

***CELEBRITY WORSHIP* PENGGEMAR BTS**
(STUDI FENOMENOLOGI PADA PERILAKU REMAJA
PENGGEMAR BTS DI SIDOARJO)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Islam Negeri
Sunan Ampel Surabaya untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Psikologi (S.Psi)



Zummatul Atiqo

NIM. J71218072

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA

2022

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “*Celebrity Worship* Penggemar BTS (Studi Fenomenologi pada Perilaku Remaja Penggemar BTS di Sidoarjo)” merupakan karya asli yang diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Sepanjang sepengetahuan saya dalam karya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Surabaya, 20 Oktober 2022

Peneliti



Zummatul Atiqo

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

CELEBRITY WORSHIP PENGGEMAR K-POP

(STUDI FENOMENOLOGI PADA PERILAKU REMAJA PENGGEMAR K-POP DI
SIDOARJO)

Oleh:

Zummatul Atiqo

NIM. J71218072

Telah disetujui untuk diajukan pada Sidang Ujian Skripsi

Surabaya, 20 Oktober 2022

Dosen Pembimbing



Hj. Tatik Mukhoyyaroh, S.Psi., M.Si

NIP. 197605112009122002

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

CELEBRITY WORSHIP PENGGEMAR BTS

**(STUDI FENOMENOLOGI PADA PERILAKU REMAJA PENGGEMAR BTS DI
SIDOARJO)**

Disusun Oleh:

Zummatul Atiqo

NIM. J71218072

Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji

Pada Tanggal 26 Oktober 2022

Mengetahui,

Dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan



Prof. Dr. Abdul Muhid, M.Si
NIP. 197502052003121002

Susunan Tim Penguji
Penguji I

Hj. Tatik Mukhoyyaroh, S.Psi, M.Si
NIP. 197605112009122002

Penguji II,

Rizma Fithri, S.Psi, M.Si
NIP. 197403121999032001
Penguji III,

Prof. Dr. Abdul Muhid, M.Si
NIP. 197502052003121002

Penguji IV,

Funsu Andjarna, M.Kes
NIP. 198710142014032002

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Zummatul Atiqo
NIM : J71218072
Fakultas/Jurusan : Fakultas Psikologi dan Kesehatan/Psikologi
E-mail address : j71218072@uinsby.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Celebrity Worship Penggemar BTS (Studi Fenomenologi pada Perilaku Penggemar BTS di Sidoarjo)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 1 November 2022

Penulis

(Zummatul Atiqo)

nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Korean Pop atau disebut *K-Pop* mendominasi pasar musik Internasional termasuk Indonesia. Perkembangan *K-Pop* membawa dampak bagi masyarakat khususnya remaja. Informan dalam penelitian ini adalah remaja penggemar BTS khususnya penggemar BTS yang berdomisili di Sidoarjo. Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dinamika terbentuknya perilaku *celebrity worship* pada remaja penggemar BTS di Sidoarjo ditinjau dari dimensi *celebrity worship* dan dampak. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa keempat informan menunjukkan perilaku yang berbeda pada masing-masing dimensi *entertainment-social*, *intense personal feeling*, dan *borderline-pathological tendency*.

Kata Kunci: *celebrity worship*, *penggemar BTS*, *remaja*



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

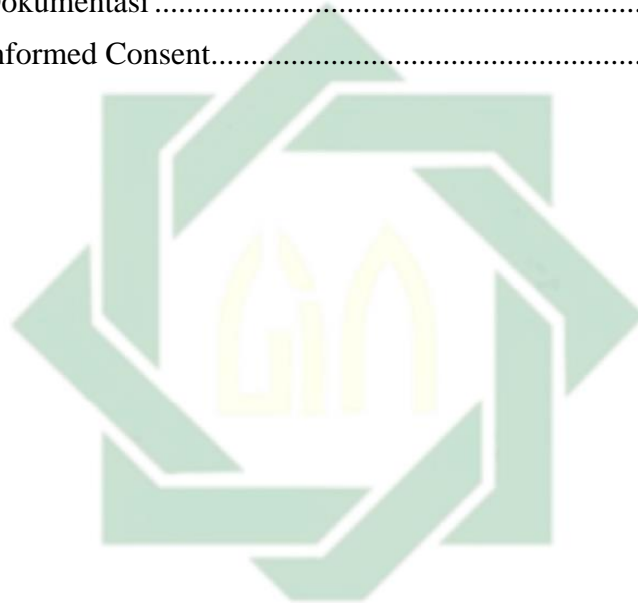
| | |
|--|-----|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI..... | iv |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN..... | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| ABSTRAK | ix |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Fokus Penelitian | 6 |
| C. Keaslian Penelitian..... | 6 |
| D. Tujuan Penelitian..... | 10 |
| E. Manfaat Penelitian..... | 11 |
| F. Sistematika Pembahasan | 12 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 13 |
| A. Celebrity Worship | 13 |
| 1. Pengertian <i>Celebrity Worship</i> | 13 |
| 2. Dimensi <i>Celebrity Worship</i> | 14 |
| 3. Faktor <i>Celebrity Worship</i> | 17 |
| 4. Dampak <i>Celebrity Worship</i> | 18 |
| B. Remaja..... | 19 |
| 1. Pengertian Remaja..... | 19 |
| 2. Batasan Usia Remaja..... | 20 |
| 3. Ciri-ciri Masa Remaja | 21 |

| | | |
|--|---|----|
| C. | Perilaku <i>Celebrity Worship</i> pada Remaja Penggemar BTS | 23 |
| D. | Kerangka Teoritik..... | 26 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | | 28 |
| A. | Pendekatan dan Jenis Penelitian..... | 28 |
| B. | Kehadiran Peneliti | 28 |
| C. | Lokasi Penelitian | 29 |
| D. | Sumber Data | 30 |
| E. | Prosedur Pengumpulan Data | 31 |
| F. | Analisis Data | 32 |
| G. | Keabsahan Data..... | 34 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | | 35 |
| A. | <i>Setting</i> Penelitian..... | 35 |
| B. | Hasil Penelitian..... | 40 |
| 1. | Deskripsi Temuan Penelitian..... | 40 |
| 2. | Analisis..... | 66 |
| C. | Pembahasan..... | 74 |
| BAB V PENUTUP..... | | 86 |
| A. | Kesimpulan..... | 86 |
| B. | Saran..... | 87 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 88 |

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| LAMPIRAN..... | 92 |
| Lampiran 1 Panduan Wawancara dan Observasi | 92 |
| Lampiran 2 Panduan Wawancara <i>Significant Other</i> | 94 |
| Lampiran 3 Transkrip Wawancara | 95 |
| Lampiran 4 Observasi..... | 143 |
| Lampiran 5 Dokumentasi | 147 |
| Lampiran 6 Informed Consent..... | 151 |



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Fenomena *pop culture* melanda berbagai negara terutama negara-negara yang di Asia yaitu Korea Selatan yang biasanya disebut dengan *Hallyu/Korean wave*. Dalam *Korean wave*, masyarakat dikenalkan dengan budaya-budaya Korea Selatan, seperti musik, drama, film, makanan dan *trend fashion*. Dari sekian banyak budaya yang dikenalkan, budaya musik Korea Selatan lebih mendominasi dan populer yang biasa dikenal dengan sebutan *K-Pop* (Putri et al., 2019). Musik *K-Pop* telah mendominasi pasar internasional termasuk Indonesia. Perkembangan musik *K-Pop* di Indonesia membawa dampak bagi masyarakat khususnya remaja, dimana banyak remaja mengaku menjadi *fans* selebriti asal Korea Selatan tersebut (KOCIS, 2011).

Di tahun 2019, Indonesia berada di peringkat ketiga setelah Thailand dan Korea Selatan. Namun pada tahun 2020, melalui laman www.kompas.com *Twitter* mengumumkan daftar negara yang paling banyak *men-tweet* terkait artis *K-Pop* sepanjang tahun 2020 dan Indonesia berada di peringkat kesatu negara yang memiliki penggemar *K-Pop* terbesar. Dilansir melalui laman www.cnnindonesia.com, pada tahun 2021 data *Internal Twitter* merilis negara yang memiliki penggemar *K-Pop*

terbanyak adalah Indonesia, Jepang dan Filipina. Hal ini menunjukkan bahwa semakin bertambah banyak penggemar *K-Pop* di Indonesia.

Fans merupakan sebutan lain dari seorang penggemar yang mendedikasikan dirinya untuk mendukung, mengikuti gaya dan kepribadian selebriti. Larson (1995) menyatakan bahwa perilaku remaja dipengaruhi karena adanya ikatan antara penggemar dengan idola serta nilai-nilai idola. Banyak penggemar ingin seperti selebriti Korea dan histeris ketika melihat aksi *boyband/girlband* Korea. Kebanyakan orang menganggap penggemar *K-Pop* selalu memiliki sikap berlebihan, histeris, obsesif, adiktif hingga konsumtif ketika membeli *merchandise* idola maupun melihat konser idolanya hingga ke negara mana pun (Sarajwati, 2020).

Dalam psikologi, fenomena menggemari idola yang berasal dari kalangan selebritis disebut dengan *celebrity worship*. Perilaku *celebrity worship* yang paling sering ditemui adalah penggemar merasa memiliki ikatan dengan idola sehingga rela melakukan hal apapun supaya menjadi dekat dengan idolanya. Hubungan satu arah ini dapat menyebabkan penggemar mengalami krisis identitas diri, karena masa remaja merupakan masa pembentukan identitas diri yang sangat diperlukan demi masa depan penggemar itu sendiri (Sari et al., 2019). Dilansir dari detik.com, penggemar *K-Pop* asal Indonesia melakukan percobaan bunuh diri setelah histeris mendengar berita bahwa idolanya sudah tiada. Dalam akun *Twitter*-nya, perempuan ini mengatakan dia semakin berduka setelah meninggalnya

idolanya dan terlebih lagi ayah dan ibunya juga sudah tiada (Wolipop, 2020).

Penggemar *K-Pop* memiliki cara dan perilaku yang berbeda dalam mengidolakan idola mereka. Aktifitas pengidolaan yang dilakukan penggemar dapat berupa mendengarkan musik, menonton *variety show*, membeli hingga mengoleksi album fisik dan *photocard* (Gumelar et al., 2021). Seperti yang dilakukan AD yang berusia 19 tahun, menyukai *K-Pop* sejak tahun 2012 dan di tahun 2013 AD aktif menjadi penggemar idol *K-Pop* BTS. Selama 10 tahun AD melakukan aktifitas pengidolaan sebagai bentuk dukungan kepada idolanya. Sedangkan QA berusia 17 tahun menyukai BTS sejak tahun 2018.

AD melakukan aktifitas pengidolaan dengan mengoleksi album fisik BTS dan mengikuti kegiatan yang diadakan oleh *fanbase* ARMY Sidoarjo. QA juga melakukan aktifitas pengidolaan yang sama dengan AD yakni mengoleksi album fisik, namun diusia QA yang masih duduk dibangku SMA, ia sudah mengoleksi dan membeli album fisik BTS yang terbilang mahal. Dilansir dari blibli.com harga album fisik BTS mulai dari Rp257,000 hingga Rp748,000.

NT berusia 19 tahun menyukai idol *K-Pop* BTS sejak tahun 2017. Selain melakukan aktifitas pengidolaan, NT juga memiliki *Group Order* (GO) yang mengurus langsung pembelian *merchandise* BTS seperti album fisik BTS, tiket konser *offline* maupun *online*, dan *light stick* ARMY

BOMB. AA berusia 16 tahun mengetahui *K-Pop* sejak duduk dibangku Taman Kanak-kanak (TK) karena diberitahu oleh kakaknya. AA aktif menjadi ARMY pada tahun 2018, AA mengaku belum bisa membeli *merchandise* BTS karena harganya yang mahal. Namun, diusianya yang masih 16 tahun, AA sudah aktif menjadi admin *fanbase* ARMY Sidoarjo dan berhasil menyelenggarakan kegiatan-kegiatan dengan para penggemar yang berdomisili di Sidoarjo.

Fanbase ARMY Sidoarjo dibentuk pada tahun 2018 yang anggotanya berasal dari kota Sidoarjo dan memiliki kurang lebih 100 anggota ARMY dengan 10 admin yang mengurus kegiatan *fanbase*. Komunitas ini dibentuk sebagai wadah untuk saling berbagi informasi tentang idola mereka yaitu BTS. Acara-acara rutin diselenggarakan oleh komunitas ARMY Sidoarjo diantaranya adalah *project* ulang tahun BTS dan anggota dari BTS, kumpul-kumpul (*gathering*), mengadakan acara donasi dan amal.

ARMY (*Adorable Representative M.C for Youth*) merupakan *fandom* pendukung grup yang naik daun yaitu BTS (*Bangtan Sonyeondan*). Dilansir dari laman www.kapanlagi.com ARMY tercatat sebagai *fandom* terbesar di dunia serta berhasil mendapatkan penghargaan sebagai *Best Fandom* pada ajang penghargaan *iHeart Radio Music Award 2021*. Dalam laman <https://www.btsarmycensus.com/> tercatat bahwa sebanyak 50% penggemar BTS berasal dari kalangan remaja dan Indonesia berada di peringkat pertama dengan presentase 20,08% disusul negara Mexico

dengan presentase 10,63%. Semakin marak fenomena penggemar *K-Pop*, diikuti dengan perilaku dan cara penggemar yang berbeda-beda dalam mengidolakan selebriti.

Celebrity worship menjadi penting bagi penggemar *K-Pop* khususnya pada kalangan remaja yang masih berfokus pada kegiatan akademisnya agar dapat mengontrol diri dan tidak terlalu obsesif dalam mendukung idolanya. Salah satu karakteristik dari remaja adalah pembentukan identitas, kurangnya perhatian dari orang tua dapat menjadi penyebab remaja mencari kepuasan lain dengan mengidolakan serta menjadikan selebriti sebagai *role model*nya, maka diperlukan pengawasan dari orang tua untuk menghindari timbulnya perilaku *celebrity worship* yang berlebihan (Made & Wulansari, 2020).

Penggemar *K-Pop* dari kalangan remaja juga cenderung memiliki keinginan mengoleksi *merchandise* serta berlebihan dalam membeli, sikap berlebihan tersebut termasuk dalam perilaku konsumtif. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Emmanuella (2020) tentang pengaruh *celebrity worship* terhadap *attitude toward brand* dan *purchase intention* pada *endorsement group* BTS, menemukan hasil bahwa *celebrity worship* memiliki pengaruh signifikan terhadap *attitude toward brand* dan *purchase intention*. Promosi produk tersebut menyebabkan penggemar memiliki keputusan membeli produk hanya karena *group* BTS yang menjadi bintang iklan. Perilaku konsumtif terjadi karena rendahnya kontrol diri yang dimiliki penggemar di usia remaja, akibatnya mereka tidak dapat

mengendalikan dirinya dalam melakukan aktifitas pengidolaan (Lestarina et al., 2017). Sehingga diharapkan remaja memiliki kontrol diri yang kuat agar dapat mengendalikan diri dan terhindar dari perilaku *celebrity worship*.

Dari latar belakang masalah yang dipaparkan, maka peneliti ingin mengetahui bagaimana dinamika terbentuknya perilaku *celebrity worship* pada remaja penggemar BTS yang berdomisili di Sidoarjo.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka fokus penelitian ini difokuskan pada bagaimana dinamika terbentuknya perilaku *celebrity worship* pada remaja penggemar BTS di Sidoarjo dilihat dari dimensi-dimensi *celebrity worship*, yakni *entertainment-social*, *intense personal feeling*, *borderline-pathological tendency*.

C. Keaslian Penelitian

Keaslian penelitian ini didasarkan pada beberapa penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki karakteristik sama terhadap tema penelitian, walaupun terdapat perbedaan pada subjek, metode dan posisi variabel. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Cahyani & Purnamasari (2019) berjudul "*Celebrity worship on early adult K-Pop fangirling*". Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga subjek menyukai idolanya karena karya, kemampuan dan bakat yang dimiliki dapat menginspirasi hidup. *Fans* rela melakukan kegiatan *voting* agar idolanya mendapatkan penghargaan musik bergengsi dan bersedia membeli album dan *merchandise* yang identik

dengan idolanya. Penelitian selanjutnya berjudul “*Celebrity worship* pada dewasa awal penggemar *K-Pop* di Palembang” oleh Lestari et al (2021), Hasil penelitian ini menunjukkan gambaran *celebrity worship* dari subjek yang menampilkan perilaku obsesi kecintaan dan pemujaan irasional terhadap idola *K-Pop*.

Penelitian yang dilakukan Ayu (2020) berjudul “Gambaran *celebrity worship* pada penggemar *K-Pop*” menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi *celebrity worship* adalah usia, keterampilan sosial dan jenis kelamin. Remaja yang mengalami *celebrity worship* akan berdampak pada kehidupannya, namun tidak semua remaja mengalami dampak tersebut. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Nurhaliza et al (2021) berjudul “Halu dan Impian *Future Boyfriend*: Studi Perilaku Siswi Penggemar *K-Pop* Pria di SMA Negeri 5 Bandung” menunjukkan bahwa secara umum siswi SMA Negeri 5 Semarang mengidolakan idol dengan sewajarnya, tidak terdapat perbedaan signifikan level ‘halu’ pada siswi kelas X, XI, dan XII. Level ‘halu’ berpengaruh 16% terhadap kesesuaian *future boyfriend*.

Penelitian yang dilakukan Sari et al (2019) berjudul “Hubungan *Celebrity Worship* dengan Identitas Diri Remaja Penggemar *K-Pop*”, menunjukkan hasil korelasi nilai $p = 0.837$ yang menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara *celebrity worship* dengan identitas diri remaja penggemar *K-Pop*. Lalu *celebrity worship* pada kategori sedang sebanyak 64 responden, kategori tinggi sebanyak 15 responden, dan kategori rendah sebanyak 1 responden. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Laksono &

Noer (2021) berjudul “Idolaku, Sumber *Intimacy*-ku: Dinamika *Celebrity Worship* dan Tugas Perkembangan Dewasa Awal”, menunjukkan hasil bahwa dinamika *celebrity worship* sangat terlihat dalam aspek hubungan sosial, *celebrity worship* menjadi alat yang mampu membantu subjek dalam memenuhi tugas perkembangan. Namun, dalam tingkat tinggi, *celebrity worship* justru dapat menghambat dewasa awal untuk mencapai tugas perkembangan yang disebabkan adanya fantasi yang berlebihan.

