bertugas untuk berkoordinasi dengan orang yang nanti akan mendapatkan bantuan tersebut.

2.4 Penelitian Terdahulu

Peneliti dalam melaksanakan penelitian ini menyadari akan keterbatasan ilmu. Maka dari itu peneliti mengambil dari penelitian-penelitian terdahulu dan jurnal-jurnal yang relevan dengan penelitian ini sebagai bahan referensi. Berikut rujukan yang digunakan oleh peneliti sebagai bahan referensi

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu / Literature Review

No	Penulis dan Tahun	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Annisaa Fitri (2015)	Fandom Dan Media (Analisis Isi Kualitatif Pesan Tweet Dalam Fandom Slash Pairing Wonkyu Di Twitter Pada Kalangan Shipper Di Jakarta)	Kualitatif dengan metode analisis isi.	Menurut hasil penelitian secara keseluruhan (1) lebih banyak shipper yang menyembunyikan identitasnya daripada yang mengungkapkan identitasnya. Untuk shipper, Siwon dan Kyuhyun adalah pasangan homoseksual. Ketika kenyataan berbanding terbalik, mereka menciptakan karya seni penggemar, fiksi penggemar, dan memposting tweet lagu. (2) Ketika pengirim menjadi	Relevansi dengan penelitian yang dilakukan peneliti terletak pada subjek penelitian yaitu kpop fandom dan juga penelitian kualitatif	Perbedaan pada kedua penelitian ini adalah pengguna teori, metode. Serta fokus permasalahan yang diangkat.

No	Penulis dan Tahun	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
				sumber pesan, mereka menyampaikan pesan dari pasangan garis miring secara efektif, sopan, dan retorik. Ketika mereka menjadi penerima, ada tiga jenis penerimaan pesan; menyetujui pesan secara keseluruhan, memberi pendapat atas pesan tersebut, dan menolak pesan karena isinya tidak relevan. (Fitri and Utari 2015).		
2	Rika Nasida Alfiana (2020)	Cyberbullying dalam Media Social Twitter	Kualitatif dengan metode	Cyberbullying dalam fenomena fanwar ini terjadi karena beberapa faktor tertentu yaitu, adanya	Relevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti	Perbedaan dalam kedua penelitian ini terdapat pada teori

No	Penulis dan Tahun	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		Antara K-Pop Fandom <i>ARMY</i> (BTS Fans) dan EXO-L (EXO Fans).	etnografi virtual	akun fans anonim yang memberikan konten yang memicu gesekan (fanwar) sehingga terjadi pecahnya fanwar dalam media sosial twitter. Dalam fanwar perilaku cyberbullying sangat sulit untuk dihindari karena adanya, flaming, harassment dan denigration. (Alfiana 2020).	terletak pada subjek penelitian fandom kpop dan menggunakan pendekatan kualitatif.	dan metode yang digunakan serta fokus permasalahan yang diangkat.
3	Ririn Purba, dan Nuzul Solekhah (2017)	Kesetiakawanan Fans K-Pop Di Era Digital	Kualitatif deskriptif	Hasil yang dicapai adalah bentuk kesetiakawanan fans K-Pop di dunia nyata dan di dunia maya, bagaimana mereka memahami konsep keluarga	Relevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada loyalitas	Perbedaan dalam kedua penelitian ini yaitu terdapat pada teori atau konsep yang

No	Penulis dan Tahun	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
				bukan hanya terdiri dari orangtua dan anak tetapi juga teman-teman sesama penyuka K-Pop. Bagaimana Fans K-Pop mengambil dan meniru hal-hal positif dari budaya dan idolanya. (Purba and Sholekha 2019).	atau kesetian fans kpop, dan juga penggunaan metode kualitatif deskriptif	digunakan serta pembahasan yang berbeda.
4	Rizka Fauziah, dan Diah Kusumawati (2015)	Fandom K-Pop Idol Dan Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Penggunaan Media Sosial Twitter Pada	Deskriptif,	Hasil penelitian menunjukkan bahwa twitter menjadi sarana bagi fandom untuk menunjukkan emosi seperti cinta, perhatian, dan sebagainya terhadap idolanya. Hal ini ditunjukkan dengan aktivitas di akun twitter meliputi update	Relevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada subjek penelitian yaitu fandom k-pop.	Perbedaan dari kedua penelitian ini yaitu pada teori, dan fokus permasalahan.

No	Penulis dan Tahun	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		Hottest Indonesia Sebagai Followers Fanpage @Taeckhunid, @2pmindohottest Dan Idol Account @Khunnie0624)		tweet sebagai fans penerima informasi, mencari informasi dan sumber daya, berbagi gambar, video dan berbagi berita terbaru tentang fandom dan idolanya, fans memiliki akun dengan identitas virtual, interaksi melalui mention. Dengan sesama fans dan idolanya, membuat fan project, fan art dan fan edit. (Fauziah and Kusumawati 2013)		

No	Penulis dan Tahun	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
5	Syarah Anira Ghazwani (2019)	Fanatisme Fandom A.R.M.Y. (Adorable Representative M.C. For Youth) Terhadap <i>Boyband</i> Korea Selatan, Bangtan Sonyeondan (BTS) Di Surabaya	Kualitatif deskriptif dengan metode penelitian studi kasus.	Penelitian ini menunjukkan bahwa bentuk fanatisme yang diciptakan oleh A.R.M.Y. Surabaya mencakup 5 karakteristik fanatisme. Dengan menjadi seorang fans, A.R.M.Y. Surabaya mendedikasikan seluruh sumber daya yang mereka miliki untuk mengekspresikan kecintaannya terhadap idolanya yakni BTS. Namun, fanatisme yang dibentuk oleh A.R.M.Y. Surabaya, tidak dapat sepenuhnya diterima oleh masyarakat. Respon dari fanatisme	Relevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada subjek penelitian yaitu k-pop fandom (<i>Army</i>)	Perbedaan kedua penelitian ini terdapat pada teori yang digunakan serta fokus penelitian yang diangkat dan juga lokasi penelitian.

No	Penulis dan Tahun	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
				tersebut menyebabkan terjadinya bullying antara A.R.M.Y. Surabaya dengan orang disekitarnya. (Ghazwani 2019).		
6	Ratna Kumala Sari (2016)	Identitas Komunitas <i>ARMY</i> (Fandom Bangtan Boys) Suatu Kajian Subkultur Di Kota Surabaya	Kualitatif	Hasil yang ditemukan Dalam penelitian ini antara lain ideologi <i>Army</i> Surabaya yang terbentuk melalui alasan dan tujuan terbentuknya ideologi dalam komunitas <i>Army</i> Surabaya, praktik ideologi ideologi dalam komunitas <i>Army</i> Surabaya yang diketahui melalui aktivitas komunitas <i>Army</i> Surabaya,	Relevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada pendekatan yang digunakan serta subjek penelitian yaitu k-pop fandom (<i>Army</i>).	Perbedaan terletak pada penggunaan teori serta fokus permasalahan yang dibahas.

No	Penulis dan Tahun	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
				<p>atribut komunitas <i>Army</i> Surabaya, tempat yang digunakan komunitas <i>Army</i> Surabaya, peraturan dalam komunitas <i>Army</i> Surabaya, hubungan sesama <i>Army</i> Surabaya, perbedaan komunitas <i>Army</i> Surabaya dengan komunitas K-pop lainnya, kelebihan dan kekurangan komunitas <i>Army</i> Surabaya serta upaya mempertahankan komunitas <i>Army</i> Surabaya. (Sari 2017).</p>		
7	Jennifer Riona, dan Nanang	Ketika Fans ‘Menikahi’ Idolanya:	Pendekatan kualitatif,	Hasil penelitian ini menunjukkan, loyalitas terhadap idola dimaknai	Relevansi dengan penelitian yang	Perbedaan dengan penelitian sebelumnya

No	Penulis dan Tahun	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Krisdinanto (2021)	Studi Fenomenologi tentang Loyalitas Fandom BTS	metode fenomenologi.	sebagai kewajiban yang harus dilakukan secara tulus sebagai imbal-balik perjuangan idolanya. Teknologi informasi juga membuat relasi <i>Army</i> Surabaya dan idolanya juga telah melampaui kehidupan nyata, yang terlihat dari dianggapnya sang idola sebagai kekasih atau suami virtual. Mereka telah mengembangkan ikatan atau hubungan khusus dengan grup idolanya yang hanya dapat dirasakan diri mereka sendiri. Hasil	dilakukan oleh peneliti terletak pada loyalitas fandom <i>Army</i> kepada BTS	terletak pada teori yang digunakan serta metode dan juga fokus permasalahan dalam penelitian.

No	Penulis dan Tahun	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
				<p>penelitian juga menunjukkan, loyalitas <i>Army</i> Surabaya terhadap BTS telah mencapai tahapan yang disebut The Marriage. (Riona and Krisdinanto 2021).</p>		
8	Pulung S. Perbawani, Almara J. Nuralin (2021)	Hubungan Parasosial dan Perilaku Loyalitas Fans dalam Fandom KPop di Indonesia	Metode survei, dengan PSI Process Scale	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara hubungan parasosial dengan loyalitas fans. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa hubungan yang paling erat ditunjukkan oleh dimensi dimensi behavioral dengan dimensi	Relevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada loyalitas fandom k-pop	Bedanya dalam penelitian sebelumnya adalah penggunaan teori yang digunakan serta metode yang digunakan.

No	Penulis dan Tahun	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
				<p>interaction, sedangkan hubungan dengan nilai terendah ditunjukkan oleh hubungan antara dimensi perceptual-cognitive dengan desire to acquire. (Perbawani and Nuralin 2021).</p>		
9	Ivy Mahrani Aulia, dan Mohamad Syahriar Sugandi (2020)	Pengelolaan Kesan Roleplayer K-Pop Melalui Media Sosial Twitter	Kualitatif dengan menggunakan paradigma konstruktivisme	Hasil penelitian dari Roleplayer Kpop di media sosial Twitter supaya citra dirinya terjaga dan menciptakan kesan yang ingin dibentuk di panggung depan (front stage) yaitu Timeline. Penelitian ini pun menggunakan panggung tengah	Relevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada subjek penelitian yaitu fandom k-pop	Perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu pada teori yang digunakan serta paradigma yang

No	Penulis dan Tahun	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		(Studi Dramaturgi Pada Akun Twitter Fandom Di Kota Bandung)	dan pendekatan dramaturgi.	(middle stage), Roleplayer melakukan perpindahan tempat dari Timeline menuju tempat yang lebih personal seperti direct message dan KakaoTalk. Adapun persiapan yang dilakukan oleh para Roleplayer di panggung belakang (back stage) yaitu melakukan pra-survey karakter idola melalui variety show di YouTube. (Aulia and Sugandi 2020).		digunakan dan juga fokus permasalahan.

No	Penulis dan Tahun	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
10	Clarissa Maharani Cesara, dan Yuliani Rachma Putri. (2020)	Analisis Gaya Hidup Penggemar Pada Fandom Kpop (Studi Pada Penggemar Wanna One Dalam Fandom Wannable Indonesia)	Metode kualitatif dengan paradigma post-positivisme	Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua faktor baik faktor internal yang terdiri dari sikap, pengalaman, pengamatan kepribadian, konsep diri, alasan, dan persepsi maupun faktor eksternal yang terdiri dari keluarga, kelas sosial, kelompok referensi, dan kebudayaan turut mempengaruhi gaya hidup penggemar Wanna One di fandom Wannable. (Cesara and Putri 2021).	Relevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada subjek penelitian yaitu fandom k-pop.	Perbedaan terletak pada teori yang digunakan dan juga paradigma yang digunakan serta fokus penelitian yang diangkat.

Berdasarkan tinjauan penelitian yang saya tulis dan jelaskan maka fokus penelitian saya adalah apa alasan para *Army* tetap loyal kepada BTS meskipun saat ini BTS sedang hiatus dan juga bagaimana cara *Army* membangun solidaritas ke *Army* lain yang berasal dari latar belakang dan asal daerah yang berbeda-beda. Melihat saat ini banyak *boyband-boyband* baru bermunculan dan hiatus nya BTS maka saya tertarik untuk meneliti hal ini dan mengetahui alasan *Army* tetap setia kepada BTS.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan secara detail mengenai situasi, kegiatan, peristiwa ataupun fenomena tertentu yang menyangkut manusia atau subjek maupun dengan manusia lainnya. Metode deskriptif digunakan untuk menjawab pertanyaan yang menyangkut sesuatu pada waktu proses berlangsungnya penelitian, dan memaparkan dan menjelaskan data-data informasi mengenai loyalitas dan solidaritas fandom kpop (Nurdin and Hartati 2019).

Penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian ilmiah atau suatu kondisi yang alami. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang memahami fenomena apa yang dialami oleh subjek penelitian baik itu perilaku, persepsi, tindakan, motivasi dan lain-lain yang digambarkan secara deskriptif.

3.2 Waktu Dan Lokasi Penelitian

Mengingat *Army* ini sangat luas dan banyak anggotanya dari berbagai daerah atau negara maka Peneliti memfokuskan penelitian ini dilakukan di wilayah DKI Jakarta khususnya daerah Jakarta Pusat, peneliti juga melakukan penelitian di media sosial yang terdapat para *Army* seperti WhatsApp, Twitter, dan juga Instagram. Untuk penelitian dilaksanakan dalam kurun waktu tiga bulan terhitung sejak bulan juli 2022 hingga oktober 2022. Selain melakukan penelitian lewat media sosial peneliti juga melakukan penelitian secara langsung melalui berbagai

event yang berhubungan dengan BTS yang dilaksanakan di wilayah JABODETABEK.

3.3 Informan Penelitian

Informan merupakan orang yang akan diwawancarai, dimintai informasi serta diberikan pertanyaan, yang sekiranya informan tersebut memahami, menguasai dan berkecimpung pada kegiatan atau topik yang akan diteliti (Sugiono 2015).

Dalam penelitian ini penulis memilih informan penelitian yang merupakan seorang fans k-pop yang menyukai BTS dan tergabung dalam fandom *Army* dan para informan-informan tersebut yang berada di wilayah Jakarta Pusat, dan nama-nama informan merupakan nama samaran/fake name bukan nama asli para informan. Adapun profil dari informan adalah sebagai berikut:

1. Lee Ji-eun

Lee Ji-eun kelahiran 1999 asal Jakarta, ia merupakan seorang yang baru menyelesaikan studi S1 nya pada tahun 2022, Lee sendiri suka sama sejak tahun 2014 satu tahun setelah BTS debut, ia menyukai BTS karena lagunya, kekompakan dan juga kerja keras BTS. Lee Ji-eun pertama menyukai member BTS yaitu Jeon Jungkook selaku maknae akan tetapi seiring berjalannya waktu Lee semua menyukai member BTS karena setiap member BTS memiliki karakter dan ciri khasnya masing-masing

2. Min Aria

Min Aria merupakan seorang ibu kelahiran 1985 yang tinggal di Cempaka Putih Jakarta Pusat yang tiga orang anak diantaranya satu anak perempuan dan dua

anak laki-laki yang masih kecil, ia menyukai BTS karena anaknya yang perempuan yang sering melihat video-video dance BTS akhirnya Min Aria ini jadi suka BTS gara-gara ikut anaknya yang menonton video-video BTS. Min ara menyukai BTS pada akhir tahun 2019, di member BTS Min Aria ngebiasin Suga BTS karena Suga memiliki kepribadian seperti tipe idealnya walaupun Min Aria suda menikah dan mempunyai anak.

3. Suzy

Suzy merupakan seorang mahasiswa disalah satu universitas di Jakarta kelahiran 1999, ia menyukai BTS atau jadi *Army* sejak 2020 atau saat pandemi covid-19. Suzy pertama kali tau BTS karena melihat postingan teman SMA nya di instagram yang selalu posting tentang BTS dari situ Suzy melihat BTS ini ganteng dan lalu ia jadi suka dengan salah satu member BTS yaitu Kim Taehyung, setelah suzy mendengarkan lagu-lagu BTS lewat postingannya suzy merasa lagu-lagunya enak untuk didengarkan.

4. Min RJ

Min RJ salah satu seorang *Army* yang berasal dari Jakarta yang lahir pada tahun 1998, Min RJ ini sebelumnya bukanlah seorang k-popers melainkan seorang wibu yang menyukai hal-hal yang berbau anime jepang, ia menyukai BTS sejak tahun 2019 eranya lagu boy with love. Hal yang membuat Min RJ suka dari BTS pertama kali adalah Kim Seokjin karena menurutnya Kim Seokjin ini seperti tokoh protagonis yang ada di dalam anime.

5. Taejun

Taejun merupakan salah seorang *Army* yang berasal dari Jakarta yang lahir pada tahun 1999, awal mula yang membuat Taejun menyukai BTS karena sedang merasa terpuruk dan bingung nyalurin kesenangan bagaimana akhirnya Taejun melihat salah satu postingan selebgram yang difollownya datang ke konser BTS, lalu dengar lagu-lagunya ko enak-enak terus buka MV *boy with love* jadi tertarik dan itu pada tahun 2019 sebelum covid-19.

6. Kim Yonji

Kim Yonji awal mula menyukai BTS pada saat lulus sekolah menengah atas (SMA) pada tahun 2017, karena saat itu belum ada kerjaan Yonji mencari waktu luang kebetulan ada temannya yang sering ngasih musik-musik video k-pop seperti seventeen lalu pada saat nonton musik-musik video tersebut ketemu sama musik video DNA dimana DNA ini adalah salah satu judul lagu BTS. Kim Yonji sendiri lahir pada tahun 1999 dan tinggal di daerah Jakarta, saat ini Kim Yonji bukan hanya menyukai BTS sebagai idolanya melainkan ada *boyband* lain juga yang ia sukai akan tetapi “mau sebanyak apapun bias aku bakal tetap balik ke BTS karena sudah benar-benar nyaman dengan BTS dan sudah ngerasa klop banget aku kayanya tidak sebucin itu dengan orang lain atau idol lain” (Yonji 2022).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.4.1 Observasi

Observasi merupakan suatu pengamatan secara langsung kepada objek penelitian yang dilakukan secara langsung yang dirasa itu penting dalam penelitian sosial. Observasi ini digunakan untuk mengamati akun media sosial para *Army* mengenai seberapa sering mereka mengunggah, membagikan dan menceritakan ataupun memuja idola nya di media sosial seperti twitter,instagram dan grup WhatsApp yang kemudian di screenshoot untuk disimpan dan dijadikan sebuah data penelitian.

