

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia



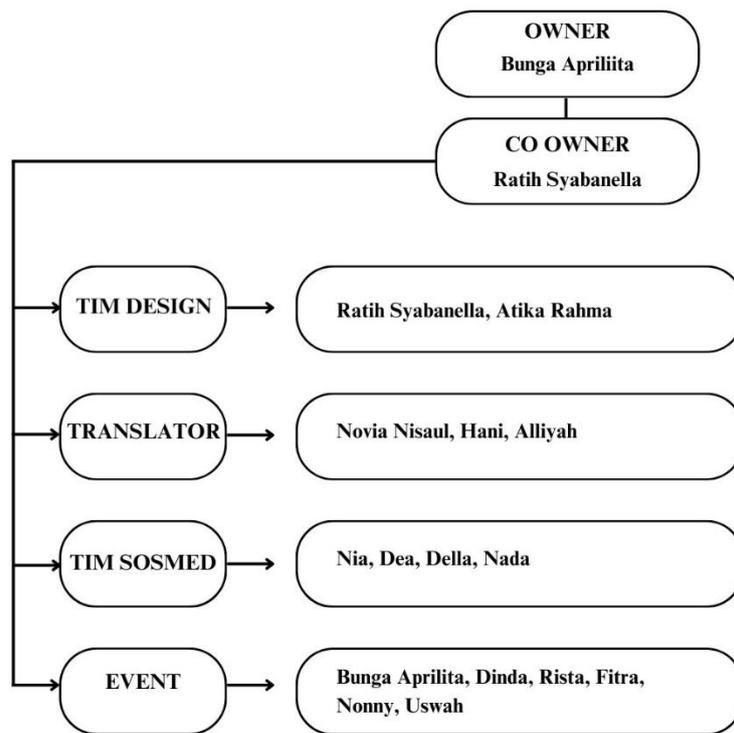
Gambar 4.1 *Logo BTS ARMY/ @Army_Indonesia*

Penggemar BTS atau ARMY di Indonesia merupakan salah satu komunitas besar yang banyak bergerak diberbagai bidang. Tentunya hal tersebut merupakan bentuk kecintaan mereka kepada karya yang dimiliki oleh BTS. ARMY di Indonesia telah membentuk ikatan yang cukup kuat. Mulai dari gerakan aksi, organisasi, acara hiburan, beberapa program edukasi, kesehatan mental, dan isu sosial. Salah satu komunitas yang cukup dikenal di kalangan ARMY di Indonesia adalah komunitas @Army_Indonesia.

Komunitas BTS ARMY di Indonesia mempunyai Instagram yang bernama @Army_Indonesia yang berdiri pada tanggal 24 Oktober 2014 mempunyai pengikut kurang lebih 175ribu orang. Akun Instagram ini pada awalnya adalah akun pribadi milik pendirinya yang bernama Bunga Aprilita ia menceritakan bahwa pada saat itu ia tidak mempunyai wadah untuk mengikuti beberapa kegiatan idol yang ia sukai, lalu ia menggunakan akun pribadinya untuk digunakan sebagai hobi terhadap *K-Pop* lebih tepatnya BTS. Hingga pada saat itu ia

membuat akun *Twitter* @Army_Indonesia di bulan Oktober dan disusul dengan akun *Instagram* dengan nama yang sama.

Pada mulanya, akun *Instagram* @Army_Indonesia atau komunitas ini hanya diurus oleh Bunga selaku pemilik akun. Namun seiring berjalannya waktu, akun ini memiliki banyak *followers* dan diharuskan untuk lebih banyak dan sering meng-*upload* konten tentang BTS. Karena keterbatasan waktu yang dimiliki oleh sang pendiri, Bunga memutuskan untuk membuat stuktur keanggotaan untuk mengurus akun @Army_Indonesia/ komunitas. Berikut adalah struktur pengurus @Army_Indonesia:



Tabel 1.1 Struktur Komunitas BTS ARMY/@Army_Indonesia

Sumber : Hasil wawancara

Komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia juga mempunyai visi dan misi untuk mencapai sesuatu yang dituju, beberapa visinya yaitu menjadi

komunitas BTS ARMY Indonesia yang kuat, mendukung musik dan pesan positif BTS, mempromosikan cinta, persahabatan, dan toleransi diantara para penggemar. Selain itu terdapat misi yaitu, mendukung BTS dalam perjalanan musik dan seni mereka dengan semangat yang positif, mengumpulkan para penggemar BTS Indonesia untuk berbagi pengetahuan, pengalaman dan cinta terhadap BTS, mengorganisir acara-acara amal dan kegiatan positif yang mengikuti semangat BTS dalam mempromosikan cinta dan toleransi, menghormati privasi dan hak BTS serta penggemar lainnya, dan menggunakan media sosial dengan baik bertanggung jawab dalam mendukung BTS dan pesan positifnya.

Adapun beberapa kegiatan atau proyek yang telah dilakukan oleh komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia mulai dari perayaan acara yang bertema BTS sampai penggalangan dana. Berikut merupakan kegiatan bertema BTS yang sudah diselenggarakan oleh BTS ARMY/@Army_Indonesia :

1. *Gathering and Launching LG* Jakarta dan Bandung with Cinta Kuya
2. *Exhibition with Fansite "Seven Legend"* di kota Jakarta, Bandung, Surabaya, Yogyakarta.
3. *5 tahun Anniversary Global Coffe Cup Sleeve event with Fansite Fistar* (5 negara dan 7 kota di Indonesia)
4. Nonton Bareng *Burn The Stage* di Jakarta
5. Nonton Bareng *Burn The Stage* di Bandung
6. *Cup sleeve event with fansite @9295winter*
7. Nonton bareng *Yet To Come* with Naura dan Neona
8. *Namkook Birthday Party*
9. *Funny Moment with Jiminssi*
10. *Hybe Family Noraebang Party x Ranch Market*

Selain itu, komunitas BTS ARMY/@Army_Indonesia juga melakukan kegiatan yang bertema sosial. Kegiatan tersebut dilaksanakan untuk aksi sosial di

dalam negeri maupun luar negeri. Berikut aksi sosial atau penggalangan dana yang sudah diselenggarakan oleh BTS ARMY/ @Army_Indonesia :

1. Support #ENDviolence bersama UNICEF
2. Perayaan 5th Anniversary penggalangan donasi untuk Pembangunan sekolah di Palestina bersama Human Initiative
3. Peduli Gempa Lombok
4. Peduli Gempa dan Tsunami Sulawesi Tengah (Palu- Donggala_ Mamuju) bersama UNICEF dan Human Initiative
5. Yayasan kanker anak bersama *Jiminbase*
6. *Namkook Birthday Charity Project*
7. Peduli Tsunami Selat Sunda bersama Human Initiative
8. Peduli Banjir dan Tanah Longsor Bengkulu bersama Human Initiative
9. Peduli Kabut Asap Sumatera dan Kalimantan Berama Human Initiative
10. Peduli Palestina 2021
11. Penyaluran Donasi makan siang untuk *driver* ojek *online*
12. *Project Birthday Jimin* (berbagi makanan bersama Bantu.id)
13. Peduli Gempa Cianjur
14. Peduli Banjir dan Longsor NTT dan NTB 2021
15. Penduli Kanjuruhan
16. Peduli Palestina 2023

Komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia juga bekerja sama dengan beberapa perusahaan untuk mendukung kegiatan yang sudah diselenggarakan. Perusahaan yang sudah pernah bekerja sama dengan beberapa merek terkenal seperti *Samsung, LG, Shopee, Joox, Fancy World, Tokopedia, Gojek, Hyundai, Line, Simvest* sampai *Bank Mandiri*. Beberapa merek lainnya mulai dari produk yang dapat dikonsumsi hingga produk untuk dipakai sehari-hari seperti, *VT Cosmetic, Frozz, Astro.id, Line, Hyundai, Simvest, Derma Esprest, Izzi, Bizarre, Simba Makura, Dermies by Erha, Naturaly Speaking by Erha, Kobe, Kopi Kenangan, Chatime, Lotte Xylitol* dan beberapa merek lainnya.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Faktor Pengaruh Fanatisme pada Anggota Komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia

Fanatisme disebut sebagai orientasi dan sentimen yang dapat mempengaruhi seseorang berbuat sesuatu yang menempuh sesuatu dan memberikan sesuatu, berpikir untuk memutuskan hal sehingga hal tersebut bisa terasa. Seperti yang diungkapkan oleh (Thorne dan Burner, 2006) seseorang yang terpengaruh fanatisme mempunyai beberapa karakteristik seperti keterlibatan internal atau dari dirinya sendiri, keterlibatan eksternal atau dari pengaruh di luar dirinya seperti lingkungan, keinginan untuk memperoleh benda yang berhubungan dengan hal yang disukai, dan keinginan untuk interaksi dengan orang lain.

4.2.1.1 Keterlibatan Internal

Keterlibatan Internal sangat diperlukan apabila seseorang tersebut mempunyai perilaku fanatisme (Thorne dan Burner, 2006). Seseorang tersebut akan berkeinginan di dalam diri sendiri untuk berfokus terhadap apa yang ia telah keluarkan seperti, waktu, tenaga dan sumber daya akan hal yang disukai. Mereka yang mempunyai perilaku tersebut akan merasakan kesenangan dari hal yang membuat mereka tertarik.

Seperti yang diungkapkan oleh informan 2 yang berperan sebagai anggota komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia. Ia menjelaskan bahwa faktor internal yang terdapat di dirinya.

“...Kayak... gimana yaa... selain lagunya easy listening buat hari-hari, liriknya tuh kayak bener-bener relate gitu sama orang-orang. Karena kan emang sebenarnya tuh jujur aku tuh gak terlalu suka taste lagu-lagu Indonesia kan. Karena rata-rata mereka tuh lagu-lagunya galau sedangkan tuh target market kita tuh mental. Karena saat itu tuh aku lagi di fase baru mau masuk SMA, dah disitu tuh entah kenapa mental aku tuh kayak udah ngerasa unstable gitu kan.. jadi yaudah mulai denger lagu BTS kayak, oh udah nih relate nih berarti yaudah fix ini kayak salah satu

jawaban gitu loh buat nge cover mental. Selain itu aku juga milih BTS ya aku karna dikenalin temen sih awalnya” (Informan 2)

Hal tersebut didukung oleh informan 6 yang mempunyai faktor pengaruh yang sama.

“...Gua gak munafik kalo mereka itu ganteng-ganteng, yaudah karena emang tujuh-tujuhnya ganteng di mata gua, nah setelah gua mengikuti lama, mengikuti teori-teorinya gua mulai ini nih mulai baca-baca lirik lagunya, terjemah-terjemahannya, terus gua pernah banget nangis karena pertama kali denger lagu Love Myself itu kayak, itu kan emang buat orang insecure kan, terus gua denger gua nangis banget, ternyata tuh ada orang yang menghargai gua padahal itu cuma lewat lagu, padahal mereka juga gak pernah ketemu gua, dan gak kenal sama gua, tapi tuh mereka bisa nge comfort gua dari lagu, terus gua kayak... lu tuh kayak gua cantik dengan diri lu sendiri lu bisa..kalo faktor lain gua gak ada sih, kalo gua pure suka sih soalnya emang dari SMP karena gua faktor lingkungan banget, temen-temen gua lumayan mencekoki gua sih..kalo keluarga juga gak sih alhamdulillah baik-baik aja” (Informan 6)

Informan 7 yang berperan sebagai pendiri komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia menambahkan bahwa faktor utama ia menyukai BTS berawal dari lagu. menurutnya hal tersebut dapat meredakan stres.

“...Kalo faktor utamanya karna aku suka lagu-lagunya karna masuk aja di kuping aku enak pas di dengerin. Tapi faktor dari diri akunya aku dengerin itu pas gitu lagi stress jadi aku ngerasa pas aja” (Informan 7)

Berdasarkan informasi yang telah dipaparkan, dapat diketahui bahwa faktor yang mempengaruhi fanatisme pada komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia salah satunya adalah terdapat keterlibatan internal atau keinginan diri sendiri untuk memutuskan menjadi penggemar. Keterlibatan internal disini berbicara tentang bagaimana latar belakang seseorang menyukai objek yang disukai. Berdasarkan informasi yang didapat terdapat faktor yang paling dominan yaitu karya sang idola, yaitu lagu.

