

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

#### **5.1 Faktor Pengaruh Fanatisme pada Anggota Komunitas BTS ARMY/**

##### **@Army\_Indonesia**

Fanatisme adalah suatu aliran yang tidak statis dan tidak abadi. Menurut Dario Sor (2010) (dalam Ricardo, 2023) fanatisme lahir dalam sesuatu percakapan yang tidak karuan dan membentuk kata-kata yang dapat dipahami dalam bahasa emosional. Hal tersebut mengharuskan penerimanya berada dalam situasi yang khusus seperti “pengabdian”. Selain itu, ia mengatakan bahwa ide dari fanatik merupakan ide yang maksimal yang memproses sikap keras kepala yang dimiliki oleh seseorang. Dalam ide maksimal terdapat pertukaran ide, ketika ide lainnya mendekat dan seolah-olah ide tersebut melekat pada diri seseorang. Untuk mencapainya diperlukan adanya pengaruh. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap ketujuh informan penelitian dapat diketahui beberapa pengaruh fanatisme yang mempunyai karakteristik seperti yang diungkapkan oleh (Thorne dan Burner, 2006) yaitu 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.

##### **5.1.1 Keterlibatan Internal**

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap satu informan utama yang merupakan anggota komunitas BTS ARMY/@Army\_Indonesia dan dua informan pendukung salah satu diantaranya adalah pendiri dari komunitas BTS ARMY/@Army\_Indonesia serta teori mengenai fanatisme yaitu faktor pengaruh fanatisme. Dalam teori yang dikemukakan oleh Thorne dan

Burner (2006) salah satu karakteristik seseorang yang mempunyai perilaku fanatik. salah satu karakteristiknya adalah keterlibatan internal.

Keterlibatan internal pada anggota dan pendiri komunitas BTS ARMY/@Army\_Indonesia yaitu seseorang yang mempunyai keinginan di dalam dirinya untuk berfokus terhadap apa yang telah dikeluarkan seperti waktu, tenaga, sumber daya akan hal yang disukai. Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa karya sang idola yaitu, lagu.

Ketertarikan lainnya didasari beberapa alasan. Alasan tersebut sangat relevan yaitu beberapa perjuangan yang diperlihatkan oleh BTS dalam meraih mimpinya sebagai *idol K-Pop*, visual, tarian dan lagu yang dibawakan oleh BTS, bagaimana BTS menghargai penggemar, membuat ARMY merasakan kedekatan yang cukup intim dengan BTS (Syarah, 2019). Kedekatan tersebut dibangun melalui lagu yang mereka buat dan bawakan.

Musik atau lagu merupakan media komunikasi untuk penyanyi dalam menyampaikan pesannya kepada para penggemarnya. Tentunya hal tersebut sangat dipedulikan oleh pendengar akan lirik dan pesan apa yang ingin disampaikan. BTS dan ARMY menjadi salah satu contoh sekelompok orang yang melakukan komunikasi dalam bentuk lagu. Melalui kampanye yang bertemakan *Love Yourself* dengan lagu-lagu yang BTS berikan kepada ARMY (Attia, 2020). Hal ini menunjukkan makna untuk menghargai diri, menerima diri sendiri, dan lebih menghargai diri sendiri.

### **5.1.2 Keterlibatan Eksternal**

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap satu informan utama dan dua informan pendukung yang merupakan anggota dari komunitas BTS ARMY/@Army\_Indonesia serta teori mengenai fanatisme yaitu faktor pengaruh fanatisme. Dalam teori yang

dikemukakan oleh Thorne dan Burner (2006) salah satu karakteristik seseorang yang mempunyai perilaku fanatik yaitu, keterlibatan eksternal.

Keterlibatan eksternal pada anggota komunitas BTS ARMY/ @Army\_Indonesia yaitu mendapatkan pengaruh dari luar atau tidak dari dirinya sendiri. Dijelaskan bahwa keterlibatan internal ketiga anggota komunitas BTS ARMY/@Army\_Indonesia tersebut berasal dari pertemanan dan lingkungan sekitar.

Lingkungan sekitar biasanya dilakukan melalui penyebaran informasi. Informasi tersebut seperti media sosial. Karena sasarannya pun sangat cepat dan akurat, yaitu kalangan remaja (Deviana, 2023). Selain media sosial tentunya ada faktor dari luar yang membuat seseorang tersebut menjadi penggemar yaitu pertemanan. Pada usia remaja tentunya akan mencari identitasnya. Pencapaian identitas tersebut salah satunya terdapat di teman sebaya. Teman sebaya akan menjadi pengaruh yang cukup besar dalam proses pembentukan jati diri seseorang.

### **5.1.3 Keinginan untuk Memperoleh Benda yang berhubungan dengan hal yang disukai**

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap dua informan utama dan dua informan pendukung yang merupakan anggota dari komunitas BTS ARMY/@Army\_Indonesia serta teori mengenai fanatisme yaitu faktor pengaruh fanatisme. Dalam teori yang dikemukakan oleh Thorne dan Burner (2006) salah satu karakteristik seseorang yang mempunyai perilaku fanatik yaitu, keinginan untuk memperoleh benda yang berhubungan dengan hal yang disukai.