Selain mengamati lewat media sosial peneliti juga mengamati secara langsung (di luar media sosial) bagaimana antusias informan dalam menghadiri event yang berhubungan dengan BTS seperti event MyBTSStory yang diselenggarakan di kota Kasablanka pada bulan Juni 2022, Gojek X BTS Space Installation yang diselenggarakan di mall Gandaria City pada bulan September 2022, dan juga Noraebang yang diadakan oleh *Army* pada saat konser Yet To Come (YTC) in Busan di kota Depok pada bulan Oktober. Frekuensi peneliti dalam melakukan observasi sebanyak tiga kali dalam event dalam Gojek X BTS Space Installation, dan event yang lainnya satu kali.

3.4.2 Wawancara

Teknik wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini ialah wawancara terstruktur di mana peneliti menyusun pertanyaan pertanyaan terlebih dahulu agar wawancara berjalan dengan terstruktur. Kemudian peneliti menentukan informan secara acak atau random yang sesuai dengan kriteria yang peneliti inginkan guna

mendapatkan hasil data yang lebih dalam untuk melengkapi data-data yang diinginkan oleh peneliti.

Wawancara ini dilakukan secara langsung dan tidak langsung, wawancara secara langsung peneliti menjumpai informan pertama di salah satu mall di daerah Jakarta Selatan, untuk wawancara dengan informan kedua peneliti menjumpai informan di restoran fast food di wilayah kecamatan Menteng, untuk informan ketiga peneliti melakukan wawancara dikediamannya di wilayah kecamatan Johar Baru, pada informan keempat peneliti menjumpai informan untuk melakukan wawancara di salah satu restoran fast food di wilayah kecamatan Senen, untuk wawancara secara langsung dengan informan kelima peneliti menjumpai informan di salah satu cafe yang berada di wilayah kecamatan Johar Baru. Untuk wawancara tidak langsung peneliti melakukan wawancara via telepon WhatsApp. Intensitas peneliti dalam melakukan wawancara sebanyak dua sampai tiga kali baik itu wawancara secara langsung maupun tidak langsung.

3.4.3 Dokumentasi

Dokumentasi ditujukan untuk mendapatkan data langsung dari tempat penelitian, meliputi laporan kegiatan, foto-foto dan data yang relevan. Pada penelitian ini dokumentasi dihasilkan dari hasil observasi di media sosial para *Army* seperti twitter, instagram, dan juga WhatsApp yang kemudian di screenshot untuk dijadikan sebagai data dan juga laporan dalam penelitian atau observasi. Selain dokumentasi yang dihasilkan dari lain hasil screenshot di media sosial para *Army* peneliti juga mendapatkan dokumentasi dari hasil observasi secara langsung dari berbagai event yang peneliti datangi.

3.5 Analisis Data

Analisis data yaitu proses pencarian dan penyusunan data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan (*fieldnote*), dan dokumentasi dengan mengatur data-data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari serta membuat kesimpulan yang mudah dipahami diri sendiri maupun orang lain (Nurdin and Hartati 2019).

Analisis data menurut Miles dan Huberman dalam mereduksi data, menyajikan data dan menarik kesimpulan. Reduksi data menurut mereka kegiatan pengumpulan data penting dan tidak penting dari seluruh data yang terkumpul. Penyajian data diartikan sebagai penyajian informasi yang tersusun. Sedangkan kesimpulan data diartikan sebagai penjelasan atau pendapat terhadap data yang telah disajikan (Nurdin and Hartati 2019). Dalam menganalisis data langkah-langkah yang dilakukan adalah:

3.5.1 Reduksi Data

Reduksi data yaitu peneliti merangkum semua data lalu peneliti melakukan pemilihan terhadap data yang penting dan tidak penting dari semua data yang terkumpul. Pada reduksi data ini peneliti memilih hal-hal yang penting dari hasil wawancara, observasi, dokumentasi, dan catatan lapangan mengenai loyalitas dan solidaritas fandom *Army* Di Indonesia yang nantinya data tersebut dapat disajikan.

3.5.2 Penyajian data

Dalam penyajian data ini peneliti menyajikan data dari hasil reduksi dengan menyusun hasil data tersebut untuk agar dapat memberi paparan pembahasan mengenai loyalitas dan solidaritas fandom *Army* Di Indonesia.

3.5.3 Penarikan kesimpulan

Langkah ketiga dalam analisis data yaitu kesimpulan, data-data yang telah diperoleh dan disajikan oleh peneliti dapat ditarik kesimpulan yang nantinya data tersebut dapat diambil intisarinnya. Peneliti juga memastikan bahwa data yang diperoleh merupakan data kredibel mengenai loyalitas dan solidaritas fandom *Army* Di Indonesia.

BAB IV

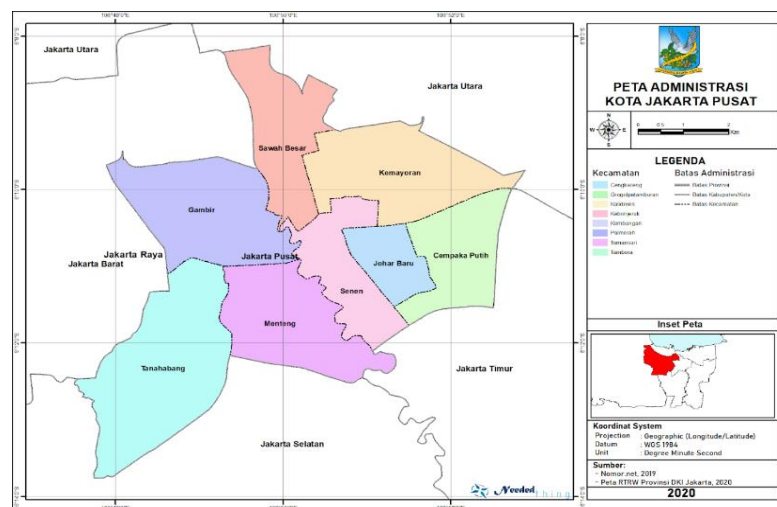
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 GAMBARAN LOKASI

Jakarta Pusat merupakan jantung pemerintahan negara Republik Indonesia di Jakarta Pusat terletak gedung istana kepresidenan, dan kantor-kantor pemerintah republik Indonesia, bahkan kantor gubernur DKI Jakarta terletak di Jakarta Pusat. Maka dari itu kota Jakarta Pusat dijuluki sebagai pusat pemerintahan pusat pemerintahan ibu kota negara dan juga ibu kota provinsi. Selain itu kegiatan berbisnis didominasi di wilayah Jakarta Pusat seperti jl. MH Thamrin. selain menjadi kegiatan berbisnis, Jakarta Pusat juga menjadi salah satu tempat destinasi wisata karena memiliki beberapa destinasi wisata diantaranya Monumen Nasional (Monas), Lapangan Banteng, dan Museum Gajah. Wilayah kota Jakarta Pusat berbatasan langsung dengan jl. Ahmad Yani (By Pass) di sebelah utara, di sebelah selatan berbatasan dengan jl. Jendral Sudirman, kali Ciliwung/banjir kanal, dan jl. Hang Lekir. Sedangkan perbatasan barat yaitu jl. Aipda KS Tubun, jl. Jembatan Tinggi, dan Banjir Kanal.

Kota Jakarta Pusat merupakan salah satu dari 6 kota yang terdapat di provinsi DKI Jakarta, secara geografis Jakarta Pusat terletak berada diantara $106^{\circ}22'44''$ bujur timur sampai dengan $106^{\circ}58'18''$ bujur timur dan $5^{\circ}19'12''$ lintang selatan sampai dengan $6^{\circ}23'54''$ lintang selatan. Luas dari kota Jakarta Pusat yaitu $48,13 \text{ Km}^2$ atau 7,25% dari luas keseluruhan wilayah provinsi DKI Jakarta, hanya lebih luas dari wilayah kabupaten Kepulauan Seribu. Menurut data Dinas

Kependudukan yang di kutip oleh statistik.jakarta.go.id jumlah penduduk kota Jakarta Pusat pada tahun 2021 adalah sebanyak 1.136.824 jiwa, diantaranya 571.920 untuk penduduk laki-laki dan 564.904 untuk penduduk perempuan. Dan untuk jumlah kepadatan penduduk di kota Jakarta Pusat sebanyak 23.642.93 jiwa/km (Kusuma 2022).



Gambar 4.1 Peta Kota Jakarta Pusat

(Sumber: website neededthing.blogspot.com)

Di dalam kota Jakarta Pusat yang telah disebutkan terdapat beberapa pembagian daerah menurut kecamatan yaitu kelurahan yang terdapat dalam kota tersebut yang ditampilkan di tabel berikut. (Kusuma 2022).

Tabel 4.1 Pembagian wilayah di DKI Jakarta

No	Kecamatan	Luas Kecamatan	Banyaknya kelurahan
1	Tanah Abang	9,30 Km ²	7
2	Menteng	6,53 Km ²	5
3	Senen	4,22 Km ²	6
4	Johar Baru	2,38 Km ²	4
5	Cempaka Putih	4,69 Km ²	3
6	Kemayoran	7,25 Km ²	8
7	Sawah Besar	6,16 Km ²	5
8	Gambir	7,59 Km ²	6

Selanjutnya selain pada lokasi fisik peneliti juga melakukan di media sosial (*cyber space*) seperti twitter, instagram dan WhatsApp. Media Sosial merupakan salah satu bentuk perkembangan dari adanya internet. Melalui media sosial, orang dapat terhubung dengan semua orang yang tergabung dalam media sosial yang sama untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Sebaliknya, media sosial lebih interaktif Bentuk media tradisional seperti radio dan televisi. Lulus Media sosial, kita bisa berinteraksi dengan orang lain secara langsung, baik dengan berkomentar di media sosial atau sekedar like postingan semua orang. Media sosial ada dalam berbagai bentuk, termasuk jejaring sosial, forum internet, weblog, blog sosial, microblogging, wiki, podcast, gambar, video, peringkat, dan bookmark sosial(Wanodya 2019).

Twitter merupakan salah satu situs jejaring sosial online yang digunakan untuk orang-orang berkomunikasi dalam pesan yang disebut “kicauan”. Twitter sendiri menjadi salah satu media sosial yang paling populer yang banyak digunakan termasuk di Indonesia karena Twitter merupakan jejaring sosial yang mudah digunakan karena hanya memerlukan waktu yang singkat informasi yang disampaikan dapat langsung menyebar secara keseluruhan (Aida 2022).

WhatsApp adalah aplikasi untuk bertukar pesan dengan berbagai fitur tambahan seperti panggilan telepon, panggilan video, pesan suara dan saat ini dilengkapi dengan fungsi snapshot. Instagram adalah aplikasi yang berfokus pada mengunggah foto dan video. Aplikasi ini juga dilengkapi dengan fungsi live broadcast, snapshot, filter foto dan video, boomerang, dan lainnya (Wanodya 2019).

4.2 HASIL PENELITIAN

4.2.1 Loyalitas Fandom Army

4.2.1.1 Tanggapan Army Terhadap Hiatusnya BTS

Dalam industri musik khususnya boy group atau girl group hiatus merupakan suatu hal yang biasa terjadi entah boy group atau girl group untuk istirahat sambil mempersiapkan come back, atau fokus dengan karir masing-masing member, atau hal yang sangat biasa terjadi dalam boy grup Korea karena para membernya harus menjalankan wajib militer, lantas bagaimana tanggapan para informan atau Army tentang hiatusnya BTS saat ini karena sebelum-sebelumnya BTS belum pernah hiatus.

Lee Ji-eun (23 tahun) memberikan tanggapan “*Saya biasa saja, dikarenakan ada fase dimana setiap idol laki-laki harus hiatus sementara dikarenakan satu dan*

lain hal, dan itu menurut saya wajar saja, toh mereka juga memerlukan waktu sejenak untuk istirahat dari hingar bingar dunia gemerlap bintang". Menurut Lee wajar saja idol atau BTS hiatus karena mereka butuh waktu untuk istirahat dan Lee sendiri tanggapannya biasa saja saat mengetahui BTS hiatus karena ia memahami BTS yang butuh istirahat.

Kemudian Min Airi (37 tahun) juga mengatakan "*Tidak apa-apa mereka hiatus, yang penting mereka tetap masih ingat dan sayang dengan Army, dan hiatusnya mereka untuk kebaikan mereka*". Ditanyakan lebih lanjut oleh peneliti apakah Min Airi bersedih dan menangis ketika mendengar BTS hiatus lalu Min Airi menjawab "*pasti sedih yah tapi mu bagaimanapun itu sudah keputusan mereka dan mereka juga bakal ada solo projek, dan nangisnya pun tidak sampai nangis banget cuman sedih aja sedih biasa*". Disini Min Airi sedih ketika mengetahui BTS hiatus tapi jika itu untuk kebaikan BTS dan BTS masih sayang dan mengingat *Army* itu tidak apa-apa untuk Min Airi.

Lalu Suzy menanggapi tentang hiatusnya BTS "*Tanggapannya terima aja karena mungkin mereka capek kan apalagi ini hiatus ya bukan bubar, kalau hiatus kan istirahat sebentar walaupun mereka istirahat tapi banyak ko konten-konten yang di youtube gitu bighit selalu nge-up konten mereka, kaya RUN BTS atau yang lainnya dan ada solo juga malah*". Menurut selagi BTS tidak bubar hanya hiatus terima saja toh masih banyak konten-konten BTS yang belum ditayangkan oleh bighit dan juga member BTS melakukan solo projek juga.

Hal lain Min RJ (24 tahun) menanggapi hal tersebut "*Saya sedih banget, tapi dilain sisi juga tetap berusaha bahagia. Akhirnya mereka bisa coba hal-hal yang*

sebelumnya tidak bisa mereka lakukan, mereka juga punya waktu istirahat". Min RJ merasa sedih banget dengan hiatusnya BTS, akan tetapi Min Rj juga berusaha untuk bahagia karena melihat idolanya bisa melakukan sesuatu yang belum pernah dicoba sebelumnya.

Sedangkan Taejun (23 tahun) berkomentar "*Sebenarnya tidak apa-apa si, kan mereka butuh waktu ya buat mereka ngerasain masa-masa muda mereka yang sudah kelewat itu cuman si kadang sepi gitu karena jarang ada konten mereka*". Dari komentar Taejun mengenai hiatusnya BTS ia tidak masalah, karena ia merasa BTS butuh waktu untuk merasakan mudanya apalagi masa muda BTS dengan berkarir berbeda dengan anak-anak muda pada umumnya walaupun Taejun merasa sepi karena jarang ada konten-konten BTS kaya biasanya. Lalu Taejun juga menambahkan reaksinya pada saat BTS mengumumkan hiatus " *nangis banget aku pas pengumuman itu aku nangis banget*". Saat malam BTS memberitahu kalau mereka akan hiatus Taejun nangis banget pada saat dengan hal tersebut.

Terakhir Kim Yonji (23 tahun) juga menanggapi hiatusnya BTS bahwa "*sebenarnya sedih ya sedih, cuman ya nggak yang gimana-gimana gitu sih, soalnya aku tau mereka capek kaya pengen butuh waktu sendiri, butuh istirahat gitukan jadi nggak masalah juga si aku, nutupin kesedihannya cari kesibukan lain kaya nonton drama, aku kan kebetulan multifandom⁵ juga jadi iya udah gitu aja*". Untuk menghilangkan rasa sedih yang dirasakan oleh Yonji saat BTS hiatus ia mencoba untuk mencari kesibukan lain yang tidak jauh dan masih berhubungan

⁵ Multifandom merupakan orang yang memiliki lebih dari satu fandom

dengan dunia korea seperti nonton drakor dan juga menonton konten-konten dari idol lain yang ia idolakan juga selain BTS. Lalu Yonji menambahkan komentar tentang dirinya kepada BTS bahwa dia sangat sensitif terhadap BTS meskipun dia seorang multifandom “Aku kalau berhubungan dengan BTS lemah banget sumpah dengarin lagunya aja aku bisa nangis serius.

4.2.1.2 Alasan Army Tetap Setia Kepada BTS Meskipun Sedang Hiatus

Alasan Lee Ji-eun (23 tahun) tetap nge-fangirl BTS “*Saya mengikuti mereka dari awal tahun 2014 sebelum mereka menjadi sebesar sekarang, saya melihat mereka tumbuh dan berkembang, bagaimana perjuangan mereka untuk sampai pada titik ini, selain itu banyak hal positif yang dapat diambil dari mereka seperti banyak kata motivasi, arti lagu yang luar biasa menyentuh hati, bagaimana tindakan mereka yang bisa menjadi panutan untuk fans nya seperti donasi, menjaga lingkungan, bagaimana ARMY membuat berbagai base untuk membantu sesama Army maupun kemanusiaan*”. Dari apa yang dipaparkan oleh Lee ini bahwa dia mengikuti perkembangan dan juga perjuangan BTS dari sebelum seterkenal sekarang dan juga banyak hal positif yang bisa diambil dari BTS baik itu dari lagu-lagu BTS maupun dari tindakan dan perilaku BTS yang bisa dicontoh oleh Army.

Lalu alasan yang diberikan Min Airi (37 tahun) “*Karena mereka bisa menghibur Army meskipun kita tau mereka juga lelah, capek akan aktivitasnya tetapi mereka tidak menunjukkan itu kepada Army, dan juga lagu-lagu mereka yang relate dengan kehidupan*”. Menurut Min Airi BTS bisa menghibur Army dikala BTS sedang lelah atau tidak dari aktivitasnya tanpa memberitahu kepada Army bahwa kita (BTS) sedang lelah, dan lagu-lagu BTS juga sangat relate dengan

kehidupan, seperti yang dialami oleh informan peneliti (Min RJ 24 tahun) *“suka sama bts saat lagu boy with luv, walaupun artinya tentang romansa, tapi ya itu cukup menggambarkan kondisi saya saat dulu punya romansa”*

Alasan yang diberikan Suzy (23 tahun) sedikit mirip dengan apa yang disampaikan oleh Min RJ *“Mungkin karena lagu-lagunya sangat relate jadi nggak bosan gitu loh dan nggak bikin kita kabur juga buat ng-stan, apalagi banyak konten-kontennya jugakan, jadi walaupun hiatus bighit bener-bener masih ada konten BTS yang terbaru, apalagi ada solo nah solonya ini nih awalnya kan J-hope yang awal ngeluarin solo album dan konser juga. Kalau soal wamil susah juga ya tapi kan mereka nggak seabrek semuanya langsung wamil barengan kan, nah kan kalau satu-satu bisalah yang satu wamil yang dua solo jadi kita nggak begitu kesepian yakan”*. Sedangkan disampaikan oleh Min RJ (24 tahun) *“Big hit selaku agensi bts udah nyiapin konten yang siap di publish di masa yang akan datang. Jadi Army gak perlu takut akan kesepian atau dianggurin selama masa menunggu ini. Terus juga masih banyak konten yang bisa di rewatch. Selain itu juga lagu-lagu mereka nggak lekang oleh waktu. Jadi hiatus atau wamil bukan alasan buat berhenti suka sama bts atau keluar fandom”*.