4.2.1.2 Keterlibatan Eksternal

Keterlibatan Eksternal sangat diperlukan apabila seseorang tersebut mempunyai perilaku fanatisme (Thorne dan Burner, 2006). Karena pada dasarnya seseorang akan termotivasi untuk menunjukkan bagaimana ia terlibat kedalam minat yang disukai. Seperti bergabung ke dalam sekumpulan orang-orang yang menyukai akan hal yang sama, komunitas, organisasi, atau sebagainya.

Seperti yang diungkapkan oleh informan 5 yang berperan sebagai anggota komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia. Menurutnya faktor pertemanan menjadi salah satu faktor eksternal atau keterlibatan eksternal ia menjadi seorang penggemar.

“...Karena menurut gue lagunya lebih masuk sama kayak gak tau hati gua tertuju pada mereka gitu. Sama faktor lain juga pengaruh temen sih jadi suka K-Pop sama BTS” (Informan 5)

Pernyataan tersebut didukung oleh informan 4 yang menyatakan bahwa dirinya mendapat faktor dari luar atau lingkungannya untuk menggemari BTS.

“...Jujur kayaknya ini kalo di pikir-pikir ini tuh kayak karma ya, soalnya dulu tuh awal- awal itu tuh kayak kelas 2019 itu tuh kelas 11 kalo gak salah terus aku tuh suka Blackpink terus temen aku ada yang nanya kayak... kenapa suka Blackpink doang kenapa gak BTS? kan sama-sama biggest in the world gitu di K-Pop isitilahnya, terus... gak ah aku gak mau yang cowok soalnya apa gitu alesannya aku lupa.. tapi gatau nya gara-gara ngomong kayak gitu jadi kayak.. oh mereka menarik juga ya..” (Informan 4)

Informan 2 menambahkan bahwa keterlibatan eksternal seperti dorongan dari teman merupakan faktor yang menyebabkan seseorang menyukai hal yang disukai.

“...aku juga milih BTS ya aku karna dikenalin temen sih awalnya, terus mereka tuh pada nonton di kelas kayak seru, yaudah aku ikutan.,

Tahun 2018 awal... abis billboard pas banget era fake love, itu di awal 2018 dan lagi tour” (Informan 2)

Berdasarkan informasi yang telah dipaparkan, dapat diketahui bahwa faktor yang mempengaruhi fanatisme pada komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia salah satunya adalah terdapat keterlibatan eksternal atau mendapatkan pengaruh dari orang lain untuk memutuskan menjadi penggemar. Keterlibatan eksternal pada informasi tersebut meliputi beberapa faktor yang terdapat di lingkungan sekitar seperti teman dan media sosial.

4.2.1.3 Keinginan untuk Memperoleh Benda yang berhubungan dengan hal yang di sukai

Seseorang yang memiliki perilaku fanatisme akan mempunyai karakteristik yang dapat melambangkan identitas atau komunitas yang ia tekuni dan sukai. Menurut (Thorne dan Burner, 2006) seseorang yang fanatik mempunyai sifat atau karakteristik untuk memperoleh benda yang berhubungan dengan hal disukai. Seperti seseorang akan rela membeli, memiliki, sampai memakai barang tentang apa yang mereka sukai. Beberapa barang yang terdapat di penelitian ini adalah barang atau benda yang berkaitan dengan *idol K-Pop*.

Seperti yang diungkapkan pada informan 1 yang berperan sebagai anggota komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia. Informan 1 menjelaskan bahwa ia mengoleksi beberapa benda yang berkaitan dengan *idol K-Pop* yang disukai.

“...Koleksi yang aku punya udah pasti album, aku koleksi photocard member, armybomb atau lighstick, keychain, sticker-sticker, pin-pin. Kalo official album sama photocard aja sih sama membership” (Informan 1)

Pernyataan tersebut didukung oleh informan 4 yang memiliki beberapa benda yang berkaitan dengan *idol K-Pop* yang disukainya yaitu BTS.

“...Per BTS an ada album, ada photocard, ada kaos juga ada, printilan unofficial sih kayak tas.. aku lupa ada keychain ada banyak, bahkan aku bikin sendiri, aku punya online shop” (Informan 4)

Didukung oleh pernyataan informan 3 yang memiliki beberapa benda *official* yang berkaitan dengan kehidupan sehari-harinya.

“...Album, Photocard, diakan ada BT21 nya yaa... jadi rata-rata brand yang kolaborasi sama BT21 aku beli, kayak misalnya baju, tas, gantungan kunci yang official... bonekanya.. kalo life style mereka aku gak ikutin.. kalo brand yang mereka pake gak aku sama style berpakaian juga gak engga..” (Informan 3)

Berbeda dengan informan 3, informan 2 membeli dan memakai beberapa benda atau atribut yang di miliki *idol K-Pop* nya untuk menjadi insiparasi dan memakainya untuk sehari-hari.

“...Aku punya album, Photocard... konser pernah sekali... terus... keyrings, sticker... terus oh.. freebies. Freebies aku tuh udah selaci jadi kayak.. photocard unofficial aku punya. Kalo ikutin gaya bangtan aku ikutin juga... aku untuk kehidupan sehari-hari aku ikutin gaya Yoongi...lebih ke style nya colour yang mereka pake kayak outfit nya..” (Informan 2)

Berdasarkan informasi yang telah dipaparkan, dapat diketahui bahwa faktor yang mempengaruhi fanatisme pada komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia salah satunya adalah keinginan untuk memeproleh benda yang berhubungan dengan hal yang disukai. Berdasarkan infromasi yang didapat terdapat beberapa benda yang paling banyak dibeli yaitu, *album, photocard, lighstick*. Benda tersebut tentunya menjadi bahan koleksi para penggemar. Selain itu benda *official* tersebut menjadi buruan pertama setelah benda *unofficial* yang di buat oleh penggemar seperti *keychain* atau gantungan kunci yang melambangkan *idol K-Pop* tersebut.

Beberapa benda yang di pakai oleh *idol K-Pop* yang mereka sukai tentunya menjadi sumber inspirasi mulai dari keperluan sampai pakaian sehari-hari.

4.2.1.4 Keinginan untuk Interaksi dengan orang lain

Manusia merupakan seseorang makhluk sosial. Manusia akan bergantung kepada manusia lain untuk menjalani hidupnya. Menurut (Thorne dan Burner, 2006) dalam karakteristik fanatisme menjalin komunikasi sangat penting, karena hal tersebut dapat membuat seseorang yang memiliki perilaku fanatik akan merasa nyaman terhadap apa yang disukai. Tentunya dengan berbagi hal yang memiliki kesamaan dan ketertarikan nantinya akan menimbulkan kepuasan terhadap diri.

Seperti yang diungkapkan oleh informan 7 yang berperan sebagai pendiri komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia. Informan 7 menjelaskan bagaimana ia membuat hingga bergabung kedalam komunitas.

“...Sebenarnya di bulan Oktober itu juga sih aku kayak langsung cari fanbase-fanbase yang berbau tentang BTS. Bisa di bilang fanbase ARMY yang bisa buat aku cari tau info-info mereka gitu, tapi ternyata di Indonesia belum banyak... bahkan belum ada yang aktif” (Informan 7)

Informan 7 juga menambahkan tahun berdiri dan bagaimana komunitas terbentuk.

“...Ini nyambung banget dari pertanyaan sebelumnya karena belum ada fanbase yaa yang aktif dan aku ngerasa gak punya wadah untuk fangirling, dulu karna ya aku masih denial jadi yaudah aku memulai dan membuat akun @Army_Indonesia yang awalnya dari Twitter dulu baru Instagram sekitar tanggal 24 Oktober 2014” (Informan 7)

Pernyataan tersebut didukung oleh informan 1 yang menyatakan bahwa dirinya telah bergabung kedalam komunitas sejak awal berdiri.

“...Sejak awal fanbase @Army_Indonesia kan awal- awal jarang yang update tentang BTS jadi pas itu langsung bergabung cari temen sesama ARMY di Indonesia, Ya itu tadi.. buat tektokan sama Army-Army

di Indonesia sih, jalin komunikasi. Sama ya kalo dari aku... aku kan dari awal tuh pas SMP tuh gak punya temen yah, nah aku ngerasa pas masuk dunia K-Pop tuh ngerasa punya temen gitu. Jadi temen aku adanya sesama K-Popers gitu. Jadi hiburan aku tuh gabung sama orang-orang yang suka K-Pop gitu... ” (Informan 1)

Pernyataan tersebut didukung oleh informan 5 bahwa keikutsertaan dalam komunitas dapat menambah teman dan relasi.

“...Yaitu gua dari 2016 itu gua udah masuk grup... terus gua main Twitter juga udah..soalnya gua main Twitter 2014 udah... Instagram, Twitter, Line dan lainnya. Kayak dulu tuh lebih mencari kayak ada fanbase ini itu, fanbase Jungkook ada., Kan awalnya kan dulu masih banyak fanbase yang belum sebesar sekarang, itu masuk ke situ itu... karna gini pada saat itu BTS masih belum se terkenal itu, jadi gua mau nambah temen gitu..., Gua selama di komunitas itu nonton bareng, terus kayak noraebang, noraebang itu kita kayak nyanyi bareng gitu karoeke an bareng gitu lagu BTS... terus ngumpul main aja, kayak main, kadang kita ngerayain ulang tahun member, pernah sampe bukber”

Pernyataan tersebut juga didukung oleh informan 2 dan 3 yang bergabung bersamaan kedalam komunitas yaitu pada tahun 2018.

“...Kayaknya 2018 akhir deh... aku fix komunitas. Karena aku mikir jangka waktu itu aku harus pelajarin BTS dulu, dari tahun-tahun awal debut, yaudah pelajarin aja semuanya variety show nya apa, MV (Music Video) nya apa aja, bahkan sampe hafal urutan era-eranya, sampe udah di luar kepala aja gitu, Karena aku sebenarnya orangnya gabutan... aku orangnya gabutan. Aku kan kuliah juga kupu-kupu ya...tapi sebenarnya pernah rapat juga tapi kalo pulang kuliah tuh capek. Aku kan orangnya emang suka ketemu orang kan, tapi kalo lingkungan kuliah tuh emang gak secocok itu, orang-orangnya juga kesenangannya kan beda-beda kan. Makanya aku milih masuk ke komunitas ya buat re-charge aja..., Aku pernah ikut noraebang, pernah juga ikut jadi kepanitiaan birthday event, birthday event Taejin daerah mana yaaa aku lupa sebutan tapi dekat Bank Indonesia, birthday event sering sih. Sebelum Covid pernah sesudah Covid juga pernah...nah aku juga kalo ada member yang update aku nge twitt sih untuk diri sendiri...” (Informan 2)

“...Komunitas sejak 2018.. aku era Love Yourself, Karena di ajak sama temen juga, jadi awal nya aku K-Pop an tuh sendirian aja kayak dengerin lagu apa-apa gitu, ikut di Twitter aja lebih banyak temennya, jadi lebih rame seru-seru annya gitu...Streaming party, konser online, nonton bareng...” (Informan 3)

Selain menambah relasi dan teman, informan 6 menjelaskan bahwa keikutsertaan dirinya didalam komunitas dapat menambah wawasan terkait idol K-Pop yang disukai. Ia menyatakan bahwa selama bergabung kedalam komunitas dapat memberi tahu informasi yang tidak bisa diakses secara mudah tetapi melalui komunitas ia mengetahui beberapa informasi.

