BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Budaya Korea berkembang begitu pesat hingga meluas ke berbagai negara. Menurut Yang (2012), budaya hallyu menyebar ke beberapa negara-negara di Asia seperti Cina, Hongkong, Taiwan, Singapura, Vietnam, Malaysia, sampai masuk ke Indonesia pada pertengahan tahun 1990an. Korean Wave atau Hallyu, merupakan istilah yang diberikan untuk budaya populer Korea Selatan yang tersebar secara global di berbagai negara di dunia termasuk juga Indonesia (Shim, 2006). Masuknya budaya korea diawali oleh munculnya serial drama Korea ke stasiun televisi, di Indonesia sendiri drama korea sukses menayangkan drama *Endless love*, *Full House*, *Winter Sonata* pada tahun 2000 (Angeline, 2018). K-pop menjadi salah satu produk Hallyu yang masuk ke Indonesia, K-pop atau Korean Pop, merupakan “musik populer” yang ada di Korea Selatan. Munculnya K-Pop di Indonesia seakan membuat penontonnya terhipnotis untuk terus mengikuti perkembangan idolanya (Hanjani, 2019).

Salah satu grup K-Pop yang banyak menjadi idola yaitu Boy Grup Bangtan Sonyeondan atau BTS yang beranggotakan 7 orang dan memulai debutnya pada tahun 2013, pada tahun 2015 sampai dengan sekarang. BTS masih menjadi salah satu boy group yang masih sering mendapatkan penghargaan dan masih menjadi salah satu group yang memiliki banyak penggemar, terutama di Indonesia.

Popularitas BTS di Indonesia dapat terlihat dengan banyaknya jumlah penggemar BTS itu sendiri, terhitung dari data yang Fresherlive.com kumpulkan pada tahun 2022, ada 90 juta penggemar yang terus bertambah (Abhinaya, 2022). Dalam data tersebut Indonesia menjadi negara urutan ke-3 yang memiliki penggemar BTS terbanyak. Kepopularitasan BTS ini juga dapat dilihat dari betapa antusiasnya fans BTS yang biasa disebut ARMY, ketika BTS akan melaksanakan konser pertama di Indonesia dengan nama The Wings Tour in Jakarta pada 2017, dikutip dari Azryatiti (2017) dalam waktu beberapa menit tiket terjual habis bahkan website resmi yang menjual tiket sempat crash karena terlalu banyak orang yang mengakses situs tersebut.

BTS yang menjadi sebuah ikon populer dari Korea, memiliki penggemar atau fans sebagai suatu bentuk respon dari status mereka sebagai selebriti. Fans merupakan singkatan dari kata “fanatic”, berasal dari kata latin “fanaticus” yang mempunyai arti sebuah pemujaan, pelayan, seorang pengikut (Jenkins, 1992). Duffet dalam Fuschillo (2018) mendefinisikan fans sebagai seseorang yang memiliki keyakinan emosional positif yang relatif mendalam terhadap seseorang atau sesuatu yang terkenal dan diekspresikan melalui perilaku tertentu. Mereka yang menjadi fans juga akan terdorong untuk mengeksplorasi dan juga berpartisipasi dalam kegiatan yang berkaitan dengan idola mereka (Ghazwani, 2019). Cara fans untuk mengeksplorasi dan berpartisipasi yaitu dengan bergabung dalam suatu komunitas atau kelompok yang biasa disebut Fandom.

Fandom adalah subkultur yang terdiri dari penggemar yang berpikiran sama, yaitu komunitas yang terdiri dari penggemar subjek yang sama (Thorne & Bruner,

2006). Munculnya fandom ini diakibatkan dari banyaknya orang yang menyukai salah satu grup atau figur yang sama. Menurut (Manik, 2021) Fandom juga menjadikan tempat bersatunya sesama fans dalam berkomunikasi dan berbagi informasi mengenai figur atau grup yang mereka sukai. Fandom ini mempunyai ciri khas yang membedakan fandom satu dengan fandom lainnya yang menjadi ciri khas, fandom menjadi wadah untuk mengekspresikan diri member dan menjadi tempat untuk sharing, berbagi informasi dan menegaskan identitas member sebagai seorang fans. (Rayner, Wall & Kruger, 2004). Hal ini juga terjadi pada fans BTS yang membentuk fandom bernama ARMY (Adorable Representative M.C. For Youth). Jumlah ARMY di Indonesia menduduki peringkat ke-3 dari 20 negara yang mengikuti sensus, dengan jumlah 38,453 atau sekitar 6,8% dari 562,280 partisipan di dunia (btsarmycensus.com, 2022). ARMY sendiri sekarang dianggap sebagai salah satu penggemar yang paling setia di ranah musik populer (Saptoyo, 2021).

