



**MOTIF, MAKNA DAN PERILAKU PENGGEMAR TERHADAP IDOLA
(STUDI FENOMENOLOGI ALFRED SCHUTZ PADA FANDOM ARMY
DAN BTS)**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata S-1
(S-1) Komunikasi Bidang Studi *Public Relations*

Disusun oleh:

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
NABILA PUTRI ZASA
44218120063

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2021

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Nabila Putri Zasa
NIM : 44218120063
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : *Public Relations*
Judul : **MOTIF, MAKNA DAN PERULAKU PENGGEMAR
TERHADAP IDOLA (STUDI FENOMENOLOGI
ALFRED SCHUTZ PADA FANDOM ARMY DAN BTS**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA Jakarta, 8 Februari 2021

Mengetahui

Pembimbing



(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

Judul : **MOTIF, MAKNA DAN PERULAKU PENGGEMAR
TERHADAP IDOLA (STUDI FENOMENOLOGI
ALFRED SCHUTZ PADA FANDOM ARMY DAN BTS**

Nama : Nabila Putri Zasa

NIM : 44218120063

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : *Public Relations*

Jakarta, 22 Februari 2021

Ketua Sidang,

Dr. A. Rahman HI, MM, M.SI

()

Penguji Ahli.

Dr. Ahmad Mulyana, M. Si

()

Pembimbing I

Dr. Farid Hamid, M.Si

()

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : **MOTIF, MAKNA DAN PERULAKU PENGGEMAR TERHADAP IDOLA (STUDI FENOMENOLOGI ALFRED SCHUTZ PADA FANDOM ARMY DAN BTS**

Nama : Nabila Putri Zasa

NIM : 44218120063

Fakultas : Ilmu Komunikasi


Program Studi : *Public Relations*

Jakarta, 22 Februari 2021

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi *Public Relations*



(Dr. Farid Hamid, M.Si)




(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Dekan Fakultas

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Ponco Budi Sulisty, M.comn, Ph.D.)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana



LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nabila Putri Zasa

NIM : 44218120063

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : *Public Relations*

Judul : **MOTIF, MAKNA DAN PERILAKU PENGGEMAR TERHADAP IDOLA
(STUDI FENOMENOLOGI ALFRED SCHUTZ PADA FANDOM ARMY DAN
BTS)**

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri yang benar akan keasliannya dan merupakan hasil dari studi pustaka yang di damping oleh dosen pembimbing yang telah ditetapkan keputusannya dari pihak Universitas Mercu Buana. Penulisan skripsi ini bukan merupakan hasil dari plagiarism atau penjiplakan terhadap karya orang lain, semua informasi, dokumentasi, data, dan hasil yang digunakan didapatkan dan dinyatakan dengan jelas sumbernya.

Semua informasi dan data yang disajikan dapat diperiksa akan kebenarannya. Demikianlah pernyataan yang saya buat ini dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Jakarta, 5 Februari 2021


Nabila Putri Zasa



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Nabila Putri Zasa
44218120063

MOTIF, MAKNA DAN PERULAKU PENGGEMAR TERHADAP IDOLA (STUDI FENOMENOLOGI ALFRED SCHUTZ PADA FANDOM ARMY DAN BTS)

Bibliografi: 127 halaman + lampiran + 26 buku + 1 disertasi + 11 jurnal

ABSTRAKSI

Musik populer Korea (K-Pop) telah menjadi salah satu bentuk budaya paling penting dalam beberapa tahun terakhir. Berkembangnya musik K-Pop juga berdampak pada semakin besarnya komunitas penggemar. Komunitas penggemar K-Pop bisa dibilang salah satu fandom paling unik, terorganisir, dan kolektif (Lizzy, 2012). Penelitian ini mengkaji motif dan makna idola bagi penggemarnya. Peneliti akan berfokus pada penggemar di dalam *fandom* group K-Pop bernama BTS yang disebut ARMY, yang keberadaannya tersebar di berbagai kota dan negara. Waktu pengerjaan riset penelitian dilakukan selama satu tahun lima bulan, dimulai dari September 2019 hingga Januari 2021.

Konsep penelitian yang digunakan mengacu pada konsep komunikasi kelompok. Komunikasi kelompok merupakan proses komunikasi yang berlangsung 3 orang atau lebih secara tatap muka dimana anggota-anggotanya saling berinteraksi satu sama lain. Tidak ada jumlah batasan anggota yang pasti, 2-3 orang atau 20-30 orang (Huraerah: 2006).