Penelitian yang dilakukan Emmanuella (2020) berjudul “Pengaruh *Celebrity Worship* terhadap *Attitude Toward Brand* dan *Purchase Intention*: Studi *Endorsement Boy Group* BTS Dikalangan Mahasiswi Kristen Petra” menemukan hasil bahwa *celebrity worship* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Attitude Toward Brand* dan *Purchase Intention* pada penggemar grup *K-Pop* BTS. Penelitian selanjutnya berjudul “Perilaku *Celebrity Worship* pada Anggota *Fandom EXO-L* di Bandung” oleh Arundati et al (2019). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku *fans K-Pop* mengacu pada setiap komponen dari perilaku *celebrity worship*, yang dimana terdapat beberapa faktor, aspek dan tahap yang mendukung perilaku pemujaan ini muncul.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Safithri et al (2020) berjudul “*Quality of Life of Adolescent (Korean Pop Fans)*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *celebrity worship* pada remaja penggemar *korean pop* memiliki kualitas hidup yang relatif baik (M=50.98-65.24) di setiap dimensi, seperti kesehatan fisik, psikologis, hubungan sosial, dan

lingkungan. Penelitian yang dilakukan Benu (2019) yang berjudul “Perilaku *Celebrity Worship* pada Remaja Perempuan” menunjukkan hasil bahwa adanya dampak negatif dan positif dari perilaku *celebrity worship* bagi kehidupan remaja.

Penelitian selanjutnya berjudul “Hubungan Antara Konsep Diri dengan *Celebrity Worship* pada Remaja Pecinta Korea di Manado ditinjau dari Jenis Kelamin” oleh Mandas et al (2019) menunjukkan hasil analisis korelasi *product moment* terdapat hubungan negatif yang sangat signifikan antara konsep diri dan *celebrity worship* ($r_{xy} = -0,771$ pada $p = 0,000$). Analisis data dengan uji mann-whitney menunjukkan tidak ada perbedaan *celebrity worship* antara perempuan dan laki-laki ($Z = -0,157$ pada $p = 0,876$). Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Lestari & Nugrahawati (2022) berjudul “Pengaruh Religiusitas terhadap *Celebrity Worship* pada Dewasa Awal Penggemar *K-Pop* Fandom NCTzen” menunjukkan hasil bahwa religiusitas memiliki pengaruh terhadap *celebrity worship* sebesar 5%, sedangkan 95% disebabkan faktor lain. Religiusitas di fandom NCTzen memiliki kategori tinggi dan *celebrity worship* pada fandom NCTzen berada di tingkat rendah atau pada tingkat *entertainment-social* dengan presentase 91,6%.

Penelitian berikutnya dilakukan Darfiyanti dan Putra (2012) berjudul “Pemujaan terhadap Idola Pop sebagai dasar *Intimate Relationship* pada Dewasa Awal: sebuah studi kasus” menunjukkan bahwa partisipan berada pada setiap dimensi *celebrity worship* yakni *entertainment social*,

intense personal feeling, dan *borderline-pathological tendency*. Penggemar melakukan pengorbanan waktu dan tenaga untuk mencari informasi terbaru dan mengimajinasikan sosok idola sebagai pasangan mereka, hasil penelitian adalah semakin tinggi tingkat *celebrity worship* yang dilakukan, maka semakin tinggi pula rasa keterlibatan penggemar terhadap idolanya. Penelitian selanjutnya oleh Widjaja dan Ali (2015) berjudul “Gambaran *Celebrity Worship* pada Dewasa Awal di Jakarta” penelitian kuantitatif deskriptif ini menunjukkan bahwa dari 34% (85 orang) termasuk dalam level *Entertainment social*, 34.8% (87 orang) termasuk dalam level *Intense personal*, dan 31.2% (78 orang) termasuk dalam level *Borderline pathological*. Hal tersebut menunjukkan bahwa dewasa awal di Jakarta masih melakukan pemujaan idola.

Berdasarkan uraian di atas, terdapat perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti. Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan subjek remaja dengan kriteria-kriteria yang telah ditentukan seperti batasan umur dan berdomisili di Sidoarjo. Perbedaan selanjutnya terdapat pada metode penelitian, kebanyakan penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk melihat hubungan dan pengaruh *celebrity worship*.

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dinamika perilaku *celebrity worship* pada remaja penggemar BTS di Sidoarjo dilihat dari

dimensi-dimensi *celebrity worship*, yakni *entertainment-social*, *intense personal feeling*, *borderline-pathological tendency*.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan penelitian ini memberikan kontribusi ilmiah dalam perkembangan ilmu psikologi khususnya memberikan contoh dan dinamika terbentuknya perilaku *celebrity worship* pada remaja penggemar *K-Pop* khususnya penggemar BTS.

2. Manfaat praktis

a. Bagi remaja

Remaja sebagai subjek penelitian khususnya penggemar *K-Pop* khususnya penggemar BTS, diharapkan dapat memperoleh pengalaman langsung mengenai dinamika terbentuknya perilaku *celebrity worship* sehingga dapat membantu mencegah dan mengurangi perilaku *celebrity worship*.

b. Bagi peneliti lain

Diharapkan menjadi salah satu sumber informasi bagi peneliti lain yang akan meneliti di bidang psikologi yang berkaitan dengan perilaku *celebrity worship* pada remaja penggemar *K-Pop* khususnya penggemar BTS.

F. Sistematika Pembahasan

Laporan penelitian ini disusun dengan sistematis agar sesuai dan terarah dengan kajian yang diteliti. Penyusunan laporan penelitian ini disusun dalam lima bab, yaitu:

Bab I membahas mengenai pendahuluan yang meliputi: latar belakang masalah, fokus penelitian, keaslian penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II membahas mengenai kajian pustaka terhadap beberapa teori yang akan menjadi landasan diantaranya adalah teori *celebrity worship*, teori remaja, dan kerangka teoritik.

Bab III membahas mengenai metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, kehadiran peneliti, lokasi penelitian, sumber data, prosedur pengumpulan data, analisis data dan pengecekan keabsahan data.

Bab IV membahas mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan. Pada bab ini berisi *setting* penelitian, hasil penelitian yang berupa deskripsi temuan penelitian serta pembahasan.

Bab V merupakan bab penutup yang menyimpulkan hasil dari penelitian dan saran.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Celebrity Worship

1. Pengertian *Celebrity Worship*

Celebrity worship merupakan kondisi dimana individu menjadi terobsesi dengan selebriti dan menjadi tertarik dengan kehidupan pribadi selebriti tersebut (Lynn et al., 2002). Chapman (dalam Sunarmi, 2015) menyatakan *Celebrity worship* adalah sebuah sindrom perilaku obsesif adiktif terhadap artis dan segala sesuatu yang berhubungan dengan idolanya. Anderson (dalam Benu et al., 2019) mendefinisikan *celebrity worship* sebagai bentuk pemujaan terhadap sosok idola dan penggemar secara berlebihan tertarik dan terpicat pada ketertarikan idola.

Celebrity worship digambarkan sebagai perilaku obsesif penggemar terhadap idolanya dan penggemar akan berusaha terlibat dengan kehidupan pribadi idola (Maltby et al., 2003). Menurut Brown (dalam Brooks, 2018) *celebrity worship* di definisikan sebagai bentuk keterikatan antara penggemar yang menjadikannya fokus utama hidup mereka, dan ditandai dengan kesetiaan untuk memberikan waktu dan keuangan untuk idola.

Selebriti merupakan tokoh yang dikenal masyarakat dan dijadikan panutan karena prestasinya di bidang musik, akting maupun

olahraga (Shimp, 2003). *Worship* merupakan sebutan untuk rasa ketertarikan yang kuat dan dapat menyebabkan penggemar yang berhubungan dengan idola mencoba untuk bertemu dengan idolanya secara langsung (Raviv & Horin, 1995).

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa *celebrity worship* merupakan perilaku obsesif penggemar terhadap idola yang menyebabkan penggemar merasa memiliki hubungan dan tertarik dengan kehidupan pribadi idola. Hal inilah yang dapat menyebabkan semakin tinggi tingkat *celebrity worship* terhadap idolanya. Semakin tinggi pula tingkat keterlibatan penggemar dengan idolanya.

2. Dimensi *Celebrity Worship*

Celebrity worship dikategorikan dalam tiga dimensi menurut hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Maltby et al (2003) yakni:

1) *Entertainment-social*

Termasuk dalam dimensi rendah dan individu dalam dimensi ini hanya menjadikan selebriti sebagai penghibur di waktu senggangnya. Penggemar merasa tertarik untuk mencari informasi mengenai idola melalui sosial media maupun media cetak seperti majalah. Penggemar akan merasa senang ketika membicarakan idola mereka kepada teman, terutama apabila teman-temannya juga sesama penggemar *K-Pop*.

Penggemar *K-Pop* saling bertukar informasi dengan teman-temannya mengenai idola mereka. Selain itu, penggemar akan membuat suatu kelompok atau *fandom* di media sosial maupun bergabung dengan *group fanbase*. Penggemar tertarik melihat penampilan idola dan penggemar juga akan tetap menonton walaupun tayangan ulang.

2) *Intense Personal Feeling*

Dalam dimensi ini, penggemar mulai memiliki perasaan yang kompulsif dan intensif terhadap idola. Penggemar memiliki kebutuhan untuk mencari dan mengetahui apapun tentang idolanya, seperti mengetahui informasi terbaru dan informasi pribadi idolanya. Pada dimensi ini penggemar juga memiliki rasa empati terhadap idolanya. Penggemar yang memiliki rasa empati yang tinggi biasanya akan merasakan apa yang dirasakan idolanya, bahkan bisa lebih dalam dibandingkan dengan perasaan idolanya. Contohnya, ketika idola mereka terkonfirmasi sakit atau cidera, penggemar biasanya akan merasakan kesedihan.

3) *Borderline-pathological Tendency*

Pada kategori ini individu mulai memikirkan hal yang tidak rasional yang membuat perilakunya tidak terkontrol, hal tersebut mengakibatkan individu rela melakukan berbagai hal demi idolanya. Penggemar sering berperilaku obsesif terhadap idolanya, penggemar

juga menganggap idolanya adalah miliknya dan tidak ada yang bisa merebut idola yang disukainya.

Penggemar dalam dimensi ini memiliki perilaku dan fantasi yang tidak terkontrol. Mereka akan berkhayal bahwa idolanya sebagai suami atau pacar. Penggemar akan histeris apabila melihat atau mendengar nama idolanya. Penggemar sulit mengontrol diri ketika melihat idol secara langsung maupun melalui layar, bahkan akan berteriak histeris ketika mendengar nama idolanya.

Menurut penelitian yang dilakukan Maltby et al (2004) ketiga dimensi *celebrity worship* diatas sejalan dengan tiga dimensi dasar kepribadian milik Eysenck, yaitu *extraversion*, *neuroticism*, dan *psychotism*. Dimensi *entertainment-social* menggambarkan dimensi kepribadian *extraversion* seperti mudah bersosialisasi. Dimensi *intense-personal feeling* menggambarkan dimensi kepribadian *neuroticism* seperti *moody*, tertekan dan cemas. Dimensi terakhir *borderline-pathological tendency* menggambarkan dimensi kepribadian *psychoticism* seperti impulsif dan antisosial.

Menurut Eysenck semua tingkah laku dipelajari dan berasal dari lingkungan. Eysenck (dalam Suliyanto, 2011) menjelaskan bahwa pola tingkah laku aktual atau potensial ditentukan oleh bawaan dan lingkungan melalui interaksi fungsional dari aspek kognitif, konatif dan afektif ke dalam tingkah laku.

3. Faktor *Celebrity Worship*

Berikut faktor-faktor yang memengaruhi perilaku *celebrity worship* menurut Maltby et al (2003):

a. Usia

Usia merupakan faktor utama yang memengaruhi penggemar memiliki *celebrity worship*. Puncak *celebrity worship* berada di antara usia 11 tahun hingga 17 tahun. Ketertarikan pada idola akan semakin berkurang ketika bertambahnya usia. Dalam usia ini remaja tertarik untuk memiliki hubungan romantis dan ketika remaja dipengaruhi oleh norma sosial yang mengharuskan remaja memiliki hubungan sosial terhadap lawan jenis, namun tidak semua remaja dapat membangun hubungan tersebut dan memilih untuk menyukai sosok idola.

b. Keterampilan Sosial

Keterampilan sosial yang buruk merupakan penyebab semakin meningkatnya *celebrity worship*. Bentuk kekaguman terhadap sosok idola yang disukai sebagai pengisi kekosohan dalam hati penggemar di usia remaja.

c. Jenis Kelamin

Penggemar yang berjenis kelamin laki-laki biasanya menyukai idola dalam bidang olahraga. Sedangkan penggemar perempuan lebih menyukai idola dari dunia hiburan seperti

penyanyi, aktor dan lainnya. Penggemar perempuan memiliki ketertarikan terhadap idola untuk memenuhi fantasi mereka yakni hubungan yang ideal.

4. Dampak *Celebrity Worship*

a. Dampak Positif

Dampak positif yang dirasakan oleh penggemar adalah mereka merasa bahagia, periang dan optimis. Sejalan dengan hasil penelitian Darfiyanti dan Putra (2018) bahwa sosok idola hanya dijadikan sumber kebahagiaan dan penyemangat. Penelitian yang dilakukan Benu et al (2019) menunjukkan dampak positif *celebrity worship* karena penggemar merasa memiliki hubungan sosial yang baik dengan sesama penggemar *K-Pop*.

Selain itu, hasil karya seperti musik memiliki peran penting bagi perkembangan remaja. Menurut Raviv dan Horin (1995) lirik, ritme dan harmonisasi dari lagu yang dinyanyikan idola dapat memberikan stimulasi remaja untuk mempelajari peran *gender*, identitas sosial dan membentuk kemandirian.

b. Dampak Negatif

Dampak negatif yang disebabkan *celebrity worship* adalah seperti dalam penelitian yang dilakukan Benu et al (2019) menunjukkan bahwa *celebrity worship* dapat mengganggu kegiatan akademik remaja karena waktu mereka dihabiskan dengan menonton video dan mencari informasi menarik tentang idola.

Celebrity worship juga meningkatkan keterasingan penggunaan bahasa yang tidak seharusnya. Menurut Maltby et al (2004) *celebrity worship* adalah gambaran dari rendahnya *psychological well-being*, seperti kegagalan dalam meningkatkan dan mengatasi tekanan kehidupan sehari-hari.

B. Remaja

1. Pengertian Remaja

Remaja dalam bahasa Inggris disebut dengan "*adolescence*" berasal dari bahasa Latin "*adolescere*" yang berarti tumbuh menjadi dewasa. Sarwono (2011) menyatakan masa remaja adalah masa ketika individu mengalami perkembangan psikologis dan pola identifikasi dari anak-anak menjadi dewasa. Sedangkan menurut Hurlock (2003), usia remaja merupakan usia transisi yang dimana individu mengalami peralihan usia kanak-kanak yang lemah dan penuh ketergantungan, akan tetapi belum mampu ke usia yang penuh tanggung jawab dan kuat.

Menurut Santrock (2007), masa remaja adalah masa transisi perkembangan antara masa kanak-kanak dengan masa dewasa, dimulai dari rentang usia 10 hingga 13 tahun dan berakhir pada usia sekitar 18 hingga 22 tahun. Menurut *World Health Organization* (WHO), remaja merupakan penduduk yang memiliki rentang usia 10-19 tahun. Menurut Peraturan Kesehatan RI Nomor 25 tahun 2014, remaja adalah penduduk yang rentang usianya 10-18 tahun.

Dari definisi remaja diatas, dapat disimpulkan bahwa remaja adalah masa transisi perkembangan psikologis dan pola identifikasi usia anak-anak hingga dewasa. Menurut para ahli, usia remaja terjadi antara usia 10 hingga 22 tahun. Masa remaja menjadi masa yang penting karena di masa ini merupakan masa pembentukan identitas dan remaja akan menjadikan sosok idola sebagai *role model* dalam kehidupan mereka.

2. Batasan Usia Remaja

Batas usia remaja menurut para ahli yang telah dipaparkan diatas adalah sekitar usia 10 hingga 22 tahun dan belum menikah untuk remaja Indonesia dengan suatu pertimbangan.

Berikut batasan usia remaja menurut Sarwono (2011) :

a. Remaja awal (*Early adolescence*)

Pada masa ini terdapat sifat negatif yang belum terlihat dalam masa kanak-kanak, seperti merasa cemas, gelisah, takut, dan merasa bingung. Pada masa ini juga terjadi perubahan pada tubuhnya sendiri dan dorongan-dorongan yang menyertai perubahan tersebut.

b. Remaja pertengahan (*Middle adolescence*)

Pada masa ini individu mencari-cari sesuatu, menginginkan sesuatu, merasa sunyi, dan merasa tidak dapat dimengerti oleh orang lain. Pada masa ini remaja mulai membutuhkan teman dan mencari pelarian dengan menyukai sosok idola.

c. Remaja akhir (*Late adolescence*)

Pada masa ini mulai stabil dan mulai memahami arah hidup dan menyadari tujuan hidupnya.