Salah satu bentuk kesetiaan ARMY dapat terlihat ketika menonton konser, mereka biasa menggunakan berbagai macam atribut dan aksesoris yang melambangkan ciri khas grup kesayangannya, seperti memiliki *photocard* setiap personel, membawa *lightstick* atau atribut lainnya, dan sebisa mungkin menyempatkan waktu untuk bisa mendukung grup kesayangannya ketika konser atau mengikuti ajang penghargaan.

Bentuk lain dari kesetiaan yang ARMY sering lakukan adalah melakukan perayaan ulang tahun fans BTS dengan dibarengi pengumpulan donasi. Selain itu yang menjadi ciri khas ARMY yang dapat membedakan mereka dengan fandom lain dapat dilihat dari warna fandom mereka. Ungu menjadi warna ciri khas mereka,

dan juga *lightstick* dengan sebutan bomb. Dikutip dari wawancara Dr Lee pada Korea JoongAng Daily (2019) ARMY menunjukkan kesetiaan mereka yang luar biasa dengan membeli produk BTS, kompak memilih BTS untuk memenangkan penghargaan, hingga menetapkan misi bersama ARMY lainnya agar bisa menduduki tangga lagu teratas. Fenomena tersebut memberikan gambaran bahwa pada dasarnya manusia adalah spesies yang secara alamiah tergabung dalam suatu kelompok, selain itu manusia cenderung untuk mendukung kelompoknya sendiri dibandingkan kelompok yang lain (Summer, dalam Forsyth. 2010).

Ketika seseorang lebih mendukung kelompoknya sendiri dibandingkan dengan kelompok lain, dan menganggap jika kelompok mereka lebih unggul dibandingkan kelompok lain. Seringkali terdapat konflik dari perilaku mendukung kelompok ini, yang biasa disebut dengan Fan war (Agnasia, 2019). Fan war adalah perselisihan yang dilakukan penggemar dengan penggemar lain sebagai bentuk upaya untuk melindungi idol K-Pop yang mereka idolakan dalam berbagai konteks (Agnasia, 2019). Munculnya Fan war antar fandom dapat terjadi karena persaingan di tangga lagu (dalam dan luar negeri), kesamaan warna fandom dan koreografi, penjualan album digital hingga kompetisi di acara penghargaan musik akhir tahun. Salah satu kasus fan war yang terjadi pada ARMY dan BLINK, BLINK sebagai nama dari fandom Black Pink ini baru-baru terjadi perselisihan yang disebabkan oleh komentar buruk yang diberikan oleh salah satu fans BLINK kepada salah satu member BTS, dengan menjelekkkan Jimin sebagai seorang Homo. Komentar itu menjadi kontroversi dan membuat ARMY merasa idolanya dilecehkan, sehingga ARMY ramai mendukung Jimin dan menyerang BLACKPINK dengan membuat

tagar #blackpinkdisband (Sudarman, 2021). Fenomena yang terjadi sejalan dengan yang dikemukakan Summer (dalam Forsyth, 2010) dimana setiap anggota cenderung menganggap bahwa kelompoknya lebih unggul dan merasa lebih superior dibandingkan dengan kelompok lain. Sarwono (2005) berpendapat bahwa evaluasi yang berlebihan terhadap kelompok tentang keunggulan, persepsi tentang kesamaan individu, komunikasi tanpa hambatan serta konformitas yang tinggi pada standar kelompok merupakan dampak negatif dari kohesivitas suatu kelompok. Kohesivitas adalah sejauh mana ketertarikan para anggota kelompok terhadap anggota lain dan termotivasi untuk selalu ada pada satu kelompok (Robbins, 2002).