Keinginan untuk memperoleh benda yang berhubungan dengan hal yang disukai pada anggota komunitas BTS ARMY/ @Army\_Indonesia yaitu mengoleksi beberapa benda yang berkaitan dengan hal yang disukai. beberapa benda yang paling banyak dikoleksi oleh mereka *adalah album,*

*photocard*, *lighstick*, *membership*, serta benda kolaborasi yang berkaitan dengan BTS yaitu *BT21*. Setelah benda *official* tersebut menjadi buruan pertama, selain itu terdapat benda *unofficial* yang di buat oleh penggemar seperti *keychain* atau gantungan kunci, *sticker*, *pin*, sampai *freebies* yang melambangkan *idol K-Pop* tersebut. Beberapa benda yang di pakai oleh *idol K-Pop* yang mereka suka tentunya menjadi sumber inspirasi mulai dari keperluan sampai pakaian sehari-hari.

Aktivitas memperoleh benda tersebut merupakan hal yang harus dilakukan oleh penggemar *K-Pop*. Hal ini dikarenakan para penggemar percaya bahwa mengonsumsi barang yang berhubungan tentang hal yang disukai dapat membuktikan kepada *idol*-nya merupakan *fans* yang setia. Selain itu, tentunya terdapat rasa kebanggaan yang dirasakan dengan mengonsumsi barang tersebut.

#### **5.1.4 Keinginan untuk Interaksi dengan orang lain**

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap satu informan utama yaitu pendiri komunitas BTS ARMY/ @Army\_Indonesia dan lima informan pendukung yang merupakan anggota dari komunitas BTS ARMY/@Army\_Indonesia serta teori mengenai fanatisme yaitu faktor pengaruh fanatisme. Dalam teori yang dikemukakan oleh Thorne dan Burner (2006) salah satu karakteristik seseorang yang mempunyai perilaku fanatik yaitu, keinginan untuk interaksi dengan orang lain.

Keinginan untuk interaksi dengan orang lain pada anggota dan pendiri komunitas BTS ARMY/@Army\_Indonesia yaitu berinteraksi dengan orang lain. Beberapa penggemar mengungkapkan faktor mereka bergabung didalam komunitas adalah karena di bully, putus cinta atau galau sampai tidak memiliki banyak teman di kehidupan aslinya, tidak mempunyai pertemanan yang baik di lingkungan luar atau luar *K-Pop*. Namun, interaksi yang ditemukan mereka didalam komunitas

memberikan relasi atau pertemanan yang mereka mau. Interaksi tersebut berupa menjalin komunikasi di dalam komunitas BTS ARMY/@Army\_Indonesia sehingga membuat anggota tersebut mendapatkan relasi secara langsung maupun tidak langsung seperti media sosial. Biasanya didalam komunitas tersebut berbentuk mulai dari percakapan *online* seperti didalam beberapa aplikasi seperti *Whatsapp*, *Twitter*, *Instagram*, dan lainnya. Sampai pertemuan secara langsung seperti konverensi yang teroganisir (Tiara, 2018).

Selain itu, kegiatan interaksi antar sesama anggota tersebut dapat menambah informasi atau wawasan terkait *idol K-Pop* yang mereka suka. Dengan bergabung dikomunitas, penggemar merasakan informasi yang tidak mudah diakses jadi lebih mudah diakses untuk penggemar yang terdapat di Indonesia.

## **5.2 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, kegembiraan dan cinta yang kuat. Hal tersebut tentunya terdapat di dalam diri penggemar karena pada dasarnya menjadi seorang penggemar berarti harus melakukan lebih dari sekedar mengonsumsi suatu objek atau budaya (McCudden, 2011). Hal tersebut dapat dilihat dalam bentuk aktivitas yang membuat seseorang dapat dikatakan sebagai penggemar. Aktivitas tersebut akan melihat sejauh mana seseorang beraktivitas di dalam sebuah komunitas penggemar. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap ketujuh informan penelitian dapat diketahui beberapa aktivitas yang dilakukan oleh penggemar BTS atau komunitas BTS ARMY/ @Army\_Indonesia. Menurut McCudden (2011) aktivitas penggemar yaitu, *meaning making* (membuat makna), *meaning sharing* (berbagi makna), *poaching* (berburu), *collecting* (mengumpulkan), *knowledge building* (membangun pengetahuan).