3. Ciri-ciri Masa Remaja

Ciri-ciri remaja menurut Hurlock (2003) sebagai berikut :

a. Masa remaja sebagai periode yang penting

Masa remaja menjadi periode penting karena perkembangan fisik yang cepat dan penting disertai dengan cepatnya perkembangan mental dan disertai dengan cepatnya perkembangan mental, terutama pada awal masa remaja. Pada masa ini membutuhkan penyesuaian mental dan pembentukan sikap, nilai, dan minat baru.

b. Masa remaja sebagai periode peralihan

Status individu tidak jelas dan terdapat keraguan terhadap peran yang harus dilakukan. Disisi lain, ketidakjelasan ini juga memberikan keuntungan untuk mereka karena memberi waktu kepada remaja untuk mencoba berbagai gaya hidup yang berbeda dan menentukan perilaku, nilai, dan sifat yang paling sesuai bagi diri mereka.

c. Masa remaja sebagai periode perubahan

Pada masa remaja terdapat empat perubahan yang bersifat universal, antara lain: meningginya emosi; perubahan tubuh; minat dan peran yang diharapkan kelompok sosial; berubahnya minat dan

pola perilaku maka nilai-nilai juga berubah; sebagian dari remaja memiliki sikap ambivalen terhadap setiap perubahan.

d. Masa remaja sebagai usia bermasalah

Pada masa remaja, baik perempuan maupun laki-laki ketika memiliki masalah kebanyakan akan sulit diatasi. Kebanyakan remaja menganggap dirinya sebagai seseorang yang mandiri, sehingga mereka ingin mengatasi masalahnya sendiri. Namun cara yang mereka gunakan tidak sesuai harapan..

e. Masa remaja sebagai masa mencari identitas

Remaja berusaha mencari perasaan yang berkesinambungan dan kesamaan yang baru, remaja juga selalu menempatkan idola mereka sebagai pembimbing dalam mencapai identitas.

f. Masa remaja sebagai masa usia yang menimbulkan ketakutan

Kebanyakan orang memandang stereotip budaya bahwa masa remaja adalah anak-anak yang tidak dapat dipercaya, cenderung mempunyai perilaku merusak, dan menyebabkan orang dewasa harus membimbing remaja untuk memiliki perilaku normal.

g. Masa remaja menjadi masa yang tidak realistik.

Munculnya keinginan yang tidak realistik dapat menyebabkan meningginya emosi yang merupakan ciri awal remaja. Pada akhir masa remaja, pemikiran idealis yang berlebihan datang mengganggu.

h. Masa remaja sebagai ambang masa dewasa.

Pada masa ini remaja mulai memfokuskan diri pada perilaku yang dihubungkan dengan status dewasa, seperti merokok, minuman keras, dan sebagainya. Remaja menganggap perilaku ini akan memberikan citra yang mereka inginkan.

Dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri remaja, antara lain masa remaja sebagai periode yang penting; masa remaja sebagai periode peralihan; masa remaja sebagai periode perubahan; masa remaja sebagai usia bermasalah; masa remaja sebagai masa mencari identitas; masa remaja sebagai usia yang menimbulkan ketakutan; masa remaja menjadi masa yang tidak realistis; dan masa remaja sebagai ambang masa dewasa.

C. Perilaku *Celebrity Worship* pada Remaja Penggemar BTS

Penggemar merupakan seseorang yang menyukai sesuatu dengan aktif dan antusias, secara kolektif penggemar akan berkelompok dan membentuk kelompok penggemar yang disebut *fanbase* atau *fandom* (Mihardja & Paramita, 2019). *Fandom* dapat digunakan penggemar untuk mengetahui informasi tentang idola mereka dan sebagai wadah komunikasi sesama penggemar yang menyukai idola yang sama. McCutcheon (dalam Widjaja & Ali, 2015) mengatakan bahwa sifat penggemar memiliki kemiripan dengan sifat kecanduan, semakin tinggi tingkat pemujaan akan semakin tinggi tingkat keterlibatan penggemar dengan idolanya.

Dalam psikologi hal tersebut dikenal dengan istilah *celebrity worship*. Salah satu perilaku *celebrity worship* adalah merasa memiliki ikatan dengan idola mereka sehingga penggemar akan melakukan berbagai cara agar menjadi dekat dengan idola (Pertiwi, 2013). Maltby dan Day (2011) mengatakan bahwa *celebrity worship* termasuk hubungan satu arah (para-sosial) antara penggemar dan idola, dimana penggemar mengenali idolanya tetapi idolanya tidak mengenali. Penelitian menunjukkan bahwa fenomena *celebrity worship* banyak ditemui di usia remaja. Pada usia remaja, individu mulai mencari jati dirinya dan mulai mencari sosok panutannya. Penggemar *K-Pop* di usia remaja banyak menjadikan sosok idolanya sebagai panutan (Benu et al., 2019).

Terdapat dimensi dalam *celebrity worship* yang dibagi menjadi tiga tahapan yaitu: a) *Entertainment social* (hiburan sosial), merupakan dimensi paling rendah dalam *celebrity worship*, pada dimensi ini ciri-ciri perilaku adalah penggemar merasa tertarik untuk mendapatkan dan mengetahui informasi idolanya, penggemar akan senang berinteraksi dengan sesama penggemar yang menyukai idola yang sama dengan bertukar informasi yang mereka dapat; b) *Intense personal feeling* (perasaan pribadi), perilaku penggemar yang memiliki rasa empati akan mampu merasakan apa yang dirasakan oleh idolanya bahkan bisa melebihi perasaan idola tersebut; c) *Borderline-pathological tendency* dimensi tertinggi dan terparah dalam *celebrity worship*, penggemar memiliki perilaku yang tidak terkontrol

terhadap idolanya, penggemar kerap berkhayal bahwa idolanya sebagai suami atau pacar.

Celebrity worship memiliki dampak negatif dan positif, hasil penelitian yang dilakukan oleh Benu et al (2019) tentang perilaku *celebrity worship* menunjukkan hasil bahwa adanya dampak negatif dan positif dari perilaku *celebrity worship* bagi kehidupan remaja. Dampak negatif yang ditimbulkan perilaku *celebrity worship* adalah *celebrity worship syndrome* yang memiliki hubungan dengan ketergantungan dan kriminalitas. Kriminalitas mengarah pada perilaku *sasaeng fans*, merupakan penggemar yang menguntit kehidupan pribadi idola yang disukai. Perilaku *sasaeng fans* terkenal dengan perilaku yang selalu mengikuti idola mereka kemanapun mereka pergi. Dampak negatif selanjutnya adalah penggemar menghabiskan banyak waktu dan materi. Penggemar akan menghabiskan waktu berjam-jam didepan komputer atau *handphone* (HP) untuk melakukan *streaming* MV dan mengikuti informasi supaya tidak tertinggal informasi tentang idolanya.

Selain berdampak negatif, *celebrity worship* memiliki dampak positif yaitu penggemar akan menjadikan idola sebagai inspirasi dan motivasi dalam menggapai mimpi dan mengembangkan kreatifitas, dikalangan remaja sosok idola juga sering dijadikan sebagai *role model* karena penampilan mereka yang selalu terlihat sempurna dipanggung (Maltby et al., 2006; Sheridan et al., 2007).

Salah satu cara yang dapat mengurangi dan mencegah perilaku *celebrity worship* adalah dengan mendekati diri kepada Tuhan. Penelitian menunjukkan bahwa individu yang memiliki tingkat religiusitas tinggi, maka individu akan terhindar dari perilaku *celebrity worship*. Sejalan dengan penelitian tersebut, Maltby (dalam Ayu, 2020) menyatakan bahwa salah satu cara untuk mengurangi perilaku *celebrity worship* adalah dengan mendekati diri kepada Tuhan dan menjadikan diri menjadi individu yang religius.

D. Kerangka Teoritik

Penggemar *K-Pop* kerap dianggap sebagai penggemar yang fanatis, mereka akan antusias dan aktif dalam mendukung idolanya. Penggemar *K-Pop* juga kerap dianggap obsesif, posesif dan delusif ketika mengekspresikan rasa suka terhadap idolanya (Sarajwati, 2020). Selain dukungan dan rasa suka terhadap idola, penggemar juga tertarik dengan kehidupan pribadi idola. Penggemar rela menghabiskan waktu untuk mencari tahu informasi-informasi terbaru dari idola mereka. Rasa suka hingga menimbulkan obsesi sering terjadi dikalangan remaja. Karena puncak *celebrity worship* terjadi di usia remaja dan akan menurun ketika memasuki usia dewasa (Widjaja & Ali, 2015).

Selain menyukai karya dan mengkoleksi *merchandise*, penggemar *K-Pop* memiliki pengalaman dalam melakukan aktifitas pengidolaan. Pengalaman tersebut memunculkan rasa keterlibatan penggemar dengan sosok idola yang disukai. Penggemar merasa memiliki keterikatan dengan

idola yang disukainya. Keterlibatan ini dapat menyebabkan hubungan satu arah antara penggemar dan idola. Dalam penelitian yang dilakukan Darfiyanti dan Putra (2012) menghasilkan bahwa semakin tinggi tingkat pemujaan yang dilakukan penggemar, maka semakin tinggi pula rasa keterlibatan penggemar terhadap idolanya

Penggemar juga melakukan pengorbanan dalam mendukung idolanya, pengorbanan yang dimaksud adalah pengorbanan yang dilakukan penggemar untuk idolanya dengan mengerluarkan uang, tenaga, dan waktu demi bertemu dengan idola, mencari informasi tentang idola, membeli *merchandise K-Pop* seperti album fisik, *lighstick*, *photocard*, dan membeli barang sama seperti yang dipakai idola. Pengorbanan yang dilakukan penggemar termasuk dalam dimensi *celebrity worship* yang dikategorikan dalam tiga tahapan, yaitu *entertainment social*, *intense personal feeling*, dan *borderline-pathological tendency* (Maltby et al., 2003)

Perilaku-perilaku *celebrity worship* banyak ditemui pada penggemar usia remaja, karena penggemar usia remaja akan menjadikan sosok idola sebagai panutan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Cahyani dan Purnamasari (2019) menunjukkan bahwa penggemar merasa motivasi dan kemampuan idola dapat menginspirasi hidup. Perilaku *celebrity worship* tidak hanya memiliki dampak negatif, *celebrity worship* memiliki dampak positif apabila penggemar melakukan aktifitas pengidolaan dalam batas wajar dan tidak memiliki obsesi terhadap idolanya (Maltby et al., 2003, 2006; Widjaja & Ali, 2015).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Penelitian kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk mengkaji dan memahami makna dari sebuah tema (Creswell, 2016). Pendekatan fenomenologi digunakan sebagai pandangan umum untuk menunjukkan pengalaman subjektif dari berbagai tipe dan jenis subjek yang ditemui serta fokus pada pengalaman-pengalaman subjek (Moleong, 2014).

Peneliti dalam penelitian ini mencoba untuk menemukan dan menggali pengalaman hidup individu dalam melakukan aktivitas pengidolaan untuk melihat dinamika terbentuknya perilaku *celebrity worship*.

B. Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian ini, peneliti akan hadir dalam proses penggalan dan pengambilan data secara langsung dan *via whatsapp* baik kepada keempat informan utama penelitian dan keempat *significant other* atau informan pendukung yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Peneliti dalam penelitian ini berperan sebagai *interviewer*, dan pengamat untuk menggali data lebih dalam kepada informan.

Peneliti menggunakan peralatan untuk membantu proses pengumpulan data, yaitu :

1. *Handphone* (HP), digunakan untuk merekam suara informan saat proses wawancara, mengambil gambar pada saat observasi, koleksi-koleksi *merchandise K-Pop*, dan menyimpan hasil tangkapan layar sosial media informan, seperti *instagram*, *twitter*, dan *youtube*.
2. Lembar panduan wawancara, digunakan sebagai panduan wawancara selama proses wawancara berlangsung agar tidak menyimpang dari topik yang ingin digali.
3. Lembar panduan observasi, digunakan sebagai panduan observasi selama proses observasi berlangsung dan melakukan pencatatan perilaku *celebrity worship* yang dilakukan informan utama.
4. Buku catatan, digunakan untuk mencatat hal penting terkait pada proses pengambilan data.
5. Pulpen digunakan untuk menulis pada lembar identitas, panduan observasi dan buku catatan.

C. Lokasi Penelitian

Pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan di lokasi yang berbeda-beda. Wawancara dengan AD dilakukan di Cafe Jalan Korea Surabaya. Kemudian wawancara dengan QA dilakukan di Jl. Lebak 6 Sidoarjo yang merupakan rumah informan. Lokasi ketiga yang merupakan rumah informan NT berlokasi di Aloha Sidoarjo, dan lokasi keempat yang merupakan rumah informan AA berlokasi di Balongbendo Sidoarjo. Selain

itu, peneliti juga melakukan observasi di Cafe Jalan Korea saat informan berkumpul dengan teman-teman sesama ARMY.

D. Sumber Data

1. Bentuk Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian dengan pendekatan kualitatif dibedakan menjadi dua berdasarkan informasi yang telah didapatkan, yakni :

a. Data Primer

Data yang peroleh secara langsung dari informan, baik melalui wawancara, observasi dan alat lainnya yang masih membutuhkan analisis lebih dalam serta berkaitan dengan data yang sesuai dengan penelitian (Creswell, 2014). Informan utama dalam penelitian ini berjumlah 4 informan yang berusia 16 hingga 19 tahun merupakan penggemar musik *K-Pop* khususnya penggemar BTS yang berdomisili di Sidoarjo.

b. Data Sekunder

Data yang diperoleh melalui teknik pengumpulan data dan digunakan untuk melengkapi data primer. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui sosial media informan, *significant other*, buku, jurnal penelitian terdahulu yang sesuai dengan penelitian dan foto-foto selama penelitian berlangsung (Creswell, 2014). *Significant other* dalam penelitian ini

berjumlah 4, masing-masing informan utama memiliki 1 *significant other*.

2. Karakteristik Informan Penelitian

- a. Remaja berusia 10-22 tahun.
- b. Berdomisili di Sidoarjo.
- c. Menyukai dan mengidolakan BTS.
- d. Bersedia diwawancarai

E. Prosedur Pengumpulan Data

Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data untuk menggali data mengenai dinamika terbentuknya perilaku *celebrity worship*, yakni:

1. Wawancara Mendalam

Wawancara merupakan percakapan antara pewawancara yang akan mengajukan pertanyaan dan narasumber yang akan memberikan jawaban. Wawancara memiliki tujuan untuk mengetahui informasi tentang pendapat, aktivitas, motivasi, perasaan pribadi responden secara mendalam (Sugiyono, 2011).

Dalam penelitian ini, peneliti membuat daftar pertanyaan yang dijadikan panduan selama pelaksanaan wawancara berlangsung. Hal ini bertujuan agar proses wawancara menjadi lebih sistematis mencakup keseluruhan dari topik yang diinginkan (Poerwandari, 2013).

2. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang spesifik apabila dibandingkan dengan teknik pengumpulan data lainnya. Observasi bertujuan untuk mengamati perilaku manusia dan gejala alam informan (Sugiyono, 2011). Hal yang diamati dalam proses observasi adalah perilaku informan yang menunjukkan aktifitas pengidolaan. Observasi dalam penelitian ini dilakukan di rumah informan dan *Cafe Jalan Korea* yang merupakan tempat yang sering dikunjungi informan dengan teman-temannya.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu cara yang digunakan untuk mendapatkan data dan informasi sebagai pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif (Patton, 1990; Poerwandari, 2013). Dokumentasi dalam penelitian ini berupa foto yang diambil peneliti dan berupa tangkapan layar (*screenshot*) sosial media informan.

F. Analisis Data

Analisis dan pengolahan data yang sesungguhnya dimulai dengan mengorganisasikan data yang sudah ada. Data penelitian kualitatif yang banyak dan beragam, peneliti wajib untuk mengorganisasikan data dengan sistematis, rapi dan lengkap (Poerwandari, 2013). Analisis data dalam

penelitian ini menggunakan prosedur analisis tematik dengan melakukan koding terhadap hasil transkrip wawancara yang ditelaah dijadikan verbatim.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data menurut Poerwandari (2013), yaitu :

1) Organisasi Data

Pengolahan dan analisis data dimulai dengan mengorganisasikan data. Pengorganisasian data secara sistematis akan memperoleh hasil yang baik, mendokumentasikan analisis yang dilakukan serta menyimpan data dan analisis yang berkaitan dalam penyelesaian.

2) Koding dan Analisis

Menyusun transkrip verbatim sedemikian rupa dan memberikan kolom kosong yang cukup besar disebelah kiri dan kanan untuk tempat kode atau catatan, kemudian secara urut dan berkelanjutan melakukan penomoran pada baris transkrip. Koding bertujuan untuk mengorganisasikan dan mensistematiskan data secara lengkap dan detail sehingga memunculkan gambaran lengkap, dengan demikian peneliti dapat menentukan makna dari data yang telah dikumpulkan.

3) Pengujian Terhadap Dugaan

Dugaan merupakan kesimpulan sementara dengan mempelajari data. Peneliti melakukan pengujian terhadap dugaan yang terkait dengan upaya mencari penjelasan mengenai data yang hampir sama. Dugaan yang berkembang harus diuji dan dipertajam ketepatannya

4) Hal Penting sebagai Strategi Analisis

Analisis data terhadap data pengamatan berpengaruh oleh kejelasan mengenai apa yang akan diungkap peneliti melalui pengamatan yang dilakukan.

5) Tahapan Interpretasi

Interpretasi mengacu pada upaya memahami data secara mendalam. Peneliti memiliki perspektif mengenai apa yang sedang diteliti dan menginterpretasikan data melalui perspektif tersebut.

G. Keabsahan Data

Menurut Moleong (2014) untuk melakukan keabsahan data diperlukan teknik pemeriksaan data apakah data tersebut valid atau tidak. Teknik keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber data melalui metode. Menurut Patton (dalam Poerwandari, 2013) triangulasi sumber data melalui metode digunakan untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda dengan teknik yang berbeda.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. *Setting* Penelitian

Informan utama dalam penelitian ini berjumlah 4 orang yang merupakan penggemar musik *K-Pop* dan memiliki pengalaman melakukan aktifitas pengidolaan minimal 1 tahun yang berdomisili di Sidoarjo. Setiap informan memiliki 1 *significant other* yang dipilih merupakan orang terdekat dari informan utama yang sekiranya mengetahui perilaku keseharian informan utama dalam melakukan aktifitas pengidolaan.