Menurut alasan dari Suzy dan juga Min RJ banyak konten-konten BTS yang belum dipublikasikan oleh Bighit jadi Army tidak merasa kesepian apalagi member BTS tidak wamil berbarengan dan satu persatu member akan mengeluarkan solo projeknya yang diawali oleh J-hope, dan hiatusnya BTS bukan alasan buat berhenti nge-stan BTS atau berhenti jadi Army karena konten-konten BTS banyak, lagu-lagunya tidak membosankan dan juga tidak dilekang oleh waktu.

Hal yang berbeda yang disampaikan oleh Taejun mengenai alasannya setia kepada BTS *“mungkin karena aku sayang sama mereka (BTS), dan mereka yang mengisi hari-hari aku, dan juga semuanya semua konten-kontennya BTS mengalihkan kestressan aku sehari-hari”*. Dari apa yang disampaikan oleh Taejun bahwa disaat Taejun sedang stres maka konten-konten BTS yang menemaninya sehari-hari agar stresnya teralihkan dengan yang lain.

Dan alasan Kim Yonji tetap setia menjadi fans BTS meskipun ia saat ini multifandom *“walaupun aku banyak fandom tapi tetap aja rumah aku tuh BTS mau sebanyak apapun bias aku bakal tetap balik ke mereka, soalnya udah benar-benar nyaman banget sama mereka udah ngerasa klop banget gitu aku kayaknya tidak sebuclin itu deh sama orang lain”*. BTS diibaratkan rumah oleh Yonji sebagai tempat untuk kembali untuk karena BTS yang membuatnya merasa nyaman, dan Yonji juga menambahkan akan tetap menjadi *Army* meskipun BTS wamil, sama seperti kemarin BTS hiatus mereka (BTS) sendiri-sendiri tetap dukung *“Iyalah, sama aja kaya kemarin mereka hiatus merekakan pada sendiri-sendiri aku tetap aja support mereka”*.

4.2.1.3 Alasan Army Tetap Setia Kepada BTS Meskipun Diluar Sana Banyak Idol-Idol Lainnya.

Dari hasil wawancara dengan *Army*, alasan lain mengapa *Army* tetap setia kepada BTS karena kebanyakan jawaban yang diberikan oleh informan atau *Army* mereka hanya memiliki satu fandom yaitu *ARMY* dan juga hanya mengidolakan BTS melebihi idol lain.

Lee Ji-eun (23 tahun) atas pertanyaan mengenai apakah ia multifandom atau tidak, Lee memberikan jawaban bahwa *“Saya tidak mengidolakan idol lain, saya hanya sebatas tahu nama mereka”*. Apa yang disampaikan oleh Lee ini ia hanya sebatas tau nama idol lain tetapi tidak untuk menyukainya.

Kemudian pada wawancara dengan Min Aria (37 tahun) tentang apakah ia seorang yang multifandom atau tidak, ia memberikan jawaban berupa *“Kalau untuk mengidolakan idol lain iya, tapi tidak seperti BTS, karena sama idol lain paling hanya suka lagu atau musiknya aja walaupun suka sama idol lain sukanya sama ank-anak hybe juga, seperti nanti TXT konser ke indo mau dateng mau beli tiket lewat calo kalau dan harganya masih bisa di jangkau”*. Min Aria mengatakan bahwa ia juga mengidolakan idol lain selain BTS tetapi kecintaan Aira kepada idol tersebut tidak melebihi kecintaan ia kepada BTS, dan idol lain yang disukai pun itu idol yang satu agensi dengan BTS.

Selanjutnya jawaban yang singkat dan padat yang diberikan oleh Suzy (23 tahun) dengan pertanyaan yang sama dengan informan sebelumnya bahwa Suzy hanya menyukai BTS saja tidak dengan idol lain, *“Enggak, BTS selalu”*.

Berikutnya Min RJ (24 tahun) memberikan jawaban yang cukup panjang ketika ditanyakan apakah ia mengidolakan idol lain (multifandom) *“Ya, dulu saya suka gfriend, tapi sekarang grupnya sudah dibubarkan. Kalau sekarang, saya suka dengerin lagu group lain, sedikit ngikutin beritanya atau kalo keluarin mv baru. Akan tetapi kalau untuk gabung di fandom, saya hanya di Army saja, bahkan saya juga gak gabung fandomnya gfriend, hanya jadi kaya penikmat musik dan pemantau berita biar nggak ketinggalan info”*. Min RJ dulu menyukai sebuah idol

grup yang saat ini sudah bubar bahkan ia tidak masuk ke fandom dari idol tersebut. Min RJ juga mengatakan bahwa ke grup lain ia hanya dengarin lagu-lagunya dan juga mengikuti beritanya, tetapi untuk masuk sebuah fandom dari sebuah idol k-pop Min RJ hanya masuk ke fandom *Army*.

Taejun (23 tahun) memberikan jawaban yang yang hampir sama dengan jawaban yang diberikan oleh Min RJ *“aku suka txt, seventeen baru-baru ini, aku multifandom tapi hybe stan”*. Lalu peneliti menanyakan kepada Taejun kalau untuk *semacam blackpink, NCT kamu tidak suka? “Aku cuma sekedar suka lagunya aja, mungkin beberapa lagu aku suka tapi kalau untuk diidolain enggak”*. Dari apa yang disampaikan oleh Taejun bahwa ia hanya multifandom ke idol yang satu label dengan dengan BTS, untuk idol lain di luar artis Hybe hanya suka lagunya tapi tidak mengidolakan artis tersebut.

Terakhir apa yang disampaikan oleh Min Yonji (23 tahun) sedikit berbeda dengan dengan informan-informan lainnya. *“Aku sekarang cuman BTS dan NCT “* lalu Taejun juga menambahkan *“walaupun aku banyak fandom tapi tetap aja rumah aku tuh BTS mau sebanyak apapun bias aku aku bakal tetap balik ke mereka, soalnya udah benar-benar nyaman banget sama mereka udah ngerasa klop banget gitu aku kayanya tidak sebucin itudeh sama orang lain”*. Meskipun Taejun Multifandom akan tetapi yang paling tepat BTS dibandingkan dengan yang lain karena BTS menjadi tempat ternyaman.

4.2.1.4 Bentuk Kesetian *Army* Kepada BTS

4.2.1.4.1 Keterlibatan *Army* Dalam Kesuksesan BTS

Dalam meraih sebuah kesuksesan BTS bukan hanya didukung oleh sesama member, staff maupun agensi tetapi ada hal lain yang membuat nama BTS bisa mencapai titik popularitas tertinggi siapa lagi kalau bukan fansnya sendiri yaitu *Army*, kelayalitan *Army* terlihat jelas dalam setiap BTS come back, tampil di suatu acara maupun masuk dalam nominasi ajang penghargaan yang bergengsi di industri musik Korea maupun Amerika, bahkan ketika BTS sedang hiatus BTS masih memenangkan penghargaan di musik Award, karena meskipun BTS hiatus akan tetapi kemenangan dan juga penghargaan BTS tidak boleh hiatus dan Setiap *Army* dalam hal mendukung BTS berbeda-beda caranya, lalu bagaimana cara informan memberikan dukungannya kepada BTS.



Gambar 4.1 Deretan Piala Artis Hybe (Termasuk BTS) Yang Terdapat Di Hybe Insight (Museum Hybe)

(Sumber: Website Magazine.Weverse.io)

Lee Ji-eun (23 tahun) memberikan jawaban mengenai cara mendukung BTS “*mendukung mereka (BTS) dengan cara streaming dan juga vote*”. Cara Lee Ji-eun dalam mendukung BTS yaitu dengan cara ngevot BTS setiap ajang penghargaan dan juga streaming video dan musik BTS di platform digital.

Min Aria (37 tahun) juga memberikan jawaban “*mendukung BTS dengan cara ngevot di setiap ajang penghargaan, mendukung setiap apa yang dilakukan oleh BTS dan juga agensi selagi itu untuk kebaikan BTS, dan menonton semua konten-kontennya*”. Min Aria mendukung BTS tidak hanya BTS berada dalam ajang penghargaan tetapi juga menonton semua konten BTS baik konten yang di youtube ataupun yang tidak di tampilkan di youtube serta mendukung hal apapun tentang BTS dan agensi selagi itu untuk kebaikan BTS.

Kemudian Suzy (23 tahun) memberikan dukungan kepada BTS sama seperti informan-informan sebelumnya, “*Paling vote-vote buat mendukung lagu-lagunya di ajang award musik*”. Cara suzy mendukung BTS ngevot untuk mendukung lagu-lagunya BTS seperti BTS yang habis melakukan come back pasti lagu-lagunya akan ada di dalam nominasi award musik.

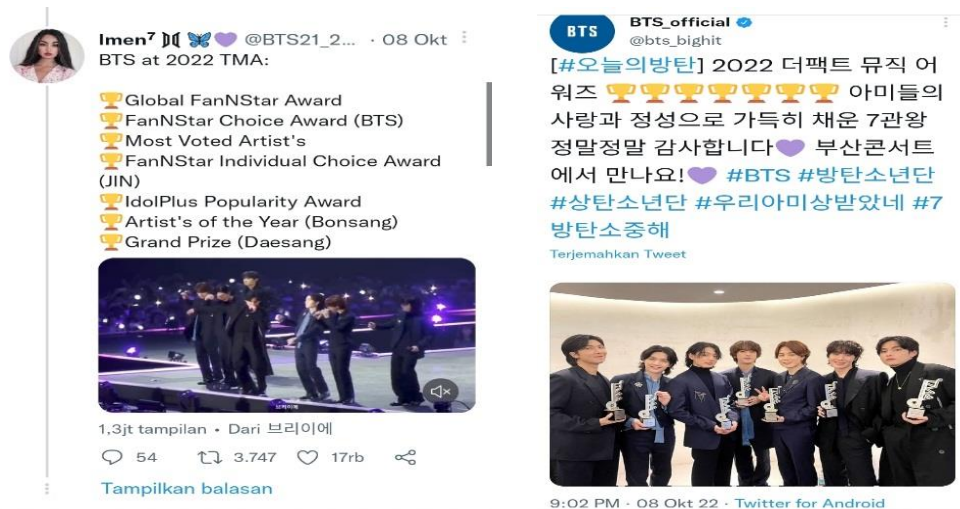
Lalu, cara Min RJ (24 tahun) mendukung BTS yaitu “*via media Kaya streaming, vote, dan sejenisnya*”. Hal yang dilakukan Min RJ dalam mendukung BTS melalui media dengan cara vote BTS dan juga straming lagu dan video-video BTS, dan juga Min RJ mengatakan kepada peneliti di luar wawancara bahwa hampir setiap hari ia selalu mendengarkan lagu-lagu BTS di setiap kegiatannya.

Sedangkan Taejun (23 tahun) ada sedikit perbedaan dalam mendukung BTS yaitu “*dengerin lagunya nontonin musik videonya, beli barang-barang mereka*

(BTS), dan juga ngevoting”. Hal yang berbeda dari cara informan lain dalam mendukung BTS Taejun membeli barang-barang BTS seperti album BTS.

Trakhir cara Kim Yonji (23 tahun) mendukung BTS hampir sama dengan yang dilakukan oleh Taejun yaitu “*beli albumnya, namun sekarang aku mulai mengurangi konsumsi album, dulu suka beli album, lightstick, merchandise-merchandise BTS gitu kaya slogan gitukan buang-buang duit sih sebenarnya tapi gimana ya aku seneng ya, terus streaming, dan juga voting*”. Taejun bukan hanya mendukung BTS melalui media seperti voting dan juga streaming melainkan juga membeli barang-barang yang berhubungan dengan BTS, Bahkan Min Yonji memiliki beberapa album “*Aku pokoknya stop beli album tuh pas era sebelum life goes on itu, pas life goes on yang album BE itu harganya sudah mulai gila tuh nah disitu aku sudah stop beli album*” pada tahun 2020 album BE BTS keluar semenjak saat itu Min Yonji sudah mulai tidak lagi membeli album BTS dikarenakan harganya yang semakin mahal dari album-album sebelumnya.

Salah satu bentuk keterlibatan *Army* dalam kesuksesan BTS adalah BTS menang dalam ajang penghargaan musik bergengsi di Korea selatan The Fact Music Award (TMA) saat BTS sedang hiatus tak tanggung-tanggung piala yang dibawa Award (TMA) saat BTS sedang hiatus tak tanggung-tanggung piala yang dibawa pulang oleh hingga mencapai tujuh piala dari acara tersebut.



Gambar 4.2 Screenshot Hasil Kemenangan BTS Di TMA Dan Foto BTS Di Backstage TMA

(Sumber: Twitter)

4.2.1.4.2 Keterlibatan *Army* Dalam Event Yang Berhubungan Dengan BTS

Bentuk kesetian *Army* kepada BTS tidak hanya mendukung dalam karya-karyanya saja ataupun menerima keputusan BTS dalam mengambil kebijakan atau keputusan dalam berkarir baik itu dalam grup maupun solo, tetapi *Army* juga mendukung BTS dalam ragam event yang berhubungan dengan BTS, baik event yang diselenggarakan oleh brand/company yang berkolaborasi dengan BTS, maupun event yang dibuat oleh fans BTS sendiri yaitu *Army*. Hal tersebut bukan hanya untuk memeriahkan dan mensukseskan event tersebut tetapi juga mengangkat nama BTS dan *Army* agar lebih dikenal banyak orang lewat kekompakan yang dibuat oleh *Army*. Event-event yang berhubungan dengan BTS diantaranya, event BTS My Story, Gojek X BTS Space Installation, Norabeng konser BTS YTC in Busan.

4.2.1.4.2.1 MyBTSSStory

Event MyBTSSStory ini merupakan event yang diselenggarakan oleh Youtube dengan BTS, event ini diselenggarakan di empat negara salah satunya diselenggarakan di kota Kasablanka Indonesia. Hal tersebut disampaikan langsung oleh Youtube di akun resmi twitternya “Hai *ARMY* Indonesia, kejutanmu akan datang akhir minggu depan, kami akan memberitahumu kapan kamu akan menyaksikannya”. (Tulis Youtube).



Gambar 4.3 Lokasi Event Mybtsstory Di Empat Titik

(Sumber: Akun Twitter Youtube @Youtube)

Event ini ditandai dengan logo BTS yang super besar yang dipajang di empat titik salah satunya mall kota Kasablanka Jakarta, event di mall Kasablanka berlangsung selama 7 hari dari tanggal 10 juni hingga 16 juni 2022 di sisi food society mall kota Kasablanka.



Gambar 4.4 Logo BTS Di Event MyBtsStory Mall Kota Kasablanka

(Sumber: Twitter @minjae)

Antusiasme para *Army* dalam menyambut event MyBTSSStory sangat luar biasa bahkan sampai rela datang jauh-jauh dan juga antri demi bisa foto di depan logo BTS karena event ini Cuma hanya ada di empat titik salah satunya jakarta, tidak sedikit para *Army* datang ke kokas berpenampilan semenarik dan sebagus mungkin karena mereka akan foto di depan logo kebanggan BTS juga *Army*. Banyak dari para *Army* yang datang kesana membawa aksesoris yang berhubungan dengan BTS seperti gantungan tas wajah member BTS, stiker-stiker BTS yang terdapat pada casing handphone, tas, dan ada juga *Army* yang datang kesana menggunakan baju warna ungu yang melambangkan warna BTS, bukan hanya itu

ada juga *Army* yang datang membawa cake ulang tahun yang bertemakan BTS bahkan bentuk cake itu sendiri adalah logo BTS.



Gambar 4.5 Antrian Para *Army* Untuk Berfoto Di depan Logo BTS
(Sumber: Grup Whatsapp *Army* Kokas)



Gambar 4.6 Foto Para *Army* Depan Logo Bts
(Sumber: Grup Whatsapp *Army* Kokas)

4.2.1.4.2.2 Event Gojek X BTS Space Installation

Salah satu keterlibatan *Army* dalam kemeriahan event yang berhubungan dengan BTS adalah event Gojek X BTS Space Installation. Dalam event Gojek X BTS Space Installation Gojek menyuguhkan tiga pengalaman seru kepada *Army* pertama, *Army* ikutan menjadi bintang iklan bersama semua BTS, kedua, naik go car atau go ride bersama semua member BTS, dan ketiga, melihat secara langsung merchandise official atau eksklusif BTS yang akan diberikan kepada *Army* atau pengguna Gojek bagi yang sudah menyelesaikan semua misi yang diberikan oleh gojek. Event Gojek X BTS ini dimeriahkan oleh para *Army* setiap harinya selama event berlangsung.

Dari hasil pengamatan peneliti di lapangan dan juga hasil wawancara kepada petugas event tersebut, event ini setiap harinya didatangi oleh pengunjung (*Army*) pada hari biasa atau hari kerja event ini akan ramai pada jam non operasional atau jam selesai kerja seperti sore hari atau malam hari, sedangkan pada hari libur atau weekend itu dari siang sudah ramai dan bahkan sampai antri, ini jawaban dari bapak petugas event Gojek “kalau hari weekday siang tuh emang sepi mba biasanya karena ini masih jam operasional, nanti ketika sudah jam non operasional atau balik kerja ini rame mba, kalau weekday ramainya malam kalau weekend dari siang ini sudah ramai mba bahkan sampai ngantri keluar-luar (luas garis pembatas)” (Petugas, 2022). Event tersebut diselenggarakan di mall Gandaria City Jakarta Selatan pada tanggal 11 September 2022 sampai 25 September 2022.



