

***THE RELATIONSHIP OF FANATICISM (FANATICAL) TO SELF CONCEPT  
ON FANBASE ARMY MEMBERS IN JABODETABEK***

Kenya Elita Dika Ivanna

Prahastia Kurnia Putri

*Mercu Buana University, West Jakarta*

***ABSTRACT***

*Army, which means Adorable Representative MC for Youth, is the largest K-POP fandom in the world. Indonesia is one of the countries with the most Army in the world. The fandom or fanbase of one of the Korean boy bands, namely BTS, is like fans in general who have a belief in a fanatical object that is associated with something excessive on an object; This fanatic attitude is manifested by activity, extreme enthusiasm, emotional attachment, and excessive feelings of love and interest that last for a long time. This can affect the individual both internally (identity, behavior, and one's views or way of thinking) or externally (physical, moral, personal, family, and social, even about the description of himself. The research method used is quantitative with technical convenience sampling, with a total of 207 participants. The Fanaticism measuring instrument used the adaptation measuring instrument by Eliani (2018) which consisted of 22 items, while the Self Concept measuring instrument used the Tennessee Self Concept Scale (TSCS) Fitts (1971) which which has been adapted and developed by Sri Rahayu Partosuwido, et al in (1979) with a total of 100 items. This study uses the IBM SPSS 26.0 software application, using Spearman correlation to analyze the relationship between Fanaticism (X) and Self Concept (Y). produces a correlation coefficient value of 0.511 with a significance of 0.000, this shows that there is a positive relationship between Fanaticism and Self Concept on BTS (Army) fans.*

*Keywords : K-POP, Army, BTS, Fanaticism, Self Concept*

**HUBUNGAN *FANATICISM* (FANATIK) TERHADAP *SELF CONCEPT*  
(KONSEP DIRI) PADA MEMBER FANBASE ARMY DI JABODETABEK**

Kenya Elita Dika Ivanna

Prahastia Kurnia Putri

Universitas Mercu Buana, Jakarta Barat

**ABSTRAK**

Army atau yang memiliki arti *Adorable Representative MC for Youth*, merupakan fandom KPOP terbesar di dunia. Indonesia merupakan salah satu negara dengan Army terbanyak di dunia. Fandom atau fanbase dari salah satu boyband korea yaitu BTS ini, seperti fans pada umumnya yang memiliki kepercayaan terhadap suatu objek fanatik yang dikaitkan dengan sesuatu yang berlebihan pada suatu objek; Sikap fanatik ini ditunjukkan dengan aktivitas, antusiasme yang ekstrim, keterikatan emosional, dan perasaan cinta dan minat yang berlebihan yang berlangsung lama. Hal ini dapat mempengaruhi individu tersebut baik secara internal (identitas, perilaku, dan pandangan atau cara berpikir seseorang) maupun eksternal (fisik, moral, personal, keluarga, dan sosial, bahkan tentang penggambaran mengenai dirinya sendiri. Metode penelitian yang dipakai adalah kuantitatif dengan teknik *convenience sampling*, dengan total partisipan yang digunakan sebanyak 207 orang. Pada alat ukur *Fanaticism* menggunakan alat ukur adaptasi oleh (Eliani, 2018) yang terdiri dari 22 item, sedangkan untuk alat ukur *Self Concept* menggunakan *Tennessee Self Concept Scale* (TSCS) (Fitts, 1971) yang mana telah diadaptasi dan dikembangkan oleh Sri Rahayu Partosuwido,dkk pada tahun (1979) dengan jumlah 100 item. Penelitian ini menggunakan aplikasi software IBM SPSS 26.0, menggunakan korelasi *Spearman* untuk menganalisis hubungan antara *Fanaticism* (X) dengan *Self Concept* (Y). Penelitian ini menghasilkan nilai koefisiensi korelasi 0.511 dengan signifikansi sebesar 0.000, hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara *Fanaticism* dengan *Self Concept* pada fans BTS (Army).

Kata kunci : K-POP, Army, BTS, Fanaticism, Self Concept