Wawancara dan observasi dilakukan di rumah informan dan Cafe Jalan Korea yang berlokasi di Jl. Jemursari No.76. Cafe Jalan Korea merupakan pusat pelatihan bahasa Korea dan restoran yang menyediakan berbagai makanan khas Korea Selatan. Pemilik Cafe Jalan Korea merupakan orang asli Korea Selatan yang bernama Lee Sang Jae. Tempat ini biasanya dijadikan sebagai tempat berkumpulnya para penggemar *K-Pop* untuk menyelenggarakan *event K-Pop*.

Selama proses wawancara dan observasi untuk mengumpulkan data, peneliti berhati-hati dengan setiap pertanyaan agar tidak menyinggung informan. Peneliti menyiapkan *informed consent* sebagai bentuk ketersediaan informan untuk mengungkapkan data yang dibutuhkan peneliti dengan sebenar-benarnya. Adapun profil informan dalam penelitian, sebagai berikut:

1. Informan Ke-1

a. Identitas Informan Utama

Nama : AD

Usia : 19 tahun

Alamat: Candi, Sidoarjo

Informan pertama merupakan remaja perempuan yang sudah bekerja. Mengetahui musik *K-Pop* tahun 2012 karena *cover dance* yang sering menggunakan musik *K-Pop*. Sebelum menjadi penggemar BTS, informan menyukai *boy group* Super Junior dan EXO. Pada tahun 2013 saat BTS melakukan debut, informan mulai menyukai BTS dan menjadi ARMY hingga sekarang.

Selain menyukai karyanya, alasan informan menyukai BTS karena visual mereka yang tampan. Informan juga merasa termotivasi dengan pencapaian BTS saat ini, informan juga menganggap BTS sebagai orang yang selalu ada untuknya. Informan pernah bercerita tentang masalahnya di salah satu *tweet* anggota BTS.

b. Significant Other 1

Nama : K

Usia : 19 tahun

K merupakan sahabat dekat AD, mereka berteman sejak duduk di bangku Sekolah Menengah Pertama (SMP). K juga merupakan penggemar musik *K-Pop*, dia mengatakan mengetahui

K-Pop awalnya diberitahu oleh AD hingga akhirnya mereka menyukai *boy group* BTS.

2. Informan Ke-2

a. Identitas Informan Utama

Nama : QA

Usia : 17 tahun

Alamat : Jl. Lebak 6, Sidoarjo

Informan kedua ini merupakan remaja perempuan berusia 17 tahun dan seorang ARMY yang merupakan penggemar *boy group* BTS. Informan mulai menyukai musik *K-Pop* pada akhir tahun 2018. Informan sering mendengar teman-temannya memutar lagu *K-Pop*. Awalnya informan menyukai *group* idol lain, hingga informan mulai mencari tahu lagu-lagu dan akhirnya menemukan lagu BTS.

Informan menyukai BTS karena kebersamaan mereka dan perjuangan dari awal debut hingga sukses seperti sekarang. Informan merasa BTS menjadi inspirasi bagi diri sendiri dan orang lain karena pencapaian mereka selama ini. Menurut informan kebersamaan mereka dan perjuangan mereka patut untuk ditiru.

b. *Significant Other 2*

Nama : CA

Usia : 20 tahun

CA mengenal dekat QA sejak 6 bulan terakhir. CA juga merupakan penggemar musik *K-Pop* yang sama-sama menyukai BTS.

QA sering membahas kegiatan BTS dengan CA. Selain itu, CA sering menjadi tempat cerita QA saat dia sedih mendengar informasi tentang idola mereka.

3. Informan Ke-3

a. Identitas Informan Utama

Nama : NT

Usia : 19 tahun

Alamat : Aloha, Sidoarjo

Informan ketiga ini merupakan remaja perempuan berusia 19 tahun. Awal menyukai *K-Pop* pada tahun 2012 pada saat *girl group* Girl' Generation atau biasa disebut SNSD (*Sonyeo Shidae*) melakukan konser di Jakarta. Informan menyukai musik *K-Pop* karena melihat penggemar yang menggunakan atribut berwarna *pink* hingga akhirnya mencari tahu mereka di sosial media.

Menyukai BTS pada tahun 2017 saat BTS melakukan konser Tour di Jakarta. Selain menjadi seorang ARMY, informan ketiga ini juga memiliki *group order* (GO) yang melayani pembelian *merchandise* BTS dan tiket konser. Informan juga memiliki koleksi *merchandise* seperti *photocard*, *lightstick* ARMY BOMB, dan barang-barang yang sama yang dimiliki anggota BTS.

b. *Significant Other* 3

Nama : S

Usia : 16 tahun

S mengenal NT sejak dia sering membeli *merch* di NT. Mereka lalu bersahabat dan memiliki kesamaan yakni menjadi penggemar *boy group* BTS. Ketika ada berita mengenai BTS, NT selalu bercerita kepada S. Meskipun S tinggal di luar kota, NT selalu berkomunikasi dengan S melalui *handphone* untuk membahas idola mereka.

4. Informan Ke-4

a. Identitas Informan Utama

Nama : AA

Usia : 16 tahun

Alamat : Balongbendo, Sidoarjo

Informan keempat merupakan seorang remaja perempuan berusia 16 tahun. Informan mengetahui *K-Pop* sejak duduk di bangku TK karena diberitahu oleh kakak sepupu dan mulai menyukai BTS pada tahun 2018. Alasan menyukai BTS karena diberitahu teman yang tergabung dalam *fanbase* ARMY Sidoarjo. Pertama kali menyukai BTS karena visual mereka.

Informan sering menirukan gaya bernyanyi anggota BTS dan *dance* bersama teman-temannya. Informan juga memiliki *channel youtube* yang berisi konten-konten *dance cover K-Pop* bersama dengan timnya. Selain *mengcover dance* BTS, informan juga aktif sebagai admin di *fanbase* ARMY Sidoarjo dan sering mengadakan acara bersama ARMY.

b. *Significant Other 4*

Nama : EI

Usia : 22 tahun

EI merupakan kakak sepupu dari informan AA. EI yang mengenalkan AA dengan musik *K-Pop*. Mereka sering mengikuti *event K-Pop* bersama dan melakukan aktifitas *K-Pop* bersama. Informan AA sering menjadikan EI sebagai tempat bercerita tentang *K-Pop*.

B. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Temuan Penelitian

Dalam deskripsi temuan penelitian, peneliti akan mendeskripsikan hasil temuan dari wawancara dengan informan utama dan *significant other* mengenai dinamika terbentuknya perilaku *celebrity worship* pada remaja penggemar BTS di Sidoarjo.

a. Gambaran Perilaku *Celebrity Worship* pada Remaja Penggemar BTS di Sidoarjo

1) Informan ke-1 (AD)

a) *Entertainment-social*

AD merupakan remaja perempuan berusia 19 tahun. menyukai *K-Pop* pada tahun 2012. Awal menyukai musik *K-Pop* karena AD sering latihan *dance* menggunakan musik *K-Pop* hingga membuat AD menyukai musik *K-Pop*. Sebelum menyukai BTS, AD mengatakan bahwa dia menyukai *group*

SUJU dan EXO. Karena pada tahun 2012, BTS belum debut menjadi idol.

“Awalnya karena sering buat latihan dance aja sih kak tapi lama-lama suka sama k-pop” (WW1.P1.B6)

“Eee ngga sih kak, suka sama SUJU EXO terus baru suka sama BTS” (WW1.P2.B10)

BTS melakukan debut pada tahun 2013 hingga akhirnya AD menyukai dan mengidolakan BTS. Alasan AD menyukai BTS karena lagunya yang *easy listening* dan memiliki arti yang bagus. Selain itu AD juga menyukai visual-visual idol *K-Pop* yang tampan. Pada saat wawancara AD tertawa ketika menceritakan alasan dia menyukai idola (OBS1.WW1)

Namun hal tersebut tidak sesuai dengan yang diinformasikan oleh *significant other*, *significant other* mengatakan bahwa AD tidak hanya menyukai BTS, AD juga menyukai *group K-Pop* lain yakni Seventeen. Hal ini juga dibuktikan dengan unggahan foto anggota Seventeen pada *story whatsapp* AD (DOK1.F1).

“Suka sama lagunya kak, karena easy listening terus lagunya memiliki arti yang menurut aku bagus kak” (WW1.P3.B14)

“Kalau itu iya sih kak, tapi semua idol k-pop juga ganteng-ganteng semua haha” (WW1.P3.B19)

“Kalau Alvira dulu mungkin BTS aja tapi sekarang kayanya dia lagi suka sama Seventeen juga kak” (SO1.P4.B26)

AD juga tergabung dalam fanbase ARMY Sidoarjo. Ketika sedang berkumpul dengan sesama ARMY, AD mengatakan sering membahas idol dan album mereka. Hal ini

terbukti ketika observasi, AD sempat bertanya kepada informan NT tentang harga album dan *photocard* (OBS1.CJK3). AD mengatakan saat memiliki waktu senggang, AD akan melihat sosial media untuk mengetahui informasi dari idolanya.

Selain itu , AD juga mengoleksi *merchandise* BTS berupa album fisik *lightstick* dan *photocard*. Ketika observasi AD mengatakan bahwa harga albumnya berkisar Rp150,000 hingga Rp400,000 (OBS1.CJK4). Adapun foto yang peneliti ambil ketika observasi terlampir pada lampiran dengan kode DOK1F2.

“Biasanya ngomongin tentang bias atau album-album gitu sih kak” (WW1.P5.B28)

“Aku punya lighstick, photocard sama album kak” (WW1.P20.B174)

“Berapa ya kak ngga pasti sih, pas lagi senggang aja gitu” (WW1.P6.B36)

b) *Intense Personal Feeling*

AD mengatakan bahwa dia senang melihat BTS sering tayang di TV Nasional. AD mengatakan bahwa akses untuk melihat idolanya tidak hanya melalui internet. AD mengaku senang saat BTS sering tayang di TV Nasional karena hal itu akan membuat BTS semakin dikenal oleh banyak orang.

“Seneng kak, karena gimana ya akses kita lihat idol tuh ngga di internet aja sekarang di tv juga banyak. Terus BTS juga sering muncul di iklan-iklan juga” (WW1.P7.B39)

*“Iya kak soalnya jadi banyak yang tau BTS hehe”
(WW1.P7.B44)*

Ketika AD diberi kesempatan untuk bertemu dengan BTS, AD mengatakan ingin mengucapkan terima kasih karena telah membuat musik yang dapat membantu *healing* ketika AD sedang stress.

*“Kalau bisa ketemu paling mau ngomong terima kasih sama mereka, terima kasih karena udah membuat musik yang bisa bantu buat healing pas lagi stress gitu aja”
(WW1.P16.B128)*

BTS sangat terkenal dengan prestasi yang mereka peroleh, baik dalam ajang penghargaan musik di Korea Selatan maupun Internasional. AD mengatakan sangat bangga ketika BTS berhasil memenangkan penghargaan musik. AD mengatakan bahwa BTS layak mendapatkan penghargaan tersebut.

AD mengatakan ketika BTS kalah dalam ajang penghargaan dengan sistem voting, AD merasa kecewa dan sedih. Tetapi AD merasa ketika sedih, dia akan dihibur oleh BTS melalui *live streaming* yang dilakukan BTS.

*“Ya sedih sih kak kecewa juga padahal udah berusaha juga tapi ga apa sih abis itu bakal di hibur sama BTS”
(WW1.P9.B63)*

Ketika AD sedang berada di mall dan mendengar lagu BTS sedang diputarkan, AD mengatakan ikut menyanyikan dengan pelan lagu BTS meskipun dia sedang berada di tempat umum.

“Paling aku ikutan nyanyi pelan sih kak”
(WW1.P12.B82)

“Kalau lagi event langsung dance sih” (WW1.P12.B84)

BTS menjadi artis global yang membuat mereka diketahui dan disukai oleh banyak orang. AD sebagai penggemar mengatakan bahwa dia membiarkan dan memilih diam ketika ada orang yang berkomentar benci ke BTS. Pada saat wawancara, AD menunjukkan gerakan mengangkat kedua bahu ketika hendak menjawab pertanyaan tentang perasaan AD (OBS1.WW2).

“Eee kalau aku sih biarin aja diemin aja kak soalnya apa ya mereka ngomong gitu karena belum tau BTS itu gimana” (WW1.P11.B75)

Selain menyukai dan mengidolakan BTS, AD juga termotivasi dengan kisah hidup BTS. Perjuangan BTS saat awal debut hingga dapat sukses seperti sekarang menjadikan motivasi tersendiri bagi AD. AD mengaku ketika membaca kisah tersebut dapat merasakan perjuangan BTS.

Hal ini karena AD mengetahui BTS sejak awal perjuangan mereka melakukan debut sebagai idol. Dari BTS tidak dikenal siapapun hingga menjadi artis global. Pada saat wawancara, AD terlihat antusias menceritakan bahwa AD termotivasi ketika membaca kisah hidup BTS (OBS1.WW3).

“Aku merasa termotivasi kak pastinya, karena mereka yang awalnya bukan siapa-siapa jadi bisa dikenal sama banyak orang. Terus aku kan tau mereka juga dari awal debut ya kak jadi ngerasain” (WW1.P13.B87)

AD juga pernah menjadikan idola sebagai sosok yang selalu ada untuknya. AD mengaku menjadikan idola sebagai tempat bercerita ketika sedang memiliki masalah. AD merasa mereka mau mendengarkan dirinya. AD pernah berkomentar di unggahan *twitter* Suga BTS. Unggahan tersebut berisi foto langit dan memiliki ribuan komentar yang dipenuhi dengan cerita-cerita dari ARMY di seluruh dunia.

AD merasa sedikit lega dan dapat membaca masalah-masalah yang sedang dihadapi oleh ARMY lain dan saling memberikan semangat. Pada saat wawancara, AD menunjukkan postingan Suga BTS di *twitter* (OBS1.WW4).

“Ada nih kak di twitter di postingannya Suga tentang foto langit terus dikomentor isinya curahan hati ARMY kak jadi kalau lagi ngerasa ga baik-baik aja aku suka cerita di postingannya Suga kak” (WW1.P14.B104)

“Iya kak kalau abis cerita gitu agak lega gitu, terus bis abaca masalah-masalah ARMY yang lain juga kadang kalau ada yang sama masalahnya saling semangat gitu kak” (WW1.P14.B111)

c) *Borderline-pathological Tendency*

AD mengatakan bahwa dia menyukai BTS karena lagu mereka yang *easy listening*. Selain menyukai lagunya, AD juga menyukai *style* pakaian anggota BTS. AD mengatakan bahwa dia menyukai dan meniru *style* pakaian dari RM dan Jungkook. Hal ini juga dibenarkan oleh *significant other* bahwa *style* AD

terkadang mirip dengan *style* Jungkook yang suka memakai baju dan celana berwarna gelap.

“Kalau style iya sih kak kalau kepribadian mungkin yang baik-baik, kalau hobi buka ngikutin sih kak tapi kebetulan ya emang sama aja gitu kak” (WW1P18B146)

“Mirip kak, kadang-kadang sih mirip style nya Jungkook kalau aku lihat yang suka pakai baju warna-warna gelap gitu kak” (SO1.P6.B43)

AD juga memiliki keinginan untuk melihat konser BTS ketika mereka mengadakan konser di Indonesia. AD mengatakan apabila ada hal yang lebih penting dan membutuhkan uang, dia memilih untuk tidak melihat konser tersebut.

Saat observasi berlangsung, AD mengatakan bahwa hendak melihat konser Seventeen yang digelar pada bulan September. Namun, AD tidak diizinkan orang tuanya melihat konser (OBS1.CJK1).

“Kalau ditanya mau nonton ya mau sih kak. Cuman kalau ada sesuatu yang lebih penting kayanya ngga dulu kak” (WW1.P15.B118)

“Iya soalnya tiketnya juga mahal belum lagi konsernya pasti di Jakarta dan belum tiket kendaraan sama makannya pas di sana juga jadi perlu persiapan juga kalau mau nonton konser” (WW1.P15.B122)

AD juga mengatakan ketika dia berkesempatan untuk melihat konser BTS, dia memilih untuk tidak menunggu di bandara seperti yang dilakukan oleh kebanyakan penggemar yang menunggu kedatangan idola mereka di bandara.

“Ngga sih kak, takut bikin mereka ga nyaman aja. Soalnya pasti rame banget kan dan bandara juga tempat umum takut ganggu yang lain juga” (WW1.P17.B136)

AD mengaku juga pernah membeli parfum yang sama seperti punya Jungkook namun yang tidak *original*. Selain yang *original* memiliki harga yang mahal AD mengatakan tidak ada alasan yang aneh ketika membeli parfum ini selain karena menurut AD wanginya enak.

“Ada kak, aku pernah beli parfum yang sama kayak punya Jungkook tapi ga yang ori kak mahal kalau ori hehe” (WW1.P21.B184)

2) Informan ke-2 (QA)

a) *Entertainment-social*

QA merupakan seorang perempuan berusia 17 tahun yang masih menempuh pendidikan SMA. QA mulai menyukai *K-Pop* pada tahun 2018. QA mengatakan bahwa dia sering mendengarkan teman-temannya memutar musik *K-Pop* hingga muncul rasa penasaran dalam dirinya yang membuat QA mencari tahu siapa penyanyi tersebut.

Alasan QA memutuskan untuk menyukai dan mengidolakan BTS karena QA menyukai kebersamaan, persahabatan dan perjuangan mereka menjadi inspirasi bagi QA dan orang lain karena pencapaian BTS dari awal debut hingga menjadi *boy group* sukses dan terkenal.

“Kalau awal suka k-pop itu dari akhir tahun 2018 kak” (WW2.P2.B5)

“Saya suka BTS itu karena kebersamaan mereka yang benar-benar baik terus cara mereka melangkah dan berjuang bersama dari jatuh hingga bangun sesukses sekarang” (WW2.P4.B16)

“Iya kak mereka tuh benar-bener bisa jadi inspirasi buat aku dan orang lain karena pencapaian mereka sekarang” (WW2.P4.B22)

Sebagai penggemar, QA mengaku sedih dan emosi ketika ada orang yang berkomentar jelek ke BTS. Namun, QA memilih untuk diam dan tidak menanggapi komentar tersebut karena takut membawa nama idol lain.