Gambar 4.7 Antrian Dan Antusias Para *Army* Di Event Gojek X BTS Space Installation

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

4.2.2 Solidaritas Fandom *Army*

4.2.2.1 Cara *Army* Membangun Pertemanan Dengan *Army* Lain (Di Dunia Maya Dan Nyata)

Jumlah fans BTS atau *Army* tidaklah sedikit dan antar sesama *Army* mereka bukan hanya saling kenal sebelum menjadi *Army* tetapi ada juga yang saling kenal satu sama lain ketika mereka masuk ke fandom *Army*, lewat berbagai event atau acara yang berhubungan dengan BTS maupun sosial media. Dari saling mengenal itu akhirnya diantaranya para *Army* memutuskan untuk saling berteman dan setiap orang dalam membangun pertemanan dengan *Army* yang baru dijumpai pasti berbeda-beda sama halnya dengan jawaban yang diberikan oleh para informan peneliti.

Lee Ji-eun (23 tahun) “*Mengenalkan diri, berbicara perihal kegemaran masing-masing, membicarakan soal BTS, saling share yang dimiliki perihal video BTS*”. Cara Lee Ji-eun dalam membangun pertemanan dengan *Army* lain pertama akan memperkenalkan diri, membicarakan kesukaan masing disambung dengan ngobrolin tentang BTS dan juga saling berbagi tentang video BTS.

Lalu cara Min Airi (37 tahun) untuk membangun pertemanan yaitu “*Paling ya basa basi ajak kenalan terus tanya bias nya siapa di BTS, dan paling cara membangun pertemanannya kalau ada event selalu ajakin dan kalau ada konten atau informasi tentang BTS saling berbagai atau ngasih tau seperti oh BTS tampil disini atau posting sesuatu*”. Pada saat ketemu yang baru pertama dijumpai Min Airi akan melakukan basa basi dengan cara ajakan kenalan dan menanyakan siapa biasanya di BTS, lalu jika sudah berteman untuk membangun pertemanannya ajak ke setiap event, dan saling berbagi tentang informasi atau konten tentang BTS.

Kemudian suzy (23 tahun) juga mengutarakan cara ia membangun pertemanan “*Awal-awal pasti kenalan kapan suka BTS, kapan jadi Army, kali aja kita satu alasan suka sama BTS apa karena lagunya yang enak-enak favorit kita sama dan itu sangat menyenangkan kalau kita satu rasa. Kita klop nih satu bias kita bakal save nomer atau buat grup gitu buat nge-share foto-foto atau video-video para member gitu*”. Untuk membangun pertemanan mula-mula kenalan dan menanyakan sejak kapan suka BTS dan menjadi *Army*, mungkin saja alasan menyukai BTS dan jadi *Army* sama, dan memiliki rasa yang sama terhadap BTS dan akan menjadi klop, lalu save nomer buat saling share video atau foto para member BTS.

Hal berbeda dengan jawaban yang diberikan oleh Min RJ (24 tahun) “*Yang pasti langsung bertanya biasanya siapa. Lalu sisanya membahas terkait konten terbaru. Untuk di dunia nyata biasanya bermula dari teman sekolah, kampus, atau tempat kerja, dan untuk di dunia nyata kita nggak bisa selalu membahas tentang bts karena pasti saat harus mengerjakan tugas yang nyata, otomatis bahasan tentang bts harus diberhentikan dulu dan kemudian dilanjutkan saat tugas atau pekerjaan sudah selesai. Untuk Army di dunia maya biasanya baru mengabari atau buka obrolan apabila ada yang ingin dibicarakan atau berbagi informasi seputar BTS*”. Ada perbedaan Min RJ membangun pertemanan dalam dunia nyata dan juga dunia maya dalam membahas terkait dengan BTS, jika di dunia nyata awal mula berteman dari teman sekolah, kampus ataupun tempat kerjakan tetapi tidak selalu membahas tentang BTS karena ada kalanya harus mengerjakan pekerjaan yang harus dikerjakan, membahas tentang BTS ketika pekerjaan tersebut selesai. Jika di dalam dunia maya Min Rj akan mengobrol dengan Army lain apabila ada yang ingin dibicarakan atau memberikan informasi seputar BTS.

Sedangkan Taejun (23 tahun) juga mengungkapkan cara ia membangun pertemanan dengan Army lain “*Sapa, cari obrolan tentang BTS biar jadi akrab. keep kontang aja, tuker-tukeran wa mungkin, instagram si pastinya instagram*”. Cara yang dilakukan oleh Taejun dalam membangun pertemanan cukup simple dengan cara saling simpan nomor WhatsApp dan juga follow-followan instagram.

Terakhir Kim Yonji (23 tahun) memberikan jawaban yang sedikit berbeda dengan informan-informan sebelumnya yaitu “*Jujur aku anaknya introvert banget apalagi sekarang introvert banget ya aku nunggu ditegor duluan. Kalau di event*

biasanya aku suka sok kenal sok dekat gitu. kan biasanya aku di twitter kan, awalnya di twitter kalau ada event-event nih ya ketemuan secara langsung dieventnya”. Yonji mengakui dirinya adalah seorang yang introvert jadi ketika ia bertemu dengan *Army* lain ia menunggu untuk ditegur duluan, kecuali ketika ia sudah kenal sebelumnya di twitter lalu bertemu pertama kali di event ia akan seolah-olah sudah dekat padahal baru kenal lewat twitter.

4.2.2.2 Sharing to Caring

Tidak semua *Army* memiliki uang yang banyak untuk bisa membeli barang-barang BTS baik yang official maupun yang non official, mengingat barang-barang BTS harganya lumayan mahal bahkan tergolong sangat mahal bagi sebagian *Army*, bahkan sekedar foto member BTS yang bagus dengan kualitas HD pun banyak *Army* yang tidak punya karena akses untuk mendapatkan foto seperti ada yang tidak memiliki twitter atau aplikasi yang biasa digunakan *Army* untuk mendapatkan informasi tentang BTS. Atas hal tersebut tak sedikit para *Army* yang peduli dengan *Army* lain dan mereka suka membagikan barang-barang BTS jika ada yang meminta, dan membagikan informasi, foto, dan juga video BTS ke sosial media ataupun secara pribadi agar semua *Army* bisa merasakan euforia yang lebih sebagai fans BTS. Dan hal tersebut yang juga dilakukan oleh para informan.

Lee Ji-eun (23 tahun) *“Ya saya sering membagikan hal tentang BTS di akun twitter, facebook dan wa seperti foto, video, dan juga informasi tentang BTS, dan saya juga pernah membagikan barang seperti photo card”*. Lee pernah membagikan photo card kepada *Army* bahkan sering juga membagikan informasi, foto ataupun video BTS ke media sosialnya.

Rasa peduli ini juga dilakukan oleh Min Airi (37 tahun) “*Pernah di grup whatsapp, wa story, instagram. Jika aku punya lebih barang atau sesuatu yang berhubungan dengan BTS pasti aku kasih yang kaya double gitu, tapi lebih sering ngasih yang un-official*”. Jika Min airi memiliki barang yang berhubungan dengan BTS dengan jumlah lebih dari satu pasti ia akan kasih akan tetapi itu bukan yang unofficial.

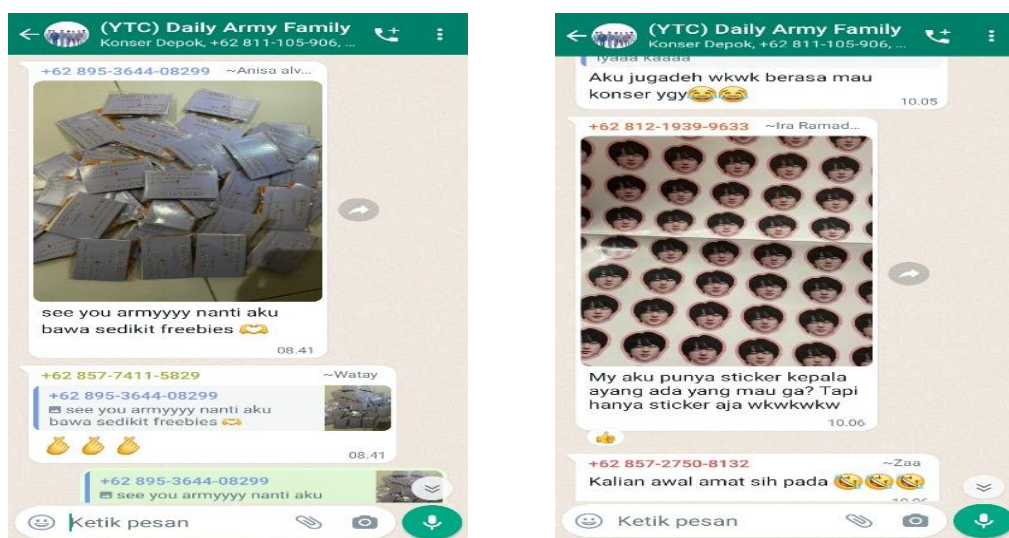
Hal yang berbeda yang dilakukan oleh Suzy (23 tahun) dalam membagikan informasi, foto, ataupun video “*Pernah sering banget di snap wa, snap instagram, tujuannya ini loh aku punya bias, maksudnya saya punya idola ganteng bukan hanya ganteng ya tapi suaranya bagus gitu loh dan banyak prestasi-prestasi lainnya, untuk membagikan barang-barang BTS Tidak pernah, buat kita aja gitu*”. Suzy bukan hanya memberitahukan kepada *Army* tentang BTS tapi juga kepada yang bukan *Army* bahwa BTS ini banyak loh prestasi-prestasinya, kalau untuk soal membagikan barang-barang BTS .

Kemudian rasa berbagi juga dirasakan oleh Min RJ (24 tahun) “*Kalo saya punya akan saya beri, saya suka berbagi info atau konten BTS, jika ada update-an seputar BTS saya biasanya langsung mengabari teman dekat ARMY saya di dunia maya. Dan untuk membagikan photo yang unofficial sangat sering, untuk yang official belum pernah*”. Min Rj sangat suka dan sering membagikan informasi atau konten tentang BTS dan juga foto yang unofficial.

Taejun (23 tahun) melakukan hal yang sama seperti apa yang dilakukan oleh informan-informan sebelumnya “*Aku malah demen sharing apalagi yang aku punya bias-bias nya mereka itu pasti aku kasih, sering banget membagikan*

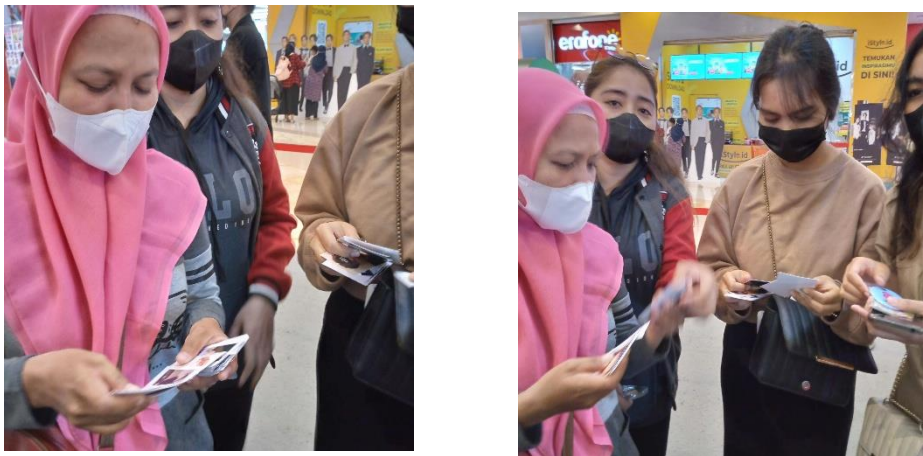
informasi, foto dan video BTS mungkin sehari sekali pasti minimal di instagram, kalau twitter paling ngeritweet. Pernah juga membagikan tapi yang unofficial karena yang official aku pegang”.

Dan Min Yonji (23 tahun) juga memiliki rasa ingin berbagi kepada Army “Aku kan seringnya main twitter jadi ya kadang kontennya aku bawa ke IG. Untuk membagikan merchandise atau photo card yang official si tidak pernah, kalau freebies sering kalau dievent”.Min Yonji suka bermain twitter, informasi yang ia dapatkan di twitter akan di share di akun instagramnya, untuk membagikan merchandise atau photocard ia sering membagikan saat event berupa freebies.



Gambar 4.9 Pembagian Freebies Dari Army Untuk Army

(Sumber: Grup Whatsapp Daily Army)



Gambar 4.10 Pembagian Freebies Dari Army Untuk Army di *Event* Gojek X BTS

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

4.2.2.3 Peduli Terhadap Sesama

Kepedulian yang dimiliki oleh Para *Army* bukan hanya ditunjukkan kepada sesama *Army* saja melainkan juga kepada yang bukan *Army*, kepedulian bukan hanya soal material melainkan juga non material seperti jika ada *Army* atau orang yang bukan *Army* mengalami musibah, masalah, atau hal lain yang membutuhkan support system dan juga bantuan finansial, para *Army* akan membantu dengan melakukan galang dana atau open donasi. Untuk hal tersebut dan ini sering terjadi ketika ada momen-momen tertentu seperti ulang tahun para member BTS, dan lain-lain.



Gambar 4.11 Kepedulian Army Terhadap Musibah Yang Terjadi Di Stadion Kanjuruhan Dengan Menggalang Dana Dan Memberikan Bantuan Hukum Dan Layanan Psikologis Untuk Para Korban

(Sumber: Twitter)



Gambar 4.12 Army Berbagi Dalam Rangka Merayakan Ulang Tahun Jungkook, RM, Dan Jimin

(Sumber: Grup WhatsApp Bangtan Univiers)

Kepedulian tersebut bukan hanya dilakukan oleh para *Army* diluaran sana melainkan juga dilakukan oleh para informan dari jawaban yang diberikan informan mengenai kepeduliannya terhadap *Army* maupun non *Army*. Jawaban Pertama diberikan oleh Lee Ji-eun (23 tahun) “*Selagi saya bisa bantu saya akan bantu tidak mesti itu dia dari fandom Army atau bukan*”. Lee Ji-eun akan membantu orang yang membutuhkan bantuan selagi ia bisa bantu, dan ia tidak memandang siapa yang membutuhkan apakah itu *Army* atau bukan.

Lalu Min Airi (37 tahun) memberikan jawaban perilah kepeduliannya terhadap sesama, “*Pasti akan bantu apalagi yang kalau membutuhkan bantuan tersebut Army, yang bukan Army aja di bantu apalagi yang Army, apalagi BTS juga mengajarkan dan ngasih contoh ke kita untuk saling berbagi ke sesama manusia*”. Min Airi akan membantu orang yang membutuhkan apalagi BTS juga mengajarkan dan memberikan contoh kepada *Army* untuk saling membantu.

Kemudian Suzy (23 tahun) menjawab dengan cukup panjang “*Mungkin bakal bantu kaya ngeshare video atau lagunya BTS tentang self love atau yang health mental itu buat ngingetin kalau kamu itu tidak sendiri kaya gitu loh, banyak orang yang ngerasain yang kaya kamu ngerasain saat ini, jangan pernah ngerasa sendiri terus cintai kamu apa adanya. Untuk soal masalah financial ya kalau misalnya aku ada pasti aku kasih kecuali misalnya kalau dia butuh uang banyak buat apa gitu ya tidak bisa juga tidak bisa dipaksain orang akunya tidak ada pokoknya sekasihnya aja*”. Untuk orang yang mengalami masalah mental ia akan memberikan atau membagikan video atau lagu BTS yang sesuai dengan apa yang tersebut alami dan juga memberikan motivasi bahwa orang tersebut tidak sendiri

dalam masalah tersebut, dalam hal membantu finansial Suzy akan membantu sebisanya sesuai dengan kemampuannya yang ada.

Min RJ (24 tahun) “*Pasti saya akan usahakan yang bisa saya lakukan, saya juga dapat banyak referensi tentang cara pandang kehidupan baik atau buruk yang saya ambil dari konten maupun apa yang saya lihat dari BTS*”. Jawaban yang diberikan oleh Min RJ mirip dengan jawaban yang diberikan oleh Min Airi bahwa ia memiliki jiwa kepedulian dan sosial terinspirasi oleh BTS baik dari kontennya maupun kepribadian BTS sendiri.

Taejun (23 tahun) “*selama orangnya mau cerita sama aku aku bantu sekalipun dia bukan Army*”. Taejun akan membantu selagi orang yang membutuhkan cerita hal ini bagi orang yang mengenal Taejun walaupun orang tersebut bukan Army.

Min Yonji (23 tahun) “*untuk secara langsung aku tidak menemukan hal seperti itu si, mungkin karena aku orangnya introvet tapi kalau aku liat di twitter aku akan kasih semangat buat orang yang lain dan juga kalau ada Army yang galang dana untuk bencana atau musibah lainnya ya aku bantu sebisanya*”. Yonji merasa tidak pernah merasa ketemu secara langsung orang yang membutuhkan bantuannya karena dia mereka dirinya juga tertutup kepada orang lain.

4.3 PEMBAHASAN

4.3.1 Loyalitas Fandom Army

Aspek penting dalam sebuah kesetiaan adalah dimana para penggemar itu bisa bertahan lama dan tidak mudah berpaling ke sesuatu yang lain (Connor 2007)

hal ini seperti yang diungkapkan oleh Lee Ji-eun dia menyukai BTS sejak tahun 2014 hingga saat ini “*Saya mengikuti mereka dari awal tahun 2014 sebelum mereka menjadi sebesar sekarang, saya melihat mereka tumbuh dan berkembang, bagaimana perjuangan mereka untuk sampai pada titik ini*” dan saat ini pun Lee Ji-eun hanya menyukai BTS tidak dengan idol-idol lain “*Saya tidak mengidolakan idol lain, saya hanya sebatas tahu nama mereka*”.

Fandom *Army* fandom yang sangat setia kepada BTS hal ini dibuktikan pada saat BTS hiatus para *Army* tetap mendukung BTS seperti mendukung solo proyek member BTS, mendukung BTS dalam ajang penghargaan dan juga berada disisi BTS dalam keadaan apapun seperti BTS yang akan menjalankan wajib militer dan para *Army*-pun bangga dengan apa yang dimiliki oleh BTS. Kesetiaan yang diberikan *Army* kepada BTS karena karya atau lagu dan juga kepribadian BTS menggambarkan apa yang sedang di alami oleh *Army* mulai dari kebahagiaan, kasmaran, keterpurukan maupun masalah dengan mental yang dialami para *Army* seperti yang diutarakan oleh salah satu informan peneliti “*Banyak hal positif yang dapat diambil dari mereka seperti banyak kata motivasi, arti lagu yang luar biasa menyentuh hati, bagaimana tindakan mereka yang bisa menjadi panutan untuk fans nya seperti donasi, menjaga lingkungan, bagaimana ARMY membuat berbagai base untuk membantu sesama Army maupun kemanusiaan*” (Lee Ji-eun 23 tahun). Selain itu (Taejun 23 tahun) juga menambahkan “*semua konten-kontennya BTS mengalihkan kestressan aku sehari-hari*”. Karena *Army* merasa BTS sudah membangkitkan diri *Army* untuk menjadi lebih baik lagi maka sebagai timbal

baliknya *Army* juga harus membantu agensi untuk membesarkan nama dan juga kesuksesan BTS.