### 5.2.1 *Meaning Making* (Membuat Makna)

Membuat makna dapat dijelaskan sebagai seorang penggemar yang ikut serta dalam membuat tulisan. Menurut Grossberg (1992) (dalam McCudden 2011) menjelaskan bahwa seseorang “penggemar” cenderung mampu mengevaluasi tulisan pada berbagai tingkatannya sesuai kebutuhan. Dalam hal ini dapat dibedakan antara “penonton sosial” atau yang biasa disebut dengan individu yang hanya mengonsumsi tulisan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap satu informan utama yang merupakan pendiri komunitas BTS ARMY/ @Army\_Indonesia dan dua informan pendukung yang merupakan anggota komunitas BTS ARMY/ @Army\_Indonesia serta teori yang berhubungan dengan aktivitas perilaku fanatisme yaitu beberapa aktivitas yang dilakukan para penggemar. Dalam teori yang dikemukakan oleh McCudden (2011) Salah satu aktivitas seseorang yang penggemar yaitu *meaning making* (membuat makna).



**Gambar 5. 1** Unggahan akun Twitter @BTS\_twt



Gambar 5. 2 Pembuatan makna oleh akun Twitter komunitas



Gambar 5. 3 Pembuatan makna oleh anggota komunitas



Gambar 5. 4 Pembuatan makna oleh akun Instagram komunitas



Gambar 5. 5 Pembuatan makna oleh anggota komunitas

*Meaning making* (membuat makna) yang dilakukan oleh pendiri komunitas BTS ARMY/ @Army\_Indonesia yaitu membuat makna berupa membuat ulang informasi yang telah disampaikan oleh *idol K-Pop* tersebut dengan cara membuat komunitas dalam sebuah akun hal ini dapat dikatakan kegiatan *meaning making* (membuat makna). Kegiatan tersebut dapat mempermudah untuk para anggota mengakses sejauh mana kegiatan *idol K-Pop* yang mereka sukai. Sedangkan kegiatan *meaning making* (membuat makna) yang dilakukan oleh anggota komunitas BTS ARMY/ @Army\_Indonesia yaitu bukan berasal dari komunitas saja. Melainkan kegiatan tersebut dapat dilakukan secara individu melalui aplikasi-aplikasi yang berkaitan dengan *idol K-Pop* yang mereka sukai seperti *Twitter*, *Instagram*, *Weverse* lainnya. Pembuatan makna tersebut juga dapat berbentuk unggahan seperti tulisan, gambar, *video* yang mereka unggah ulang di media sosial mereka.

Dalam media sosial biasanya penggemar membuat wadah khusus untuk memungkinkan mereka melakukan *sharing* secara bersama (Yulia,2018). Seperti dalam penelitian ini forum yang dibuat oleh pendiri diperuntukan kembali untuk penggemar. melalui hal tersebut mereka dapat membicarakan beberapa hal, seperti *music video*, dan lainnya. Tetapi jika kegiatan tersebut dilakukan untuk individu dapat dinamakan sebagai kegiatan *fangirling* yang dilakukan oleh penggemar BTS yaitu aplikasi *Weverse*. Karena aplikasi tersebut memungkinkan pengguna untuk dengan cepat dan akurat mendapatkan informasi mengenai BTS (Charisma, 2023). Biasanya setelah mendapatkan informasi dari aplikasi tersebut penggemar membuat makna lalu membagikan beberapa aplikasi yang didalamnya terdapat penggemar BTS lainnya.

### **5.2.2 *Meaning Sharing* (Berbagi Makna)**

Berbagi makna biasanya dilakukan secara personal maupun di dalam komunitas. Menurut McCudden (2011) penggemar dapat

menggerakkan pikirannya sendiri ke orang lain. Hal ini dapat dijelaskan bahwa berbagi makna berarti ketika penggemar dapat memindahkan pikirannya dari kepala sendiri ke orang lain didalam ruang komunitas penggemar. Menurut Andrejevic (2009) (dalam McCudden, 2011) Komunitas yang aktif akan membutuhkan lebih banyak usaha namun juga dapat menghasilkan beberapa kesenangan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap dua informan utama salah satunya merupakan pendiri komunitas BTS ARMY/ @Army\_Indonesia dan tiga informan pendukung yang merupakan anggota komunitas BTS ARMY/ @Army\_Indonesia serta teori yang berhubungan dengan aktivitas perilaku fanatisme yaitu beberapa aktivitas yang dilakukan para penggemar. Dalam teori yang dikemukaakan oleh McCudden (2011) Salah satu aktivitas seseorang yang penggemar yaitu *meaning sharing* (berbagi makna).



**Gambar 5. 6** Unggahan akun Twitter @BTS\_twt



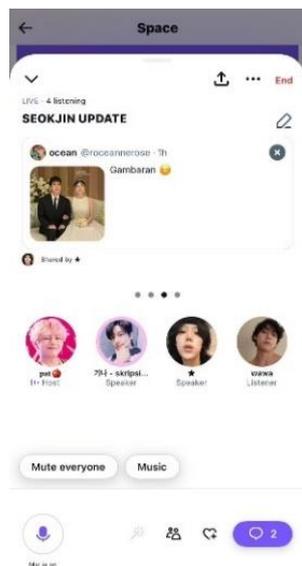
Gambar 5. 7 Unggahan ulang akun komunitas