“Kalau aku baca komentar nya pasti emosi aku milih buat diemin kak” (WW2.P10.B59)

“Tapi kalau sedih mungkin aku bales kayak kenapa sih harus berkomentar jelek, kalau memang apa yang sedang kamu komentarin ini mengganggu kamu lewati saja tanpa meninggalkan jejak apapun” (WW2.P10.B65)

Sebagai seorang penggemar, QA mengatakan mencari tahu informasi melalui sosial media BTS, diantaranya *instagram*, akun *fanbase* BTS di *twitter* dan *whatsapp* untuk mencari tahu informasi terbaru dari BTS.

Selain itu, QA juga mengoleksi *merchandise* berupa album fisik, *photocard* dan pulpen bertema bt21 untuk koleksi pribadi QA. Foto koleksi *photocard* terlampir di lampiran dengan kode DOK2F1.

“Biasanya instagram sama twitter kak soalnya banyak akun fanbase besar kan terus di whatsapp” (WW2.P9.B52)

“Lumayan kak, dia sering hype bangtan itu di akun twitternya dia kak” (SO2.P3.B12)

“Aku baru punya album yang official be yang deluxe kak, kalau yang non official aku suka koleksi pulpen yang bertema bt21 sama photocard versi dynamite buat koleksi pribadi” (WW2.P21.B162)

b) *Intense Personal Feeling*

BTS sering tayang di TV Nasional sebagai bintang iklan sekaligus *brand ambassador* salah satu *e-commerce* di Indonesia. Hal ini membuat BTS sering muncul di TV Nasional. QA mengaku senang sekaligus takut ketika BTS sering muncul di TV. Pada saat wawancara, informan juga menunjukkan ekspresi sedih (OBS2.WW4).

QA mengaku senang dan bangga saat BTS sering tayang di TV karena hal tersebut membuat BTS semakin dikenal banyak orang. Ketika menjawab pertanyaan, QA menjadi antusias menceritakan bahwa dia bangga dan senang ketika BTS tayang di TV (OBS2.WW3). Namun, QA juga mengaku takut karena beberapa oknum ada yang tidak menyukai *group K-Pop* asal Korea Selatan tersebut.

“Wow pastinya senang banget, bangga juga karena mereka makin dikenal sama banyak orang. Tapi di sela-sela itu aku tetap takut kak sama beberapa orang yang masih ngehate mereka gitu” (WW2.P11.B74)

QA mengatakan apabila diberikan kesempatan untuk bertemu BTS secara langsung, dia ingin mengucapkan terima kasih kepada BTS karena telah bertahan sampai sekarang dan telah menciptakan karya-karya yang bagus.

“Ee mau bilang terima kasih karena sudah mau bertahan sampai sekarang dan sudah mempersembahkan karya-karya yang bagus gitu kak” (WW2.P12.B91)

QA mengaku senang sekaligus bangga ketika BTS mendapatkan penghargaan musik. BTS juga pernah gagal dalam ajang penghargaan yang menggunakan sistem voting dari penggemar. Dalam wawancara, QA menunjukkan ekspresi sedih ketika menceritakan kekalahan BTS (OBS2.WW1). Namun, QA sebagai penggemar akan tetap mendukung BTS.

“Bangga banget kak, soalnya mereka layak buat dapetin itu semua karena perjuangan yang nggak gampang juga” (WW2.P6.B39)

“Yang pasti sedih kak apalagi kalau awardnya itu dihitung dari voting pasti bakal kecewa juga karena belum bisa bikin BTS menang. Tapi sebagai ARMY selalu mendukung mereka” (WW2.P7.B44)

Pada saat QA berada di tempat umum dan dia mendengar lagu BTS diputarkan di tempat tersebut, QA mengaku ingin berteriak dan menggerakkan kaki dan tangan hingga ikut menyanyikan lagu BTS dengan pelan.

“Rasanya pengen joget aja sambil teriak kenceng tapi aku kaku kalau joget kak, mungkin aku cuma gerakin tangan sama kaki tipis-tipis gitu sambil nyanyi pelan haha” (WW2P14B102)

Sebagai seorang ARMY yang mengidolakan BTS, QA mengaku senang ketika berjumpa atau bertemu dengan sesama ARMY. Pada saat observasi, QA tidak terlalu mengenal baik teman-teman yang berasal dari ARMY Sidoarjo. Namun

semakin lama mereka mengobrol, QA mulai nyaman membicarakan idolanya (OBS2.CJK1).

“Senang kak, karena jadi tau banyak yang suka dan dukung BTS, terus yang awalnya ngga kenal jadi kenal karena suka sama BTS gitu” (WW2P13B97)

Selain mengaku sedih dan emosi ketika melihat komentar benci yang ditujukan kepada BTS. Pada saat BTS mengumumkan untuk rehat dalam kegiatan idol membuat QA sedih. Hal ini juga diperkuat oleh *significant other* bahwa QA bercerita dan mengaku sedih ketika BTS memutuskan untuk rehat.

“Pernah kak, yang aku inget itu pas BTS mutusin untuk rehat gitu kak. Kayak yang kakak tau BTS tuh buat ARMY bener-bener sebagai obat gitu kak, jadi pastinya Arum maupun ARMY yang lain termasuk aku juga sedih banget pas tau kabar itu kak” (SO2.P6.B40)

QA merasa bangga dengan kisah hidup BTS. Menurut QA, BTS bisa tetap kuat walaupun banyak orang yang tidak menyukai tetapi mereka tetap menunjukkan bahwa mereka kuat.

“Aku banyak bangga nya sama mereka bisa tetep kuat gitu. mungkin mereka juga banyak ngeluhnya tapi ngga di publish. Kuat banget deh jadi mereka, padahal banyak tekanan dari semua sisi” (WW2.P18.B135)

Menjadi seorang penggemar, membuat QA menganggap BTS sebagai orang yang selalu ada untuknya. QA mengatakan ketika mengerjakan tugas sekolah, dia juga menonton *youtube* BTS. Ketika melakukan hal tersebut, QA mengaku merasa ada yang menemani ketika QA sedang belajar.

“Pernah pastinya, kadang kalau ngerjain tugas aku suka nonton di youtube kan pasti ada yang record waktu mereka live gitu kak. jadi aku taruh hp didepan ku sambil ngerjain tugas gitu, serasa ditemenin sama mereka hehe” (WW2.P19.B143)

c) *Borderline-pathological Tendency*

Selain menyukai karya-karya dari BTS, QA juga menyukai kepribadian dari Namjoon yang merupakan *leader* dari BTS. Menurut CA sahabat informan sekaligus *significant other* mengatakan bahwa dirinya menemukan kepribadian yang mirip dengan Namjoon.

“Iya kak, aku suka sama kepribadiannya Namjoon. Kagum banget sama cara dia public speaking nya dan dilihat banyak orang” (WW2.P20.B152)

“Kalau kepribadian Namjoon yang public speaking nya bagus keren itu aku belum nemuin di dia kak, tapi disisi lain Namjoon juga punya kepribadian yang bisa bikin orang lain nyaman cerita ke Namjoon tentang masalah apa yang dipunya, nah aku liat Arum tuh kaya gitu kak dia good advisor kak menurut aku sendiri” (SO2.P5.B29)

Menjadi seorang penggemar tentu memiliki keinginan untuk melihat konser idolanya. Namun QA mengatakan susah mendapatkan izin dari orang tua karena QA masih bersekolah.

QA mengatakan sudah banyak mengeluarkan uang untuk pendidikannya.

QA juga pernah melihat konser *online* bersama dengan teman-temannya. QA mengatakan bahwa dirinya membayar Rp50,000 per anak untuk membeli tiket konser *online* BTS tersebut.

“Ya mau banget kak, tapi ijin orang tua nya yang susah dan uang juga sedikit susah karena udah banyak dihabisin buat bayar pendidikan. Tapi pastinya pengen banget kak” (WW2.P16.B116)

“Pernah sekali kak bareng-bareng juga sama ARMY yang lain” (WW2.P16.B122)

3) Informan ke-3 (NT)

a) *Entertainment-social*

NT merupakan remaja perempuan berusia 19 tahun yang mengidolakan BTS. NT mengatakan mulai mengetahui *K-Pop* berawal dari rasa penasaran ketika *girl group* SNSD mengadakan konser di Jakarta pada tahun 2012.

“Aku awalnya kurang inget 2012 itu di bulan apa cuma pokoknya pas snsd konser di Jakarta itu. Dari situ aku penasaran gitu kok ada konser yang serame itu. Mereka bawa slogan-slogan warna pink terus ada bawa lightstick sama pake baju serba pink gitu” (WW3.P1.B6)

“Semenjak snsd hiatus aku ngga ngikutin lagi kak, lebih dengerin musik-musik aja. Terus tahun 2017 pas BTS konser Wings Tour di Jakarta itu mulai suka k-pop lagi hehe” (WW3.P2.B23)

NT mengatakan mulai menyukai BTS pada tahun 2017 ketika BTS melakukan konser di Jakarta. Alasan NT menyukai BTS karena mereka memiliki musik, pakaian, visual dan kesopanan. Saat wawancara NT juga menunjukkan gerakan *bow* ketika wawancara (OBS3.WW1).

“Aku lebih suka k-pop itu karena musiknya, terus outfit mereka tuh bagus-bagus, ganteng-ganteng. Terus ini kak kalau ketemu orang mereka itu ngebow itu kayak menundukkan kepala gitu lo kak itu jadi kayak sopan gitu, terlebih musiknya sih kak oke-oke semua” (WW3.P3.B34)

Ketika NT berkumpul dengan teman-temannya yang tergabung dalam *fanbase* ARMY Sidoarjo, NT mengatakan kalau belum kenal lebih membahas tentang konten dan idola mereka masing-masing. Namun, ketika NT sudah mengenal satu sama lain mereka tidak hanya membahas BTS saja.

“Kalau belum kenal dekat kita bahasnya lebih ke BTS ARMY aja sih jadi lebih tanya tentang bias terus bahas konten-kontennya gitu kak. Kalau yang udah kenal banget bahasnya ya ngga BTS terus gitu kak” (WW3.P5.B52)

Sebagai penggemar, NT mengaku setiap hari melihat sosial media BTS. NT mengatakan bahwa dia mencari tahu informasi tentang BTS dari *instagram*, *twitter weverse* dan *youtube*. Aplikasi yang sering dibuka NT untuk mencari tahu informasi BTS adalah *twitter*.

“Sosmed kak, instagram, twitter, weverse, sama youtube. Twitter yang paling sering. Twitter tiap hari kak, kalau yang lain kadang-kadang sih” (WW3.P15.B183)

Hal tersebut juga dibenarkan oleh S yang merupakan sahabat dari NT sekaligus *significant other*. S mengatakan bahwa NT sering *update* tentang BTS di *twitter* dan *whatsapp*. S juga mengirimkan unggahan NT di *whatsapp*, unggahan tersebut terlampir pada lampiran dengan kode DOK3F2.

“Iya kak sering banget, Kak Ney biasanya di twitter sama whatsapp” (SO3.P4.B23)

Menjadi penggemar *K-Pop* tentu identik dengan koleksi *merchandise*. NT juga mempunyai koleksi *merchandise* berupa *photocard* sebagai koleksi. NT mengatakan bahwa dia tidak mengoleksi album karena tidak memiliki ruang untuk menyimpan. NT pernah mempunyai album namun dijual lagi karena NT juga merupakan *owner* dari *online shop* yang menjual *merchandise K-Pop*.

“Album aku ngga koleksi kak karena kebetulan dirumah aku tempatnya juga gaada terus kalau dikoleksi kan harus bener-bener dibersihin tiap hari harus dirawat lah. Biasanya kalau beli album aku jual lagi kak soalnya aku juga jualan kan kak jadi cuma megang albumnya udah seneng kalo pc aku koleksi juga ada yang dijual juga” (WW3P19B217)

Ketika observasi, NT juga memakai *lanyard photocard* (OBS3.CJK1). NT mengatakan bahwa *photocard* yang dia pakai tersebut dia beli dengan harga Rp600,000 hanya untuk satu *photocard*. NT juga mengaku bahwa kesusahan mendapatkan *photocard* tersebut (OBS3.CJK2). Dokumentasi mengenai *merchandise* dilampirkan di lampiran dokumentasi dengan kode DOK3F1 dan DOK3F4.

b) *Intense Personal Feeling*

NT mengatakan bahwa dia merasa sangat senang ketika BTS tampil di TV Nasional. NT juga menunjukkan ekspresi senang ketika menceritakan idolanya tayang di TV (OBS3.WW2). Namun, NT juga merasa khawatir karena

menurut NT masyarakat Indonesia masih belum menerima *K-Pop*.

NT mengaku merasa khawatir apabila BTS mendapatkan komentar rasis dari netizen Indonesia. Pada saat wawancara, NT juga menunjukkan sikap khawatir ketika menceritakan bahwa BTS mendapatkan komentar benci (OBS3.WW3).

“Kalau aku seneng sih soalnya apaya BTS kan artis global ya dan di Indonesia kan selalu wow gitu ya dan ngga sukanya itu bukan ngga suka tapi lebih was-was gitu karena masyarakat itu kayak masih banyak yang belum menerima k-pop” (WW3.P6.B61)

“Kayak ada yang masih rasis, rasis itu banyak banget kak. Misalnya BTS tayang di tv dan beberapa yang ngga suka k-pop itu anggep mereka itu plastik lah kayak gini lah dan aku ga terlalu suka kalau misalnya BTS konser di Indonesia itu mending jangan deh karena orang sini suka rasis komentar jahat gitu” (WW3.P6.B68)

Sebagai seorang penggemar tentu memiliki keinginan untuk bertemu dengan idola yang disukai. NT mengatakan apabila dia memiliki kesempatan untuk bertemu BTS, NT ingin mengucapkan terima kasih karena BTS telah memberikan inspirasi kepada NT.

“Eee mau bilang makasih aja sih kak karena mereka menginspirasi aku gitu kak” (WW3.P18.B214)

BTS mempunyai slogan berbunyi “team work makes the dream work”. NT mengatakan bahwa ARMY selalu menerapkan slogan tersebut dan membuat BTS berhasil mendapatkan penghargaan musik.

“Seneng banget kak, BTS kan punya slogan team work makes the dream work jadi kita selalu nerapin ini dan akhirnya BTS bisa dapat award itu dan menurut aku dengan slogan itu yang membuat BTS dan ARMY tuh bisa sedekat itu” (WW3.P11.B132)

NT mengaku kesal ketika mengetahui bahwa banyak penggemar dari *group* lain melakukan kecurangan dengan melakukan voting terhadap *group* yang berada di posisi kedua setelah BTS.

NT kesal ketika menceritakan kecurangan yang didapatkan BTS dan ARMY ketika melakukan voting (OBS3.WW4). Namun NT mengatakan meskipun kalah, BTS selalu menghibur dia dan ARMY.

“BTS ARMY itu ga disambut baik kak sama fandom lain, ngga tau juga dibenci kenapa mungkin prestasinya banyak atau apa. Tapi pernah kejadian pas voting gitu kita ARMY lawan banyak fandom soalnya banyak fandom lain ngebantuin grup yang di posisi dua ini kak, jadi hasil vote mereka ga murni dari fandom mereka tapi banyak dapat bantuan dari fandom lain jadi jatuhnya curang kan kak” (WW3P10B117)

Selain pernah mendapatkan kecurangan dari penggemar lain. NT juga mengaku sedih ketika ada yang berkomentar rasial terhadap BTS. Pada saat wawancara, NT juga menunjukkan ekspresi kesal ketika menceritakan bahwa BTS dan idol K-Pop lainnya pernah mendapatkan komentar rasial dari beberapa orang yang tidak menyukai mereka (OBS3.WW4)

“Kalau komentar rasial ya bukan hanya BTS itu k-pop sih tapi ngga melihat mereka sebagai manusia yang

bertalenta malah dirasisin itu ngga banget sih kak”
(WW3P7B79)

Diketahui dari sahabat NT sekaligus *significant other* mengatakan bahwa NT pernah menangis ketika BTS mengumumkan bahwa mereka akan hiatus. S mengatakan bahwa NT bercerita kepadanya hingga menangis ketika mengetahui BTS akan hiatus dan fokus dengan kegiatan solo mereka.

“Pernah kak, tanggal 14 Juni kemarin, BTS ngumumin kalau hiatus kak kayak fokus sama kegiatan solo mereka gitu” (SO3.P5.B33)

Ketika NT berada di tempat umum dan mendengar lagu BTS diputar, NT mengaku kaget karena lagunya diputar di tempat umum yang banyak orang. NT juga mengatakan bahwa dia senang ketika lagu BTS diputar karena menurutnya banyak yang suka BTS.

“Aku kaget sih kok lagunya diputer dan senang karena ada yang suka BTS juga” (WW3.P20.B230)

Selain menyukai karya-karya BTS, NT juga pernah menganggap BTS sebagai orang yang selalu ada untuk dia. NT mengatakan bahwa sampai sekarang dia masih menganggap BTS sebagai orang yang selalu ada. Ketika NT sedang memiliki masalah selalu dilampiaskan ke *K-Pop*. NT mengatakan bahwa *K-Pop* dapat menjadi hiburan bagi NT.

“Iya kak itu sampai sekarang sih” (WW3.P3.B149)

“Karena disaat kita ada masalah itu ngga semua orang mau dengerin gitu kak, ada yang cuma penasaran doang gitu kan kak. Jadi ya dilampiasinnya ke K-Pop kayak dikamar terus nonton konten mereka kan bisa jadi hiburan gitu” (WW3.P13.B148)

c) *Borderline-pathological Tendency*

NT mengatakan bahwa dia merasa memiliki kesamaan dengan idolanya. NT berantusias menceritakan kemiripan kepribadiannya dengan Taehyung dan Jungkook (OBS3.WW5). NT mengatakan bahwa dia mirip dengan kepribadin dan sifat Taehyung karena memiliki zodiak yang sama.