Hal tersebut sama halnya dengan apa yang disampaikan oleh A. Brown loyalitas dalam tahapan relationship terciptanya suatu hubungan yang kuat antara perusahaan dengan pelanggan, di mana loyalitas yang terbentuk pada tahap ini tidak lagi berdasarkan pertimbangan produk dan jasa akan tetapi pada tahapan ini akan terjadi hubungan yang saling menguntungkan kedua belah pihak. (Veronica and Paramita 2019).

Connor (2007) berpendapat dalam argumennya bahwa kesetiaan memang sebuah emosi dan dapat digolongkan dengan rasa lain seperti rasa malu, percaya, bangga dan juga cinta. Hal tersebut seperti Bentuk kesetiaan para *Army* yang juga terlihat dari rasa kebanggaannya kepada BTS hal ini seperti yang diungkapkan oleh Suzy (23 tahun) “*saya punya idola ganteng bukan hanya ganteng ya tapi suaranya bagus gitu loh dan banyak prestasi-prestasi lainnya*”.

Melihat dari Konsep loyalitas pelanggan (penggemar) tidak terlepas dari yang namanya konsep merk (idola) dimana pelanggan akan selalu bisa loyal terhadap suatu merek apabila merek tersebut bisa membuat pelanggan jatuh hati. (Rifa'i 2019). Dan BTS selalu membuat jatuh hati para *Army* entah itu lewat karya-karya BTS seperti lagu yang diciptakan, lagu yang dinyayikan, tarian yang ditunjukkan, kepribadian BTS yang ditunjukkan dalam video konten atau live streaming maupun yang lainnya. Seperti yang diungkapkan oleh Min RJ yang membuat dia jatuh hati dengan BTS “*Saya suka atau jatuh hati kepada BTS karena musiknya, saat dengerin lagunya kok ternyata enak dan cocok sama saya. Setelah*

sering dengerin agak kepo sama lirik dan artinya dan saat lihat sub indonya kaget kok relate banget sama apa yang saya rasain”.

Hal yang sama juga di ungkapkan oleh salah satu narasumber dalam buku Ariel bahwa kecintaan terhadap *boyband* atau idol karena boy bad tersebut yang terbaik dan juga penampilan mereka di atas panggung ataupun di musik video serta juga *boyband* tersebut sangat bersahabat dengan penggemar dalam berkomunikasi.(Heryanto 2018).

Bentuk kesetiaan yang lain yang ditunjukkan *Army* kepada *BTS Army* bisa menghargai dan memahami kondisi *BTS*, meskipun banyak *Army* yang merasa sedih dengan hiatusnya *BTS* akan tetapi para *Army* memahami bahwa *BTS* butuh istirahat sejenak sebagai grup dan mereka (member *BTS*) bisa mengeksplor apa yang mereka ingin lakukan secara individu baik itu melakukan solo proyek ataupun melakukan wajib militer. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Lee Ji-eun, Min Rj, dan juga Taejun *“ada fase dimana setiap idol laki-laki harus hiatus sementara dikarenakan satu dan lain hal dan itu menurut saya wajar saja, toh mereka juga memerlukan waktu sejenak untuk istirahat dan juga mereka bisa coba hal-hal yang sebelumnya tidak mereka bisa lakuin seperti ngerasain masa-masa muda mereka yang udah kelewat”*.

4.3.2 Solidaritas Fandom *Army*

Dari hasil wawancara dan observasi secara langsung ataupun sosial media peneliti menemukan adanya solidaritas mekanik dan juga solidaritas organik. Di mana Solidaritas mekanik merupakan perasaan solider atas persamaan perilaku, dan sikap antar sesama anggota komunitas (fandom) yang didasarkan atas kesadaran

kolektif. (Jonhson 1994). Kesadaran dimana para *Army* memiliki keterlibatan yang sama dalam dan tanggung jawab yang sama dalam mendukung BTS dalam keadaan apapun, tidak hanya itu kesadaran kolektif juga dapat dilihat ketika para *Army* saling peduli dengan sesama *Army* maupun yang bukan *Army*, hal ini seperti para *Army* yang membagikan freebies, foto, video, informasi ataupun barang-barang lainnya yang berhubungan dengan BTS baik itu yang official maupun yang non official. hal ini seperti yang dijelaskan oleh Moller dalam karya tulis James Connor yang berjudul *The Sociology of Loyalty* bahwa Mengikuti sebuah klub atau komunitas penggemar menuntut para penggemar menuntut untuk melakukan komitmen tertentu, dimana komitmen tersebut memerlukan rasa tugas dan tanggung jawab untuk melindungi komunitas ataupun idolanya dimana mereka menjadi bagian di dalamnya (Connor 2007).

Selain itu solidaritas *Army* tidak hanya di tunjukan kepada sesama *Army* saja melainkan juga kepada yang bukan *Army* bentuk solidaritas tersebut seperti para *Army* melakukan aksi sosial dalam rangka merayakan ulang tahun member BTS seperti tanam pohon, berbagi makanan kepada yang membutuhkan, peduli bencana, dan masih banyak lagi. Seperti yang dikatakan oleh Sunarto bahwa perilaku kolektif merupakan perbuatan bersama-sama oleh sejumlah orang bukan hanya perbuatan individu semata-mata dan perilaku kolektif dipicu atas dorongan yang sama, dan dorongan tersebut memicu atas suatu peristiwa Seperti belum lama ini para *Army* menggalang dana untuk para korban tragedi di stadion kanjuruhan malang dengan total dana yang terkumpul sebesar 447 juta dalam kurung waktu 3 hari, bukan hanya

memberikan bantuan berupa dan para *Army* juga memberikan bantuan berupa penangan psikologis kepada para korban-korban tersebut.(Coleman 2021)

Perilaku kolektif juga bisa menyebabkan kerumunan, kerumunan disini dimaksudkan adalah sejumlah individu berkumpul bersama dalam suatu hal atau yang lainnya yang kebetulan kumpul bersama disuatu tempat, dari hasil observasi peneliti dilapangan kerumunan yang terjadi karena para *Army* memiliki kepentingan yang sama dalam menghadiri event yang berhubungan dengan BTS seperti MyBTSSStory, Gojek X BTS Installation, dan Noraebang konser BTS Yet To Come in Busan. Dari perkumpulan para *Army* dalam event-event tersebut timbulan suatu interaksi antar sesama *Army* yang sebelumnya tidak saling mengenal, hal yang ini yang di ungkapkan oleh Suzy dan juga Taejun ketika mereka baru pertama kali bertemu dengan *Army* “Pertama-tama sapa ajak kenalan, mencari topik obrolan tentang BTS seperti sejak kapan suka BTS dan menjadi *Army* mungkin saja kita memiliki alasan yang sama dalam menyukai BTS dan kita bisa jadi akrab”. (Sunarto 2004)

Dalam suatu kerumunan konvensional dapat merubah keadaan apabila para anggota kerumunan tersebut menunjukkan perasaan yang bergejolak dan menampilkan perilaku mereka yang tidak seperti biasanya mereka tunjukan, hal tersebut ketika para *Army* noraebang konser BTS YTC dimana mereka semua berteriak, bernyanyi dan juga bergojek bersama ketika BTS perform/tampil dengan lagu yang energik yang memicu para *Army* untuk berjoget meskipun para *Army* tersebut hanya menonton dari layar dan tidak secara langsung depan BTS. (Sunarto 2004).

Selanjutnya dalam solidaritas organik dimana solidaritas ini mengikat masyarakat yang sudah paham akan pembagian kerja karena pembagian kerja yang sangat besar secara terperinci serta saling ketergantungan satu sama lain. (Jonhson 1994) Hal ini serupa dengan acara noraebeng yang diadakan oleh *Army*, di mana para *Army* ini membentuk pembagian kerja masing-masing seperti divisi acara dimana para panitia acara noraebeng menyusun acara dari sebelum mulai konser hingga konser selesai, dari hasil pengamatan peneliti dilapangan bahwa rowndon acara noraebeng tersebut bermula dari registrasi para tamu/*Army* dilanjut dengan sesi pembukaan jika 70% para *Army* yang daftar sudah hadir dan dilanjutkan dengan sesi game sampai 20 menit konser mulai, berhubung konser tersebut mulai pukul 16 maka setelah sesi game para *Army* yang hadir boleh menjalankan sholat/ibadah bagi yang menjalankan dan juga keliling-keling tempat acara seperti untuk beli makanan yang tersedia, maupun beli merchandise.



Gambar 4.13 Main Game Sebelum Noraebang Di Mulai

(Sumber: Grup WhatsApp (YTC) Daily *Army*)



Gambar 4.14 Ketua Panitia Memberikan Hadiah Album Untuk Pemenang Game

(Sumber: Grup WhatsApp (YTC) Daily Army Family)

Lalu ada divisi perlengkapan dimana divisi ini yang mempersiapkan perlengkapan untuk acara noraebang seperti mempersiapkan goody bag beserta isinya yang akan dibagikan kepada *Army*, perlengkapan untuk menonton konser seperti layar monitor yang besar serta stage/panggung untuk tempat game dan perform dari bintang tamu yang disiapkan.



Gambar 4.15 Panitia Mempersiapkan Dan Juga Memberikan Goody Bag Kepada Army Yang Sudah Hadir

(Sumber: Grup WhatsApp Daily Army Family)

Selanjutnya divisi keamanan dimana panitia dalam divisi keamanan ini menjalankan tugasnya untuk mengamankan acara agar tetap tertib dan kondusif meskipun banyak *Army* yang pada heboh ketika konser dimulai serta membantu para *Army* mengamankan kendaraannya yang terendam banjir karena pada saat sebelum konser berlangsung sempat terjadi hujan. Bagian-bagian pada divisi-divisi tersebut terdapat suatu tingkatan kekompakan yang diciptakan oleh panitia noraebang tersebut yang kemudian mencerminkan pengaruh kesadaran kolektif bersama atau antar sesama *Army*. (Jonhson 1994).

BAB V

PENUTUP

1.1 KESIMPULAN

Berdasarkan dari analisa dan hasil data yang peneliti temukan di lapangan maka diambil kesimpulan bahwa alasan para *Army* tetap setia kepada BTS meskipun BTS sedang hiatus karena BTS tidak pernah lelah dalam menghibur *Army* lewat karya-karyanya seperti lagu-lagu BTS yang related dengan kehidupan para *Army*, dan juga BTS yang bisa mengisi hari-hari para *Army* lewat konten-kontennya, selain itu juga BTS banyak memberikan motivasi, pelajaran, dan semangat kepada *Army* seperti solider terhadap sesama *Army* dan juga peduli terhadap sesama manusia baik manusia itu seorang *Army* ataupun bukan. Solidaritas itu sendiri ditunjukkan dengan rasa kepedulian para *Army* dengan memberikan bantuan dari hasil galang dana yang dilakukan oleh para *Army* baik ketika ada event-event tertentu seperti ulang tahun member BTS ataupun bantuan untuk orang yang memang sedang membutuhkan saat itu juga meskipun tidak ada member BTS yang ulang tahun.

Sebagai bentuk tanda kasih dan kesetiaan *Army* BTS para *Army* akan selalu mendukung BTS dalam setiap event yang berhubungan dengan BTS seperti ajang penghargaan bergengsi, ataupun event yang berkolaborasi dengan BTS dan juga menstreaming lagu dan musik video BTS serta memahami keadaan dan kondisi BTS saat ini yang sedang hiatus. Dan juga Bentuk kesolidaritan *Army* terhadap sesama *Army* ditunjukkan dengan saling membagikan informasi, foto, video dan juga freebies yang dimiliki oleh *Army*, dan bentuk solidaritas *Army* kepada yang bukan

Army seperti memberikan bantuan material dan non material kepada yang membutuhkan hal tersebut dilakukan karena terinspirasi oleh BTS.

1.2 SARAN

Dari hasil penelitian ini peneliti menyadari penelitian ini masih banyak kekurangan, namun peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk dijadikan referensi dalam penelitian berikutnya yang berfokus pada loyalitas maupun solidaritas fandom k-pop.

Untuk peneliti selanjutnya pada bidang sosiologi yang ingin mengulik lebih dalam tentang tema penelitian ini diharapkan dapat menggunakan sosiologi lebih dalam lagi karena tema tentang k-pop ini sangat menarik untuk dibahas.

Bagi fandom *Army* tetaplah selalu setia kepada BTS dan mempertahankan rasa kesolidaritan seperti yang diajarkan oleh bangtan, dan juga selalu memberikan contoh yang baik penggemar atau fandom lain untuk selalu kompak dalam mendukung bias dan juga peduli terhadap sesama memandang orang tersebut dari latar belakangnya.

Bagi semua fans khususnya fans k-pop teruslah ambil hal baik dan positif dari idola kalian untuk kalian terapkan di dunia maya ataupun di dunia nyata. Dan juga tetap loyalitas dan solidaritas terhadap idola dan juga fandom kalian apapun itu kondisi dari idola dan fandom kalian, sebab kesuksesan idola dan fandom kalian itu juga atas loyalitas dan solidaritas kalian semua.

DAFTAR PUSTAKA

- Aida, Nur Rohmi. 2022. "Mengenal Apa Itu Twitter Dan Mengapa Orang Menggunakannya?" *Kompas.Com*. Retrieved (<https://www.kompas.com/tren/read/2022/03/24/200500665/mengenal-apa-itu-twitter-dan-mengapa-orang-menggunakannya?page=all>).
- Alfiana, Rika Nasida. 2020. "Cyberbullying Dalam Media Social Twitter Antara K-Pop Fandom ARMY (BTS Fans) Dan EXO-L (EXO Fans)."
- Aulia, Ivy Mahrani, and Mohamad Syahriar Sugandi. 2020. "Pengelolaan Kesan Roleplayer K-Pop Melalui Media Sosial Twitter (Studi Dramaturgi Pada Akun Twitter Fandom Di Kota Bandung)." *Epigram* 17(1):75–84. doi: 10.32722/epi.v17i1.3367.
- Beatrice, Kim. 2019. *BTS UNCOVER Fakta-Fakta Tentang BTS Yang Nggak Semua Orang Tahu*. Pertama. edited by S. Adams. Yogyakarta: HISTERIA.
- Cesara, Clarissa Maharani, and Yuliani Rachma Putri. 2021. "Analisis Gaya Hidup Penggemar Pada Fandom Kpop (Studi Pada Penggemar Wanna One Dalam Fandom Wannable Indonesia) Analysis of Fans' Lifestyle in a Kpop Fandom (Study on Wanna One Fans in Wannable Indonesia Fandom)." *EProceedings of Management* 7(3):6984–92.
- Coleman, James S. 2021. *Perilaku Kolektif: Seri Dasar-Dasar Sosial*. edited by Dariyatno. NUSAMEDIA.

- Connor, James. 2007. *The Sociology of Loyalty*. New York: Springer Science+Business Media, LLC.
- Fauziah, Rizka, and Diah Kusumawati. 2013. "Fandom K-Pop Idol Dan Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Penggunaan Media Sosial Twitter Pada Hottest Indonesia Sebagai Followers Fanbase @taeckhunID, @2PMindohottest Dan Idol Account @Khunnie0624) Rizka." *Jurnal Universitas Sebelas Maret Surakarta* 59:1–18.
- Fitri, Annisaa, and Prahastiwi Utari. 2015. "Fandom Dan Media (Analisis Isi Kualitatif Pesan Tweet Dalam Fandom Slash Pairing Wonkyu Di Twitter Pada Kalangan Shipper Di Jakarta)." 1–20.
- Ghazwani, Syarah Anira. 2019. "Fanatisme Fandom A.R.M.Y. (Adorable Representative M.C. For Youth) Terhadap *Boyband* Korea Selatan, Bangtan Sonyeondan (BTS) Di Surabaya." *Ilmu Politik Dan Komunikasi* (4):2.
- Hasbullah. 2012. "REWANG : Kearifan Lokal Dalam Membangun Solidaritas Dan Integrasi Sosial Masyarakat Di Desa Bukit Batu Kabupaten Bengkalis." *Jurnal Sosial Budaya* 9(2):231–43.
- Heryanto, Ariel. 2018. *Identitas Dan Kenikmatan Politik Budaya Layar Indonesia*. Ketiga. edited by C. M. Udiani. Jakarta: KPG (Kepustakaan Populer Gramedia).
- Jonhson, Doyle Paul. 1994. *Teori Sosiologi Klasik Dan Modern*. ketiga. edited by R. M. . Lawang. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Kusuma, Arya Aji. 2022. "Kota Jakarta Pusat Dalam Angka (2022)." 443.
- Kusumawati, Endah Nova. 2017. *Solidaritas Sosial Dalam Komunitas Reggae Di Kota Semarang*.
- Nurdin, Ismail, and Sri Hartati. 2019. *Metodologi Penelitian Sosial*. Media Sahabat Cendekia.
- Nusantari, Ekky. 2019. "Peranan Komunikasi Kelompok Dalam Menjalin Solidaritas Pada Komunitas Anak Vespa Di Kota Medan." 113.
- Perbawani, Pulung Setiosuci, and Almara Jati Nuralin. 2021. "Hubungan Parasosial Dan Perilaku Loyalitas Fans Dalam Fandom KPop Di Indonesia." *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi* 9(1):42–54. doi: 10.30656/lontar.v9i1.3056.
- Purba, Ririn, and Nuzul Sholekha. 2019. "Kesetiakawanan Fans K-Pop Di Era Digital." *Media Informasi Penelitian Kesejahteraan Sosial* 43(2):2019.
- Rifa'i, Khamdan. 2019. *Membangun Loyalitas Pelanggan*. edited by B. Suharto. Yogyakarta: Hikam Pustaka.
- Riona, Jennifer, and Nanang Krisdinanto. 2021. "Ketika Fans 'Menikahi' Idolanya: Studi Fenomenologi Tentang Loyalitas Fandom BTS." *Avant Garde* 9(1):16. doi: 10.36080/ag.v9i1.1304.
- Saidang, and Suparman. 2019. "Pola Pembentukan Solidaritas Sosial Dalam Kelompok Sosial Antara Pelajar." *Edumaspul: Jurnal Pendidikan* 3(2):122–26. doi: 10.33487/edumaspul.v3i2.140.