Gambar 5. 8 Unggahan ulang akun anggota komunitas



Gambar 5. 9 Unggahan ulang akun anggota komunitas



Gambar 5. 10 Bukti kegiatan berbagi makna dengan fitur *space* di *Twitter*

*Meaning sharing* (berbagi makna) yang dilakukan oleh pendiri komunitas BTS ARMY/ @Army\_Indonesia yaitu melakukan *sharing* atau berbagi kepada seluruh anggota penggemar dalam media sosialnya. Kegiatan tersebut tentunya membuat para anggota komunitas menerima informasi kegiatan *meaning sharing* (berbagi makna) tersebut. Sedangkan *meaning sharing* (berbagai makna) yang dilakukan oleh anggota komunitas BTS ARMY/ @Army\_Indonesia biasanya berupa tulisan, gambar, atau lainnya yang dapat berbentuk media sosial seperti *Instagram*, *Whatsapp* *Twitter*.

Kegiatan *meaning sharing* (berbagi makna) pada penggemar BTS biasanya dilakukan di *Twitter*. Alurnya, BTS akan memberi *video* yang kemudian ARMY bagikan melalui akun pribadi mereka di *Twitter* (Vega, 2022). Kegiatan tersebut dinamakan *Twitt* dalam aplikasi *Twitter*. Selain itu, saat ini mempermudah kegiatan *sharing* melalui fitur *space* yang dimiliki *Twitter*. Fitur tersebut biasanya digunakan sebagai wadah untuk bertukar cerita melalui suara. Hal tersebut tentunya dilakukan untuk menukar informasi didapat serta berkaitan dengan *idol K-Pop* yang disukai.

### 5.2.3 **Poaching (Berburu)**

*Poaching* (berburu) Menurut Henry (1992) (dalam McCudden, 2011) proses tersebut cukup merinci seperti penggemar mencontoh dan mengambil sebuah tulisan lalu menggunakannya untuk membuat beberapa cerita dan ide yang mereka anggap nyata. Biasanya tulisan yang diambil mulai dari lagu yang mencakup lirik pada *band* tertentu.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap satu informan utama yang merupakan pendiri komunitas BTS ARMY/ @Army\_Indonesia dan enam informan pendukung yang merupakan anggota komunitas BTS ARMY/ @Army\_Indonesia serta teori yang

berhubungan dengan aktivitas perilaku fanatisme yaitu beberapa aktivitas yang dilakukan para penggemar. Dalam teori yang dikemukakan oleh McCudden (2011) Salah satu aktivitas seseorang yang penggemar yaitu *poaching* (berburu).



Gambar 5. 11 Kegiatan yang dibuat oleh komunitas



Gambar 5. 12 Kegiatan yang dibuat oleh komunitas

*Poaching* (berburu) yang dilakukan oleh pendiri komunitas BTS ARMY/@Army\_Indonesia yaitu melakukan atau membuat kegiatan yang bertema dengan *idol K-Pop* yang disukai dan ditekuni. Beberapa kegiatan seperti *noraebang* atau *karoeke-an* yang bertema BTS, *birthday event* atau

kegiatan untuk merayakan ulang tahun sang *idol*. Selain itu, gerakan aksi, organisasi, acara hiburan, beberapa program edukasi, kesehatan mental, dan isu sosial. Salah satu komunitas yang cukup dikenal di kalangan komunitas @Army\_Indonesia. Sedangkan kegiatan *poaching* (berburu) yang dilakukan oleh anggota komunitas BTS ARMY/ @Army\_Indonesia yaitu mengikuti acara atau kegiatan yang telah diselenggarakan oleh komunitas. Hal ini dapat diukur dengan bagaimana anggota untuk hadir selama mereka bergabung di dalam komunitas BTS ARMY/ @Army\_Indonesia.

Bentuk kegiatan yang sering diselenggarakan oleh komunitas adalah kegiatan sosial atau aktivitas sosial. Hampir seluruh Indonesia seperti, di Riau mengadakan pelatihan bagi disabilitas. Dalam hal ini ARMY di Indonesia menggandeng platform *difalink* untuk membantu menghubungkan para pencari kerja disabilitas ke perusahaan yang di butuhkan, kolaborasi ini berbentuk perayaan ulang tahun member BTS. Kampanye di kota Aceh ARMY dukung Pendidikan anak dengan membuat kegiatan bertemakan “Gerakan Kembali Bersekolah”. Kampanye di kota Purwokerto “ARMY Indonesia Peduli Lingkungan” kegiatannya adalah melakukan transplantasi terumbu karang (Nana, 2023).