“...Gua tuh tau komunitas ARMY kan dari Instagram ya, itu kalo gak salah tuh 2018, pokoknya pas gua mulai aktif-aktifnya Instagram tuh dan gua lagi kecintaan banget, Pengen tau update nya aja, karena kan mereka update tentang BTS kan, sedangkan gua gak punya platform gede yang buat tau, jadwal-jadwal mereka atau mereka lagi ngapain, terus juga dulu kan membership belum punya duit ya say, yang kayak Pancafe, membership Vlive, dan gua gak punya duit buat membership dan berlangganan segala macem, akhirnya gua mencari komunitas, nah gua ketemu sama @Army_Indonesia ini, dia juga lumayan informatif dan update juga kan, apalagi yang konten-konten berbayar tuh mereka ngasih secara suka rela tuh, kayak Vlive+ sama BTS tuh 2017/2018, tahun itu lagi booming banget tuh, gua mulai tau @Army_Indonesia itu. Noraebang gua sekali doang tuh, sama gua tuh anaknya yang gak ikut yang offline gitu, paling kayak campaign apa, gua lupa banget @Army_Indonesia suka buka donasi atau apa paling gua ikut-ikut nya yang kayak gitu doang sih” (Informan 6)

Selain itu, beberapa informan mengungkapkan bahwa mereka bergabung kedalam komunitas mempunyai faktor pengaruh dari pertemanan yang dimilikinya di luar komunitas. Seperti yang diungkapkan oleh informan 1.

“...aku kan dari awal tuh pas SMP tuh gak punya temen yah, aku pernah dibully gitu, aku ngerasa pas masuk dunia K-Pop tuh ngerasa punya temen gitu. Jadi temen aku adanya sesama K-Popers gitu. Jadi hiburan aku tuh gabung sama orang-orang yang suka K-Pop gitu” (Informan 1)

Pernyataan tersebut didukung oleh beberapa informan.

”... Jadi lebih punya temen banyak, aku di real life emang susah banget punya temen” (Informan 2)

“...temen di kelas suka K-Popers gak mau temenan sama gua karna gua terlalu fanatik kali ya... kayak apa-apa BTS mulu, mungkin mereka jadi kayak capek sendiri, kalo gua ngebahas BTS...akhirnya dari

situ gua balik lagi ke dunia komunitas, kayak ke temen-temen online, jadi banyaknya ke temen-temen online, gua lebih cerita ke temen-temen online gitu..bisa di bilang gua paling dekat di temen online” (Informan 5)

Berdasarkan informasi yang telah dipaparkan, dapat diketahui bahwa faktor yang mempengaruhi fanatisme pada komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia salah satunya adalah keinginan untuk interaksi dengan orang lain. Beberapa anggota merasakan kesulitan untuk berinteraksi dengan orang lain. Oleh karena itu, mereka memutuskan untuk bergabung ke dalam komunitas. Interaksi yang komunitas buat berupa menjalin komunikasi yang baik sehingga membuat anggota menambah relasi dan pertemanan di media sosial.

Selain itu, keinginan untuk bergabung di dalam komunitas tersebut adalah menambah informasi atau wawasan terkait idol *K-Pop* yang disukai, seperti beberapa informasi dari salah satu informan yang menjelaskan bahwa komunitas ini aktif menyebarkan informasi yang tidak mudah diakses untuk penggemarnya yang terdapat di Indonesia.

4.2.2 Bentuk Aktivitas Penggemar pada Komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia

Menurut Emily Chung, dkk (dalam Chintya, dkk 2019) fanatisme dapat diartikan sebuah bentuk yang unik dari loyalitas yang dikarakteristikan pada level antusias, komitmen, emosional, kegemaran dan cinta yang kuat. Kegemaran yang kuat tersebut biasanya dimiliki oleh para penggemar. Hal tersebut bisa digambarkan dalam penggemar yang menyukai atau menggemari *idol K-Pop*. Biasanya penggemar melakukan beberapa aktivitas. Biasanya penggemar melakukan beberapa aktivitas. Menurut McCudden (2011) aktivitas penggemar yaitu, *meaning making* (membuat makna), *meaning sharing* (berbagi makna), *poaching* (berburu), *collecting* (mengumpulkan), *knowledge building* (membangun pengetahuan).

4.2.2.1 *Meaning Making* (Membuat Makna)

Dalam hal membuat makna seorang penggemar dapat ikut serta dalam membuat sebuah tulisan di media yang mulai dari menggabungkan sebagian maupun keseluruhan dengan pengalaman dan emosi kehidupan dari penggemar itu sendiri. Dalam penelitian ini dapat digambarkan membuat makna berarti menulis beberapa artikel tentang *idol* yang digemari. Seperti, beberapa *idol K-Pop* yang mengunggah foto, *video*, dan lainnya dengan diikuti aktivitas membuat makna penggemarnya di media sosial.

Seperti yang diungkapkan pada informan 7 yang berperan sebagai pendiri komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia. Tentunya kegiatan pendiri komunitas selaku admin juga membuat makna agar akun komunitasnya dapat berjalan di media sosial. Lalu informan 7 melakukan aktivitas pertama yaitu membuat makna didalam akun instagramnya agar mempunyai wadah untuk berbagi dengan anggota komunitas yang lain di Indonesia

“...Sebenarnya di bulan Oktober itu juga sih aku kayak langsung cari fanbase-fanbase yang berbau tentang BTS. Bisa di bilang fanbase ARMY yang bisa buat aku cari tau info-info mereka gitu, tapi ternyata di Indonesia belum banyak... bahkan belum ada yang aktif ” (Informan 7).

Informan 7 juga menambahkan beberapa informasi terkait bagaimana aktivitas membuat makna yaitu melakukan kegiatan yang sudah tidak asing dalam dunia *K-Pop* yaitu *Fangirling*.

“...Ini nyambung banget dari pertanyaan sebelumnya karena belum ada fanbase yaa yang aktif dan aku ngerasa gak punya wadah untuk fangirling (aktivitas yang dilakukan oleh penggemar wanita)” (Informan 7)

Pernyataan tersebut didukung oleh informan 6 yang merupakan salah satu anggota komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia. Informan 6 menjelaskan bahwa ia melakukan aktivitas pembuatan makna tersebut

ketika salah satu anggota BTS mengunggah foto, *video*, dan lainnya. Selain itu ia juga mencari tau hal yang berkaitan dengan *idol K-Pop* yang disukai.

“...(*Music Video*) baru gua pasti nonton tapi gua bukan tipe yang harus di ulang-ulang gitu loh, kayak gua mencari update an lagi, terus nyari terjemahan lirik, arti lagu... terus streaming” (Informan 6)

Pernyataan tersebut juga didukung oleh informan 5.

“...kalo misalnya Jungkook update atau siapapun gua kayak nge Twitt terus nge share ke temen-temen gua yang lainnya, ngasih tau kalo dia update atau apa gitu” (Informan 5).

Berdasarkan informasi yang telah dipaparkan, dapat diketahui bahwa aktivitas penggemar pada komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia salah satunya adalah *meaning making* atau membuat makna. Dalam informasi tersebut pendiri komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia memberikan alasan bahwa ia membutuhkan wadah untuk melakukan *fangirling* atau membuat makna. Pembuatan makna pada komunitas tersebut tentunya menjadi salah satu kegiatan yang dapat mempermudah untuk para anggota mengakses sejauh mana kegiatan *idol K-Pop* yang disukai. Beberapa informasi pendukung dari beberapa informan menjelaskan membuat makna bukan berasal dari komunitas saja melainkan dapat dilakukan secara individu melalui *idol K-Pop* yang mereka sukai. Pembuatan makna dapat berbentuk unggahan tulisan, gambar, video yang mereka unggah ulang di media sosial mereka.

4.2.2.2 *Meaning Sharing* (Berbagi Makna)

Dalam hal berbagi makna dijelaskan bahwa penggemar dapat memindahkan pikirannya dari kepala sendiri ke orang lain. Dilakukan secara individu tau dalam komunitas. Tindakan berbagi makna di dalam komunitas akan menimbulkan beberapa kritik yang populer dikalangan komunitas. Dalam penelitian ini dapat digambarkan berbagi makna

berarti menyebarkan beberapa bentuk artikel yang telah dibuat yang berkaitan dengan *idol K-Pop* yang disukai.

Seperti yang diungkapkan oleh informan 7 yang berperan sebagai pendiri komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia, menyatakan bahwa ia melakukan kegiatan *meaning sharing* atau berbagi makna kepada anggota komunitas dalam akun media sosialnya.

“...Untuk sekarang selain kegiatan *sharing* dan *kumpul* biasanya mengadakan acara seperti *noraebang*” (Informan 7)

Pernyataan tersebut didukung oleh informan 6 yang berperan sebagai anggota komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia. Informan 6 menjelaskan bahwa dalam akun komunitas sering melakukan *meaning sharing* atau berbagi makna sehingga membuat ia menambah wawasan dan informasi yang berkaitan dengan idol K-Pop yang disukai.

“...Pengen tau *update* nya aja, karena kan mereka *update* tentang BTS kan, sedangkan gua gak punya platform gede yang buat tau, jadwal-jadwal mereka atau mereka lagi ngapain, terus juga dulu kan *membership* belum punya duit ya say, yang kayak *Pancafe*, *membership Vlive*, dan gua gak punya duit buat *membership* dan *berlangganan* segala macam, akhirnya gua mencari komunitas, nah gua ketemu sama @Army_Indonesia ini, dia juga lumayan informatif dan *update* juga kan, apalagi yang konten-konten berbayar tuh mereka ngasih secara suka rela tuh, kayak *Vlive+* sama *BTS* tuh 2017/2018, tahun itu lagi booming banget tuh, gua mulai tau @Army_Indonesia itu” (Informan 6)

Kegiatan *meaning sharing* atau berbagi makna juga dilakukan setiap individu didalam komunitas seperti yang dijelaskan oleh informan 3 yang berperan sebagai anggota komunitas. menurutnya, kegiatan *meaning sharing* atau berbagi makna dilakukan kesesama penggemar.

“...kalo online aku nge *share* ke temen sesama ARMY juga. Kalo ada member yang *update* aku langsung nge tag temen aku. Interaksinya ya tadi aku ngetag mereka kalo misalnya ada member yang *update*” (Informan 3)

Pernyataan tersebut didukung oleh informan 4. Menurutnya kegiatan berbagi makna dilakukan di percakapan grup.

“...Paling di grup chat sih, kita paling ngobrol-ngobrol di Twitter. Interaksi di komunitas itu sangat menyenangkan” (Informan 4)

Pernyataan tersebut juga didukung oleh informan 5.

“...Gua juga pernah nge share grup...even kayak mau ada kegiatan apa, kayak vote-vote gitu aja gua masukin ke grup gitu... eh ini vote nih, ini update nih update gitu, itu udah hal yang biasa. Kalo mereka ngeluarin lagu atau MV (Music Video) baru gua pertama kali dengerin lagunya, kayak streaming.. tapi yang pertama banget kita harus premium dulu nih kayak Youtube, Spotify baru kita streaming, setiap hari tuh kita puterin tuh lagu satu album, terus ngasih ngasih tau ke orang-orang kayak.. eh ini BTS comeback guys, harus dengerin lagunya..Interaksinya ya sering mention, sama-sama nge Twitt aja gitu, terus chat-chat an kayak Jungkook update... ih ganteng banget dan kalo misalnya ada konser.. eh lu nonton konser ga? Gitu..” (Informan 5)

Berdasarkan informasi yang telah dipaparkan, dapat diketahui bahwa aktivitas penggemar pada komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia salah satunya adalah *meaning sharing* atau berbagi makna. Dalam informasi tersebut pendiri komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia melakukan *sharing* atau berbagi kepada seluruh anggota penggemar dalam media sosialnya. Kegiatan tersebut membuat dampak pada salah satu informan untuk mendapatkan informasi dari komunitas tersebut. Selain itu kegiatan berbagi makna ini juga dilakukan di setiap individu anggota komunitas. Beberapa anggota komunitas berbagi kedalam beberapa media sosial yang berbentuk aplikasi percakapan grup dan beberapa aplikasi lainnya. Hal tersebut dilakukan untuk berbagi dan bertukar informasi yang berkaitan dengan *idol K-Pop* yang disukai.