- Sari, Ratna Kumala. 2017. "Identitas Komunitas Army (Fandom Bangtan Boys) Suatu Kajian Subkultural Di Kota Surabaya." *Jurnal Unair* 1–16.
- Storey, John. 2018. *Cultural Studies Dan Kajian Budaya Pop*. 1st ed. edited by A. Adlin. Yogyakarta: Jalasutra.
- Sugiono. 2015. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D." (April):1–346.
- Sunarto, Kamanto. 2004. *Pengantar Sosiologi*. edited by P. Rahardja. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Syauqi, Ahmad Zufahmi. 2020. "Peran Koordinator Bonek Revolution Dalam Meningkatkan Sikap Solidaritas Kelompok Pada Anggota." *Kajian Moral Dan ...* 08:626–40.
- Time, Idm. 2022. "7 Serba-Serbi Generasi KPop, Apa Bedanya Gen 1, 2, 3, Dan 4?" *IdnTime*. Retrieved July 3, 2022 (<https://www.idntimes.com/korea/kpop/ines-sela-melia-s/serba-serbi-generasi-kpop-c1c2?page=all>).
- Umar, Husein. 2014. "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Loyalitas Pelanggan Pada Penerbangan Low Cost Carrier." *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTransLog)* 1(2):127–38.
- Veronica, Maria, and Sinta Paramita. 2019. "Eksplorasi Loyalitas Penggemar Dalam Pembelian Album K-Pop." *Koneksi* 2(2):433. doi: 10.24912/kn.v2i2.3920.

Vivi, Hariani. 2021. "Perbedaan Kesetiaan Ditinjau Dari Lamanya Menikah."

Wanodya, Jita. 2019. "Interaksi Sosial Di Media Sosial Dalam Perspektif Dramaturgi." 123.

Wedhanti, Putu Hening, and I. Gusti Ayu Diah Fridari. 2014. "Dinamika Kesetiaan Pada Kaum Gay." *Jurnal Psikologi Udayana* 1(2):363–71. doi: 10.24843/jpu.2014.v01.i02.p15.

Wendyanto, Claudia Meliana, and Lusia Savitri Setyo Utami. 2022. "Pengaruh Personal Branding Terhadap Loyalitas Penggemar (Studi Kasus Kuantitatif Pada Grup K-Pop BLACKPINK)." *Koneksi* 6(1):157. doi: 10.24912/kn.v6i1.15533.

Widyaningrum, Karina Tyas. 2018. *BTS 24/7 "Forever With Us."* edited by S. Adams. Yogyakarta: HISTERIA.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

Interview Guide

Kategori	No	Pertanyaan
Umum	1	Apa yang membuat anda menjadi suka BTS?
	2	Sejak kapan suka BTS?
	3	Siapa yang membuat anda jadi suka BTS?
		Atau Jadi <i>Army</i> lewat jalur apa?
	4	Bagaimana cara anda mendukung BTS?
	5	Siapa bias pertama anda di BTS dan juga bias anda pada saat ini?
		Dan apa yang membuat anda ngebiasin dia?
	6	Fandom <i>Army</i> dikenal khalayak umum dengan fandom yang fanatik bagaimana tanggapan anda tentang hal tersebut?
7	Apa tanggapan anda tentang hiatus nya BTS?	
Loyalitas	8	Apa yang membuat anda bertahan menjadi <i>Army</i> hingga sampai saat ini meskipun BTS hiatus dan dikabarkan akan wamil?
	9	Apa tanggapan anda ketika ada penggemar lain (non <i>Army</i>) menghina atau menjelek-jelekan BTS?

Kategori	No	Pertanyaan
		Dan apa yang anda lakukan jika ada penggemar lain (non <i>Army</i>) menghina dan menjelek-jelekan BTS?
	10	Apakah anda mengidolakan idol lain selain BTS (multifandom)?
	11	Apakah pernah membeli merchandise/album atau printilan tentang BTS?
	12	Apakah anda pernah nonton konser atau ikut event-event yang berhubungan dengan BTS?
	13	Jika bias anda atau member yang lain ketahuan dating dengan perempuan lain (yang anda suka ataupun tidak) apakah anda tetap setia dengan bias anda dan juga member BTS lainnya?
	14	Apakan anda pernah melakukan fanwar pada penggemar dari fandom lain untuk membela atau mendukung BTS?
Solidaritas	15	Apa respon atau reaksi anda ketika melihat atau bertemu dengan <i>Army</i> baru kamu kenal akan tetapi bias kalian sama?
		Dan apa yang akan anda lakukan ketika bertemu dengan <i>Army</i> untuk pertama kalinya disuatu tempat (kepada <i>Army</i> yang belum kamu kenal ataupun yang sudah kamu kenal sebelumnya)?

Kategori	No	Pertanyaan
	16	Dan Jika anda melihat atau bertemu dengan orang yang baru pertama kali jadi <i>Army</i> (<i>Army</i> baru) apa yang akan anda lakukan?
	17	Bagaimana cara kamu membangun pertemanan dengan <i>Army</i> di dunia nyata dan juga dunia maya?
	18	Jika ada <i>Army</i> yang minta share foto (non photocard) dan video BTS dengan kualitas cukup bagus yang kamu miliki apa kamu akan membagikannya?
	19	Pernah tidak kamu membagikan informasi, foto dan video yang berhubungan dengan BTS ke <i>Army</i> lain di sosial media seperti WhatsApp (grup/story), Instagram, Twitter,dll.
	20	Apakah kamu pernah membagikan photocard atau merchandise kepada <i>Army</i> lain?
	21	Bagaimana cara kamu ketika melihat <i>Army</i> lain ribut sesama <i>Army</i> dalam satu grup chat maupun diluar grup chat?
	22	Jika ada seorang <i>Army</i> atau non <i>Army</i> yang mengalami masalah dalam hal finansial, mental, ataupun bantuan lain apakah anda akan membantu? Tidak peduli dia memiliki latar belakang dari mana dan seperti apa

Lampiran 2

Transkrip Wawancara

1. Apa yang membuat anda menjadi suka BTS?

Informan 1: Yang saya sukai dari BTS adalah lagu mereka, kekompakan, kerja keras mereka.

Informan 2: Awalnya sebenarnya yang suka sama BTS tuh bukan aku tapi anakku ini, kebetulan dia kan les nari nah pada saat covid kemarin lesnya libur tuh akhirnya dia liat-liat youtube ketemu video BTS apalagi kan BTS emang narikan mereka iyaudah gara-gara liat dia (anak) nonton BTS jadi ikut-ikutan emaknya.

Informan 3: Yang pertama lagunya related, awal muncul itu kan lagu one day itu kan bener-bener enak didengar gitu jadi kaya kecanduan gitu ko enak ya jadi keterusan deh suka kepo.

Informan 4: Saya suka bts karena musiknya. Saat dengar lagunya, kok ternyata enak dan cocok sama saya. Setelah sering dengar, agak kepo sama lirik dan artinya. Saat lihat sub indonya kaget, kok relate banget sama apa yang saya rasain.

Informan 5: Awalnya lagi terpuruk bingung mau nyalurin kesenangan bagaimana terus gara-gara liat salah satu selebgram yang saya follow datang ke konser BTS terus dengar lagunya ko enak-enak terus bukalah MV boy with love aku tertarik aku ikutin dari situ aku jadi suka aku ngikutin semuanya semua konten-kontennya buat ngalihin kestresan aku sehari-hari (gara-gara cowo).

Informan 6: sebenarnya aku suka sama bts pada saat aku lulus sekolah kan waktu itu aku belum kerja jadi aku cari waktu luang coba nonton kebetulan ppas sma teman aku sering bangattuh ngsih aku video mv-mv k-pop kaya seventeen lalu aku liat tuh mv-mv terus ketemu mv DNA disitu aku langsung suka banget si.

2. Sejak kapan suka BTS?

Informan 1: Awal tahun 2014.

Informan 2: sejak 2019 akhir

Informan 3: Sejak 2020

Informan 4: Saya mulai suka bts tahun 2019 di era boy with luv

Informan 5: 2019 akhir sebelum covid-19, pada saat covid hai-hari aku diisi dengan BTS.

Informan 6: oktober 2017

3. Siapa yang membuat kamu jadi suka BTS? Atau Jadi *Army* lewat jalur apa?

Informan 1: Mungkin teman sebangku saya, karena dia yang tidak sengaja menyetel Mv debut BTS di kelas.

Informan 2: lewat jalur anak

Informan 3: Jadi awalnya kaya keracunan teman SMA terus dia sering nge-post tentang Taehyung BTS di instastory instagram, eh ko ganteng ya, lagu-lagunya juga suka dia up terus nggak lama di berkamu langsung keluar kan kepo deh tuh

langsung liat ko enak dan ganteng-ganteng juga yaudahlah jadi langsung suka sama Taehyung.

Informan 4: Yang membuat saya suka sama bts pertama kali itu kim seokjin alias jin bts. Saya suka sama dia karena menurut saya dia paling kalem raut mukanya, tinggi, terus mirip kaya tokoh protagonis di anime.

Lanjutan pernyataan informan 4: Jadi saya minta saran grup apa yang seru buat diikuti. Teman saya k-popers, saya taunya dia mulfan tapi lebih condong ke *Army*. Saat saya liat previewnya, bts gak asing buat saya. Saya tau nama groupnya, lagunya beberapa ada yg sering saya dengar, saya tau membeinya dulu hanya jungkook, v, rm, jin tapi saya nggak tau orangnya yg mana, hanya namanya saja.

Informan 5: awalnya lewat instagram yang liat story orang itu tapi lama-lama keterusan di youtube

Informan 6: suka sama k-pop gara-gara teman yang suka jejelin-jejelin k-pop gitu cuman aku biasa aja cuman tauu lagunya nggak yang kepo, nah pas yang sudah lulus itu aku nyari kesibukan soalnya gabutkan aku kerja belum yaudah aku cari kesibukan aku liat-liat aja video klip k-pop aku.

Atau Jadi *Army* lewat jalur apa?

Informan 1: Teman yang multifandom

Informan 2: lewat jalur anak

Informan 3: Jalur instagram, soalnya dari awal ngeliat BTS itu dari instagram

Informan 4: Jalur dikenalin teman. Saat agak suntuk dan cukup stress sama realita, dan agak bosan sama anime karena dimusim itu genrenya kayaknyaan yg nggak saya suka.

Lanjutan pernyataan informan 4: adi saya minta saran group apa yang seru buat diikuti. Teman saya k-popers, saya taunya dia mulfan tapi lebih condong ke *Army*. Saat saya liat previewnya, bts gak asing buat saya. Saya tau nama grupnya, lagunya beberapa ada yg sering saya dengar, saya tau membernya dulu hanya jungkook, v, rm, jin tapi saya nggak tau orangnya yg mana, hanya namanya saja.

Informan 5: awalnya lewat instagram yang liat story orang itu tapi lama-lama keterusan di youtube

Informan 6: Lewat sendiri karena aku cari sendiri mv-mvnya soalnya teman SMA aku enggak ada yang *Army*

4. Bagaimana cara kamu mendukung BTS?

Informan 1: : Mendukung mereka dengan cara streaming dan juga vote.

Informan 2: Dengan cara ngevot di setiap ajang penghargaan, mendukung setiap apa yang dilakukan oleh BTS dan juga agensi selagi itu untuk kebaikan BTS, nonton semua konten-kontennya.

Informan 3: Paling vote-vote buat mendukung lagu-lagunya di ajang award musik.

Informan 4: Saya support bangtan via media. Kaya streaming, vote, dan sejenisnya

Informan 5: Dengarin lagunya nontoinin mv-nya, beli barang-barang mereka, ngevoting.

Informan 6: pasti beli albumnya, tapi sekarang aku mulai mengurangi konsumsi album, dulu suka beli album, *lightstick*, mercendais-mercendais BTS gitu kaya slogan gitukan buang-buang duit si sebenarnya tapi gimana ya aku seneng ya terus streaming, voting.

Peneliti: Berapa album yang kamu punya kalau boleh tau?

Informan 6: Aku pokoknya stop beli album tuh pas era sebelum life goes on itu pas life goes on yang album BE itu harganya sudah mulai gila tuh nah disitu aku sudah stop beli album.

5. Siapa bias pertama kamu di BTS dan juga bias kamu pada saat ini? Dan apa yang membuat kamu ngebiasin dia?

Informan 1: : Awal suka saya menyukai jeon jungkook selaku maknae akan tetapi dengan seiringnya berjalannya waktu saya menyukai semua member BTS dikarena setiap member memiliki keunikan Atau ciri khas tersendiri yang dapat membuat kamu jatuh cinta, dan yang membuat saya ngebiasin dia mungkin tingkahnya, cara pikir, dan cerita semasa mereka training.

Informan 2: bias pertama aku di BTS suga dan saat ini tetap suga.

Informan 3: Bias pertama Taehyung dan sampai sekarang Taehyung.

Informan 4: : Bias pertama saya kim seokjin alias jin bts. Bias saya yang sekarang min yoongi alias suga. Bang jin maaf ya saya oleng ke adikmu.

Lanjutan pernyataan informan 4: Sifat mereka ber 2 agak mirip. Walaupun kalo di depan kamera yang satu pd banget dan yang satu pemalu. Tapi setelah saya ikutin

mereka aslinya mirip banget, belum lgi dulu mbtinya sama. Sama-sama intp.kalo sekarang udah berubah si suga mbtinya.

Informan 5: Bias pertama Taehyung sampai saat ini tetap Taehyung paling kadang-kadang suka oleng ke namjoon, yoongi tapi tetap balik ke Taehyung. Yang membuat tetap balik ke Taehyung karena kharismanya itu loh kaya yaudah dia tipe aku banget.

Informan 6: bias pertama jungkook, pas nonton mv DNA kan kepointuh, kalau liat bias parti yang pertama dilihat visualnyakan terus abis itu aku beralih ke Taehyung sekarang ke yoongi. Tapi di Taehyung itu lama banget makanya merc yang aku punya itu kebanyakan tentang Taehyung ke yoongi baru-baru ini si.

Peneliti: Apa yang membuat suka sama Jungkook?

Informan 6: Karena visualnya sama suaranya bagus bangetkan terus aku orangnya nggak suka kalau punya bias yang bias sejuta umat tapi aku malah pindahnya ke Taehyung sama aja.

Peneliti: Tapi yang membuat kamu oleng ke Taehyung tuh apa?

Informan 6: Dia tuh benar-benar berkarisma banget kalau perform tuh dia ekspresif banget gila itu menarik banget si, atraktiv banget jadi idol kaya gitu.

Peneliti: Terus yang membuat oleng ke yoongi?

Informan 6: Dia itu gemas banget, aku tuh paling lemah sama yang gemas-gemas gitu.

Peneliti: Yang gemas bukanya Seokjin ya?

Informan 6: Dia kan juga hyung tertua?beda, Seokjin gemes kalau lagi bertingkah, kalau yoongi dia diem napas doang aja aku yang gemes.

6. Fandom *Army* dikenal khalayak umum dengan fandom yang fanatik bagaimana tanggapan kamu tentang hal tersebut?

Informan 1: Terkait fanatik setiap idol pun pasti memiliki fans yang fanatik, saya pun tidak menutup kemungkinan bahwa fans BTS ada yang fanatik juga, tapi jika hanya dilihat satu fandom saja saya kurang setuju dengan perihal fanatik tersebut.

Informan 2: Tanggapan saya mengenai hal tersebut karena *Army* salah satu fandom terbesar dan setiap ada hal-hal yang berhubungan dengan bts *Army* selalu kompak seolah ini menjadi suatu yang berlebihan dimata non *Army* atau non k-popers.

Informan 3: Sebenarnya si kalau liat di IG tentang fandom-fandom fanatik yang terlalu lebay gitu padahal mereka member BTS nggak liat komeman kita tapi kenapa mereka terlalu lebay gitu tapi engga apa-apa si itu hak orang tapi aku nanggapinnya biasa aja si nggak julid juga.

Informan 4: Menurut saya wajar jika fanatic sama apa yang kita sukain. Itu salah satu bentuk cinta dan solidaritas.

Informan 5: sebenarnya wajar si ngefans sama orang mah wajar aja gitu, tidak fanatik juga kali ya karena sayang jadi berlebihan gitu loh. Mungkin orang-orang yang tidak tau kita tuh kaya gimana ke BTS jadi pada nge-hate.

Informan 6: sebenarnya *Army* tuh fanatik nggak tapi mereka tuh terlalu men-support biasanya aja kalau ada yang ngomong sesuatu kaya gini mereka tidak terima

tapi tidak semua orang kaya gini ya ada yang dianggap angin lalu aja, cuman ya mereka gitu benar-benar ngeprotektifin biasanya gitu jadi kalau ada yang ngejelek-jelekin yaudah langsung pada sumbu pendek.

7. Apa tanggapan kamu tentang hiatus nya BTS?

Informan 1: Saya biasa saja, dikarenakan ada fase dimana setiap idol laki-laki harus hiatus sementara dikarenakan satu dan lain hal, dan itu menurut saya wajar saja, toh mereka juga memerlukan waktu sejenak untuk istirahat dari hingar bingar dunia gemerlap bintang.

Informan 2: Tidak apa-apa mereka hiatus, yang penting mereka tetap masih ingat dan sayang dengan *Army*, dan hiatusnya mereka untuk kebaikan mereka.

Peneliti: Tapi sedih tidak pas BTS ngumumin kalau mereka bakal hiatus sebagai grup?

Informan 2: pasti sedih yah tapi mu bagaimanapun itu sudah keputusan mereka dan mereka juga bakal ada solo projek.

Peneliti: Sempet nangis tidak pada saat umumin itu?

informan 2: nangis tapi tidak sampai nangis banget cuman sedih aja sedih biasa.

Informan 3: Tanggapannya terima aja karena mungkin mereka capek kan apalagi ini hiatus ya bukan bubar, kalau hiatus kan istirahat sebentar walaupun mereka istirahat tapi banyak ko konten-knten yang di youtube gitu bighit selalu nge-up konten mereka, kaya RUN BTS atau yang lainnya dan ada solo juga malah.