Penelitian ini mengacu pada paradigma *konstruktivis*. Penelitian dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif yaitu dengan cara menyajikan hasil wawancara dan melakukan analisis serta menarik kesimpulan terhadap informasi yang ditemukan di lapangan sehingga akan diperoleh gambaran yang jelas tentang objek yang diteliti dan kemudian akan ditarik kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada dua alasan besar motif ARMY menyukai BTS yaitu: 1) Musik, 2) Kepribadian anggota BTS. Sementara makna BTS bagi penggemar terbagi menjadi tiga kelompok besar: 1) Narasumber melihat BTS sebagai teman yang bersama mereka dalam melewati masa-masa senang dan sedih. 2) Sumber kekuatan (motivasi) dan inspirasi bagi narasumber. 3) Sumber kenyamanan.

Kata Kunci: Komunikasi kelompok, motif penggemar, makna idola, K-Pop



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Indriawati
44218120001

MOTIF, MAKNA DAN PERULAKU PENGGEMAR TERHADAP IDOLA (STUDI FENOMENOLOGI ALFRED SCHUTZ PADA FANDOM ARMY DAN BTS)

Bibliography: 127 pages + attachment + 26 books + 1 dissertation + 11 journals

ABSTRACT

Korean popular music (K-Pop) has become one of the most important forms of culture in recent years. The growth of K-Pop music also affected the growth of the fan community. The K-Pop fan community is arguably one of the most unique, organized, and collective fandoms (Lizzy, 2012). This study examines the motives and meanings of idols for their fans. Researcher will focus on ARMY, the fandom for boy group BTS, whose presence is spread across various cities and countries. The research is conducted for one year and five months, starting from September 2019 to January 2021.

The research concept used refers to the concept of group communication. Group communication is a communication process that occurs face-to-face between 3 people or more where members interact with each other. There is no definite number of members, 2-3 people or 20-30 people (Huraerah: 2006).

This research refers to the constructivist paradigm. The research was conducted using qualitative research methods. The data analysis technique used in this research is qualitative data analysis, namely by presenting the results of interviews and conducting analyzes, and drawing conclusions on the information found so that a clear picture of the object of research will be obtained and conclusions will be drawn.

The results showed that there are two big motives on why ARMY liked BTS: 1) Music, 2) Personality of the members. Meanwhile, the meaning of BTS for their fans, ARMY, is divided into three major groups: 1) The informants saw BTS as friends who were with them through the ups and downs. 2) Source of motivation and inspiration 3) Source of comfort.

Key words: *Group communication, fans motive, idol, K-Pop*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bismillahirrahmanirrahim, Puji syukur serta kehadiran *Allah Subhanahu Wa Ta'ala* yang senantiasa memberikan rahmat, taufik dan hidayah-Nya di setiap langkah peneliti dalam menyusun penelitian ini. Shalawat dan salam saya panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Proposal penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata-1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi *Public Relations* di Universitas Mercu Buana.

Penelitian dengan judul **“Motif, Makna, dan Perilaku Penggemar Terhadap Idola (Studi Fenomenologi Alfred Schutz Pada Fandom ARMY dan BTS)”** ini tentu tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya motivasi dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu penelitian ini:

1. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Dosen Pembimbing dan Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang selalu senantiasa tanpa lelah memotivasi dan membantu serta membimbing peneliti untuk terus semangat dalam melakukan penyusunan proposal penelitian ini.
2. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Ketua Bidang Studi *Public Relations* Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Ponco Sulisty, M.Comn, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh Dosen Program Studi *Public Relations* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang tidak hanya telah memberikan kajian aspek teoritis maupun mekanisme praktek selama perkuliahan, namun juga telah memberikan dukungan serta doa.