Berdasarkan hasil wawancara kepada 12 orang yang tergabung dalam fandom ARMY. Mereka mengemukakan bahwa mereka bergabung kedalam fandom ARMY dikarenakan mereka memiliki kesamaan dalam menyukai BTS, ingin mengetahui banyak hal tentang BTS. Adapun alasan lain dimana mereka merasa nyaman, dan ingin tetap bergabung dalam fandom, dikarenakan anggota fandom yang peduli pada sesama anggota ataupun luar anggota. Hal ini ditunjukkan dengan kegiatan yang dilakukan berkaitan dengan kemanusiaan, salah satunya kampanye yang dijalankan oleh ARMY bersama UNICEF yaitu #ENDViolence & Love Myself. Kampanye ditunjukkan untuk memastikan anak-anak dan remaja di dunia menjalani kehidupan yang aman, dan sehat tanpa ada rasa takut terhadap kekerasan. Terakhir, mereka mengatakan bahwa kebersamaan dalam kelompok pun semakin terasa karena ketika salah satu anggota mereka yang dihina oleh anggota fandom lain, atau siapapun mereka secara langsung membela terlebih jika permasalahan yang muncul berkaitan dengan idolanya. Menurut Coser (1957) ketika sebuah

kelompok memiliki kohesivitas yang tinggi memiliki kemungkinan lebih besar untuk terlibat dalam konflik dengan kelompok lain, dibandingkan dengan kelompok yang memiliki kohesivitas rendah.

Disisi lain ARMY yang merasa terikat dengan kelompok juga melakukan perilaku yang merujuk pada sikap fanatisme. Perilaku yang menggambarkan fanatisme ARMY yaitu bergabung kedalam Fandom, berkontribusi dengan mendukung idol dengan memberikan mass voting, membeli produk merchandise dan album, membuat fan-fiction, melakukan cover dance, membuat gambar, merayakan & memberi hadiah kepada idol ketika berulang tahun & melakukan kegiatan sosial (Adriani, 2021). Bukti lainnya bentuk fanatisme dari ARMY sendiri dapat dilihat ketika McDonald`s meluncurkan menu baru yang berkolaborasi dengan BTS. Dikutip dari Safitri (2021), hampir semua gerai McDonald`s seluruh Indonesia ramai didatangi oleh ARMY maupun para driver ojek online. Mereka rela untuk mengantri berjam-jam di tengah kerumunan antrian yang ramai, terlebih di tengah kondisi pandemic. Fanatisme adalah suatu keyakinan yang membuat seseorang buta, sehingga mau melakukan segala hal apapun demi mempertahankan keyakinan yang dianutnya (Goddard, 2001). Rasa suka dan kagum yang tumbuh dalam diri penggemar berkembang karena rasa candu atau addiction yang dimiliki penggemar K-Pop, hal ini terlihat dari intensitas mereka menghabiskan waktu untuk idolanya di dunia K-Pop (Putri, 2019). Fanatisme ini dipandang sebagai penyebab menguatnya perilaku kelompok yang tidak jarang menimbulkan perilaku positif dan negatif.

Menurut Adinda dkk, (2018), dampak positif bagi diri sendiri yaitu segala sesuatu yang dapat diyakini dan disukai akan memberi rasa kecintaan dan semangat hidup yang lebih pada seseorang, memiliki rasa cinta kasih sayang, dan bertahan. Sebagai contoh adalah ketika fenomena BTS Meal, komunitas ARMY menggalang dana bersama-sama untuk memberi bantuan kepada para pengemudi ojek online yang telah berusaha mengantri dan meluangkan waktunya untuk mendapatkan pesanan BTS Meal. Dikutip dari Fitria (2021), penggalangan dana dilakukan melalui Kitabisa dan terdapat 11.055 orang berdonasi dan terkumpul kisaran 252 juta rupiah. Tidak hanya itu mereka juga sesekali membuat acara untuk bakti sosial terhadap korban bencana alam. Salah satu bentuk aktivitas yang ARMY lakukan di Indonesia adalah mengadakan program vaksinasi massal di Jakarta pada 31 Juli. Program ini diperuntukkan untuk seluruh warga berusia remaja ke atas, terlepas dari apakah mereka penggemar BTS atau bukan (Valley, 2021). Fenomena ini menggambarkan bahwa fanatisme yang dimiliki seseorang dapat menciptakan gerakan massa apabila antar individu di dalam kelompok memiliki kohesivitas yang tinggi (Hoffer, 1993). Menurut Hoffer (dalam Triana, 2019) dalam kelompok fanatis apapun sifat gerakan massa itu (agama, rasial, sosial, atau ekonomi) semuanya memiliki karakteristik yang sama yaitu mampu membangkitkan anggotanya untuk rela berkorban, kompak, antusiasme tinggi, maupun harapan yang berapi-api.