4.2.2.3 Poaching (Berburu)

Penggemar dalam hal ini secara pribadi memilih sebuah tulisan yang akan di proses sebagai dasar dari pembuatan projek yang kreatif

mengenai *idol* mereka. Dalam penelitian ini berburu dapat digambarkan sebagai seorang penggemar yang membuat beberapa artikel dan acara yang bersumber inspirasi serta berkaitan dengan *idol K-Pop* yang disukai.

Seperti yang diungkapkan oleh informan 7 yang berperan sebagai pediri komunitas. Beberapa kegiatan yang dibuat olehnya merupakan ide-ide yang diambil dari karya BTS dan lainnya.

“...Kita selalu punya program kerja setiap tahunnya untuk acara. Terakhir yang paling besar New Year Party sekitar 100 peserta. Kalo untuk Charity setiap tahun kita pasti ada untuk program Ramadhan dan bantuan- bantuan yang tidak di rencanain seperti donasi untuk palestina yang terkahir mencapai 1 Milyar. Beberapa kegiatan lainnya aku share dalam bentuk pdf ya kak..”

Pernyataan tersebut didukung oleh beberapa anggota komunitas. menurut informan 1 kegiatan yang ia ikuti berkesinambungan dengan kegiatan yang dibuat oleh komunitas.

“...Ohh.. kayak acara-acara noraebang (Karoewe dengan lagu-lagu Korea), nonton bareng konser online, Charity” (Informan 1)

Selain itu, informan 1 juga menambahkan bahwa ia telah mengikuti 10 kali kegiatan yang bertema BTS.

“10 sih...” (Informan 1)

Menurut informan 4, 2, dan 5 mereka telah mengikuti kegiatan yang bertema BTS lebih dari 10 kali.

“...Nonton bareng konser online, terus aku ikut event birthday member gitu kayak Jungkook, Taehyung.., event 10-15” (Informan 4)

“...Aku pernah ikut noraebang, pernah juga ikut jadi kepanitiaan birthday event, birthday event Taejin daerah mana yaaa aku lupa sebutan tapi dekat Bank Indonesia, birthday event sering sih. Sebelum Covid pernah sesudah Covid juga pernah, event 10-20an” (Informan 2)

“...Gua selama di komunitas itu nonton bareng, terus kayak noraebang, noraebang itu kita kayak nyanyi bareng gitu karoewe an

bareng gitu lagu BTS... terus ngumpul main aja, kayak main, kadang kita ngerayain ulang tahun member, pernah sampe bukber, event 10 kali ada, lebih dari 10” (Informan 5)

Selain itu, pernyataan pendiri komunitas juga didukung oleh informan 3 dan 6 yang mengikuti kegiatan komunitas hanya sekali.

“...Streaming party, konser online, nonton bareng... Kalo event aku cuma online konser AgustD aja, satu kali” (Informan 3)

“...Noraebang gua sekali doang tuh, sama gua tuh anaknya yang gak ikut yang offline gitu, paling kayak campaign apa, gua lupa banget @Army_Indonesia suka buka donasi atau apa paling gua ikut-ikutan yang kayak gitu doang sih” (Informan 6)

Berdasarkan informasi yang telah dipaparkan, dapat diketahui bahwa aktivitas penggemar pada komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia salah satunya adalah *poaching* atau berburu terkait dengan *idol K-Pop* yang disukai. Dalam informasi tersebut semua anggota komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia mengikuti kegiatan yang dibuat mereka pribadi ataupun kegiatan didalam komunitas buat.

4.2.2.4 Collecting (Mengumpulkan)

Bentuk aktivitas yang sering dilakukan oleh penggemar yaitu mengumpulkan atau mengoleksi. Kerena dengan cara tersebut dapat dikatakan sebagai tolak ukur koleksi penggemar. Dalam penelitian ini mengumpulkan berarti mengoleksi benda yang berkaitan dengan idol K-Pop yang disukai mulai dari benda *official* sampai *unofficial* serta dipakai dan dibutuhkan sehari-hari.

Seperti yang diungkapkan oleh informan 1. Menurut informan 1 ia mengoleksi beberapa yang sudah pasti penggemar idol K-Pop punya yaitu album.

“...Koleksi yang aku punya udah pasti album, aku koleksi photocard member, armybomb atau lighstick, keychain, sticker-sticker,

pin-pin. Kalo official album sama photocard aja sih sama membership” (Informan 1)

Pernyataan tersebut didukung oleh informan 2, 3, 4, 5. Mereka juga mengoleksi beberapa album dan photocard.

“... aku punya album, photocard..” (Informan 2)

“... album, photocard, iakan ada BT21 nya yaa... jadi rata-rata brand yang kolaborasi sama BT21 aku beli, kayak misalnya baju, tas, gantungan kunci yang official... bonekanya..” (Informan 3)

“...Per BTS an ada album, ada photocard, ada kaos juga ada, printilan unofficial sih kayak tas.. aku lupa ada keychain ada banyak, bahkan aku bikin sendiri, aku punya online shop” (Informan 4)

“... album, photocard.. beberapa photocard official dan yang gak official” (Informan 5)

Berdasarkan informasi yang telah dipaparkan, dapat diketahui bahwa aktivitas penggemar pada komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia salah satunya adalah *collecting* atau mengumpulkan benda yang terkait dengan *idol K-Pop* yang disukai. Dalam informasi tersebut terdapat beberapa anggota komunitas yang mengoleksi beberapa benda yang berkaitan dengan *idol K-Pop* yang mereka suka. Benda yang lebih dominan para penggemar beli adalah *album*.

4.2.2.5 Knowledge Building (Membangun Pengetahuan)

Kegiatan penggemar yang terakhir adalah membangun pengetahuan. Penggemar berusaha mengumpulkan pengetahuan tentang objek yang disukai. Dalam penelitian ini membangun pengetahuan dapat dilihat dari seberapa lama seorang penggemar mengikuti kegiatan *idol K-Pop* seperti konser atau pun kegiatan setiap harinya dan seberapa lama penggemar menghabiskan waktu di komunitas.

Seperti yang diungkapkan oleh informan 1. Menurutnya untuk membangun pengetahuan tentang *idol K-Pop* yang disukainya dapat menghabiskan 10 jam setiap harinya.

“...Sehari tuh aku bisa ngabisin waktu 10 jam kali yaaaa.. selama aku kerja, pulang kerja pasti aku nontonin BTS... dengerin lagunya. Aku berangkat kerja jam 8 pagi dan pulang jam 5 terus pulang langsung nonton kira-kira sampe ketiduran. Aku tidur kalo kerja tuh jam 10. Yaaa hamper 24 jam dehh soalnya aku kerja juga sambil dengerin BTS. dikomunitas Kalo weekend aku lebih sering tapi kalo hari kerja buka sosial media sih sehari 5 jam deh... kalo weekend bisa setiap jam di Twitter atau Instagram” (Informan 1)

Pernyataan tersebut didukung oleh informan 6. Menurutnya, hal tersebut sangat wajar dan ia menjelaskan bahwa untuk membangun pengetahuan dibutuhkan waktu yang cukup lama.

“... Kalo cuma lagu gua bisa seharian, sekarang kan gua kerja nih sambil dengerin musik nih, gua bisa seharian dengerin. Kalo dalam sehari 6-8 jam sesuai sama jam kerja aja sih. Gua orangnya yang kecanduan, gua pernah waktu kemarin abis lulus tuh gua tinggal nunggu wisuda gua laptop di sambungin ke TV, gua dari jam 8 sampe jam 8 malem atau gak dari 12 sampe jam 12 lagi gua di depan TV nonton BTS doang, pernah ada 1-2 hari gua ngulang-ulang nonton Yet To Come, nontonin Speak Yourself yang di Europe, terus gua nontonin Wings Tour, terus gua nonton ini juga karena gua masih dendam gak dapet tiket AgustD, gua tonton lagi.. ada juga konser ulangnya, yaudah gua tontonin aja tuh sama J-Hope In The Box. Gua kayak gitu sih karena weekend.. ada waktunya. komunitas Gak nentu dong gua, kalo gak di tunda gua bisa 4-5 jam” (Informan 6)

Informan 5 mengungkapkan ia juga pernah melakukan hal tersebut dalam kurun waktu satu hari.

“...5 jam mungkin ya.. karena sekarang kan gua mulai sibuk ya, tapi dulu tuh gua pernah hampir mungkin sampe 18 jam tuh pernah, streaming lagu, nonton kontennya, kayak sisanya yaudah gua tidur. Terus gua cemas gitu kalo mau tidur, misalnya ada member yang belum update gitu gua tungguin. Gua pasti tidur sih, tapi tidurnya subuh gitu, pagi gitu...tetep tidur soalnya gak bisa kalo gak tidur dan komunitas Kalo online gua hampir 15 jam, tapi kalo Twitter mau sesibuk apapun gua buka Twitter, sampe mandi gua bawa juga sih, karena dunia gua ada di Twitter” (Informan 5)

Tentunya dalam membangun pengetahuan tersebut tujuan utamanya adalah memiliki atau menambah pengetahuan yang mereka sukai. seperti yang di ungkapkan beberapa informan, dalam membangun

pengetahuan tersebut mereka juga wajib hadir dalam kegiatan atau serangkaian acara yang diselenggarakan oleh idola mereka atau yang biasa disebut konser.

Informan 1, 2, 3, 5 mengungkapkan bahwa mereka telah menonton konser idol K-Pop secara langsung.

“...Offline sekali, Wah kalo konser online sebenarnya sebelum Covid dulu udah ada, jadi aku gak bisa itung sih, kalo di bilang lebih dari 10 bisa banget” (Informan 1)

“...Konser offline sejauh ini aku sekali ya... karena waktu itu Yoongi ke Indonesia buat Dday Tour.. kalo konser online sejauh ini sih dari Covid aku tapi bisa di bilang samaunya ikut, mulai dari BangBangCon, PTD, ON online... pokoknya semuanya yang online sempet di babat semua sih” (Informan 2)

“...Kalo offline aku cuma satu kali kan yang AgustD kan, kalo online semuanya sih... gak tau berapa... maaf banget.. sebenarnya konser AgustD dari seluruh negara aku ikut live streaming nya tapi anggap aja lebih dari 10 lah” (Informan 3)

“...Offline gua BTS baru sekali, kalo online banyak gua setiap ada konser dari 2016 itu tuh gua tonton walaupun gua belinya gak di yang official nya misalnya cari-cari link di Twitter gitu gua nonton, mungkin dah puluhan, lebih dari 10 sih pasti” (Informan 5)

Selain itu, dua informan lainnya hanya menonton konser *online*. Informan 4 dan 6 mengungkapkan bahwa ia hanya menonton *online* konser lebih dari 10 kali.

“Offline aku belum pernah sih sejujurnya, kalo online aku bisa lebih dari 10 sih” (Informan 4)

“Online dari jaman gua suka, dari linknya gak berbayar itu dulu gua nyari link di Twitter, jadi lebih dari 10” (Informan 6)

Berdasarkan informasi yang telah dipaparkan, dapat diketahui bahwa aktivitas penggemar pada komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia salah satunya adalah *knowledge building* atau membangun pengetahuan terkait dengan *idol K-Pop* yang disukai. Dalam informasi tersebut dijelaskan bahwa berapa lama seseorang membangun

pengetahuan untuk *idol* yang disukai. Ketiga informan tersebut mengungkapkan bahwa dalam kurun waktu sehari mencari informasi mulai dari mendengarkan lagu, menonton konten, dan lainnya adalah 5-24 jam. Selain itu, untuk mencapai pengetahuan tersebut biasanya penggemar akan terus mencari tahu dan mempunyai keinginan untuk bertemu dengan *idol K-Pop* yang mereka sukai. Seperti yang dikatakan oleh keenam informan atau anggota komunitas tersebut mereka mengungkapkan kegiatan menonton konser yang diselenggarakan *offline* ataupun *online*.

4.2.3 Kondisi Kesehatan Mental Penggemar BTS pada Komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia

Menurut Keyes (2002) (dalam Marcella, 2021) terdapat 3 aspek yang menunjukkan kesehatan mental. Hal tersebut diperjelas dalam definisinya bahwa individu yang bisa berfungsi positif itu tidak hanya individu yang dapat mengevaluasi dirinya dalam ranah publik atau lingkungan. Beberapa aspek seperti kesejahteraan emosi, psikologis sampai sosial.