Selain itu, tentunya terdapat kegiatan sosial yang dilakukan oleh komunitas yang peneliti teliti, yaitu Support #ENDviolence bersama UNICEF, Perayaan *5th Anniversary* penggalangan donasi untuk Pembangunan sekolah di Palestina bersama *Human Initiative*, Peduli Gempa Lombok, Peduli Gempa dan Tsunami Sulawesi Tengah (Palu-Donggala\_Mamuju) bersama UNICEF dan *Human Initiative*, Yayasan kanker anak bersama *Jiminbase*, *Namkook Birthday Charity Project*, Peduli Tsunami Selat Sunda bersama *Human Initiative*, Peduli Banjir dan Tanah Longsor Bengkulu bersama *Human Initiative*, Peduli Kabut Asap

Sumatera dan Kalimantan Berama *Human Initiative*, Peduli Palestina 2021, Penyaluran Donasi makan siang untuk driver ojek *online*, *Project Birthday Jimin* (berbagi makanan bersama Bantu.id), Peduli Gempa Cianjur, Peduli Banjir dan Longsor NTT dan NTB 2021, Penduli Kanjuruhan, dan Peduli Palestina 2023.



Gambar 5. 13 Kegiatan sosial yang dibuat oleh komunitas



Gambar 5. 14 Kegiatan sosial yang dibuat oleh komunitas



Gambar 5. 15 Kegiatan sosial yang dibuat oleh komunitas



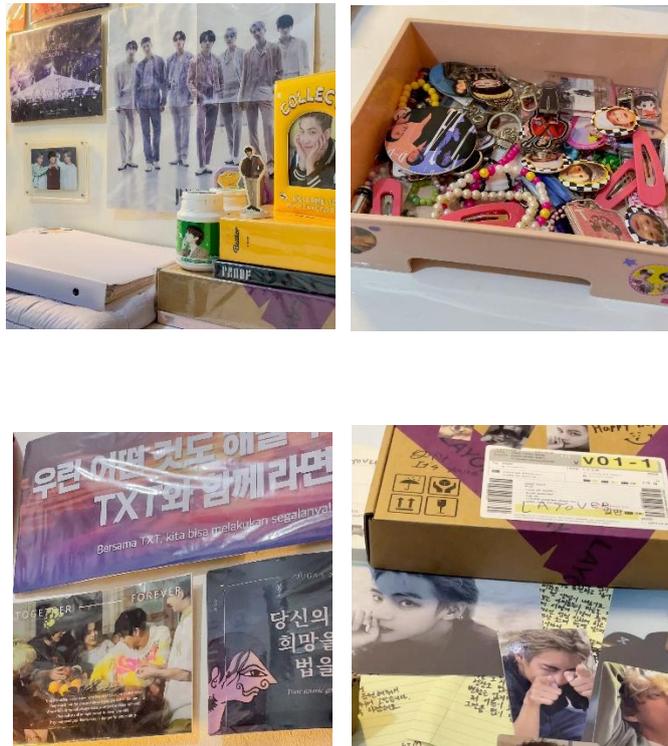
Gambar 5. 16 Kegiatan sosial yang dibuat oleh komunitas

Tentunya aktivitas-aktivitas yang sudah dijelaskan tersebut diadakan oleh komunitas yang meliputi pertemuan penggemar atau proyek para penggemar. Aktivitas yang berkaitan dengan idola merupakan aktivitas rutin untuk dilakukan (Tiara, 2018). Karena aktivitas ini merupakan aktivitas yang sifatnya berkumpul dan tatap muka antar penggemar yang berasal dari satu wilayah. Dalam hal ini, aktivitas tersebut dapat mempertemukan penggemar antar penggemar dari berbagai wilayah.

#### 5.2.4 *Collecting* (Mengumpulkan)

*Collecting* (mengumpulkan) biasanya merupakan aktivitas yang wajib dilakukan oleh seseorang yang menyukai sesuatu. Menurut McCudden (2011), aktivitas tersebut berupa membuat, membagikan, serta mengumpulkan. Dengan begitu, aktivitas tersebut dapat dikatakan sebagai tolak ukur koleksi penggemar.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap satu informan utama dan empat informan pendukung yang merupakan anggota komunitas BTS ARMY/ @Army\_Indonesia serta teori yang berhubungan dengan aktivitas perilaku fanatisme yaitu beberapa aktivitas yang dilakukan para penggemar. Dalam teori yang dikemukakan oleh McCudden (2011) Salah satu aktivitas seseorang yang penggemar yaitu *collecting* (mengumpulkan).



**Gambar 5. 17** Kegiatan mengumpulkan yang dilakukan salah satu anggota komunitas

*Collecting* (mengumpulkan) yang dilakukan oleh anggota komunitas BTS ARMY/ @Army\_Indonesia yaitu mengoleksi atau mengumpulkan benda yang berkaitan dengan *idol K-Pop* yang mereka sukai. Benda yang paling sering dijadikan koleksi dan dominan dibeli oleh penggemar adalah album. Selain itu penggemar juga mengoleksi benda seperti, *photocard*, *lighstick*, *keychain* dan *lainnya*. Ekspresi tersebut adalah cara untuk mendukung grup yang mereka suka. Kebanyakan penggemar *K-Pop* cenderung mempunyai bahkan mengoleksi album yang berkaitan dengan *idol* mereka, bahkan saat mereka baru debut hingga sekarang (Tiara, 2018). Bahkan beberapa orang rela tidak membeli makan demi membeli barang tersebut. Hal tersebut merupakan tindakan yang berlebihan serta dapat menimbulkan perilaku konsumtif. Penelitian sebelumnya mengatakan bahwa semakin tinggi fanatisme seseorang maka akan semakin meningkat pula perilaku konsumtif (Achyar, 2022). Begitu pun sebaliknya semakin rendah fanatisme maka semakin rendah perilaku konsumtif seseorang (Pinta, 2021). Hal tersebut dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara seseorang yang fanatisme dengan perilaku konsumtif.