Berdasarkan pemaparan diatas dapat terlihat bahwa, data awal yang ditunjukkan peneliti menunjukkan adanya fenomena keterkaitan antara kohesivitas kelompok ARMY dengan fanatisme yang dimiliki anggotanya. Akan tetapi hal tersebut masih

berupa dugaan sementara yang perlu dibuktikan secara empiris. Maka dari itu peneliti tertarik ingin meneliti “hubungan antara kohesivitas kelompok dengan fanatisme pada anggota fandom ARMY Indonesia”.

1.2 Identifikasi Masalah

BTS sebagai sebuah Grup *K-pop* yang tengah diminati banyak orang di dunia dengan segudang prestasi yang didapat, menjadi sebuah fenomena. Semakin banyak orang yang menggandrungi BTS, dapat memicu seseorang untuk membentuk suatu komunitas atau kelompok penggemar yang kemudian dikenal dengan sebutan *Fandom* (Manik, 2021). *Fandom* merupakan sebuah paham yang menunjukkan bahwa terdapat sejumlah orang yang mempunyai ketertarikan yang sama (Agnensia, 2019). ARMY sebagai nama fandom BTS yang memiliki banyak penggemar di Indonesia menjadi bukti bahwa BTS menjadi grup yang paling populer sampai saat ini, kepopuleran ini dapat terlihat dari banyaknya informasi yang selalu membahas BTS dikarenakan pencapaian prestasi di tangga lagu billboard dan memenangkan nominasi grammy award yang pertama dari kategori *K-pop* grup, hal lain yang menjadikan BTS populer adalah music yang mereka buat dan kegiatan para anggota yang mencoba untuk merangkul anak muda terbebas dari kekerasan. Mereka yang tergabung dengan ARMY pastinya akan mendukung kelompoknya dibandingkan dengan kelompok lain, dan terkadang menganggap kelompok mereka lebih unggul dibandingkan kelompok lain (Summer (dalam Forsyth, 2010). Akibat dari setiap individu didalam kelompok yang merasa kelompoknya lebih unggul dibandingkan dengan kelompok lain, hal ini dapat

mengakibatkan antar penggemar saling melontarkan kebencian dan terjadi perselisihan atau konflik antar kelompok yang biasa disebut dengan *Fan war* (Yulianti, 2022).

Fan war menjadi fenomena yang sering terjadi diantara fandom-fandom K-pop, Summer (dalam Forsyth, 2010) mereka yang tergabung dalam suatu kelompok akan menganggap kelompoknya lebih unggul dan merasa lebih superior dibandingkan dengan kelompok lain. Evaluasi yang berlebih terhadap kelompok yang menganggap kelompoknya lebih unggul, dibandingkan dengan kelompok lain merupakan dampak negatif dari kohesivitas kelompok (Sarwono, 2005).

Kohesivitas kelompok yang diakibatkan dari tergabungnya seseorang ke dalam suatu kelompok menimbulkan rasa ingin tetap bergabung dengan kelompoknya, dan memunculkan rasa nyaman didalam kelompok. Sejalan dengan data yang peneliti dapat dilapangan, dengan melakukan wawancara kepada 12 orang fandom ARMY, mereka mengatakan mereka bergabung dikarenakan memiliki kesamaan yang sama, mereka juga merasa nyaman dan ingin tetap bergabung dalam fandom.

Perilaku kohesivitas yang dimunculkan ini berkaitan dengan fanatisme yang dimiliki oleh fans BTS. Manusia pada umumnya sebagai makhluk sosial tentu akan membutuhkan orang lain dan kelompok yang serupa dengan dirinya (Summer (dalam Forsyth, 2010). Fandom menjadi tempat bagi orang-orang yang memiliki ketertarikan pada hal yang sama (Jenkins, 1992). Ketika seseorang yang menyukai BTS dan mereka bergabung dalam ARMY, kemudian mereka bertemu atau berinteraksi dengan orang yang sama-sama menyukai BTS, maka dari hal tersebut dapat memunculkan kohesivitas kelompok (Agnensia, 2019). Kelompok dikatakan

kohesiv apabila memiliki dan mampu memberikan umpan balik kepada kelompok sesuai dengan keinginan kelompok.