Sedangkan dengan Jungkook, NT merasa bahwa dia memiliki hobi dan kesukaan yang sama yaitu seni dan musik. Hal tersebut diperkuat dengan dokumentasi yang terlampir dengan kode DOK3F. Terlihat informan menggambar Jungkook BTS.

“Ngga niruin sih kak tapi kemiripannya itu hampir mirip sama Taehyung dan Jungkook” (WW3.P22.B247)

“Ngga tau juga ya kak aku ga percaya ini cuma dia kan zodiaknya capricorn sama kayak aku jadi aku lihat Taehyung itu kayak lihat aku gitu lo kak emang kayak sifatnya mirip kayak aku terus kalau Jungkook karena sama-sama suka seni kak. Dia kan suka seni entah itu musik, gambar gitu kak” (WW3.P22.B250)

Menjadi penggemar tentu memiliki keinginan untuk melihat konser idola. Hal ini juga terjadi pada informan NT yang mempunyai rencana melihat konser BTS. Pada saat wawancara, NT terlihat kesal ketika menceritakan tentang calo tiket konser BTS (OBS3WW6).

“Iya kak pasti nonton dan semoga calo dan scamer cepet tobat aja dan Indonesia bisa ngehandle nya. Takut rusuh lagi kak” (WW3.P16.B191)

Ketika idol *K-Pop* datang ke Indonesia, para penggemar akan datang dan menyambut mereka di bandara. Namun berbeda dengan NT, dia mengatakan bahwa takut membuat kericuhan dan membuat BTS tidak nyaman dengan situasi tersebut.

“Ngga kak ngeri dan takut ricuh juga kan nanti BTS juga takutnya ngga nyaman kalau sampe di kejar-kejar gitu” (WW3.P17.B210)

NT mengaku pernah membeli barang yang pernah dipakai idolanya yakni Taehyung BTS. NT menyukai *style* pakaian dari Taehyung dan hal tersebut yang menjadi alasan NT membeli baju yang pernah dipakai Taehyung.

“Kalau baju aku suka karena style nya Taehyung kak jadi dia kan suka pake outer gitu kan lucu-lucu jadi aku beli tapi ga ori kak soalnya mahal haha” (WW3.P21.B237)

“Iya pernah juga beli kaos yang ori di weverse kalau yang samaan kayak punya BTS mahal kak harganya bisa 6 jutaan itu cuma kaos oblong haha” (WW3.P21.B242)

4) Informan ke-4 (AA)

a. Entertainment-social

AA merupakan remaja perempuan berusia 16 tahun yang menyukai musik *K-Pop*. AA mengaku bahwa pertama kali mengetahui musik *K-Pop* diberitahu oleh kakak sepupunya. Awal AA menyukai BTS diberitahu oleh teman-teman AA. Alasan menyukai BTS karena memiliki musik yang *easy*

listening dan visual mereka. AA juga mengikuti kegiatan *cover dance* bersama teman-temannya.

“Tau dari sepupu aku dan masih pakai hp nokia kak. Salah satu yang paling aku inget itu mv nya paparazi snsD” (WW4.P2.B5)

“Jadi waktu itu aku sama temen ku kayak ya masih kecil liat youtube eh kok ada yang ganteng nah itu lah dikepoin” (WW4.P3.B11)

“Eee pertama si pasti visual ya kak. hmmm lagu soalnya bangtan tuh lagunya easy listening banget” (WW4.P4.B30)

Informasi lain yang didapatkan dari *significant other* sekaligus kakak sepupu AA, mengatakan bahwa akhir-akhir ini AA juga menyukai *boy group* NCT. Hal ini juga dibuktikan dengan akun instagram AA yang menuliskan akun Jaemin NCT di bio instagram. *Screenshot* akun instagram AA terlampir di lampiran dengan kode DOK4F1.

“Iya bener kak kayaknya itu kalo ga salah inget pas aku masih SMP dan dia masih SD” (SO4.P1.B7)

Menurut sepupu AA sekaligus *significant other*, AA memang aktif mengikuti *cover dance K-Pop*. AA juga merasa senang ketika memberitahu bahwa AA memiliki *channel youtube* untuk mengunggah hasil *cover dance K-Pop* (OBS4.WW1). *Screenshot* akun youtube terlampir di lampiran dengan kode DOK4F2.

“Kakak coba lihat channel youtube ‘debatozar’ kak, itu iseng-iseng bikin itu dari temen aku buat karena iseng aja soalnya dulu gabut pas corona” (WW4.P4.B37)

*“Iya bener kalo dia aktif di kegiatan fisiknya”
(SO4.P2.B28)*

AA mengatakan informasi tentang BTS diperoleh dari kakak sepupu dan internet. AA mengatakan bahwa kakak sepupunya memiliki akun *fanbase* yang mengunggah informasi-informasi tentang BTS. Hal itu juga dikatakan oleh *significant other* bahwa dia juga memiliki akun *fanbase*.

“Pastinya di platform internet ya kak, hmm dan kakak sepupu ku yang ngenalin K-Pop ke aku kak el itu punya akun fanbase bangtan gitu kak jadi ya itu salah satu aku cari informasi tentang bangtan” (WW4.P5.B43)

“Kalo aku aktif di dunia sosmed nya kebetulan aku punya fanbase juga yg udah aku bangun dari tahun 2017” (SO4.P2.B29)

Fakta lain juga didapatkan dari kakak sepupu AA sekaligus *significant other* bahwa AA juga menyukai drama korea atau yang biasanya disebut dengan drakor. E mengatakan bahwa AA menyukai semua yang hal yang memiliki unsur Korea.

*“Dia biasanya ke rumah kalo butuh download movie gitu. Oh ya dia masih hype drama korea kak”
(SO4.P4.B56)*

“Iya suka semua dia yang berbau korea udah plek ketiplek sama aku kak” (SO4.P4.B60)

b. *Intense Personal Feeling*

AA tidak terlalu menyukai BTS tayang di TV Nasional. AA mengaku semakin banyak hal-hal yang berdampak negatif dan masyarakat Indonesia juga berkomentar rasis kepada BTS.

Pada saat wawancara informan juga menunjukkan ekspresi kesal karena komentar negatif dapat memberikan pengaruh bagi BTS (OBS4.WW3). Informan juga berekspresi sedih bahwa AA tidak terlalu menyukai BTS tayang di TV (OBS4WW2).

“Jadi biasa aja si kak, sebenarnya aku si ngga terlalu suka kak soalnya makin banyak hal-hal yang berdampak negatif bagi mereka, apalagi kita di indonesia yang populasinya banyak yang ngira kpop tuh plastik. Tapi kan semakin banyak yang ngehate semakin populer mereka” (WW4.P4.B50)

Kakak sepupu informan AA sekaligus *significant other* mengatakan bahwa AA pernah sedih ketika BTS mengumumkan hiatus mereka. E mengatakan bahwa BTS merupakan idol yang tidak pernah hiatus, sehingga kabar hiatus BTS tersebut membuat AA sedih.

“Kalo sampai nangis aku ga inget tapi sedih pas BTS umumin hiatus dan sementara waktu ini BTS fokus kegiatan individu kan” (SO4.P6.B71)

AA juga mengatakan bahwa ketika diberi kesempatan bertemu secara langsung, AA mempunyai keinginan untuk mengucapkan terima kasih kepada BTS. Ketika membaca kisah hidup BTS memberikan motivasi untuk AA dan ARMY. AA mengaku bahwa BTS menjadi alasan untuk bertahan hingga saat ini.

“Ngefeel banget kak. Mereka jadi salah satu motivasi ku kak. Mereka salah satu yang buat aku bertahan sampai sejauh ini” (WW4.P15.B108)

“Aku pengen bisa ketemu mereka dan semoga aku bisa ngucapin terima kasih ini secara langsung ke mereka”
(WW4.P15.B112)

BTS terkenal sebagai *boy group* yang memiliki banyak penghargaan. Penghargaan tersebut juga termasuk usaha dari BTS dan penggemar mereka. ARMY juga memiliki peran dalam mendukung BTS di ajang penghargaan, terlebih ajang tersebut menggunakan sistem voting untuk menentukan pemenangnya.

AA menceritakan pengalamannya mengikuti voting dan melawan *boy group* EXO yang memiliki banyak penggemar. AA mengaku senang ketika BTS dapat memenangkan penghargaan tersebut. AA mengatakan bahwa jerih payah ARMY terbayarkan.

“Ah itu pernah lawan EXO kak, fans mereka kan banyak ya kak jadi kita ARMY berusaha banget buat vote juga dan akhirnya menang” (WW4.P11.B85)

“Seneng banget kak kayak akhirnya jerih payah nya udah terbayarkan gitu hehe” (WW4P12B90)

Dalam sebuah acara penghargaan musik, BTS juga pernah tidak berhasil mendapatkan penghargaan. Hal tersebut tentu membuat penggemar kecewa karena tidak dapat memberikan penghargaan untuk BTS. AA mengatakan bahwa dia kecewa karena BTS kalah, AA tetap mendukung BTS.

“Pernah kak dan kecewa sih pastinya, tapi sejauh ini meskipun kalah, army bakal tetep dukung banget”
(WW4.P10.B81)

Ketika AA berada di tempat umum dan mendengar lagu BTS diputar, AA mengatakan ingin langsung *dance* dan bernyanyi. Ketika wawancara, AA sangat berantusias menceritakan reaksinya ketika mendengar lagu BTS di tempat umum (OBS4.WW4).

“Wah pernah kak dan pasti gatel tangannya pengen gerak gitu langsung dance langsung pengen nyanyi ditempat itu juga” (WW4.P8.B68)

Sebagai penggemar, AA pernah menganggap BTS sebagai orang terdekat untuknya. Bahkan AA sering menganggap BTS sebagai orang yang selalu ada. AA mengatakan bahwa dengan melihat BTS membuat senang dan dapat menghilangkan rasa penat setelah aktifitas di sekolah.

“Sering kak, sering kalau liat mereka itu buat healing terbaik aku” (WW4P18B139)

“Pas kalo aku lagi suntuk banget gitu lagi capek banget abis sekolah terus liat mereka perform atau lagi variety show gitu udah seneng banget kak. Mereka ketawa aku ikut ketawa. Jadi bisa lupain hal-hal lain buat sesaat” (WW4.P18.B142)

c. *Borderline-pathological Tendency*

AA mengaku bahwa dia sering meniru kepribadian dari Suga. Menurut AA, Suga pernah mengatakan ketika memiliki waktu luang lebih baik dibuat untuk istirahat. AA mengatakan bahwa dia memiliki kegiatan yang padat dan membuat AA kurang memiliki waktu untuk istirahat. Hal tersebut diterapkan AA hingga sekarang.

“Ada kak, dan paling sering itu Suga sih. Suga kan pernah bilang kalo waktu luang dia dia bikin tidur. Soalnya dari padetnya jadwalnya dia sampai kurang tidur nah itu aku terapin di diri aku sendiri kak” (WW4P21B161)

Penggemar tentu memiliki keinginan untuk melihat idolanya konser. Namun bagi AA yang masih bersekolah, dia mengatakan tidak dapat melihat konser BTS apabila tahun depan diadakan di Indonesia.

“Insyaallah kalau tahun depan belum bisa kak masih banyak tanggungan yang belum terpenuhi juga kak” (WW4.P16.B122)

AA termasuk penggemar yang tidak mengoleksi *merchandise* BTS. Hal ini juga terlihat saat observasi bahwa AA tidak membawa *merchandise* seperti ARMY yang lain (OBS4.CJK2). AA pernah membeli barang sama seperti yang digunakan oleh BTS. AA mengaku bahwa kemarin membeli baju SG yang terbiasa dipakai Suga.

Pada saat wawancara AA tertawa ketika mengaku bahwa memakai baju tersebut merasa memeluk idolanya (OBS4.WW5).

“Kemaren baru keturutan baju sg yang di pakai suga meskipun unofficial karena kalo yang official ga mampu saya hehe” (WW4P19B152)

“Karena pastinya pengen kembaran sama mereka dong kak, ya minimal bisa peluk gitu hehehe” (WW4P19B157)

2. Analisis

Setiap informan memiliki perbedaan dalam menunjukkan gambaran dinamika perilaku *celebrity worship* yang pernah mereka lakukan. Seperti

pada keempat informan dalam penelitian ini yang merupakan remaja penggemar *K-Pop* di Sidoarjo. Beberapa temuan penelitian yang dianalisis dan diinterpretasikan sebagai hasil temuan:

1) Informan ke-1 (AD)

a) *Entertainment-Social*

Alasan AD menyukai BTS karena mereka memiliki musik yang *easy listening*, mengandung makna yang bagus dan menyukai visual idol yang tampan. Namun, selain menyukai BTS, AD juga menyukai *boy group* Seventeen. Ketika memiliki waktu senggang, AD akan melihat sosial media idola. AD juga tergabung dalam *fanbase* ARMY Sidoarjo. Ketika berkumpul dengan teman-teman sesama penggemar BTS, AD membahas idol dan album BTS. AD juga mengoleksi *merchandise* BTS berupa album fisik, *lighstick* dan *photocard* (WW1.P1.B6; WW1.P2.B10; WW1.P3.B14-17; WW1.P3.B19-21; WW1.P5.B28-29; WW1.P6.B36; WW1.P20.B174; SO1.P4.B26; OBS1.WW1; OBS1.CJK3; OBS1.CJK4; DOK1.F1; DOK1F2).

b) *Intense Personal Feeling*

Sebagai seorang penggemar tentu memiliki keinginan untuk melihat konser BTS. AD juga memiliki rencana untuk melihat konser Seventeen di Jakarta namun tidak diberi izin oleh orang tuanya. Ketika AD diberi kesempatan untuk menemui BTS, AD akan mengucapkan terima kasih karena telah membantu AD ketika stress.

AD merasa senang dan bangga ketika BTS sering tampil di TV Nasional. Ketika AD tidak berhasil memenangkan penghargaan, AD merasa kecewa dan sedih. Saat BTS mendapatkan komentar jahat, AD lebih memilih diam daripada ikut mengomentari komentar tersebut.

Perjalanan hidup dari BTS hingga sekarang dijadikan AD sebagai motivasi. AD juga menjadikan idola sebagai orang yang selalu ada untuk AD. AD pernah berkomentar pada postingan Suga BTS untuk menceritakan masalahnya (WW1.P7.B39; WW1.P7.B44; WW1.P16.B128; WW1.P9.B63; WW1.P12.B82; WW1.P12.B84; WW1.P11.B75; WW1.P13.B87; WW1.P14.B104; WW1.P14.B111; OBS1.WW2; OBS1.WW3; OBS1.WW4).

c) Borderline-pathological Tendency

AD menyukai *style* pakaian RM dan Jungkook BTS. AD terkadang terlihat memakai pakaian yang berwarna gelap. Selain itu, AD juga memiliki keinginan untuk melihat konser BTS apabila tahun depan dilaksanakan di Indonesia. AD juga tidak memiliki keinginan untuk menunggu BTS di bandara. Namun, AD mengatakan bahwa tidak mendapatkan izin dari orang tua AD. AD pernah membeli parfum yang sama seperti yang dimiliki Jungkook BTS (WW1P18B146; WW1.P15.B118; WW1.P15.B122-127; WW1.P17.B136-140; WW1.P21.B184-187; SO1.P6.B43-46).

2) Informan ke-2 (QA)

a) *Entertainment-social*

Alasan menyukai *K-Pop* karena rasa penasaran yang muncul ketika QA berkumpul dengan teman-temannya. QA lalu menyukai BTS karena menyukai persahabatan, kebersamaan, dan perjuangan yang menjadikan inspirasi bagi QA. Ketika orang lain berkomentar jelek ke BTS, QA memilih untuk diam dan tidak menanggapi komentar tersebut. QA mengikuti semua sosial media dan sering *update* tentang BTS di akun *twitter*. QA juga mengoleksi *merchandise* BTS berupa album fisik, *photocard*, dan pulpen-pulpen yang bertema bt21 (WW2.P2.B5; WW2.P4.B16; WW2.P4.B22; WW2.P10.B59; WW2.P10.B65; WW2.P9.B52; WW2.P21.B162; SO2.P3.B12; DOK2F1)

b) *Intense Personal Feeling*

QA merasa takut ketika BTS tampil di TV Nasional karena masih ada beberapa orang yang membenci BTS. Namun, QA tetap senang dan bangga ketika idolanya tampil di TV Nasional. QA berkeinginan bertemu BTS secara langsung untuk mengucapkan terima kasih kepada BTS. QA merasa senang ketika BTS berhasil memenangkan penghargaan dan merasa sedih ketika BTS tidak berhasil memenangkan penghargaan.

Ketika lagu BTS diputar di tempat umum, QA merasa ingin berteriak dan ikut menyanyikan lagu BTS. QA juga senang bertemu dengan sesama penggemar BTS. QA merasa emosi ketika BTS

mendapatkan komentar negatif. QA juga merasa sedih ketika BTS mengumumkan bahwa mereka akan hiatus.

QA merasa bangga ketika melihat kisah hidup BTS, Sebagai penggemar, QA menganggap BTS sebagai orang yang selalu ada untuk dirinya. QA sering melihat *youtube* BTS ketika sedang belajar dan merasa idolanya menemaninya belajar (WW2.P11.B74; WW2.P12.B91; WW2.P6.B39; WW2.P7.B44; WW2.P14.B102; WW2.P13.B97; WW2.P18.B135; WW2.P19.B143; SO2.P6.B40; OBS2.WW4; OBS2.WW3; OBS2.WW1; OBS2.CJK1).

c) Borderline-pathological Tendency

QA memiliki kepribadian yang sama seperti Namjoon BTS, yakni QA sering dijadikan tempat cerita bagi temannya. Menurut temannya QA sangat nyaman untuk berbagi cerita. QA memiliki keinginan untuk melihat konser BTS secara langsung, namun QA tidak dapat mendapatkan izin dari orang tuanya karena QA masih bersekolah. Namun, QA pernah melihat konser BTS secara *online* dengan teman-temannya (WW2.P20.B152; WW2.P16.B116; WW2.P16.B122; SO2.P5.B29).