4.2.3.1 Kesejahteraan Emosi

Kesejahteraan emosi merupakan sekumpulan gejala yang merefleksikan ada atau tidaknya perasaan positif. Respon individu dalam aspek ini dapat dilihat dari indikator adanya efek positif dan tidak adanya efek negatif sehingga merasa puas dalam menjalani kehidupan.

Dalam penelitian ini pada aspek kesejahteraan emosi seseorang yang mempunyai perilaku fanatik terhadap *idol K-Pop* tentunya memiliki kekuatan dalam emosinya. Perasaan dan emosi tersebut akan muncul ketika seseorang menggemari *idol K-Pop*nya. Seseorang dinyatakan sebelum menjadi penggemar atau anggota penggemar tentunya akan mencari tau apa yang mereka sukai. Seperti memperhatikan *idol K-Pop*nya, melihat, mendengarkan lagu dan lain sebagainya. Tentunya

mempunyai latar belakang yang berbeda sehingga mereka menetapkan untuk menggemari *idol K-Pop* tersebut.

Seperti yang diungkapkan oleh informan 5 menurutnya salah satu karya BTS yang dapat membantu untuk mengekspresikan emosinya adalah lagu.

“...lagu yang membuat gua terinspirasi dan relate banget tuh Zero O'clock sama Butterfly, eh banyak sih sebenarnya ada 3.. kayak I Need U, terus Butterfly, sama Zero O'clock. Kalo gua milih Zero O'clock tuh gua ngerasa kayak I'm happy gitu I'm gonna be happy kan... terus kalo Butterfly gua ngerasa, saat itu kan Butterfly tuh termasuk lagu ballad ya, kalo gua dengerin itu tuh gua tersentuh gitu. Saat terpukul gua kalo dengerin lagu itu tuh jadi semangat gitu kayak gitu.. kalo I Need U tuh karena lagunya, gua suka banget, kalo mau di bilang lu suka lagu apa dari keseluruhan lagu BTS sampe sekarang gua lebih Sukanya gua I Need U karena itu lagu berdampak besar banget buat gua, gua jadi semangat juga gitu loh..tapi kalo denger Butterfly tuh gua bisa banget ngeluarin emosi gua di lagu itu, kalo I Need U itu dari MV (Music Video) nya gua tuh ngeliatnya gua sedih nih tapi gua bisa bangkit, itu menurut gua ya pokoknya kayak gitu...menurut gua itu salah satu makna yang kena banget di gua tanpa melihat arti liriknya pun gua ngerasa kalo dengerin lagu itu yaudah emosinya kayak gitu” (Informan 5)

Penyataan tersebut didukung oleh informan 2. Menurut karya BTS berupa lagu memberikan ruang untuk menyampaikan perasaannya.

“...Amygdala sama Best Of Me.. aku emang dari dulu suka banget lagu itu. Karena kan gak tau kenapa ya, itu itu kayak.. kita kan sama orang tapi, yaudah kita tuh emang bener-bener ngeluarin apa yang terbaik dari yaudah lu dapet nih yang terbaik dari diri gua, lu mau kasi apa? Kayak udah dapet dari mereka lu mau kasih apa? at least kita bisa saling bertuker gitu kayak timbal balik, karena gua tuh udah ngasih semuanya buat lu, lu mau kasi apa ni ke gue? Kayak udah ngeluarin semuanya udah capek, lu mau minta apa lagi sih? Kalo Amygdala.. hm... aku kan pernah ada sering nangis gitu kan, entah karena orang tua lah, entah karena kuliah, bahkan waktu itu tuh aku pernah bener-bener nangis.. aku tuh karna gak ikut ujian kan, dan aku pernah gak ikut ujian dan mau gak mau harus susulan dong. Ajuin susulan itu tuh ternyata seribet itu, karena emang bener-bener ribet karena susulan, terus aku bilang.. saya gak ikut ujian karena saya telat pak, saya telat dan salah liat jadwal makanya saya telat. Terus yaudah seakan- akan tuh sama bapaknya mental aku kayak di mainin gitu loh,

kayak di remehin...pokoknya cerita nya panjang dan aku bener-bener ngerasa oke.. pikiran blank tapi harus jalan gitu loh.. terus aku ngerasa, capek banget...terus yaudah aku bener-bener nangis dengerin lagu Amygdala on repeat beneran nangis sampe di keluarin semuanya. Amygdala tuh kan sebenarnya kayak bagian dari otak belakang gitu kan, sebenarnya aku belum mempelajari banyak, gatau kenapa milih Amygdala karena waktu itu cuma denger nada nya doang dan itu bikin tenang dan seakan-akan tuh.. karena Yoongi ada teriaknya kan disitu, itu tuh seakan-akan kayak pemicu buat keluarin semuanya yang ada disini. Bener-bener buat ngeluarin emosi. Yaudah makanya aku milih Amygdala karena tuh sebagai... lagu buat pancingan buat ngeluarin apa yang seharusnya di keluarin” (Informan 2)

Pernyataan tersebut di dukung oleh informan 1. Menurutnya satu lagu BTS yaitu *Love Myself* dapat memberikan dampak yang cukup baik kedalam hidupnya.

“...Lagu-lagunya yaaa.. album-albumnya suka aku dengerin, terus arti-artinya. Album yang paling aku suka tuh Dark and Wild karena lagu-lagunya tuh kayak hip-hop... kalo artinya yang aku suka dan relate tuh album Love Yourself. Love Myself sih, karena ya aku ngerasa jadi bisa mencintai diri sendiri, menerima diri sendiri, jadi tau kekurangan dan kebaikan kita dari orang-orang” (Informan 1)

Informan 1 menambahkan bahwa perasaanya setelah menjadi penggemar BTS.

“...Jadi lebih mencintai diri sendiri, menerima diri sendiri, terus jadi lebih berani kemana-mana sendiri, jadi pede aja gitu gak yang malu-malu untuk kemana-mana, terus punya banyak temen K-Pop” (Informan 1)

Pernyataan tersebut didukung oleh informan 4 yang mempunyai perasaan yang sama ketika ia menjadi penggemar BTS.

“...Karena mereka punya campaign Love Yourself yah, aku jadi kayak gimana yaaa.. jadi lebih cinta sama diri sendiri. Tapi untuk bisa love myself gitu sih aku masih belum bisa terlalu love myself ya, karena aku masih suka kayak lupa makan, tidur telat, itu kan sama aja aku gak sayang badan aku kan?” (Informan 4)

Selain itu, beberapa informan mengungkapkan perasaanya setelah menjadi seorang penggemar BTS atau yang biasa disebut ARMY dan

menjadi seorang yang ikut serta atau menjadi anggota selama di komunitas. Seperti yang diungkapkan oleh informan 1.

“...Aku senang sih, punya banyak temen yang suka K-Pop juga”
(Informan 1)

Pernyataan tersebut didukung oleh informan 5 yang berperan sebagai anggota komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia.

“...Gua senang aja sih, gua punya keluarga di luar keluarga inti gua ya.. karena gua udah nganggap mereka keluarga” (Informan 5)

Pernyataan tersebut juga didukung oleh informan 6 yang mengungkapkan bahwa dirinya mempunyai perasaan senang ketika menjadi penggemar dan anggota dari komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia.

“...gua bahagia banget, gua kayak... gua tuh gak yang malu tiba-tiba, ini gua real pas di tempat kerja gua punya satu temen dia juga Army... gua tuh pernah ngomong yang update an foto Taehyung ke dia, gua lari ke dia.. saking senangnya gitu, pokoknya gua senang banget jujur senang banget, gua gak bisa gambarin kayak gimana” (Informan 6)

Pernyataan dari beberapa informan sebelumnya didukung oleh informan 2 yang mengungkapkan perasaan senangnya menjadi penggemar dan anggota komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia.

“...Perasaannya sih senang jelas.. karena tuh ternyata sesama ARMY tuh ternyata serangkul itu kalo misalkan ada event atau konser, yaudah saling ajak aja kayak eh ada event nih disini mau ikut gak? Kita ntar kayak gini-gini.. dapet makan kok.. kayak, ntar karoeka an... kayak emang di rangkul sih, bahkan sesama ARMY nih kita gak saling kenal, yaudah kita saling connect aja gitu karena kan kita berbagi kesenangan yang sama kan. Jadi itu kayak nambah apa ya.. nambah mood.. karena walaupun kita gak tau dan gak kenal yaudah bikin mood naik” (Informan 2)

Pernyataan tersebut didukung oleh informan 4 yang mengungkapkan bahwa hal yang terjadi didalam komunitas membuat hidupnya menjadi lebih berwarna.

“...Aku merasa hidup dan lebih berwarna... soalnya walaupun aku gak menutup diri dari sekitar tapi tetep aja yag se- frekuensi tuh gak ada gitu loh, jadi cuma di komunitas aku nemuin kayak kita mau se- seneng apapun juga gak ada yang nge- judge. Kalo di luar kan kita masih mikir-mikir yah, mau ngomong ini, ngomong itu” (Informan 4)

Berdasarkan informasi yang telah dipaparkan, dapat diketahui bahwa kondisi kesehatan mental penggemar BTS pada komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia dapat dilihat dari kesejahteraan emosi. Dalam informasi tersebut dijelaskan bahwa perasaan emosi yang mereka dapat setelah menjadi penggemar adalah dapat menerima dan mencintai diri sendiri. Selain itu, beberapa informan mengungkapkan bahwa karya BTS yaitu lagu dapat membuat seseorang mengekspresikan emosinya. Pengaruh lainnya mereka mengungkapkan bahwa terdapat perasaan senang. Perasaan senang tersebut digambarkan dari adanya dampak yang mereka rasakan ketika mereka tergabung didalam komunitas.

4.2.3.2 Kesejahteraan Psikologis

Kesejahteraan psikologis menggambarkan bahwa bagaimana seseorang dapat berfungsi positif dalam kehidupan positifnya. Menurut Keyes (2002) kemampuan individu ini melihat dengan menggunakan 6 dimensi individu dapat dikatakan sejahtera secara psikologis bila ia dapat menerima dirinya, memiliki hubungan hangat dengan orang lain, melihat dirinya menjadi lebih baik, memiliki tujuan hidup, mengelola lingkungan untuk memuaskan diri, dan menentukan hidupnya sendiri.

Dalam aspek yang kedua yaitu kesejahteraan psikologis tentunya dalam hal menggemari seorang idol K-Pop adalah menerima bahwa dirinya seorang anggota penggemar idol K-Pop tersebut. Setelah kesejahteraan emosinya dapat berjalan dengan baik tentunya kesejahteraan psikologisnya akan mengikuti.

Seperti yang diungkapkan oleh informan 6 Ia merasakan pengaruh kehadiran BTS terhadap keadaan psikologisnya. Dari 6 dimensi yang

jelaskan oleh Keyes (2002), informan 6 mengungkapkan salah satunya yaitu melihat dirinya menjadi lebih baik.

“...Ini kalo ngomongin mental health ya, gua dulu pun insecure gitu, gua tipe yang.. gua dulu tuh sempet gak mau kan yang namanya post foto, terus keluar lah lagu Love Myself, selalu di waktu yang tepat gitu... you show me I have to love my self gitu, terus tuh gua langsung kayak, nah terus tuh gua ngeliat salah satu member J-Hope namanya, dulu tuh dia di bilang jelek pokoknya sama orang-orang, kayak lu tuh gak cocok jadi Idol, terus dia gak di kasih hadiah sama fans, pokoknya muka dia bukan standar Idol Korea lah, segala macam, terus suaranya juga yang gak bagus-bagus banget, kayak pokoknya dia kayak di teken terus buat, lu insecure gitu, lu harus sadar diri lu jelek. Nah, gua pernah ada di posisi itu kayak orang-orang tuh gak anggep gua tuh wah.. gitu, pokoknya ada aja gitu. Nah keluar dah tuh lagu Love Myself, gua yang kayak ada orang di Korea Selatan, 7 orang, kalo gua tuh sebenarnya worth it, kayak keyakinin, lu tuh cakep, lu tuh sebenarnya punya value buat diri lu sendiri, gak cuma cakep doang, muka tuh apa sih, muka bisa berubah, tapi misalkan kalo kepribadian lu kan lu bisa pertahanin sampe tua gitu kan, gitu.. pengaruh di gua tuh gua lumayan bisa percaya diri, dan gua bisa di bilang gua ke pede an dah kalo gua cantik, sekarang kalo gua lagi sedih, terus temen gua bilang... gak din lu tuh cantik, gua jawab, ya emang, siapa yang bilang gua jelek gak ada yang bilang gua jelek gak ada” (Informan 6)

Informan 5 menambahkan pendapatnya perihal pengaruh yang ia rasakan. Dari 6 dimensi yang jelaskan oleh Keyes (2002), informan 5 mengungkapkan salah satunya yaitu memiliki tujuan hidup.