Penelitian (Ainayah, 2023) menjelaskan bahwa terdapat mahasiswa yang menyukai dan menjadi penggemar NCT mempunyai perilaku konsumtif pada pembelian merchandise. Selain itu penelitian selanjutnya berkaitan dengan pola asuh dan perilaku konsumtif penggemar BTS di kota Bandung (Nadhilah, 2023). Hasil penelitian menyatakan jika seseorang penggemar *K-Pop* di didik atau di asuh dengan pola asuh permisif atau yang bisa dikatakan membebaskan, memanjakan dan tidak mengontrol akan menimbulkan perilaku konsumtif.

Tentunya pada penelitian tersebut menjelaskan bahwa seseorang yang berlebihan atau yang dapat dikatakan sebagai penggemar yang

fanatik akan menimbulkan keborosan atau perilaku konsumtif. Hal tersebut merupakan salah satu dampak dari seseorang yang memiliki perilaku fanatisme yaitu tidak bisa mengontrol dirinya sendiri. Semakin tinggi tingkat fanatisme terhadap *K-Pop* akan semakin tinggi perilaku membeli barang atau konsumtif (Eni, 2023).

#### **5.2.5 *Knowledge Building* (Membangun Pengetahuan)**

*Knowledge building* (membangun pengetahuan) dapat dijelaskan sebagai aktivitas yang wajib dilakukan ketika seseorang menggemari sesuatu. Dengan begitu, mereka akan mengetahui apa yang mereka suka. Menurut McCudden (2011), aktivitas ini menggambarkan seorang penggemar yang berusaha mengumpulkan pengetahuan tentang objek yang disukai. Mulai dari preferensi individu maupun bergabung kedalam komunitas.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap satu informan utama dan dua Informan pendukung yang merupakan anggota komunitas BTS ARMY/ @Army\_Indonesia serta teori yang berhubungan dengan aktivitas perilaku fanatisme yaitu beberapa aktivitas yang dilakukan para penggemar. Dalam teori yang dikemukakan oleh McCudden (2011) Salah satu aktivitas seseorang yang penggemar yaitu *knowledge building* (membangun pengetahuan).

*Knowledge building* (membangun pengetahuan) yang dilakukan oleh anggota komunitas BTS ARMY/@Army\_Indonesia yaitu membangun pengetahuan dengan mengukur berapa lama mereka mencari informasi tentang *idol K-Pop* yang mereka sukai. Diukur dari informasi para informan tersebut penggemar dapat menghabiskan waktu untuk mencari informasi dan membangun pengetahuan 5-24 jam perharinya. Biasanya penggemar mengikuti aktifitas *idol K-Pop* mulai dari merilis lagu, *music video*, *reality show*, atau bahkan *fancam*.

Selain mencari informasi dari sang idola, tentunya para penggemar mempunyai perilaku histeris, adiktif, dan konsumtif. Mereka juga gemar membeli pernak-pernik atau *merchandise*, mengunjungi acara yang bertema *K-Pop* dan pastinya selalu menonton konser sang idola (Tiara, 2018). Konser tersebut dapat berbentuk *offline* atau langsung dan *online*, melalui aplikasi yang biasa *idol K-Pop* tersebut gunakan contohnya *weverse* dan sifatnya berbayar seperti konser pada umumnya.

Biasanya remaja yang menggemari *K-Pop* merelakan uang jajannya untuk menabung hingga konser yang diselenggarakan. Para penggemar juga merasa bahwa hal tersebut merupakan hal yang memang sering terjadi dan tidak merasa rugi walaupun mengeluarkan banyak biaya untuk hal seperti itu. Pemaknaann tersebut tentunya memiliki dampak negatif apabila seseorang mempunyai perilaku fanatisme. Seseorang tersebut pastinya berpikiran untuk selalu ingin mengikuti konser meskipun harganya tidak masuk akal (Deviana, 2023)

Dalam penelitian sebelumnya, remaja perempuan cenderung mengekspresikan ke fanatikannya dengan musik *K-Pop*. Dalam beberapa konser biasanya mereka menggunakan beberapa atribut yang berkaitan dengan *idol K-Pop* yang mereka sukai. Mereka bahkan rela mengantri pagi agar bisa masuk paling awal ke dalam tempat konser (Tiara, 2018)