3) Informan ke-3 (NT)

a) Entertainment-social

NT mulai menyukai BTS ketika BTS mengadakan konser di Jakarta. Alasan menyukai BTS karena musik, pakaian, visual dan kesopanan idol. Ketika NT bertemu dengan sesama ARMY, NT lebih

banyak mengobrol tentang idola dan album. NT setiap hari melihat sosial media untuk mengetahui informasi tentang BTS, NT sering *update* BTS di *twitter* dan *whatsapp*. NT juga mengoleksi *merchandise* BTS berupa *photocard*. Selain mengoleksi *merchandise*, NT juga menjadi *owner online shop* yang menjual *merchandise* dan tiket konser BTS (WW3.P1.B6; WW3.P2.B23; WW3.P3.B34; WW3.P5.B52; WW3.P15.B183; WW3P19B217; SO3.P4.B23; OBS3.WW1; OBS3.CJK1; OBS3.CJK2; DOK3F2; DOK3F1; DOK3F4).

b) *Intense Personal Feeling*

Sebagai penggemar, NT merasa bangga dan senang ketika BTS sering ditayangkan di TV Nasional. Namun, NT juga merasa khawatir karena masyarakat masih banyak yang belum menerima BTS. NT khawatir apabila BTS mendapatkan komentar rasis. NT memiliki keinginan untuk bertemu dan mengucapkan terima kasih kepada BTS karena telah memberi inspirasi.

NT merasa kesal saat dicurangi oleh penggemar lain, hal ini terjadi pada saat melakukan voting untuk BTS. Akibatnya, BTS tidak berhasil mendapatkan penghargaan tersebut. NT juga merasa kesal ketika ada yang berkomentar rasis kepada BTS. NT juga pernah menangis ketika bercerita ke temannya bahwa BTS akan hiatus. Selain itu, NT juga merasa senang ketika BTS berhasil memenangkan penghargaan.

NT pernah mendengar lagu BTS diputar di tempat umum. NT merasa kaget dan senang karena NT merasa banyak yang menyukai BTS. Sebagai penggemar, NT pernah menganggap BTS sebagai orang yang selalu ada untuk NT bahkan sampai sekarang. Ketika ada masalah, NT akan melampiaskan dan menjadikan *K-Pop* sebagai hiburan
 WW3.P6.B61; WW3.P6.B68; WW3.P18.B214; WW3.P11.B132;
 WW3P10B117; WW3P7B79; WW3.P20.B230; WW3.P13.B148;
 SO3.P5.B33; OBS3.WW2; OBS3.WW3; OBS3.WW4)

c) *Borderline-pathological Tendency*

NT merasa memiliki kemiripan dengan Taehyung dan Jungkook BTS. NT merasa mirip dengan kepribadian Taehyung karena memiliki zodiak yang sama. Sedangkan, merasa mirip dengan Jungkook karena memiliki hobi yang sama karena menyukai seni dan musik. NT memiliki rencana melihat konser BTS dan memilih untuk tidak menunggu BTS di bandara. NT juga mempunyai barang yang sama dengan Taehyung BTS. Alasan NT membeli barang tersebut karena menyukai *style* pakaian dari Taehyung BTS (WW3.P22.B247; WW3.P22.B250; WW3.P16.B191; WW3.P17.B210; WW3.P21.B237; WW3.P21.B242; OBS3.WW5; OBS3.WW6; DOK3F).

4) Informan ke-4 (AA)

a) *Entertainment-social*

Awal mula AA menyukai *K-Pop* karena diberitahu oleh kakak sepupu AA. Alasan AA menyukai dan mengidolakan BTS karena musik

dan visual mereka. Selain BTS, AA juga menyukai *boygroup* NCT dan drama korea. AA aktif mengikuti *cover dance* dan memiliki akun *youtube* untuk mengunggah *cover dance*. Informasi tentang *K-Pop* didapatkan AA melalui sosial media dan kakak sepupu AA (WW4.P2.B5; WW4.P3.B11; WW4.P4.B30; WW4.P4.B37; WW4.P5.B43; SO4.P1.B7; SO4.P2.B28; SO4.P2.B29; SO4.P4.B56; SO4.P4.B60; DOK4F1; DOK4F2).

b) Intense Personal Feeling

AA tidak terlalu senang ketika BTS tayang di TV Nasional karena semakin banyak dampak negatif yang disebabkan komentar rasial. AA juga merasa sedih ketika BTS mengumumkan hiatus. Apabila diberikan kesempatan bertemu BTS, AA akan mengucapkan terima kasih.

AA merasa kecewa ketika BTS tidak mendapatkan penghargaan. AA merasa senang apabila BTS memenangkan penghargaan dengan sistem voting. Saat mendengarkan lagu BTS diputar di tempat umum, AA ingin bernyanyi dan *dance*. AA pernah menganggap BTS sebagai orang yang selalu ada untuk AA. Melihat BTS membuat AA merasa senang dan menghilangkan rasa penat AA (WW4.P4.B50; WW4.P15.B108; WW4.P15.B112; WW4.P11.B85; WW4P12B90; WW4.P10.B81; WW4.P8.B68; WW4P18B139; WW4.P18.B142; OBS4.WW1; OBS4.WW3; OBS4WW2; OBS4.WW4).

c) *Bordeline-pathological Tendency*

AA sering menerapkan kepribadian Suga BTS, yakni ketika memiliki waktu luang akan dibuat istirahat. AA tidak memiliki rencana apabila BTS melakukan konser di Indonesia, namun AA memiliki impian untuk melihat BTS 20 tahun kedepan. AA termasuk penggemar yang tidak mengoleksi *merchandise*. Namun, AA memiliki kaos yang sama dengan Suga BTS. Alasan membeli baju tersebut karena AA merasa memeluk idolanya (WW4P21B161; WW4P16B122; WW4P19B152; WW4P19B157; OBS4.CJK2; OBS4.WW5).

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan diatas, pada bagian ini akan dibahas mengenai analisis dari dinamika gambaran perilaku *celebrity worship* pada remaja dengan membandingkan teori di bab sebelumnya. Berikut pembahasan dari hasil analisis keempat informan.

1. *Entertainment-Social*

Pada dimensi *entertainment-social* hanya menjadikan idola sebagai penghibur di waktu senggangnya. Penggemar merasa tertarik mencari informasi mengenai idola melalui sosial media maupun media cetak seperti majalah. Penggemar merasa senang ketika membicarakan idola mereka kepada teman, terutama apabila teman-temannya juga sesama penggemar K-Pop. Penggemar juga senang bertukar informasi dengan teman-temannya mengenai kabar idolanya dan bergabung

dengan *group fanbase*. Penggemar tertarik melihat penampilan idola bahkan tayangan ulang sekalipun (Maltby et al., 2003).

Pada informan pertama mulai tertarik dengan BTS karena musik yang memiliki lirik yang bagus dan visual idol yang tampan. AD melihat sosial media idola hanya saat AD memiliki waktu senggang. *Significant other* pertama (K) mengatakan bahwa AD tidak hanya menyukai BTS, AD juga mulai menyukai *boy group* Seventeen. AD tergabung dalam *fanbase* ARMY Sidoarjo yang beranggotakan penggemar BTS domisili Sidoarjo. sebelum bergabung dengan ARMY Sidoarjo, AD juga pernah bergabung dengan *fanbase* ARMY Surabaya. Ketika bertemu dengan ARMY yang lain, AD sering membicarakan tentang idola dan album-album BTS. AD memiliki koleksi *merchandise* berupa album fisik, *photocard*, dan *lightstick*.

Pada informan kedua, QA tertarik dengan BTS karena menyukai hubungan persahabatan, kebersamaan, dan perjuangan yang menjadikan inspirasi bagi QA. Berbeda dengan informan pertama, QA mengikuti semua sosial media BTS dan sering melakukan *update* di *twitter*. Hal ini juga dikatakan oleh *significant other* kedua (CA) bahwa QA sering melakukan *update* di *twitter*. QA tidak selalu mengikuti acara yang dilaksanakan oleh ARMY Sidoarjo. QA hanya sekedar bergabung *group chat* ARMY Sidoarjo. Hal tersebut membuat QA tidak terlalu mengenal anggota ARMY Sidoarjo. Sama dengan informan pertama, QA juga

mengoleksi *merchandise* BTS berupa album fisik, *photocard*, dan koleksi pulpen bertema bt21.

Pada informan ketiga (NT), menyukai BTS ketika melakukan konser di Jakarta. Awal tertarik dengan BTS karena musik, pakaian, visual dan kesopanan idol ketika bertemu dengan penggemar. NT juga tergabung dengan *fanbase* ARMY Sidoarjo dan sering mengikuti acara-acara yang dilaksanakan *fanbase*. Ketika NT bertemu dengan sesama ARMY, NT lebih banyak membahas tentang idola dan album BTS. NT setiap hari melihat sosial media untuk mengetahui informasi tentang BTS, NT sering *update* BTS di *twitter* dan *whatsapp*. Hal tersebut juga dikatakan oleh *significant other* ketiga (S) bahwa NT sering *update* tentang BTS di *twitter* dan *whatsapp*, selain itu NT juga sering mengedit video tentang BTS lalu mengunggahnya di sosial media. NT juga mengoleksi *merchandise* BTS berupa *photocard*. Selain mengoleksi *merchandise*, NT juga menjadi *owner online shop* yang menjual *merchandise* dan tiket konser.

Perbedaan ditemukan pada informan keempat (AA), AA mengetahui *K-Pop* karena diberitahu oleh kakak sepupu AA. Selain BTS, AA juga menyukai *boy group* NCT. Berbeda dengan informan lainnya yang menyukai musik *K-Pop*, AA juga menyukai drama korea. Hal tersebut juga dikatakan oleh *significant other* keempat (EI) bahwa AA menyukai NCT dan sering melihat drama korea AA juga tergabung dengan *cover dance K-Pop* dan memiliki. *Significant other* keempat (EI)

mengatakan bahwa AA aktif dalam aktifitas fisik seperti mengikuti *cover dance*. AA tidak mempunyai koleksi *merchandise* seperti informan lainnya.

Menurut hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Cahyani dan Purnamasari (2019) menunjukkan bahwa penggemar menyukai idola karena karya, kemampuan bakat yang dimiliki idola dan dapat menginspirasi penggemar. Hal tersebut juga ditemukan pada informan AD, NT, dan AA karena ketiga informan tersebut mulai menyukai dan tertarik dengan BTS karena musik dan visualnya. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Lin dan Lin (2007) yang menunjukkan hasil bahwa visual, bentuk tubuh, dan *style* berpakaian dari idola yang menjadi daya tarik penggemar terhadap idola. Sedangkan QA, tertarik dan menyukai BTS karena hubungan persahabatan, kebersamaan, dan perjuangan BTS untuk melakukan debut sebagai idol Korea. Perjuangan dari BTS tersebut dijadikan inspirasi bagi QA.

Storey dan Rahmawati (2007) mengatakan bahwa penggemar termasuk konsumen ideal karena kebiasaan konsumsi penggemar tergolong tinggi sehingga mudah diprediksi oleh industri budaya dan sering bersifat labil. Dukungan yang diberikan penggemar kepada idola dapat berupa pembelian *merchandise*. Pembelian *merchandise* dapat membantu idola *K-Pop* mendapatkan penghargaan. Penelitian ini juga ditemukan bahwa ketiga informan, yakni AD, QA, dan NT membeli dan memiliki koleksi *merchandise* BTS berupa album fisik, *photocard*,

lightstick, dan barang-barang yang bertema bt21. Informan keempat tidak mengoleksi *merchandise* BTS.

2. *Intense Personal Feeling*

Pada dimensi *intense personal feeling*, penggemar mulai mengembangkan perasaan lebih dalam dengan idolanya. Penggemar juga memiliki rasa empati ketika idolanya memiliki kabar buruk. Penggemar yang memiliki rasa empati yang tinggi akan merasakan apa yang dirasakan idolanya (Maltby et al., 2003).

Informan pertama (AD), merasa senang ketika BTS tampil di TV Nasional. Ketika diberi kesempatan bertemu langsung dengan BTS, AD ingin mengucapkan terima kasih karena telah membantu AD sembuh dari stress. Ketika BTS tidak berhasil memenangkan penghargaan, AD merasa kecewa dan sedih. Saat BTS mendapatkan komentar jahat, AD lebih memilih diam daripada ikut mengomentari komentar tersebut. Perjalanan hidup dari BTS hingga sekarang dijadikan AD sebagai motivasi. AD juga menjadikan idola sebagai orang yang selalu ada untuk AD. AD pernah berkomentar pada postingan Suga BTS untuk menceritakan masalahnya. AD juga meniru *style* pakaian dari Jungkook yang sering menggunakan pakaian berwarna gelap. *Significant other* pertama (K) juga mengatakan bahwa *style* pakaian AD mirip dengan *style* pakaian Jungkook BTS.

Berbeda dengan informan pertama yang merasa senang ketika BTS tampil di TV Nasional. Informan kedua (QA) justru merasa takut

karena QA merasa masih ada beberapa orang yang tidak menyukai BTS. Namun, QA juga berkeinginan bertemu BTS secara langsung untuk mengucapkan terima kasih kepada BTS. QA merasa senang ketika BTS berhasil memenangkan penghargaan dan merasa sedih ketika BTS tidak berhasil memenangkan penghargaan.

Ketika lagu BTS diputar di tempat umum, QA merasa ingin berteriak dan ikut menyanyikan lagu BTS. QA juga senang bertemu dengan sesama penggemar BTS. QA merasa emosi ketika BTS mendapatkan komentar negatif. QA juga merasa sedih ketika BTS mengumumkan bahwa mereka akan hiatus. QA merasa bangga ketika melihat kisah hidup BTS, Sebagai penggemar, QA menganggap BTS sebagai orang yang selalu ada untuk dirinya. QA sering melihat *youtube* BTS ketika sedang belajar dan merasa idolanya menemaninya belajar.

Informan ketiga (NT) merasa bangga dan senang ketika BTS sering tampil di TV Nasional. Namun, NT juga merasa khawatir dan kesal ketika BTS mendapatkan komentar rasis karena masyarakat masih banyak yang belum menerima BTS. NT memiliki keinginan untuk bertemu dan mengucapkan terima kasih kepada BTS karena telah memberi inspirasi. NT merasa kesal saat dicurangi oleh penggemar lain, hal ini terjadi pada saat NT melakukan voting untuk BTS. *Significant other* ketiga (S) mengatakan bahwa NT juga pernah menangis saat bercerita BTS akan hiatus.

Selain itu, NT juga merasa senang ketika BTS berhasil memenangkan penghargaan. NT pernah mendengar lagu BTS diputar di tempat umum. NT merasa kaget dan senang karena NT merasa banyak yang menyukai BTS. Sebagai penggemar, NT pernah menganggap BTS sebagai orang yang selalu ada untuk NT bahkan sampai sekarang. Ketika ada masalah, NT akan melampiaskan dan menjadikan *K-Pop* sebagai hiburan. NT tidak meniru idolanya, namun dia merasa memiliki kesamaan dengan idolanya.

Informan keempat (AA) memiliki kesamaan dengan informan ketiga, karena AA tidak terlalu senang ketika BTS tayang di TV Nasional. Hal ini dikarenakan semakin banyak dampak negatif yang disebabkan komentar rasis tersebut kepada BTS. AA merasa sedih ketika BTS mengumumkan hiatus. *Significant other* keempat (EI) juga mengatakan bahwa AA memang sedih saat BTS mengumumkan akan hiatus. Apabila diberikan kesempatan bertemu BTS, AA akan mengucapkan terima kasih. AA merasa kecewa ketika BTS tidak mendapatkan penghargaan. AA merasa senang apabila BTS memenangkan penghargaan dengan sistem voting.

Keempat informan memiliki dimensi *intense-personal feeling* dapat disebabkan dari lamanya informan melakukan aktifitas pengidolaan. Maltby et al (2005) mengatakan bahwa dimensi *intense-personal feeling* berhubungan dengan sifat neurotisme pada teori kepribadian Eysenck. Individu dengan sifat neurotisme memiliki tingkat

ketegangan yang tinggi, murung, dan emosional. Kepribadian ini cenderung memiliki emosi yang mudah terpengaruh oleh lingkungan sekitar.

Saat mendengarkan lagu BTS diputar di tempat umum, AA ingin bernyanyi dan *dance*. AA pernah menganggap BTS sebagai orang yang selalu ada untuk AA. Melihat BTS membuat AA merasa senang dan menghilangkan rasa penat AA. AA juga meniru kebiasaan dari Suga BTS yang beristirahat ketika memiliki waktu luang.

Dari keempat informan, informan pertama (AD) dan informan ketiga (NT) merasa senang dan bangga ketika BTS tampil di TV. Namun berbeda dengan informan kedua (QA) dan informan keempat (AA), mereka tidak terlalu senang dan merasa khawatir ketika BTS tampil di TV Nasional. Hal ini dikarenakan BTS akan mendapatkan respon negatif dari masyarakat. Keempat informan juga merasa sedih dan kesal ketika BTS mendapatkan komentar negatif dan rasis oleh orang lain.

Keempat informan melakukan kegiatan voting untuk mendukung BTS di sebuah ajang penghargaan musik. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Cahyani dan Purnamasari (2019) yang menunjukkan bahwa penggemar rela melakukan kegiatan voting agar idolanya mendapatkan penghargaan musik. Keempat informan merasa senang dan bangga ketika BTS berhasil mendapatkan penghargaan. Sebaliknya, apabila kalah mereka merasa kecewa karena tidak dapat memberikan penghargaan kepada BTS.

Keempat informan menunjukkan keterlibatan emosi ketika idolanya mendapatkan komentar negatif. Informan merasa kesal dan sedih ketika BTS mendapatkan komentar negatif. Maltby et al (2006) menyatakan bahwa rasa empati penggemar kepada idola membuat penggemar memiliki rasa ikatan khusus dengan idolanya.