“...Cukup besar pengaruhnya.. karna gua kalo sedih atau apa, gua mengalihkan kesedihan gua, dengan nonton kontennya BTS, terus gua mendapatkan teman dari BTS, menemukan sesama teman, bisa have fun bareng, bisa main bareng, kayak mengubah pola pikir gua juga kayak.. ih gua tadinya di satu tempat aja tapi sekarang kayak.. ih gua pengen deh ke Korea, ih gua pengen deh dapet beasiswa biar gua kayaknya bisa kemana-mana gitu, mengubah sekaligus terinspirasi” (Informan 5)

Pernyataan tersebut didukung oleh informan 4. Menurutnya pengaruh kehadiran BTS dalam hidupnya dapat membuat tujuan dalam hidupnya.

“...Kalo misalnya pengaruh lainnya aku lebih tertata hidupnya dan lebih tau tujuan hidupnya mau kemana” (Informan 4)

Informan 4 juga menambahkan, menurutnya jika seseorang menyukai sesuatu yang berlebihan dapat menimbulkan pengaruh yang negatif dalam hidupnya.

“...aku kayak lebih main hp mulu sih, yang harusnya aku bisa baca buku buat nambah wawasan jadi aku lebih prefer buka Twitter, ngeliatin mereka segala macam nonton Youtube” (Informan 4)

Pengaruh negatif lainnya dapat dirasakan oleh informan lainnya. Seperti yang dikatakan informan 1. Menurutnya, hidup berdampingan dengan K-Pop lebih nyaman jika dibandingkan dengan bersosialisasi dengan orang lain.

“...Tapi kalo negatifnya yaaa aku jadi males berbaur dan bersosialisasi sama orang yang gak ngerti K-Pop. Males aja gitu soalnya orang-orang itu ya ga ngerti kesukaan aku gitu jadi males aja gitu. Terus yaaa orang yang gak suka K-Pop tuh jadinya ngomongin hal-hal yang gak penting, kayak julid in orang, aku kayak males aja gitu kalo udah ikut-ikutan kayak gitu, kayak ngapain sih urusan hidup orang di urus- urusin. Yaa jadi negatifnya jadi nutup diri sih di lingkungan karena nyamannya tuh cuma di kehidupan K-Pop aja” (Informan 1)

Jika berbicara pengaruh tentunya adanya hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang dipengaruhi. Dijelaskan oleh informan sebelumnya pengaruh tersebut dirasakan oleh penggemar BTS dan dipengaruhi oleh BTS. Dengan pengaruh tersebut tentunya memberikan dampak. Dampak tersebut bisa baik dan tidak.

Seperti yang diungkapkan oleh informan 3. Menurutnya dampak setelah ia menjadi penggemar BTS dapat menyembuhkan dirinya, BTS adalah terapi untuknya.

“...Dampak lainnya lebih ke mental sih jatuhnya, yakan aku sebenarnya orang islam kan emang ada ibadahnya sendiri kan, cuma rata-rata itu belum bisa menolong aku untuk masalah mental, terus orang tua aku juga strict yang gak boleh ke psikolog, jadi dengan mereka live terus

ngomongin tentang personal psikolog mereka nge share ke kita... jadi kayak seolah-olah kita dapet treatment dan terapi... jadi untuk mental jadi lebih stabil” (Informan 3)

Pernyataan tersebut didukung oleh informan 2. Menurutnya BTS dapat membantu ketika mengerjakan tugas yang berkaitan dengan kesehatan mental.

“...kalo dampak di pribadi aku jadi bisa lebih manage emosi, time manajemen juga. Misal, hari sabtu ada konser, online... tapi ada tugas... nah sebisa mungkin sebelum konser semua tugas udah kelar... aku jujur termotivasi dan lebih produktif terus apa lagi ya... jadi bisa atur waktu sendiri.. terus kalo misalnya ada tugas tentang mental health.. referensinya tuh banyak gitu loh, banyak sumber, jadi tuh jadi ARMY tuh se akan-akan udah dikasih bahan, intinya jadi belajar. Karena kan banyak kan orang nge share-share teori kayak yang udah aku bilang tadi kita jadi dapet referensi karena teori dari buku... jadi tuh emang kita tuh udah di kasih bahan dan secara gak langsung kayak.. gua udah kasih bahan gak usah males-males an lagi lu kalo mau nyari nih gua kasih” (Informan 2)

Pernyataan tersebut memiliki keadaan berbalik dengan ungkapan informan 4. Menurutnya dampak yang ia rasakan negatif seperti membuang-buang waktu.

“...Yang udah aku bilang yah, aku lebih wasting time kayak buang-buang waktu gitu sih tapi aku seneng. Tapi kadang aku jadi bisa manajemen waktu aku” (Informan 4).

Pernyataan tersebut didukung oleh informan 5 yang mengungkapkan bahwa dampak negatif setelah menjadi penggemar BTS adalah tidak dapat membagi waktu untuk BTS dan kehidupan pribadinya.

“...Dampak negatifnya fokus gua jadi ke Korea mulu ya, kayak apa-apa K-Pop apa-apa Korea, orang capek kali gua dengerin K-Pop, gua jadi dengernya yaudah kayak Korea aja gitu, lagu luar lain tuh gak masuk di gua, terlalu fanatik jadi ada beberapa part dimana gua jadi fanatik banget gitu... itu negatifnya. Jujur tapi gua kan kuliah, mereka itu sangat berdampak ke gua lebih ke arah positif, soalnya gua kadang masih ada jam kuliah terus BTS update, gua sempet-sempetnya streaming di kelas” (Informan 5)

Selain itu, dampak baik dan buruk ketika penggemar menetapkan diri di dalam komunitas. seperti yang diungkapkan oleh informan 1.

“... Gampang berosiasi sama orang- orang yang suka K-Pop. Gak malu-malu terus jadi punya banyak temen dan relasi” (Informan 1)

Pernyataan tersebut didukung oleh informan 3.

“...Jadi lebih punya temen banyak, aku di real life emang susah banget punya temen, jadi sekalinya aku dan kenal temen yang mana mostly dari komunitas aku percaya aja karena aku ngerasa secured dan punya interest yang sama, terus ada interaksi online juga kan kayak sering nge thread di Twitter...kalo komunitas offline aku sama sih fifty-fifty” (Informan 3)

Pernyataan tersebut di dukung oleh informan 5.

“...Yang tadi gua udah bilang gua jadi banyak temen apalagi temen online” (Informan 5)

Berbeda dengan informan 4. Menurutnya bergabung kedalam komunitas juga berdampak buruk. Seperti menimbulkan fan war dan berprasangka buruk terhadap orang lain.

“...Kalo negatif fan war... walaupun aku gak ikutan aku jadi ke pancing emosinya, bahkan itu tuh jadi negbuat aku jadi gak suka ngeliat grup lain, padahal itu fans nya yang berulah aku jadi hilang respect sama grup nya gitu loh, itu sih negatifnya... jadi bisa di bilang kan fans itu tergantung artisnya, berarti kalo fans nya beretika berarti tandanya artisnya berhasil ngasih dampak positif ke fans nya, nah berarti kalo fans nya jelek gitu jadi... ah berarti gua gak bakal buka pintu buat artis yang itu” (Informan 4)

Berdasarkan informasi yang telah dipaparkan, dapat diketahui bahwa kondisi kesehatan mental penggemar BTS pada komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia dapat dilihat dari kesejahteraan psikologis. Dalam informasi tersebut dijelaskan bahwa terdapat pengaruh yang dimiliki oleh BTS kepada penggemarnya. Jika mengukur dari kesejahteraan psikologis terdapat pengaruh BTS yang baik untuk penggemarnya yaitu, melihat dirinya menjadi lebih baik dan memiliki

tujuan hidup. Selain itu, beberapa pengaruh negatif dari BTS memberikan dampak yang kurang baik seperti, membuang waktu dan tidak bisa membagi waktu. Jika berbicara dengan kesehatan mental, mereka merasa terarah dan menjadikan BTS sebagai alat untuk menyembuhkan dirinya. Dampak yang dirasakan penggemar ketika di dalam komunitas menambah relasi atau pertemanan, tetapi ketika dampak tersebut negatif akan mempunyai sifat atau prasangka buruk terhadap orang lain dan berperilaku agresif di media sosial.

4.2.3.3 Kesejahteraan Sosial

Kesejahteraan sosial menggambarkan bahwa evaluasi individu terhadap keberfungsiaanya memiliki aspek yang lebih luas yaitu masyarakat dan lingkungannya. Pada lingkungan masyarakat akan memberikan individu peluang untuk memahaminya, individu akan merasa masyarakat menjadi bagiannya. Saat individu diterima tersebut di masyarakat, maka hal itulah yang dapat dikatakan bahwa individu berkontribusi di lingkungan masyarakat.

Dalam aspek yang terakhir yaitu kesejahteraan sosial dalam penelitian ini seperti mengikuti anggota komunitas atau ikut serta dalam kegiatan penggemar idol K-Pop tersebut. tidak selamanya yang bergabung di dalam komunitas mempunyai kesejahteraan sosial yang baik di lingkungan sosialnya atau lingkungan di luar komunitas tersebut. Seseorang yang fanatisme akan cenderung mempunyai keyakinan atau pemikiran yang kuat tentang apa yang ia anggap benar. Seseorang tersebut akan merasa bahwa bergabung di dalam komunitas lebih memiliki kebersamaan dan cenderung akan menutup atau menarik diri di luar komunitas tersebut.

Seperti yang diungkapkan oleh informan 5. Menurutnya kehidupan di luar komunitas kurang baik. Tetapi ia merasa kehidupan di komunitas bisa menolongnya dan mendukung.