### **5.3 Fanatisme *Idol Korean Pop (K-Pop)* Terhadap Kesehatan Mental Remaja Komunitas BTS ARMY/@Army\_Indonesia**

Menurut Merriam Webster (dalam Zulkarnanin, 2019) kesehatan mental merupakan suatu keadaan emosional dan psikologis yang baik pada seseorang. Hal tersebut dapat dilihat dari kemampuan kognisi dan emosi yang berfungsi didalam suatu komunitas serta mampu memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Jika melihat definisi WHO yaitu “there is no health without mental health” dapat dikatakan bahwa kesehatan mental perlu di pandang dari sebagai sesuatu

yang penting seperti kesehatan pada fisik. Hal ini dapat dilihat dari seseorang yang dapat dikatakan sehat yaitu seimbang antara diri sendiri, orang lain dan lingkungan untuk membantu masyarakat serta individu mampu memahami dan menjaganya

Keyes (2002) (dalam Marcella, 2021) menjelaskan 3 aspek yang menunjukkan bahwa seseorang mempunyai kesehatan mental yang baik. Hal tersebut diperjelas dalam definisinya bahwa individu yang dapat berfungsi secara positif melalui beberapa aspek seperti dalam kesejahteraan emosi, psikologis, sampai sosialnya. Namun, seseorang dapat dikatakan fanatisme tentu sudah melakukan aktivitas-aktivitas yang berhubungan dengan apa yang mereka sukai dan tekuni.

Fanatisme dapat diinterpretasikan sebagai bentuk hubungan yang dapat menyebabkan perilaku abnormal. Karena seseorang yang fanatisme membuat seseorang menjadi sangat obsesi terhadap kehidupan selebriti yang ada didalam hidupnya. Seperti yang dapat dikatakan oleh McCutheon (2002) (dalam Natasya, dkk 2023). Seseorang yang fanatisme dapat dilihat dari *entertainment-social* yaitu, fanatisme pada level ini dapat digambarkan sebagai sebuah motivasi yang sehat. Kedua *intense personal* yaitu, seseorang sudah mempersentasikan perasaan mendalam dan mempunyai kewajiban terhadap selebriti favoritnya. Ketiga *borderline-pathological* yaitu, seseorang tentunya akan menggambarkan sikap dan perilaku yang cukup ekstrem.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap ketujuh informan penelitian dapat diketahui beberapa informan yang memiliki kesejahteraan emosi psikologis, sosial baik ataupun tidak. hal tersebut dapat dilihat dari tiga level fanatisme menurut McCutheon (2002).

### **5.3.1 Kesejahteraan Emosi**

Berdasarkan hasil wawancara ya dilakukan terhadap lima informan yang berperan sebagai anggota komunitas BTS ARMY/

@Army\_Indonesia terdapat aspek kesejahteraan emosi seseorang yang mempunyai perilaku fanatik terhadap *idol K-Pop*. Perasaan tersebut akan muncul ketika seseorang menggemari *idol K-Pop*nya. Karena pada dasarnya seseorang yang belum menjadi penggemar dan menetapkan sebagai anggota penggemar akan mencari tau apa yang mereka sukai. seperti memperhatikan, melihat, mendengarkan lagu dan sebagainya.

Beberapa informan menjelaskan bahwa perasaan emosi yang mereka dapat setelah menjadi penggemar adalah dapat menerima dan mencintai diri sendiri. Selain itu, mereka mengungkapkan bahwa karya *idol K-Pop* yang mereka sukai dapat membantu dalam mengekspresikan emosi, inspirasi, dan menyampaikan perasaan yang ada pada dirinya. Pengaruh lainnya mereka mengungkapkan beberapa perasaan senang dari adanya dampak yang mereka rasakan ketika mereka bergabung didalam komunitas BTS ARMY/ @Army\_Indonesia.

Dalam kesejahteraan emosi dapat digambarkan sebagai gejala untuk merefleksi atau tidaknya perasaan positif. Misalnya, respon dalam aspek ini melihat dari indikator adanya efek positif dan tidak adanya efek negatif (keyes, 2002). Oleh karena itu, untuk melihat sejauh mana kesejahteraan emosi seseorang fanatisme dapat dilihat dari tiga level fanatisme yang dikemukakan oleh McCutheon (2002) yakni :

1. *Entertainment Social*. Pada level terendah fanatisme ini digambarkan sebuah motivasi yang dapat dikatakan sehat seperti membaca, mendengarkan atau melihat *idol K-Pop* yang disukai. Dalam penelitian ini penggemar mengekspresikan emosi dan menjadikan lagu BTS sebagai inspirasi yaitu lagu yang berjudul *Zero O'clock*, *Butterfly*, dan *I Need U*. Mereka juga mengungkapkan bahwa beberapa lagu untuk menyampaikan perasaan yaitu, *Amygdala*, *Best Of me* dan *Love Myself*. Selain itu, penggemar BTS juga mengungkapkan bahwa perasaannya setelah

bergabung didalam komunitas yaitu, merasakan kesenangan, kebahagiaan, dan merasa hidupnya menjadi berwarna.