Informan 4: Saya sedih banget, tapi dilain sisi juga tetap berusaha bahagia. Akhirnya mereka bisa coba hal-hal yang sebelumnya nggak mereka bisa lakuin. Mereka juga punya waktu istirahat.

Informan 5: Sebenarnya tidak apa-apa si kan mereka butuh waktu ya buat mereka ngerasain ya masa-masa muda mereka yang udah kelewat itu cuman si kadang sepi gitu karena jarang ada konten mereka.

Peneliti: Tapi pada pengumuman hiatus itu sempet nangis tidak?

Informan 5: nangis, nangis banget aku pas pengumuman itu aku nangis banget.

Informan 6: sebenarnya sedih ya sedih cuman ya nggak yang gimana-gimana gitu si, soalnya aku tau mereka capek kaya pengen butuh waktu sendiri butuh istirahat gitukan jadi nggak masalah juga si aku, nutupin kesedihannya cari kesibukan lain kaya nonton drama, aku kan kebetulan mulfandom juga jadi iyaudah gitu aja.

Peneliti: Tapi pada saat yang malam-malam itu sebis pengumuman hiatus sempat nangis tidak?

Informan 6: Aku kalau berhubungan denga BTS lemah banget sumpah dengarrin lagunya aja aku bisa nangis serius.

8. Apa yang membuat kamu bertahan menjadi *Army* hingga sampai saat ini meskipun BTS hiatus dan dikabarkan akan wamil?

Informan 1: : Saya mengikuti mereka dari awal tahun 2014 sebelum mereka menjadi sebesar sekarang, saya melihat mereka tumbuh dan berkembang, bagaimana perjuangan mereka untuk sampai pada titik ini, selain itu banyak hal

positif yang dapat diambil dari mereka seperti banyak kata motivasi, arti lagu yang luar biasa menyentuh hati, bagaimana tindakan mereka yang bisa menjadi panutan untuk fans nya seperti donasi, menjaga lingkungan, bagaimana *ARMY* membuat berbagai base untuk membantu sesama *Army* maupun kemanusiaan.

Informan 2: Karena mereka bisa menghibur *Army* meskipun kita tau mereka juga lelah, capek akan aktivitasnya tetapi mereka tidak menunjukkan itu kepada *Army*, dan juga lagu-lagu mereka juga yang related dengan kehidupan.

Informan 3: : Mungkin karena lagu-lagunya sangat related jadi nggak bosan gitu loh dan nggak bikin kita kabur juga buat ng-stan apalagi banyak konten-kontennya jugakan jadi walaupun hiatus bighit bener-bener masih ada konten loh di BTS yang terbaru apalagi ada solo nah solonya ini nih awalnya kan j-hope yang awal ngeluarin solo album dan konser juga. Kalau soal wamil susah juga ya tapikan mereka nggak seabrek semuanya langsung wamil barengan kan, nahkan kalau satu-satu bisalah yang satu wamil yang dua solo jadi kita nggak begitu kesepian yakan.

Informan 4: Big hit selaku agensi bts udah nyiapin konten yang siap dipublish dimasa yang akan datang. jadi *Army* gak perlu takut akan kesepian atau dianggurin selama masa menunggu ini. Terus juga masi banyak konten yang bisa di rewatch. Selain itu juga lagu-lagu mereka nggak lekang oleh waktu. Jadi hiatus atau wamil bukan alasan buat berhenti suka sama bts atau keluar fandom.

Informan 5: mungkin kaarena aku sayang sama mereka (BTS), mereka yang ngisi hari-hari aku.

Informan 6: pokoknya walaupun aku multifandom sebelum ke NCT kan aku sempat suka wanna one juga, ya walaupun aku banyak fandom tapi tetap aja rumah aku tuh BTS mau sebanyak apapun bias aku bakal tetap balik kemereka soalnya udah benar-benar nyaman banget sama mereka udah ngerasa klop banget gitu aku kayanya tidak sebucin itudeh sama orang lain.

Peneliti: Walaupun kamu banyak idol yang kamu suka fanatik kamu atau suka kamu tetap ke bts?

Informan 6: Tapi aku sempat ngerasa jenuh kenapa aku pindah ke NCT ya tetap aja balik ke BTS lagi. Yang membuat aku ngerasa jenuh dan beralih ke NCT karena pada saat covid aku sempet positif dan aku liat konten run BTS itu jokesnya kurang sampai gitu keaku terus aku nyari konten yang lain ketemu konten NCT.

Peneliti: Kalau misalkan BTS dikabarkan wamil, wamilkan lumayan lama hampir 2 tahun kamu tetap jadi *Army* apa tidak? I

Informan 6: yalah, sama aja kaya kemarin mereka hiatus mereka kan pada sendiri-sendiri aku tetap aja support mereka.

9. Apa tanggapan kamu ketika ada penggemar lain (non *Army*) menghina atau menjelek-jelekan BTS? Dan apa yang kamu lakukan jika ada penggemar lain (non *Army*) menghina dan menjelek-jelekan BTS?

Informan 1: : Setiap orang memiliki sudut pandang yang berbeda, selain itu para *Army* pasti tau perihal lagu my drop yang membahas perihal haters. Jadi biarkan mereka mengikuti alur saja.

Informan 2: Pasti kesel lah melihat bangtan di hina-hina atau di jelek-jelekan oleh hatters, paling yang saya lakukan ya terkadang bales hate koment hatters tapi terkadang cuek juga.

Informan 3: Pasti nggak suka ya, tapi engga terlalu bar-bar juga buat menanggapi merekamisalnya mereka terlalu bar-bar ngata-ngatain fandom kita nih kita ngebales lagi bar-bar juga itu bukan aku banget si paling kaya diemin aja biar mereka tuh seperti anjing menggonggong kafila berlalu nanti juga berhenti .

Informan 4: Yang pasti sebel. Siapa yang senang kalo kesukaan kita dijelek-jelekin sama orang? Kayanya nggak ada orang yang begitu. Begitu pula *Army*. Rasa kesel dan agak marah mah ada. Cuma saya pribadi gak pernah mau ikut fan war apalagi kalo basisnya harus pake ketikan. Nanggepin orang yang marah tanpa hal jelas itu buang-buang waktu dan hanya nguras tenaga.

Lanjutan pernyataan informan 4: Kalo di sosmed, komen negative buat bangtan yang bener-bener bikin saya kesel bakalan saya report komen atau akunnya. Kalo jelek-jelekinnya secara langsung tatap muka, saya ajak bicara baik-baik. Kalo orangnya masih nyolot juga saya tinggalin aja hahaha.

Informan 5: kalau dari jauh atau cuman liat dari internet aku bodo amat tapi kalau ketemu langsung dia ngejelek-jelekin aku pasti bakal ih tidak kaya nggak kaya pikiran kamu salah aku ngasih tau kalau BTS tuuh enggk kaya gitu

Peneliti: Kan ceritanya kita lagi ngebahas BTS terus misal ada orang disini juga langsung ngomong menghina-hina BTS kamu bagaimana kalau seperti itu?

Informan 5: Aku paasti bakal ‘apansi kamu kalau enggak tau BTS nggak usaha ngomong apa-apaan’

Informan 6: aku skip males cari ribut serius, ditwitter si banyakkkan pasti kaya antara exo-l dengan *Army* mereka sering banget cari ribu sama *Army* kan aku cuman ‘apaan si kamu urusin diri sendiri aja’ aku cuman ngomong doang tapi tidak ikutan war tidak ikut-ikutan ngejelek-jelekin mereka aku skip aja si.

10. Apakah kamu mengidolakan idol lain selain BTS (multifandom)?

Informan 1: : Saya tidak mengidolakan idol lain, saya hanya sebatas tahu nama mereka.

Informan 2: Kalau untuk mengidolakan idol lain iya tapi tidak seperti BTS, karena sama idol lain paling hanya suka lagu atau musiknya aja walaupun suka sama idol lain sukanya sama anak-anak hybe juga, seperti nanti TXT konser ke indo mau datang mau beli tiket lewat calo kalau dan harganya masih bisa di jangkau.

Informan 3: Nggak, BTS selalu

Informan 4: Ya, dulu saya suka gfriend. Tapi sekarang groupnya sudah dibubarkan. Kalo sekarang, saya suka dengar lagu group lain. Sedikit ngikutin beritanya atau kalo keluarin mv baru. Tapi kalo untuk gabung di fandomnya saya hanya di *Army* saja. Bahkan saya juga gak gabung fandomnya gfriend. Hanya jadi kaya penikmat musik dan pemantau berita biar nggak ketinggalan info

Informan 5: aku suka txt, seventeen baru-baru ini, aku multifandom tapi hybe stan.

Peneliti: Tapi kalau semacam blackpink, nct kamu nggak suka?

Informan 5: Aku cuma sekedar suka lagunya aja, mungkin beberapa lagu aku suka tapi kalau untuk diidolain nggak.

Informan 6: aku sekarang cuman BTS dan NCT

11. Apakah pernah membeli merchandais/album atau printilan tentang BTS?

Informan 1: : Pernah, seperti photo card, masker yang kolaborasi dengan BTS, bantal BT21.

Informan 2: tidak si, paling beli yang bermanfaat aja seperti boneka bt21 itu punya satu boneka mang doang karena dia (anak saya) suka sama j-hope. Paling kalau yang lain beli yang collab sama BTS yang berhubungan dengan BTS gitu kaya chatime X bt21 kalau mcd itu suami males antri jadi tidak beli.

Informan 3: Ya paling printilan, kalau merc, album atau yang mahal-mahal itu tidak pernah paling beli yang murah-murah aja.

Informan 4: Pernah membeli merchandais. Bantal bt21, shooky. Ikut war photocard bts x tokopedia juga. Untuk album belum kebeli

Informan 5: aku beli album, beli baju

Peneliti: Tapi itu official?

Lanjutan jawaban informan

Informan 5: iya official tapi bukan di weevers beli di teman yang seeperti seller.

Informan 6: pernah, album, light stick, dan lain sebagainya

12. Apakah kamu pernah nonton konser atau ikut event-event yang berhubungan dengan BTS?

Informan 1: Untuk menonton konser atau event untuk saat ini tidak, dikarenakan jadwal yang seringkali berbarengan dan saya lebih mendahulukan kepentingan pribadi. Paling kadang nonton konser online nya saja jika waktunya memungkinkan.

Informan 2: Nonton konser pernah tapi nonton secara online, kalau untuk offline m karena jauh dan biayanya juga mahal apalagi sudah punya anak itu pasti akan ribet juga. Kalau nonton konser online di wevers bukan dari link ilegal.

Informan 3: Nggak pernah nonton konser langsung, paling nonton konser nya lewat weverse kaya yang di busan kemarin kebetulan karena baru jadi *Army* jadi baru kali ini nonton konser, kalau dateng ke event-event paling sekali si yang di kokas yang ada patung logo BTS karena itu dekat.

Informan 4: belum. Pernahnya ramah tamah dengan sesama *Army*

Informan 5: kalau nonton konser online, kalau nonton offlinee belum pernah. Kalau event belum pernas si, yang kaya di kokas dan gancit itu aku nggak dateng itu aku nggak sempet waktunya. Sebenarnya pas di gancit mau dateng cuman kalau nggak ada temannya males dateng.

Peneliti: Kalau untuk nonton konser itu beli tiket wevers atau link ilegal?

Informan 5: wevers

Peneliti: kamu punya membershipnya?

Informan 5: Nggak, join sama teman

Informan 6: konser belum pernah, trakhirka itu pas BTS konser wings tour tuh april atau maret 2017 gitu dan aku nge-fans sama BTS pas oktober 2017, nah pas aku lulus SMA tidak lamakan mereka konser yang love yourself tour kan sebenarnya aku pengen nekat nonton di luar tapi belum memadai uangnya, terus aku nungguin konser yang lainnya tapi nggak ada-ada yang mampir ke negara tetangga.

Peneliti: Kalau untuk konser online nonton tidak?

Informan 6: Nonton lah, bahkan aku ajak teman-teman aku yang non *Army* buat nonton bareng.

Peneliti: Kalau dateng event-event yang berhubungan dengan BTS suka dateng tidak?

Informan 6: Kalau event sekarang udah nggak aku mageran kalau dulu semenjak pandemi itu aku event misal event Taehyung bulan ini semuanya aku ikutin, serius aku ikutin makanya card holder dirumah aku banyak banget.

13. Jika bias kamu atau member yang lain ketauan dating dengan perempuan lain (yang kamu suka ataupun tidak) apakah kamu tetap setia dengan bias kamu dan juga member BTS lainnya?

Informan 1: Jika bias kamu atau member yang lain ketauan dating dengan perempuan lain (yang kamu suka ataupun tidak) apakah kamu tetap setia dengan bias kamu dan juga member BTS lainnya?

Informan 2: Jujur pasti sedih si ngerasa sedikit kehilangan atau ditinggalkan, tapi jika itu yang terbaik buat bias atau member yang lain ya nggak apa-apa. Selagi BTS masih sayang da inget dengan *Army* selalu melibatkan *Army* dalam egiatannya ya kita sebagai fans harus selalu support, dan kegiatan kita juga beda apalgai aku sudah punya pasangan di real life jadi ya tidak apa-apa mereka dating.

Informan 3: Awalnya nggak suka lah kalau pacarnya biasanya punya pacar atau dating tapi kan bagaimana juga kita nggak punya hak untuk hubungan mereka sebagai fansnya dukung aja si walaupun sakit yah, tapi tetap setia sama bias contohnya kaya rumor Taehyung kemarin sama Jenni tetap suka sama bias.

Informan 4: Ya. Karena saya hanya fans jadi tidak bisa mengatur kehidupan mereka. Akan saya usahakan ikhlas dan tetap saya doakan yang terbaik dan semoga bahagia buat bias saya dan pasangannya. Saya juga ikut berdoa semoga bias saya dapat pasangan yang sangat amat baik, tulus, dan dapat membahagiakan bias saya.

Informan 5: aku sedih tapi nggak apa-apa, sedihlah sedih banget apalaggi cewenya yang aku nggak suka sedih si cuman nggak apa-apa itu hidup dia.

Peneliti: Tapi kamu tetap biasin dia tidak atau kamu bakal oleng gitu ke member lain yang belum dating secara bias kamu udh punya pasangan?

Informan 6: aku tetap biasin dia walaupun dia pacaran sama orang yang aku nggak suka.

Informan 6: justru dari dulu aku nunggu info mereka yang dating beneran real gitu, kaya kepengen aja gitu.

Peneleliti: Tapi kamu tetap suka atau setia dengan bias kamu tidak?

Informan 6: Iyalah, tapikan gila aku nungguin mau siapapun mereka aku nungguin mereka ada yag dating.

Peneliti: Tapi kalau mereka (BTS) dating dengan idol atau wanita yang kamu tidak suka bagaimana?

Informan 6: Kalau idol cewe yang aku hate ada si beberapa yang aku tidak suka gitu ya tidak maulah, tapi mau gimana aku terima-terima aja

14. Apakah kamu pernah melakukan fanwar pada penggemar dari fandom lain untuk membela atau mendukung BTS?

Informan 1: : Dulu sekitar 2015 saya melakukan fanwar tapi tetap dengan bahasa yang baik dan benar, saya lebih suka berbicara disertai dengan fakta yang ada, karena untuk apa berbicara tanpa adanya bukti semua perlu validasi.

Informan 2: Tidak pernah si, buat apa ikut fanwar gitu nanti juga akan hilang dengan sendirinya war tersebut.

Informan 3: Paling di kolom komentar Instagram aja si kalau ada fandom lain yang berlebihan ngejelek-jelekin BTS paling komen sekedar komen doang bukan komen yang bar-bar atau terlalu bar-bar.

Informan 4: Tidak pernah. Saya cinta damai.

Informan 5: nggak, aku orangnya kalem cari aman.

Informan 6: dari awal aku nge-stan BTS aku tidak pernah fanwar, bahkan teman SMA aku banyak yang exo-1 tidak pernah aku fanwar sama mereka malah aku sama mereka ngetawain mereka-mereka yang pada fanwar.

15. Apa respon atau reaksi kamu ketika melihat atau bertemu dengan *Army* baru kamu kenal akan tetapi bias kalian sama?

Informan 1: Berteman seeperti biasa, mengenalkan diri, berbicara perihal kegemaran masing-masing.

Informan 2: Paling ya basa basi ajak kenalan terus tanya bias nya siapa di BTS.

Informan 3: Cemburu si kaya sedih juga padahal bias juga nggak kenal kita juga, tapi ada rasa cemburu juga kenapa si kamu ko bias nya sama kaya aku kenapa nggak beda tapi karena dia orang baru jadi yaudahal yah jaim, kalau orang lama mau di obrak abrik hehe, pasti udah aku wanti-wanti awas jangan suka Taehyung jangan suka Taehyung karena ada tasa cemburu gitu lah

Informan 4: Tidak apa-apa. Member bts hanya 7, tapi *Army* ada puluhan juta. Wajar pasti ketemu dengan *Army* yang biasanya sama. Saya malah suka, karena bisa sharing photo ganteng hehehehe

Informan 5: seneng, kalau biasanya sama aku nggak apa-apa aku malah seneng malah kaya obrolannya nyambung gitu gak sih.

Informan 6: mau bias sama atau tidak sama aku seneng si

Dan apa yang akan kamu lakukan ketika bertemu dengan *Army* untuk pertama kalinya disuatu tempat (kepada *Army* yang belum kamu kenal ataupun yang sudah kamu kenal sebelumnya)?

Informan 1: : Ajak kenalan, ngobrol-ngobrol soal BTS.

Informan 2: Paling kasih tau tentang konten-konten BTS, lagu-lagu nya, ya informasi seputar BTS.

Informan 3: Awal-awal pasti kenalan kapan suka BTS, kapan jadi *Army*, kali aja kita satu alasan suka sama BTS apa karena lagunya yang enak-enak favorit kita sama dan itu sangat menyenangkan kalau kita satu rasa

Informan 4: Yang pasti langsung bertanya biasanya siapa. Lalu sisanya membahas terkait konten terbaru.

Informan 5: sapa, cari obrolan tentang BTS biar jadi akrab.

Informan 6: jujur aku anaknya introversi banget apalagi sekarang introversi banget ya aku nunggu ditegor duluan. Kalau di event biasan aku suka sok kenal sok dekat gitu.

16. Dan Jika kamu melihat atau bertemu dengan orang yang baru pertama kali jadi *Army* (*Army* baru) apa yang akan anda lakukan?