“...kalo misalnya di luar komunitas yang gak suka K-Pop yang temen-temen real life.... gua untuk di awal gak menunjukkan bahwa diri gua K-Popers, tapi kalo udah deket gua menunjukkan banget, soalnya kan Jungkook pacar gue...tapi gua pernah di bilang gini sama temen-temen gua yang gak suka K-Pop.. apaan sih lo gajelas halu. Yaudah gua tanggepin balik kayak.. ya bodo amat emang gua halu, kayak jadi kayak bodo amat mau lu ngomong apapun ya gua bodo amat.. ada kalanya gua marah ya.. apalagi gua dimana ada di moment lagi fanatik banget tuh..kalo pada saat kayak gitu gua ajak berantem, pokoknya ada pembelaan gua lah tentang BTS gitu. Gua bisa se fanatik itu, waktu SMA. Waktu SMA tuh gua lebih dekat dengan teman virtual dari pada teman di real life. Karena sebenarnya ada sih temen, padahal di dalam pertemanan itu juga ada K-Popers juga ya, tapi entah mengapa ada perbedaan. Karena kebetulan kan gua juga ngerantau dari Lampung jadi kayak ada perbedaan kultur mungkin ya... gua dari tahun 2017 pindah kesini buat sekolah, sebenarnya gua dari awal udah ada temen, tapi ntah kenapa gua cuma sendiri di kelas itu, kayak gua sendirian, kalo yang lain itu kebelah tapi ber circle, disitu gua kayak mikir..salah gua apa ya? Gitu kan.... Nah yaudah akhirnya gimana caranya gua... itu tuh K-Popers masih sedikit dan mungkin yang temen di kelas suka K-Popers gak mau temenan sama gua karna gua terlalu fanatik kali ya... kayak apa-apa BTS mulu, mungkin mereka jadi kayak capek sendiri, kalo gua ngebahas BTS...akhirnya dari situ gua balik lagi ke dunia komunitas, kayak ke temen-temen online, jadi banyaknya ke temen-temen online, gua lebih cerita ke temen-temen online gitu..bisa di bilang gua paling deket di temen online, apalagi masa-masa SMA gua bisa di bilang sangat-sangat bisa di hitung jari, gua tuh termasuk introvert ya... yang kayak tertutup dan yang se frekuensi menurut gua masih dikit gitu kan.. kalo misalnya di lingkungan keluarga gua di dukung juga enggak, tapi kayak biasa aja gitu loh, dilarang juga enggak, soalnya kalo di liat satu keluarga besar pun yang K-Popers cuma gua doang, pokoknya gua doang gitu loh, sebenarnya orang tua gak support banget, mungkin mereka nyangkanya... buat apasih K-Pop an gitu, tapi gua kayak yaudah, selagi gua nya masih bisa nge handle gitu.. sama juga gak ngedukung ya, tapi kalo misalnya ada BTS nih di TV tiba-tiba mama gua bilang.. itu ada BTS gitu, karena gini mungkin karena mama gua juga dulu pada saat itu, gua sedang kencar-kencarnya dengan Korea dia dengan India nya gitu... jadi kayak masing-masing yaudah sendiri-sendiri aja gitu... tapi ada kalanya kayak, gua pernah se fanatik ini dulu, sampe sebulan nabung, gua gak jajan di sekolah cuma buat beli album dan beli

albumnya gak bilang, jadi pas udah nyampe rumah, udah ada di gua, baru gua bilang dan mama gua kayak.. mungkin udah pasrah kali.... Kalo K-Pop an gitu tidak pernah minta uang orang tua gitu, uang sendiri... hal tergilanya yang gua lakuin adalah setiap gua konser gua gak pernah jujur berapa harganya dan kayak hal tergilanya gua adalah sampe iya, kemarin sampe GDA (salah satu award Korea) sampe rela gak makan sampe rela minjem uang bentar sama temen cuma buat beli tiket GDA gitu kan, di calo pula, itu tuh yang tergilanya gua ini sih yang baru-baru ini sih. Nonton GDA memaksakan kehendak karena tidak punya duit gitu... jadi minjem temen dulu gitu” (Informan 5)

Pernyataan tersebut didukung oleh informan 1. Menurutnya kehidupan di luar komunitas kurang mendukung.

“...Kalo misalnya di luar komunitas atau di kehidupan temen-temen real life atau beneran kebetulan aku kurang dekat dan kurang terbuka dan gak berani ngeliatin kalo aku tuh ARMY... sebenarnya mereka nyaman aja buat ngasih tau. Karena temen-temen di real life aku kadang suka apa yaaa suka bilang... kenapa sih suka cowok yang ngedance-ngedance, lagunya kan gak enak. Jadi aku males aja gitu kalo aku kayak nunjukin atau ngasih tau lebih ke mereka. Kalo di keluarga sih sebenarnya aku di dukung aja karena adek aku juga suka Korea juga. Tapi di keluarga pernah gak di dukung. Contohnya kayak pas konser kemarin “ngapain sih nonton kayak gitu, mahal-mahal” aku tuh yaaa... setiap pulang kerja karna aku sekarang baru lulus jadinya pulang kerja langsung nonton Korea” (Informan 1)

Informan 6 menambahkan kehidupannya di luar komunitas.

“...Kalo di luar komunitas gua anaknya gak terlalu menonjol sih, kayak misalnya gua adalah ARMY gitu, karena kan temen-temen gua banyak fandomnya, maksudnya kayak yang gak ARMY doang, gua ikut aja nge flow aja dia lagi ngomongin apa sebisa mungkin gua mengikuti, cuma kadang-kadang... ih ini ganteng banget, gitu gua nunjukin foto Namjoon gitu gitu.. terus mereka nge hype juga kan karena mereka juga suka Korea. Tapi kalo temen gua yang non K-Pop gua pernah punya temen SMA, nih dulu kan pas SMA gua rada bandel yah, dulu kan hpnya tuh harusnya di kumpulin tapi gak gua kumpulin, gua salah satu sama temen ARMY gua juga namanya Shabita, gua nge Scroll foto, dia tuh suka banget sama Namjoon sama Seokjin, dia suka banget, gua tuh lagi nge Scroll lagi liatin video nya segala macem, gua naro handphone sambil nonton MV (Music Video) tiba-tiba tuh handphone gua di tutupin gitu terus ada yang ngomong.. apaan si lu nontonin plastik gitu, ada dah temen gua cowok, gua kesel banget lagi nonton di gituin kayak apaan sih terus dia bilang

lagi... din lu ngapain nontonin plastik, gua bilang aja, ya plastiknya cakep ya ngapain gua ngeliatin lu juga joget-joget ogah, gua gituin, gua inget banget itu kelas 12, terus dia bilang lagi.. ngapain lu tonton-tontonin dia tau lu hidup juga enggak, yaudah kayak ngapain juga kan yaa.. gua juga gak berharap mereka tau gua hidup dan gua di tiba-tiba di kenal gitu kan, di pacari kayak apa sih halu banget, yaudah gua cuma yaudah, gua adu bacot aja. Kalo di lingkungan gua sekarang gak ada sih, karena gua gak terlalu menonjol, tapi alhamdulillah nya sekarang gua udah kerja di kantor gua lingkungan gua 2 orang K-Popers. Kalo keluarga gua lebih ke no comment, kalo misalkan ada omongan aneh-aneh enggak sih, paling cuma kayak.. suka gapapa jangan terlalu yang sampe.. gimana sih kata orang tua yang ngebilangin jangan lupa solat, jangan lupa ini itu, maksudnya kayak terserah suka-suka aja gitu karena gua udah izin dari awal ke umi kayak.. Mi nanti kalo misalnya ada boyband yang kakak suka kakak mau nonton gimana pun caranya. Mereka nanggunginnya kayak ya yaudah selagi itu gak mengganggu gua dan menyusahkan diri gua. Kalo di lingkungan kampus gua gak lagi, tapi kalo sekarang di tempat kerja gua sebisa mungkin mencoba menyibukan diri, dan mulai mencoba berbaur, bisa di bilang gua aktif sih sekarang” (Informan 6)

Berbeda dengan informan 4. Menurutnya menyukai K-Pop tidak perlu di tutupi tetapi ia tidak mendapat dukungan dari keluarganya yang dianggap terlalu agamis.

“...tapi di luar komunitas di lingkungan real life, aku masih mengimbangi dan mereka tau aku K-Popers dan aku gak mencoba menutupi dari mereka gitu kayak.. asalkan aku kalo ketemu mereka gak bawa-bawa topik K-Pop, bakal emang dari dulu kayak.. kita gak sefrekueansi tau tapi tau-taunya lu ngomongin K-Pop. Nah, itu bakal kayak gak nyambung banget, pasti bakal nanggung lu ngeselin gitu. Kalo misalnya ada yang bilang BTS gak guna gitu-gitu, pertama-tama aku kayak aku bilangin dulu kayak.. lu ama gua beda, otak lu sama otak gua beda, kalo misalnya di ajak dengerin lagu western.. oke gua bisa... ini itu bisa, karena gua tuh suka K-Pop karna genre, dari dulu sebelum ketemu K-Pop gue emang anaknya musik banget gitu loh, dari SD bahkan... ya gua ngerasa musik itu memotivasi gua gitu.. kayak dulu gua SD suka Weslife itu memotivasi gue untuk belajar bahasa inggris, sekarang suka K-Pop motivasi gua buat belajar bahasa... nah kalo mereka ngomong buruk ya, yaudah lu gak ada gunanya juga buat hidup gua. Kalo emang udah parah banget...yaudah aku kayak yaudah.. kalo di keluarga aku di bilang di dukung juga gak sih, bisa dibilang kalo orang tua aku tuh kayak agamis, juju aku masang poster segala macem di kamar kayak pernah di bilang... ini tuh gak boleh.. tapi aku tetep pajang tapi mereka gak semarah

yang yaudah lah terserah kamu, asalkan aku masih ngelakuin hobi tuh pake duit sendiri dan gak minta” (Informan 4)

Di lingkungan luar komunitas tentunya terdapat stigma atau pendapat dari masyarakat. Sering kali masyarakat menganggap bahwa kegiatan seseorang menggemari *idol K-Pop* dianggap memberi dampak negatif. Beberapa pendapat yang disampaikan informan ketika mendapat stigma yang terjadi.

Seperti yang diungkapkan oleh informan 1. Menurutnya memberi pembuktian adalah salah satu cara agar dirinya tidak mendapatkan stigma negatif.

“...Pertama ya aku kasih paham dulu, terus kalo dia tetep kekeh, aku bakal bilang gak semua K-Pop tuh kayak gitu, ada baiknya juga contohnya BTS. Coba aja dengerin lagunya, liat artinya. Terus anggotanya positif-positif gitu karena gak semua idol K-Pop image nya buruk gitu... tapi aku selalu bilang BTS gak kayak gitu kok... gatau yang lain... dan yang tadi aku bilang yah, aku kasih paham dulu, kalo gak aku kasih tau kalo BTS udah pernah ke UNICEF buat suarain beberapa kampanye sosial gitu sih” (Informan 1)

Pernyataan tersebut didukung oleh informan 3.

“...Pendapat aku sebenarnya orang bebas ya buat mikir kalo K-Pop tuh jelek dan negatif, cuma yaa.. mungkin dia gak tau mungkin dia cuma liat segelintir aja, dia gak liat ke dalem.. aku liat beberapa oknum yang kayak... oh dia suka K-Pop tapi dia kelakuan nya negatif.. nah dari situ dia udah terbentuk stigma yang suka K-Pop tuh kayak gini jelek padahal kan sebenarnya kan banyak jadi menurut ku di orangnya gampang nge judge aja sih” (Informan 3)

Informan 3 menambahkan pengalamannya ketika ia mendapatkan stigma yang negatif dari luar komunitas.

“...Aku lebih pilih ignore sih.. karena kalo seandainya dia timeline ku, aku report and blocked.. paling aku abis itu ngajak temen-temen aku buat ikutan kayak gitu juga report and blocked nih orang, karena dia juga asal ngomong aja, karena mungkin dia kesel dan emosi nya gak stabil. Selain itu aku normal sih, kalo ada orang yang real life aku pernah, kecuali dia ngatain yang personal ngatain aku yaudah itu baru aku cuma.. aku punya sekali temen aku dari SMP, aku cuma kasih tau ke dia,

sebenarnya gak kayak gitu ARMY yang kamu liat yang jeleknya aja tapi aku sama temen-temen aku yang lain gak kayak gitu tapi dia tetep gak percaya dan aku gak bisa temenan lagi sama dia, yaudah..jadinya aku nutup diri ke dia, ke oknum yang ngomong kayak gitu, karena kan aku punya alesan yah, aku juga udah ngasih tau, udah di share kayak contohnya ini ARMY udah menggalang dana loh kayak kemarin nih conohnya yang ke palestina yang terakhir kan... tanaman mangrove.. terus tanam-tanam pohon.. ulang tahun member kita buat sumbangan dan lain-lain nah makanya aku tunjukkan itu, kalo misalnya masih enggak yaudah aku gak” (Informan 3)

Informan 6 menambahkan pengalaman ketika ia mendapatkan stigma negatif.