Menjadikan sosok idola sebagai bentuk dukungan bagi diri sendiri merupakan pertanda bahwa terjadi kegagalan penyesuaian terhadap kebutuhan cinta dan keberadaan orang lain, hal ini tidak disebabkan oleh perasaan frustrasi namun tidak adanya hubungan keintiman secara psikologi dengan orang lain. Dalam penelitian ini, keempat informan pernah menjadikan sosok idola sebagai orang terdekat dan selalu ada untuk mereka. Informan pertama (AD) pernah bercerita di postingan Suga BTS ketika AD memiliki masalah, hal tersebut membuat AD merasa lebih lega.

Informan kedua (QA) menjadikan sosok idola sebagai penyemangat ketika QA sedang belajar dan merasa ditemani idolanya. Informan ketiga hingga sekarang menjadikan sosok idola sebagai orang yang selalu ada untuknya. NT pernah memiliki rasa tidak percaya untuk bercerita dengan orang lain dan membuat NT melampiaskan dengan melihat konten *K-Pop*. Informan keempat (AA) memiliki kesamaan dengan informan ketiga dengan melihat konten *K-Pop*, hal tersebut membuat AA dapat merasa senang dan menghilangkan rasa penat.

3. *Borderline-pathological Tendency*

Borderline-pathological Tendency merupakan dimensi tertinggi dan terparah dalam *celebrity worship*, penggemar memiliki perilaku yang tidak terkontrol terhadap idolanya seperti berteriak ketika mendengar nama atau lagu dari idolanya, penggemar kerap berkhayal bahwa idolanya sebagai suami atau pacar (Maltby et al., 2003).

Informan pertama (AD) sering meniru *style* pakaian dari Jungkook yang suka memakai pakaian dengan warna gelap. AD memiliki keinginan untuk pergi melihat konser Seventeen, namun AD tidak diizinkan melihat oleh orang tuanya. Selain menyukai BTS, AD juga menyukai *boy group* Seventeen. Penggemar *K-Pop* Indonesia sering terlihat mendatangi bandara ketika idolanya sampai di Indonesia. Namun, AD memilih untuk tidak mendatangi bandara. AD tidak menunjukkan reaksi ketika lagu BTS diputar di tempat umum.

Informan kedua (QA) memiliki kepribadian yang sama seperti Namjoon BTS. Hal ini dirasakan oleh *significant other* (CA) bahwa QA memiliki kesamaan dengan Namjoon BTS. QA juga memiliki kesamaan dengan informan pertama, yakni memiliki keinginan untuk melihat konser BTS tetapi tidak diberikan izin oleh orang tuanya untuk melihat. Namun, QA pernah melihat konser BTS secara *online* bersama teman-temannya. QA juga tidak menunjukkan reaksi ketika lagu BTS diputar di tempat umum.

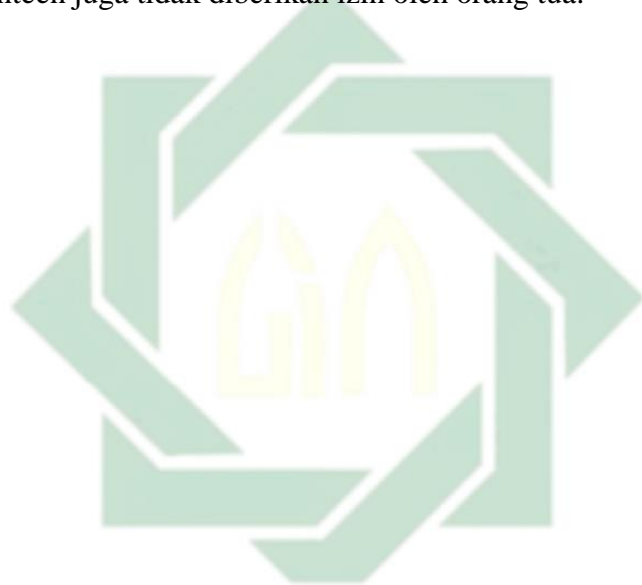
Informan ketiga (NT) dengan meniru *style* pakaian dari Taehyung BTS dan merasa memiliki kesamaan hobi dengan Jungkook BTS. *Significant other* ketiga (S) juga mengatakan bahwa NT memang menyukai *style* pakaian Taehyung. NT memiliki rencana untuk melihat konser BTS ketika diadakan di Jakarta. NT juga memiliki kesamaan dengan informan pertama (AD) bahwa NT memilih untuk tidak menyambut BTS di bandara. Hal ini dikarenakan NT tidak ingin membuat BTS merasa tidak nyaman dengan keramaian yang disebabkan penggemar. NT menunjukkan reaksi kaget ketika mendengar lagu BTS diputar ditempat umum. Hal tersebut membuat NT senang karena merasa banyak yang menyukai BTS.

Informan keempat (AA) sering menerapkan kepribadian Suga BTS, yakni ketika memiliki waktu luang akan dibuat istirahat. Ketika memiliki waktu luang AA akan memilih untuk beristirahat dari kegiatannya. AA tidak memiliki rencana apabila BTS melakukan konser di Indonesia, namun AA memiliki impian untuk melihat BTS pada tahun 2039. AA memiliki kaos yang sama dengan Suga BTS. Alasan membeli baju tersebut karena AA merasa memeluk idolanya.

Dari keempat informan, semua merasa memiliki kesamaan dengan kepribadian idolanya mulai dari *style* pakaian hingga kebiasaan idola. Hurlock (2003) menyatakan bahwa remaja merupakan masa pencarian jati diri, remaja berusaha mencari perasaan yang berkesinambungan dan kesamaan yang baru, remaja juga selalu

menempatkan idola mereka sebagai pembimbing dalam mencapai identitas.

Semua informan juga memiliki keinginan untuk melihat konser BTS. Namun pada informan kedua (QA) dan informan keempat (AA) yang masih bersekolah susah mendapatkan izin dari orang tua. Sedangkan informan pertama (AD) yang berencana melihat konser Seventeen juga tidak diberikan izin oleh orang tua.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat dipaparkan dalam hasil penelitian mengenai dinamika terbentuknya perilaku *celebrity worship* pada remaja penggemar BTS di Sidoarjo dilihat dari dimensi-dimensi *celebrity worship*, yakni *entertainment social*, *intense personal feeling*, dan *borderline-pathological tendency*.

Dimensi *entertainment-social*, informan AD, NT, AA mulai tertarik dan menyukai BTS karena musik dan visualnya. Sedangkan informan QA mulai tertarik karena hubungan persahabatan dan perjuangan yang dijadikan inspirasi. Keempat informan juga tergabung dalam *fanbase* ARMY Sidoarjo. Informan AD, QA, NT membeli dan mengoleksi *merchandise* BTS, sedangkan informan AA tidak membeli dan mengoleksi *merchandise*.

Dimensi *intense personal feeling* ditemukan pada keempat informan. Keempat informan menunjukkan keterlibatan emosi ketika idolanya mendapatkan komentar negatif. Informan merasa kesal dan sedih ketika BTS mendapatkan komentar negatif. Keempat informan juga menjadikan idola sebagai tempat bercerita dan sebagai orang yang selalu ada untuk mereka.

Dimensi *borderline-pathological tendency*, keempat informan memiliki keinginan untuk melihat konser BTS. Namun, pada informan QA

dan NT tidak mendapatkan izin untuk melihat konser karena mereka masih bersekolah. Keempat informan merasa memiliki kesamaan kepribadian dan meniru kebiasaan hingga *style* berpakaian idola.

B. Saran

1. Remaja penggemar BTS

Bagi remaja yang menjadi penggemar *K-Pop* khususnya BTS agar lebih dapat mengontrol diri ketika melakukan aktifitas pengidolaan seperti melihat *variety show* dan *music video*, mengoleksi dan membeli *merchandise*, sehingga aktifitas pengidolaan tidak membuat jauh dari lingkungan sosial. Bagi penggemar yang masih bersekolah diharapkan dapat membagi waktu antara melakukan aktifitas pengidolaan dan belajar.

2. Keluarga (Orang tua)

Bagi orang tua, agar lebih memperhatikan aktifitas anak dalam melakukan pengidolaan. Sehingga aktifitas pengidolaan pada anak tidak berlebihan.

3. Peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti pada bidang *celebrity worship* pada penggemar *K-Pop* terutama BTS. Sebaiknya peneliti melakukan observasi yang lebih mendalam, baik disaat informan sedang sendiri atau sedang bersama dengan penggemar yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Arundati, N., Vania, A. A., & Arisanti, M. (2019). Perilaku Celebrity Worship Pada Anggota Fandom EXO Dalam Komunitas EXO-L Bandung. *Jurnal Komunikasi*, 13(1), 53–72. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v13i1.5217>
- Ayu, N. W. (2020). Gambaran Celebrity Worship Pada Penggemar K-Pop. *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi*, 1(3), 203–210.
- Benu, J. M. Y., Takalapeta, T., & Nabit, Y. (2019). Perilaku Celebrity Worship pada Remaja Perempuan. *Journal of Health and Behavioral Science*, 1(1), 13–25. <https://doi.org/10.35508/jhbs.v1i1.2078>
- Brooks, S. K. (2018). FANatics: Systematic literature review of factors associated with celebrity worship, and suggested directions for future research. *Current Psychology*, 40(2), 864–886. <https://doi.org/10.1007/s12144-018-9978-4>
- Cahyani, D., & Purnamasari, Y. (2019). Celebrity Worship on Early Adult K-Pop Fangirling. *Proceedings of the 4th ASEAN Conference on Psychology, Counselling, and Humanities (ACPCH 2018)*, 304, 167–170. <https://doi.org/10.2991/acpch-18.2019.41>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Pustaka Belajar.
- Creswell, J. W. (2016). *Research design: Pendekatan metode kualitatif, kuantitatif, dan campuran (IV)*. Pustaka Belajar.
- Darfiyanti, D., & Putra, M. G. B. A. (2018). Pemujaan terhadap Idola Pop sebagai dasar Intimate Relationship pada Dewasa Awal: sebuah studi kasus. *Jurnal Psikologi Kepribadian Dan Sosial*, 1(02), 53–60. [file:///C:/Users/User/Downloads/dita & bagus.pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/dita%20&%20bagus.pdf)
- Emmanuella, D. C. (2020). Pengaruh Celebrity Worship Terhadap Attitude Toward Brand dan Purchase Intention: Studi Endorsement Boy Group BTS Tokopedia Dikalangan Mahasiswi Universitas Kristen Petra Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(2).
- Gumelar, S. A., Almaida, R., & Laksmiwati, A. A. (2021). Dinamika Psikologis Fangirl K-Pop. *Cognicia*, 9(1), 17–24.
- Hurlock, E. B. (2003). *Psikologi Perkembangan*. Erlangga.
- KOCIS. (2011). *K-POP a new force in pop music*. Korean Culture and Information Service Ministry of Culture, Sports and Tourism.
- Laksono, A. P., & Noer, A. H. (2021). Idolaku, Sumber Intimacy-ku: Dinamika Celebrity Worship. *Jurnal Psikologi*, 17(2), 139–156.

- Larson, R. (1995). Secrets in the bedroom: Adolescents' private use of media. *Journal of Youth and Adolescence*, 24.
- Lestari, E. V., & Nugrahawati, E. N. (2022). Pengaruh Religiusitas terhadap Celebrity Worship pada Dewasa Awal Penggemar K-Pop Fandom NCTzen. *Bandung Conference Series: Psychology Science*, 2(1), 137–146. <https://doi.org/10.29313/bcsps.v2i1.778>
- Lestari, I., Zaharuddin, & Afifah, S. (2021). Celebrity Worship pada Dewasa Awal Penggemar K-Pop di Palembang. *Indonesian Journal of Behavioral Studies*, 1(1), 29–41.
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., & Harlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif Dikalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2).
- Lin, N., & Lin, B. (2007). The Effect of Brand Image and Product Knowledge on Purchase Intention Moderated by Price Discount. *Journal of International Management Studies*, 121–132.
- Lynn, M., Lange, R., & Houran, J. (2002). Conceptual and measurement of celebrity worship. *British Journal of Psychology*.
- Made, N., & Wulansari, A. (2020). Perilaku Remaja Penggemar Korean Wave: Systematic Review. *Jurnal Kesehatan STIKES Telogorejo*, 12(2), 13–24.
- Maltby, J., & Day, L. (2011). Celebrity worship and incidence of elective cosmetic surgery: Evidence of a link among young adults. *Journal of Adolescent Health*, 49(5), 483–489. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2010.12.014>
- Maltby, J., Day, L., Mccutcheon, L. E., Gillett, R., Houran, J., & Ashe, D. D. (2004). Personality and coping: A context for examining celebrity worship and mental health. *British Journal of Psychology Psychology*, 95, 411–428.
- Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Houran, J., & Ashe, D. (2006). Extreme celebrity worship, fantasy proneness and dissociation: Developing the measurement and understanding of celebrity worship within a clinical personality context. *Personality and Individual Differences*, 40(2), 273–283. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2005.07.004>
- Maltby, J., Giles, D. C., Barber, L., & McCutcheon, L. E. (2005). Intense-personal celebrity worship and body image: Evidence of a link among female adolescents. *British Journal of Health Psychology*, 10(1), 17–32. <https://doi.org/10.1348/135910704X15257>
- Maltby, J., Martin, M. M., & McCutcheon, L. E. (2003). Celebrity worship and cognitive flexibility. *North American Journal of Psychology*, 5 (1), 1475–1482.
- Mandas, A. L., Suroso, S., & S, D. S. (2019). Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Celebrity Worship Pada Remaja Pecinta Korea Di Manado Ditinjau Dari Jenis Kelamin. *Psikovidya*, 22(2), 165–189.

<https://doi.org/10.37303/psikovidya.v22i2.111>

- Mihardja, J., & Paramita, S. (2019). Makna Idola Dalam Pandangan Penggemar (Studi Komparasi Interaksi Parasosial Fanboy dan Fangirl ARMY Terhadap BTS). *Koneksi*, 2(2), 393–400. <https://doi.org/10.24912/kn.v2i2.3915>
- Moleong, L. J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Revisi). PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurhaliza, F., Inaya, M. A., & Sutardi. (2021). “Halu” dan Impian Future Boyfriend: Studi Perilaku Siswi Penggemar Idol K-Pop Pria di SMA Negeri 5 Semarang. *Indonesian Fun Science Journal*, 3(1), 104–122.
- Patton, M. . (1990). Qualitative evaluation and research methods. In *Sage Publications*. Sage Publications.
- Pertiwi, S. A. (2013). Konformitas Dan Fanatisme Pada Remaja Korean Wave. *Psikoborneo*, 1(2), 89–40. <http://e-journals.unmul.ac.id/index.php/psikoneo/article/view/3286>
- Poerwandari, E. K. (2013). *Pendekatan kualitatif untuk penelitian perilaku manusia* (3rd ed.). Lembaga Pengembangan Sarana Pengukuran dan Pendidikan Psikologi (LPSP3) Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.
- Putri, K. A., Amirudin, & Purnomo, M. (2019). Korean Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z. *NUSA*, 14 (1), 125–135.
- Raviv, A., & Horin, B. (1995). Adolescent idolazition of pop singer: Cause, Expression and Reliance. *Journal of Youth and Adolescence*.
- Safithri, N. A., Sahrani, R., & Basaria, D. (2020). Quality of Life of Adolescent (Korean Pop fans). *Proceedings of the Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2019)*, 439, 771–777. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200515.124>
- Santrock, J. W. (2007). *Adolescence [Remaja] Jilid 2* (Widyasinta (ed.)). Erlangga.
- Sarajwati, M. K. (2020). *Fenomena Korean Wave di Indonesia*. Egsaugm.
- Sari, V. F., Isworo, A., Suyanta, & Erawati, E. (2019). Hubungan Celebrity Worship dengan Identitas Diri Remaja Penggemar K-Pop. *Jurnal Keperawatan Mersi*, 8(1), 28–31.
- Sarwono, S. W. (2011). *Psikologi Remaja*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Sheridan, L., North, A., Maltby, J., & Gillett, R. (2007). Celebrity worship, addiction and criminality. *Psychology, Crime and Law*, 13(6), 559–571. <https://doi.org/10.1080/10683160601160653>
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan promosi aspek tambahan komunikasi pemasaran, edisi kelima jilid 1*. Erlangga.
- Storey, J., & Rahmawati, L. (2007). *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*:

Pengantar Komprehensif Teori dan Metode / Karya John Storey (A. Adlin (ed.)). Jalasutra.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.

Suliyanto. (2011). Etika dan Perbedaan Intensitas Penggunaan Facebook berdasarkan Tipe Kepribadian, Religiusitas dan Gender: Sebuah Kajian Konseptual. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1).
<https://doi.org/10.31941/jebi.v9i01.170>

Sunarmi. (2015). Pengaruh Celebrity Worship Terhadap Identitas Diri Remaja Usia Sma Di Kota Yogyakarta. *E-Journal Bimbingan Dan Konseling*, 5 (1), 1–8.

Widjaja, A. K., & Ali, M. M. (2015). Gambaran Celebrity Worship pada Dewasa Awal di Jakarta. *Humaniora*, 6(1), 21–28.
<https://doi.org/10.21512/humaniora.v6i1.3294>

Wolipop. (2020). Kematian Melisa Hingga Jadi Penguntit, 8 Hal Ekstrem Para Fans KPop . *DetikID*.

Apa Arti ARMY, Penggemar BTS? Ketahui Sejarah Fandom Terbesar K-Pop - KapanLagi.com.
<https://www.kapanlagi.com/korea/apa-arti-army-penggemar-bts-ketahui-sejarah-fandom-terbesar-k-pop-2ac3cd.html>
diakses pada 22-02-2022

<https://www.btsarmycensus.com/> diakses pada 22-02-2022

<https://www.blibli.com/jual/bts-album?sort=3> diakses pada 25-04-2022

Benarkah Fans KPop Terbesar ada di Indonesia?
<https://www.kompas.com/global/read/2021/06/26/193507970/benarkah-fans-kpop-terbesar-ada-di-indonesia?page=all> diakses pada 14-05-2022

Indonesia Jadi Negara dengan K-Poper Terbesar di Twitter

<https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20220126202028-227-751687/indonesia-jadi-negara-dengan-k-poper-terbesar-di-twitter> diakses pada 02-08-2022