5. Dr. Asep Zuhara Argawinata, M.Si dan Yeny Sariyani, S.Psi. selaku orang tua peneliti yang tidak pernah lelah mendukung dan mengirimkan doa-doa terbaik bagi peneliti.
6. Muhammad Naufal Argawinata selaku adik peneliti. Terima kasih karena telah menjadi pendukung nomor satu peneliti dalam setiap langkah yang diambil dalam menggapai cita-cita.
7. Kelima narasumber yang tergabung dalam fandom ARMY. Sharfina, Mashita, Adinda, Indriawati, dan BI, yang telah meluangkan waktunya bersama peneliti untuk diwawancara sehingga proposal penelitian ini terselesaikan dengan baik.
8. Kiky, sahabat peneliti. Terlalu banyak yang ingin diucapkan, tetapi terima kasih karena telah menjadi teman dan *support system* yang baik. Terima kasih telah mendorong peneliti untuk melanjutkan studi. Terima kasih, Ky.
9. Bella, Sarka, Agi, Fadil, Adam, yang juga merupakan sahabat-sahabat peneliti. Terima kasih karena selalu ada untuk peneliti disaat senang maupun sedih. Terima kasih atas semua bentuk dukungan.
10. Seluruh anggota tim DTS di Michael Page Indonesia terutama Imei, Oliza, dan Davin. Terima kasih atas segala bentuk doa dan dukungan yang diberikan kepada peneliti.
11. Ryan, teman peneliti yang berperan dalam kelancaran menyelesaikan proposal penelitian ini dengan membagikan saran dan wawasan serta pengetahuan yang relevan dengan judul penelitian.
12. Teman seperjuangan, Indri, Gitta dan Kartina yang sama-sama berjuang dalam menyelesaikan studi S-1. Tanpa kalian mungkin kehidupan perkuliahan peneliti pada perjalanan ini akan terasa begitu membosankan.
13. Semua pihak terkait yang tidak bisa peneliti sebutkan namanya satu persatu, yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan proposal penelitian ini.

Dengan segenap rasa kerendahan hati, peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu peneliti dengan senang hati akan menerima kritik dan saran yang membangun.

Mohon maaf apalagi terdapat kesalahan dalam penulisan. Semoga proposal Skripsi ini ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan bagi peneliti pada khususnya.

Aamiin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Jakarta, 8 Februari 2021

Peneliti

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nabila', is written over the 'MERCU BUANA' text.

Nabila Putri Zasa

NIM: 44218120063

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	v
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR MODEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.4.3 Manfaat Sosial.....	10
BAB II	11

TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Komunikasi Kelompok.....	23
2.3 Komunikasi Interpersonal	26
2.4 Atraksi Interpersonal	29
2.5 Penggemar dan Fandom	29
2.6 Fenomenologi Sosial Alfred Schutz.....	30
2.7 Interaksi Simbolik	34
2.8 Interaksi Parasosial.....	36
BAB III	37
METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Paradigma Penelitian.....	37
3.2 Metode Penelitian.....	38
3.3 Subjek Penelitian.....	40
3.4 Teknik Pengumpulan Data	42
3.5 Teknik Analisis Data	44
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	45
BAB IV	47
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.1.1 Bangtan Sonyoendan (BTS).....	47
4.1.2 Big Hit Entertainment	50

4.1.3 Fandom Adorable Rpresentative MC for Youth (ARMY)	51
4.2 Hasil Penelitian.....	54
4.2.1 Awal Mula Ketertarikan Penggemar Pada BTS.....	54
4.2.2 Perilaku Penggemar BTS dalam Fandom ARMY	56
4.2.2.1 Interaksi Antara ARMY dan BTS.....	63
4.2.3 Motif Penggemar Menyukai BTS	70
4.2.4 Makna BTS Bagi Penggemar	75
4.2.5 BTS Sebagai <i>Support System</i>	79
4.3 Pembahasan	81
4.3.1 Keterkaitan Antara Makna BTS dan Support System.....	81
BAB V	85
KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	86
5.2.1 Saran Akademis.....	86
5.2.2 Saran Praktis.....	87
DAFTAR PUSTAKA	88

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	19
--	----



DAFTAR MODEL

Model 4.1 Ketertarikan Awal Penggemar Terhadap BTS.....	56
Model 4.2 Perilaku Penggemar di dalam Fandom ARMY.....	62
Model 4.3 Interaksi Penggemar dengan BTS	70
Model 4.4 Motif Penggemar Menyukai BTS	75
Model 4.5 Keterkaitan Makna dengan Support System	84



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Sharfina di Konser BTS, Jakarta 2017	58
Gambar 4.2 Adinda di Konser BTS, Seoul, Korea 2019.....	60
Gambar 4.3 Adinda di Konser BTS, Seoul, Korea 2019.....	60
Gambar 4.4 Adinda di Konser BTS, Singapore 2019	65
Gambar 4.5 Adinda di Konser BTS, Seoul, Korea 2019.....	66
Gambar 4.6 Adinda di Konser BTS, Seoul, Korea 2019.....	67
Gambar 4.7 BI di <i>Award Show</i> , Hongkong 2018	69