“...Awal- awal gua suka Korea gua pernah war sama temen gua. Waktu idol K-Pop tapi bukan BTS, si Jonghyun meninggal gua di giniin... lu ngapain nangisin plastik?. Di saat itu gua bener-bener berapi-api banget gua kayak gua harus menang, gua kayak.. ya dia kan juga manusia emang lu gak mencontohkan ini apa, kalo misalkan Rosul aja tuh ngeliat manusia tuh derajat nya sama segala macam, ngapain lu ngata-ngata in orang yang gak lu kenal. Terus gua kayak di bales lagi sama dia... ya elu juga ngapain nangisin orang yang gak lu kenal? Dia aja tuh udah mati, dan mereka aja tuh mati gak bakal masuk surga. Terus gua di saat itu gua pengen pokoknya argumentasi gua menang, nah tap ikan makin gua dewasa makin terbuka juga dan orang ada aja yang suka dan gak suka, pasti ada orang yang gak suka sama opini kita atau gak suka sama kesukaan kita sendiri gitu kan, padahal kita gak ngusik, dan gak ngerugiin dia. Kayak... gua nge hype kayak gini-gini tuh pake duit gua dan gua juga gak ngemis ke elu juga, gua juga gak minta lu nge hargain gua, cuma ya ngusik gua kan, tapi gua tuh sekarang gua cuma yaudah. Gua tuh kalo dulu pernah war di Twitter, tapi kalo stan gitu gua gak. Gua kalo misalkan dia ngatain BTS gua maju, gua pernahnya antar fandom lain gua tuh maju. Gua gak bisa sebutin fandom apa tapi menurut gua toxic sih yaudah gua kata-katain gitu. Terus gua ikut-ikut Report and blocked gitu... Kalo konteksnya anggota keluarga gua lebih milih diem sih karena kan daripada debatnya makin panjang di keluarga gitu kan karna keluarga kan jangka waktunya lama, gua mending menghindari perdebatan daripada gua harus sampe pecah belah sama keluarga gua sendiri. Kalo orang lain gua gak bakal ragu sih kalo gua bilang gua bakal berantem, kayak misalnya.. lu ngapain suka sama K-Pop gini gini gini kan buang-buang waktu? Gua bisa aja ngomong... gua emang temen lo kira gua gak buang-buang waktu? Kalo sampe dia annoying banget gua cut off sih, kayak yang tadi gua cerita temen SMA gua sampe sekarang gua gak

temenan sih, karena menurut gua dia udah merusak kesenangan gua dan gua ngerasa gua aja gak ngerusak kesenangan lu gitu” (Informan 6)

Informan 2 dan 3 mengungkapkan mereka mendapatkan stigma tersebut bahkan dari orang terdekatnya yaitu orang tua.

“...Kalo soal itu sih biasanya itu udah pertanyaan yang kayak... yah yaudah emang gue suka dan masuk taste gue ya kalo emang gak masuk di lu yah yaudah jangan ganggu kesenangan gue, udah... karena first thing first yang aku utamain ya kesenangan aku sendiri dulu dan gak peduli orang ngomong apa karena ini yang aku suka... karena hidup aku yang urus dan gak nge subsidi gue gitu...Sebenarnya aku lebih milih buat biarin aja ya...aku lebih legowo dan karena aku juga gak mau ikut-ikutan...lah aku mikir ARMY kan banyak yaudah back up gua banyak jadi gua gak ikutan..kalo misalnya di keluarga aku sih sempet pernah bilang ke orang tua aku, kayak yaudah sih bun selama yang gak kena negatifnya nah yaudah, karena kan emang aku ngincer ini kan emang buat seneng diri aku, jadi kalo selamanya gak ada negatifnya di aku kan perspektif, karena kalo dapet yang negatif itu kan karena perspektif orang-orang. Tapi dari sudut pandang aku sendiri aku tuh gak kayak gitu.. jadi aku butkiin yang aku dapet dari BTS kayak gini bla.. bla.. bla..jadi emang setiap orang tuh emang ada perspektifnya sendiri dan jangan kemakan sama omongan orang lain yang bahkan belum tau kebenarannya” (Informan 2)

Informan 2 menambahkan, menurutnya ia cukup terganggu dan tersinggung oleh orang tuanya.

“...Kalo di keluarga aku sebenarnya interaksi apalagi kalo bahas K-Pop sekilas cukup annoying juga sih, gimana yaa... Namanya juga selera kan...setiap orang punya selernya sendiri... tapi yang bikin satu hal aku tersinggung tuh kayak... kan mereka ini kan orang Korea ya, waktu itu orang tua aku pernah bilang, kamu kenapa sih nge fans sama orang yang gak punya agama? Terus ya.. yaudah aku nge fans emang karena suka dan bukan diliat dari sisi keagamaannya, aku suka atas karya yang mereka buat gitu... dan mereka ngebantu juga buat perkembangan aku pribadi, walaupun emang secara gak langsung kayak dari lagunya doang, MV (Music Video) nya doang, tapi mereka ngabantu buat perkembangan secara gak langsung. Kalo konser aku di dukung sih....tapi kalo konser nih aku suka di bilang gini sama orang tua aku. Lebih baik kalo mau ngeluarin uang buat konser kayak emang tunggu kamu udah kerja aja... udah punya penghasilan sendiri. Aku suka di bilangin kalo sekarang-sekarang ini mereka ada konser yaudah kalo bisa jangan dulu, prioritasin apa yang ada kayak kuliah dan belajar yang bener gitu” (Informan 2)

Informan 4 menambahkan stigma yang ia dapatkan dari masyarakat dan orang tuanya.

“...Tanggapan aku sih... aku paling kalo mereka bilang ngapain sih K-Pop- K-Pop bahkan ada yang bilang mereka plastik segala macam terus kayak bilang.. oh makasih yah tanggapannya soalnya pertama orang itu beda-beda, terus yang kedua.. gua yang tau hidup gua mau ngapain dan cuma gua yang tau dampak positif dan negatif nya itu apa. Jadi gua gak butuh deh pendapat lo yang kayak gitu...kalo di keluarga sebenarnya mama aku sendiri, mama aku jujur pernah bilang... udah kamu tuh ngapain sih korea-korea mulu gitu kan, kayak dulu aku pernah juga drama sih jujur kayak... mama tuh gak tau aku tuh kayak gimana... balik lagi tuh aku sama orang tua aku tuh tertutup... karena mereka gak tau dan aku gak mau bilang aku lariin itu semua ke Youtube... nontonin mereka kayak Run BTS... even MV (Music Video) aja yang kayak gitu aku bisa mikir abis itu.. oh masalah gua bisa ilang.. iya beneran healing sih.. beneran obat sih mereka tuh, even orang tua aku yang nge biayain aku, ngelahirin aku gak bisa di berentah lah bisa di bilang begitu, karna cuma aku yang tau myself very well..Aku paling ngasih tau dari aku masuk ke dunia ARMY ini dengan aku nunjukin beberapa yang udah aku lakuin kayak donasi dan lain-lain” (Informan 4)

Dapat diambil kesimpulan ketika seseorang memberi stigma negatif pada beberapa anggota komunitas, mereka selalu menunjukkan cara mereka berbagi sampai berdonasi di dalam komunitas lalu di salurkan ke dalam masyarakat. Seperti yang di ungkapkan oleh informan 7 yang berperan sebagai anggota komunitas.

“...Isu sosial yaaa... sumbangan biasanya dan beberapa Charity kak untuk korban bencana dan lainnya. Selain itu kita juga suka bekerja sama dengan pihak-pihak yang kebetulan membutuhkan bantuan untuk membantu masalah sosial yang berada di Indonesia kayak event ulang tahun anggota BTS” (Informan 7)

Pernyataan tersebut di dukung oleh para anggota komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia.

“...Voting acara musik, Streaming lagu di Spotify, Youtube, Music Video mereka, mereka berbagi sesame atas nama BTS ARMY. Kayak contohny atas nama ARMY BTS kemarin aku Charity kemarin yang donasi buat Gaza, dan aku berkontribusi di donasi tersebut” (Informan 1)

“...Kayak tadi yang sumbangan ke kitabisa, kayak setiap ada donasi aku sebisa mungkin ikut” (Informan 3)

“...Aku suka voting sama streaming...kalo ke lingkungan sekitar aku kayak donasi sih... itu misalnya kayak ARMY Indonesia kan sering banget kayak donasi kan ke palestina terus juga yang paling dekat bencana-bencana segala macam, even yang orang luar mandang sebelah mata mereka kayak.... Oh ARMY ternyata kayak gini yaa... aku seneng dan aku seneng ada di situ gitu...” (Informan 4)

“...Membantu streaming, kayak ini sih ikut mensukseskan BTS gitu. Karena gua ngerasa gua dari awal masih di bawah banget BTS, gua bantuin mereka biar menang award karna gua voting itu, streaming, goals-goals nya, ikut bantu menyebarkan kalo BTS ini seperti ini gitu loh... kalo buat ke masyarakat gua ikutan donasi sih, kalo ada korban apa ini itu, terus juga bantu teman kalo temen lagi butuh apa. gua dulu pernah, di Twitter kayak gak ngerti tentang pelajaran atau mata kuliah... eh ada yang di jurusan itu jadi gua bisa minta tolong, sharing... ada orang yang gak paham atau apa ya gua bantu juga” (Informan 5)

“...Gua jadi Army, karna gua waktu itu belum punya duit yaudah gua sekedar nge vote, streaming. Nah, mulai sekarang- sekarang nih disaat gua udah mulai punya penghasilan sendiri dikit-dikit, kalo ke lingkungan gua belum, ampe sekarang tuh gua belum koleksi barang-barang BTS, paling cuma membership doang. Kalo sekarang kan juga lagu isu palestina kan, alhamdulillah gua ikut donasi, ikut nimbrung, kalo di Twitter kan juga suka lewat ya, link donasi, sebisa mungkin kalo misalnya lagi nyebar link gua bantu donasi, waktu pandemi gua juga pernah sama ikut yang penangkaran penyu-penyu itu birthday event, kayak perahu, tapi gua online aja sih, gak terjun langsung. Kalo di luar komunitas gua juga masih nimbrung sih, jadi panitia gitu, masih berkontribusi lah, terus sekarang gua mencoba untuk berkontribusi lah” (Informan 6)

Berbeda dengan pendapat informan 2. Kontribusi menurutnya adalah membuktikan dirinya bahwa dapat berkembang dan membuktikan bahwa perkataanya dapat di percaya.

“...Yang jelas saya mensubsidi kehidupan kalian, karena saya bayar konser, bayar album, bayar photocard.. kalo di lingkungan society aku lebih kayak pembuktian aja sih kayak... gua walaupun ngefans sama BTS tapi mereka ngebantu buat gua jadi berkembang dengan ngebuktiin omongan gua bisa di percaya, time manajemen gua bagus, terus kayak gua bisa di percaya, jadi tuh kayak lebih aspek kehidupan sehari-hari aja... kayak aku bisa ningkatin nilai karena itu, aku bisa belajar mental

health gitu, bahkan aku bisa mempelajari apa sih manusia itu sebenarnya, manusia itu mau jadi seperti apa, tujuannya mau kemana dan kalo udah tercapai tuh mau ngapain gitu.. jadi kayak emang lebih apa ya... buat ke sehari-hari aja gitu sih, gak kayak kompleks gitu sih, karena kan kita hidup setiap hari ya.. kan setiap hari itu kayak pasti ada aja gitu perubahannya gak saklek gitu satu emosi...kalo kontribusi komunitas ke penggemar menolong sesama sih, satu sama lain, kalo ada problem bisa di selesain dengan cara baik-baik di komunikasiin baik-baik. Karena komunitas kan emang gak yang ketemu setiap hari gitu kan, jadi kalo lagi ketemu ya manfaatin aja dan nikmatin momentnya aja gitu sih setiap sama orang... saling rangkul aja gitu.. rangkul kebersamaan” (Informan 2)

Berdasarkan informasi yang telah dipaparkan, dapat diketahui bahwa kondisi kesehatan mental penggemar BTS pada komunitas BTS ARMY/ @Army_Indonesia dapat dilihat dari kesejahteraan sosial. Dalam informasi tersebut dijelaskan bahwa terdapat beberapa informan yang memiliki kesejahteraan sosial di lingkungannya kurang baik akibat dari dampak menyukai K-Pop dan bergabung kedalam komunitas. Seperti, menarik diri dan menutup diri untuk lingkungan luar. Selain itu ditambah dengan stigma yang kurang baik di kalangan orang yang bukan penggemar K-Pop menambah beberapa informan untuk memutuskan hubungannya dengan orang yang tidak mendukungnya.