Menurut Walgito dalam (Triana, 2019) kelompok yang kohesif akan membuat anggotanya menjadi lebih terikat satu sama lain, saling menyesuaikan dan mendukung membentuk kekuatan kolektif untuk mencapai tujuan bersama (Sikumbang, 2021). Ketika individu yang tergabung dalam ARMY mereka merasa nyaman, merasa diterima dan diakui di dalam kelompok, kemudian interaksi yang terjalin di dalam kelompok sangat baik, hal ini dapat meningkatkan fanatisme seseorang tersebut terhadap ARMY ataupun BTS.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Seregina (2011) mengatakan bahwa komunitas dapat memperkuat fanatisme dan nilai yang mewakilinya kepada individu, yang selanjutnya mendukung pembentukan signifikansi dan status sosial terhadap individu tersebut. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Obt, dkk. (2002) adanya rasa kebersamaan (kohesivitas) yang kuat di dalam kelompok fanatisme kemudian ia juga menunjukkan bahwa rasa kebersamaan (kohesivitas) didalam kelompok fanatik atau kelompok yang berdasarkan minat cenderung lebih besar dibandingkan dengan kelompok lainnya.

Fanatisme adalah suatu keyakinan yang membuat seseorang buta, sehingga mau melakukan segala hal apapun demi mempertahankan keyakinan yang dianutnya (Goddard, 2001). Fanatisme menciptakan suatu pemahaman berupa sebuah hubungan, kesetiaan, pengabdian, kecintaan dan sebagainya (Widarti, 2016). Seseorang yang memiliki sifat yang fanatik cenderung kurang memperhatikan

kesadaran sehingga seringkali memunculkan perilaku yang tidak terkontrol dan tidak rasional.

Muslich (dalam Aulia, 2021) Fanatisme yang dimiliki oleh seseorang dapat berpengaruh pada tingkah laku dalam menunjukkan sikap fanatiknya tersebut, tidak terkecuali tingkah laku yang konstruktif ataupun tingkah laku destruktif, itu semua dapat terjadi karena memiliki rasa fanatik yang tinggi, seseorang akan berusaha dengan maksimal untuk menunjukkan sikapnya dengan berbagai cara. Kecintaan terhadap ARMY dapat menciptakan sebuah perilaku tertentu yang memiliki tujuan untuk menunjukkan rasa cintanya, dengan cara membentuk sebuah club yang anggotanya para penggemar (Pertiwi, 2013).

Fanatisme yang dimiliki ARMY juga berkaitan dengan kohesivitas. dimana ketika individu telah memiliki dan memenuhi target individual yang berkaitan dengan objek fanatismenya (BTS), secara tidak langsung hal tersebut mendukung anggota kelompok fandom merespon target-target tersebut secara positif sebagai upaya untuk mencapai tujuan bersama. Hal tersebut sejalan dengan yang dikemukakan oleh Hoffer (1993) bahwa fanatisme dapat menciptakan gerakan massa apabila antar individu di dalam kelompok memiliki kohesivitas yang tinggi. Dari permasalahan tersebut maka dapat dirumuskan “Apakah terdapat hubungan antara fanatisme dengan kohesivitas kelompok pada fans BTS ARMY?”

1.3 Tujuan

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara kohesivitas kelompok dengan fanatisme pada kelompok BTS Army.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberi dan menambah keluasan pemahaman berkaitan dengan kohesivitas kelompok dan fanatisme pada fans BTS ARMY. Selain itu, peneliti juga mengharapkan melalui penelitian ini akan diperoleh informasi yang sekiranya berguna dan dapat dikembangkan lagi untuk penelitian selanjutnya, terutama bagi penelitian-penelitian dengan topik sejenis.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a) Bagi responden penelitian, dapat memberikan informasi bahwa perilaku atau tindakan yang mereka lakukan dalam kelompok merupakan bentuk dari kohesivitas kelompok. Selain itu diharapkan untuk lebih memperhatikan batasan dalam mengidolakan/mendukung idolanya agar tidak menyebabkan perilaku yang bisa merugikan dirinya dan orang lain.
- b) Informasi tentang Kohesivitas kelompok dapat dijadikan wawasan untuk mengembangkan kelompok.