Informan 1: : Mengkenalkan ke mereka video BTS yang wajib ditonton.

Informan 2: Paling kasih tau tentang konten-konten BTS, lagu-lagu nya, ya informasi seputar BTS.

Informan 3: Merekomendasikan lagu yang menurut aku tuh enak-enak.

Informan 4: Bahas konten terbaru, atau Tanya terkait kenapa bisa suka bts

Informan 5: aku support aku kasih konten-kontennya, aku kenalin gini loh-gini loh biar dia tau lebih mendalam tentang BTS.

Informan 6: ya aku ajarin, aku kasih arahan, aku seneng aja si terus kaya nanya bias kamu siapa ko bisa suka udah baru abis itu aku kasih konten-konten.

17. Bagaimana cara kamu membangun pertemanan dengan *Army* di dunia nyata dan juga dunia maya?

Informan 1: : Bicarakan member BTS, saling share yang dimiliki perihal video BTS.

Informan 2: Paling cara membangun pertemanannya kalau ada event selalu ajakin dan kalau ada konten atau informasi tentang BTS saling berbagai atau ngasih tau seperti oh BTS tampil disini atau posting sesuatu.

Informan 3: Paling kenalan, kita klop nih satu bias kita bakal save nomer atau buat grup gitu buat nge-share foto-foto atau video-video para member gitu

Informan 4: Untuk di dunia nyata biasanya bermula dari teman sekolah, kampus, atau tempat kerja. Untuk di dunia nyata kita nggak bisa selalu membahas tentang bts karena pasti saat harus mengerjakan tugas yang nyata, otomatis bahasan tentang bts harus di berhentikan dulu dan kemudian dilanjutkan saat tugas atau kerjaan sudah selesai. Untuk *Army* di dunia maya biasanya baru mengabari atau buka obrolan apabila ada yang ingin dibicarakan atau bebrbagi informasi seputar BTS.

Informan 5: keep kontang aja, tucker-tukeran wa mungkin, instagram si pastinya instagram.

Informan 6: kan biasanya aku ditwitter kan, awalnya ditwitter kalau ada event-event nih ya ketemuan secara langsung dieventnya.

18. Jika ada *Army* yang minta share foto (non photo card) dan video BTS dengan kualitas cukup bagus yang kamu miliki apa kamu akan membagikannya?

Informan 1: Ya perihal video-video BTS dan juga foto-foto yang di dapat dari fansite.

Informan 2: Pasti kasih lah karena kita juga dapet dari orang lain masa kita tidak kasih.

Informan 3: Pasti bakal ngasih sih,

Informan 4: Tentu. Kalo saya punya, akan saya beri. Saya suka berbagi info atau konten BTS

Informan 5: aku kasih, aku malah demen sharing apalagi yang aku punya bias-biasnya mereka itu pasti aku kasih.

Informan 6: kasihlah, aku juga ngambil puunya orang

19. Pernah tidak kamu membagikan informasi, foto dan video yang berhubungan dengan BTS ke *Army* lain di sosial media seperti WhatsApp (grup/story), Instagram, Twitter,dll.

Informan 1: Ya saya sering membagikan di akun twitter, facebook dan wa.

Informan 2: Pernah, di grup whatsapp, wa story, instagram.

Informan 3: Pernah sering banget di snap wa, snap instagram, tujuannya ini loh aku punya bias, maksudnya gua punya idola ganteng bukan hanya ganteng ya tapi suaranya bagus gitu loh dan banyak prestasi-prestasi lainnya. Untuk intensitas postingannya mungkin seminggu 4-5 kali

Informan 4: Pernah dan sering. Kalau ada updatean seputar BTS saya biasanya langsung mengabari teman dekat *ARMY* saya di dunia maya

Informan 5: sering banyak kaya nya, mungkin sehari sekali psati minimal di instagram, kalau twitter paling ngeritweet.

Informan 6: aku kan seringnya main twitter jadi ya kadang kontennya aku bawa ke IG.

20. Apakah kamu pernah membagikan photo card atau merchenandise kepada *Army* lain?

Informan 1: Pernah seperti photo card.

Informan 2: Jika aku punya lebih pasti aku kasih yang kaya double gitu, tapi lebih sering ngasih yang un-official.

Informan 3: Tidak pernah, buat kita aja gitu.

Informan 4: Untuk photo yang unofficial sangat sering, untuk yang official belum pernah

Informan 5: pernah photo card.

Peneliti: Official?

Informan 4: nggak karena official aku pegang

Informan 6: yang official si tidak pernah, kalau freebies sering kalau dievent.

21. Bagaimana cara kamu ketika melihat *Army* lain ribut sesama *Army* dalam satu grup chat maupun diluar grup chat?

Informan 1: Pernah seperti photo card.

Informan 2: Ya paling nasehatin dan melerai dengan cara baik-baik bir tidak makin tambah ribut.

Informan 3: Melerai, misahin, ingetin mereka kalau kita satu fandom loh kenapa harus bertengkar walaupun kita beda bias tapikan mereka satu grup gitu di real life mereka tidak ada masalah gitu kenapa kita yang cuman fans nya ini membesarkan masalah, kalau ini perbedaan ya tidak usah terlalu bar-bar juga karena mereka tidak akan liat chat kamu.

Informan 4: Saya akan usahakan langsung melerai. Saya tidak suka keributan

Informan 5: menyudahilah kaya ngapain gitu kamu ribut-ribut buat apa kan, tapi aku anaknya lebih demen diem si kaya nggak mau ikut campur.

Informan 6: aku tidak pernah ketemu situasi kaya gitu si, maksudnya yang ngeributinnya tentang BTS ya tidak pernah paling kalau aku join GO (Group

Order) kaya buat beli photo card gitu itu baru mereka war itukan tentang foto-foto card gitukan tidak mau ikut campur si.

22. Jika ada seseorang atau non *Army* yang mengalami masalah dalam hal finansial ataupun masalah mental yang sama apakah kamu akan membantu? Tidak peduli dia memiliki latar belakang dari mana dan seperti apa

Informan 1: Perihal ini mungkin bisa menjadi pihak netral yang bisa saja mendamaikan, kita sesama fans untuk apa ribut.

Informan 2: Pasti akan bantu apalagi yang kalau membutuhkan bantuan tersebut *Army*, yang bukan *Army* aja di bantu apalagi yang *Army*, apalagi BTS juga mengajarkan dan ngasih contoh ke kita untuk saling berbagi ke sesama manusia.

Informan 3: Melerai, misahin, ingetin mereka kalau kita satu fandom loh kenapa harus bertengkar walaupun kita beda bias tapikan mereka satu grup gitu di real life mereka tidak ada masalah gitu kenapa kita yang cuman fans nya ini membesarkan masalah, kalau ini perbedaan ya tidak usah terlalu bar-bar juga karena mereka tidak akan liat chat kamu.

Informan 4: Pasti. Saya akan usahakan yang bisa saya lakukan. Saya juga dapat banyak referensi tentang cara pandang kehidupan baik atau buruk yang saya ambil dari konten maupun apa yang saya lihat dari BTS.

Informan 5: selama orangnya mau cerita sama aku aku bantu sekalipun dia bukan *Army*.

Informan 6: aku tidak pernah nemuin hal itu secara langsung si, paling biasanya ada yg ngettwit-ngettwit gitu di twitter dia lagi ngekamu ini itu ya paling aku kasih kata-kata gitu buat memotivasi dia buat ngasih suppor kedia gitu cuman ya nggak ngebantu gimana-gimana aku jujur orangnyaa tidak bisa mungkin karena aku introvert juga jadi aku tidak bisa terbuka gitu nggak bisa ngasih solusi gitu.

Lampiran 2

Loyalitas *Army* Kepada BTS

(Sumber: Twitter)

 **Adwlaide** ¹⁰
@tinylaidws

Hace tiempo dejé a bts a un lado, ya no eran mi prioridad, hoy después de tiempo he vuelto a madrugar por ellos, he sentido una paz, tanta felicidad, siento que volví a ser aquella pequeña army ilusionada de conocer a bts
I love you bts <3

[#YetToComeinBusan](#)
[#PurpleLightsForBTS](#)

Diterjemahkan dari Spanyol oleh Google

Dahulu kala aku mengesampingkan bts, mereka bukan lagi prioritasku, hari ini setelah sekian lama aku bangun pagi lagi untuk mereka, aku merasakan kedamaian, begitu banyak kebahagiaan, aku merasa bahwa aku kembali menjadi tentara kecil yang bersemangat untuk bertemu bts
Aku mencintaimu bts < 3

Tweet balasan Anda 

 **akunadia**
@nadiamaulia2

i just wanna say thank u. mungkin udah banyak juga army yang hidupnya terselamatkan lewat pesan di setiap lagu bangtan, termasuk aku. 💜
[#ThankYouBTS](#)


Terjemahkan Tweet



Tweet balasan Anda 

 **ayankjimin** @RenboJeje · 14 Jun

gimana aku bisa melewati hari hariku jika **bts hiatus**, tapi aku tetep support kalian dan aku tunggu. Padahal cuma kalian yang aku nanti dan bisa banget buat kewata disaat yang lain gak peduli. love you so much bts ot7, hatiku bener-bener hancur 💜🥺 [#hiatus](#)
[#thankyouBts](#) [#jimine](#)

Lampiran 3

Loyalitas Army Kepada BTS

(Sumber: Twitter)

 **Nadia Cahya Pramita**
@PramitaCahya

Aku baru sempat liat [#BTSFESTA2022](#) Terus aku coba pahami apa yang mereka bilang, biar aku ga salah paham. Dan bener ini keputusan terbaik mereka menurutku. Ingat! BTS akan kembali mereka cuman istirahat sebentar aja kok. Air mata aku selalu netes 🥺💜

[Terjemahkan Tweet](#)



Tweet balasan Anda

 **Dian** @Dian41379680 · 14 Jun

Padahal baru sebentar ketemu kalian, tapi GPP aku akan tunggu semoga kalian tetep bahagia, terimakasih telah menjadi tempat pulang ke2 saat dunia ku sedang becaanda [#thankyouBts](#) [#BTSFESTA2022](#)



 **Vjdiaa29** @Viasilvia_29 · 15 Jun

[#THANKYOUBTS](#)



Yoo Rachel @tae... · 54 menit

Gemeteran tiap ada notif BIGHIT karna tau bakal begini tapi sejujurnya aku lega. Mereka akhirnya gak digantung, gak jadi bolak balik wamil dan manggung juga 🥲 mereka akhirnya bisa bebas dari segala hujatan yang bukan salah mereka. Dimulai dari **seokjin**, terus lanjut ke yang lain.

BIGHIT MUSIC CONFIRMS BTS TO FULFILL MANDATORY MILITARY SERVICE

BIGHIT MUSIC is proud to announce today that the members of BTS are currently moving forward with plans to fulfill their military service, after the phenomenal concert to support Busan's bid for the World Expo 2030, and as each individual member's on solo endeavors, it's the perfect time and the members of BTS are honored to serve.

Since the creation of BTS over ten years ago, the band has risen to international success, broken records, and catapulted K-Pop into the global stratosphere. BIGHIT MUSIC has focused to the milestone moment when it would be possible to respect the needs of the country and for these healthy young men to serve with their countrymen, and that's now. Group member Jin will initiate the process as soon as his schedule for his solo release is concluded at the end of October. He will then follow the enlistment procedure of the Korean government. Other members of the group plan to carry out their military service based on their own individual plans. Both the company and the members of BTS are looking forward to reconvening as a group again around 2025 following their service commitment.

With the release of their first anthology album earlier this year it opened the path to allow the members to take some time to explore individual projects. As part of the HYBE family, we support and encourage our artists and are beyond proud that they will each now have time to explore their unique interests and do their duty by being of service to the country they call home.

"Yet To Come (The Most Beautiful Moment)" is more than a track from their latest album, it's a promise, there's much more yet to come in the years ahead from BTS.



Lampiran 4

Bentuk Dukungan Kepada BTS Dalam Acara Award Musik

(Sumber: Twitter)

 **gege jimtober** @mincehaa · 1 jam

BTS MENANG DAESANG!! Dan ini jadi tahun kelima mereka menang Daesang di TMA berturut2 🥳 ngak ada kata yg lebih pantas selain bangga buat kalian, makasih kerja kerasnya 🥰

Denger suara army teriak **BTS BTS BTS** merinding banget 🥳🥳
CONGRATULATIONS KINGS



38rb tampilan · Dari 밤밤 🍷 BTS7

🗨️ 13 🔄 616 ❤️ 2.372 📎

 **je~** @gjsbgtl · 3 jam

Congratulations Kim Seokjin memenangkan kategori "FANNS CHOICE INDIVIDUAL" at 2022 The Fact Music Awards.

🗨️ 🔄 📎

 **je~** @gjsbgtl · 3 jam

Congratulations Kim Seokjin memenangkan kategori "FANNS CHOICE INDIVIDUAL" at 2022 The Fact Music Awards.

Mau heran tp mereka bangtan pake acara digendong segala 🥳

BTS BTS BTS
JIN FIRST TMA AWARD
[#BTSONTMA2022](#)



0:14

55rb tampilan

🗨️ 79 🔄 2.216 ❤️ 7.838 📎

Lampiran 5

Event Noraebang Konser BTS YTC In Busan Yang Diadakan Oleh Army
(Sumber: grup WhatsApp Daily Army Family)



Lampiran 6

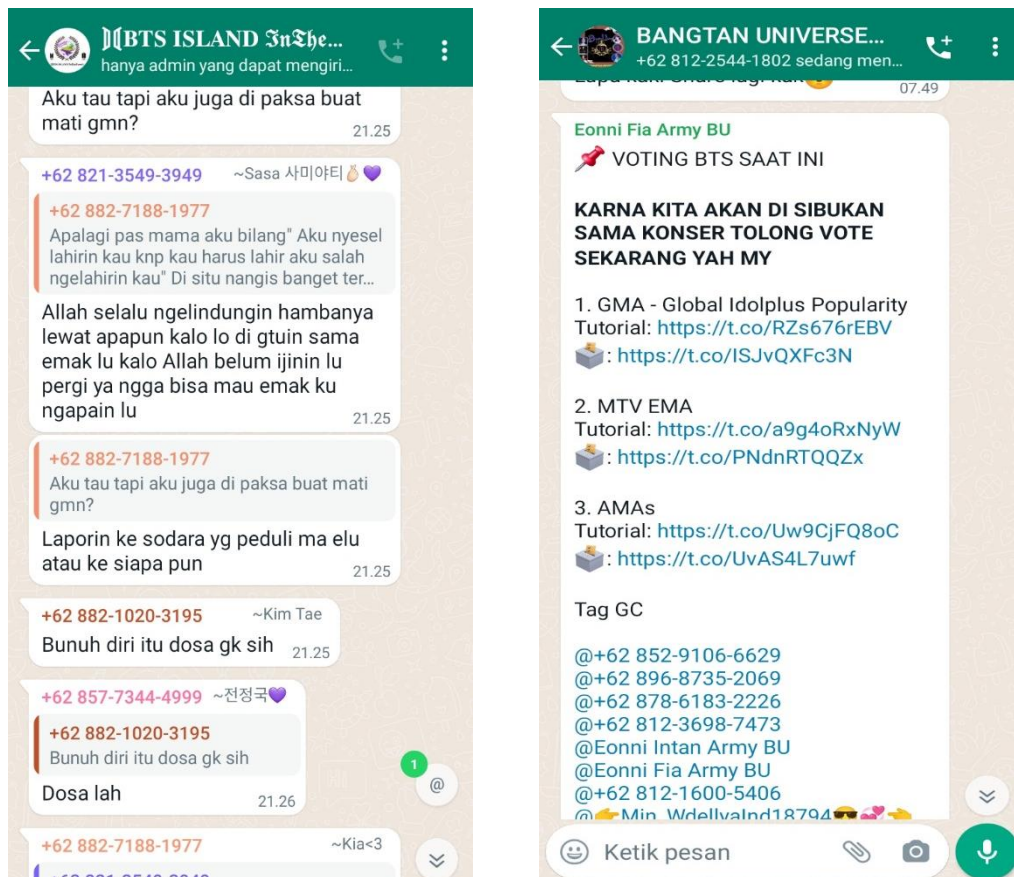
Contoh Freebies Yang Diberikan *Army* Kepada *Army* / Orang Yang Ditemui Di
Event Berupa Photo Card
(Sumber: Dokumentasi)



Lampiran 7

Bentuk Solidaritas Antar Sesama Army

(Sumber: Grup WhatsApp BTS Island dan Bangtan Universe)



Lampiran 8

Bentuk Solidaritas Antar Sesama *Army* Ataupun Yang Bukan *Army*

(Sumber: Twitter dan Instagram)

Light Army Malang
@Lightarmymalang

Tahlil dan Nyelawat bersama di Stadion Kanjuruhan bersama Army Malang

Hari : Jumat, 7 Oktober 2022
Tikum : Stasiun Balai Kota Malang
Agenda : Membagikan Snack & Minuman serta berdoa bersama di Std Kanjuruhan

Untuk teman-teman yg ingin nyelawat bersama kami tunggu di tikum ya

[Terjemahkan Tweet](#)



Tweet balasan Anda

PORTAL INFO DONASI BTS ... · 5 jam · [CHARITY]

Jimin birthday project for **Kanjuruhan**

Halo **ARMY**, utk merayakan hari ulang tahun **JIMIN** mari kita saling membantu sesama untuk korban **kanjuruhan** dengan cara berdonasi kepada anak yatim piatu yang orang tuanya menjadi korban **Kanjuruhan**




1 200 383

[Tampilkan utas ini](#)

btsarmyina.project dan kitabisacom


Uitah JK & RM Berbagi Foodtruck Gratis

Ngerayain ultah maknae dan leader kita, kita meluncurkan **food truck** untuk warga Kampung Pemulung ke 3 titik wilayah: Bantar Gebang, Tangerang & Menteng Atas. Ini semua berkat **1655** orang baik!



Uitah Jimin, Bantu Fasilitas Belajar Anak Kampung Pemulung

Kemarin donasi ultah 'Baby Mochi' sejumlah **Rp 33.339.267** dari **1098** orang baik sudah disalurkan untuk anak-anak Kampung Pemulung Kebagusan, Jati Padang & Ragunan!



Untuk info dan sumber informasi tentang COVID-19, kunjungi Pusat Informasi COVID-19.

Lampiran 9

Persiapan Untuk Berbagi Makanan Dijalan Untuk Yang Membutuhkan

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