2. *Intense Personal*. Pada level sedang fanatisme ini mempersentasikan perasaan yang cukup mendalam terhadap Idol K-Pop yang disukai. Tetapi dalam hal ini, akan berdampak negatif seperti depresi, cemas, kualitas hidup buruk sampai memperhatikan bentuk tubuh. Dalam aspek kesejahteraan emosi penggemar cukup mempersentasikan perasaan yang mendalam. Perasaan yang dimiliki penggemar yaitu senang bergabung kedalam komunitas, banyak mempunyai teman, mendapat keluarga baru, hidup menjadi berwarna dan tentunya dapat mencintai diri sendiri. Tetapi, hal tersebut juga berdampak negatif penggemar juga memiliki kualitas hidup yang buruk seperti, telat makan dan tidur.
3. *Borderline-Pathological*. Pada level tinggi fanatisme ini menggambarkan perilaku yang ekstrem. Perilaku tersebut akan berubah menjadi maladaptif. Seperti narsisme, tindakan criminal sampai kecanduan. Selain itu, pada level ini juga akan mempengaruhi kepuasan individu. Dalam aspek kesejahteraan emosi tidak terdapat penggemar yang berdampak seperti yang telah dijelaskan.

Berdasarkan penjelasan yang sudah dipaparkan, dapat diketahui bahwa aspek kesejahteraan emosi penggemar BTS atau anggota yang terdapat dalam komunitas BTS ARMY/ @Army\_Indonesia mempunyai dua level fanatisme yaitu *entertainment social* yang berdampak positif menjadikan lagu BTS untuk mengekspresikan emosi, inspirasi dan beberapa lagu untuk menyampaikan perasaan. Perasaan lainnya adalah perasaan penggemar bergabung kedalam komunitas yaitu, kesenangan, kebahagiaan, dan merasa hidupnya lebih berwarna. Pada level kedua yaitu

*intense personal* berdampak negatif kualitas hidup buruk. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dalam aspek kesejahteraan emosi mempunyai level fanatisme yang sedang.

### **5.3.2 Kesejahteraan Psikologis**

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap enam informan utama dan informan pendukung yang merupakan anggota komunitas BTS ARMY/@Army\_Indonesia terdapat aspek kesejahteraan psikologis. Kesejahteraan psikologis yang dimiliki informan terdapat pengaruh baik, 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.

Dalam kesejahteraan psikologis dapat digambarkan sebagai seseorang yang berfungsi secara positif. Hal ini dapat dilihat dari 6 dimensi yaitu, dapat menerima dirinya, memiliki hubungan hangat dengan orang lain, melihat dirinya menjadi lebih baik, memiliki tujuan hidup, mengelola lingkungan untuk memuaskan diri, dan dapat menentukan kehidupannya sendiri (keyes, 2002). Oleh karena itu, untuk melihat sejauh mana kesejahteraan psikologis seseorang fanatisme dapat dilihat dari tiga level fanatisme yang dikemukakan oleh McCutcheon (2002) yakni :

1. *Entertainment Social*. Pada level terendah fanatisme ini tentunya dalam aspek kesejahteraan psikologis akan mencari informasi mengenai *idol K-Pop* dan membagikan antusiasme tersebut kepada teman, komunitas, sampai keluarga. Dalam penelitian ini penggemar mengekspresikan bahwa BTS dapat membantu mengerjakan tugas terkait kesehatan mental dan dapat menyembuhkan diri, serta penggemar menyebut BTS sebagai alat terapi.

2. *Intense Personal*. Pada level sedang fanatisme ini mempersentasikan perasaan yang cukup mendalam terhadap idol K-Pop yang disukai. Penggemar mengungkapkan bahwa mulai percaya diri, menjadi lebih baik dan memiliki tujuan hidup.
3. *Borderline-Pathological*. Pada level tinggi fanatisme ini menggambarkan perilaku yang ekstrem. Perilaku tersebut seperti narsisme, tindakan kriminal sampai kecanduan. Dalam aspek kesejahteraan psikologis penggemar mengungkapkan bahwa terdapat dampak negatif. Seperti, kecanduan, membuang waktu, tidak mampu membagi waktu untuk BTS dan kehidupan pribadi. Selain itu, pada level ini juga akan mempengaruhi kepuasan individu.

Dalam kepuasan inidvidu penggemar akan merasa bahwa akan merasa puas ketika sudah berada didalam zona nyaman. Hal ini yang dilakukan penggemar yaitu bergabung kedalam komunitas. Penggemar mengungkapkan bahwa bergabung kedalam komunitas memudahkan bersosialisasi antar sesama *K-Pop*, menambah relasi. Tetapi dampak negatif tersebut juga dirasakan penggemar seperti, penggemar merasa bahwa kehidupan didalam komunitas atau *K-Pop* lebih nyaman jika dibandingkan dengan orang lain dan dampak lainnya tidak memiliki teman diluar komunitas.

Berdasarkan penjelasan yang sudah dipaparkan, dapat diketahui bahwa aspek kesejahteraan psikologis penggemar BTS atau anggota yang terdapat dalam komunitas BTS ARMY/ @Army\_Indonesia mempunyai tiga level fanatisme yaitu *entertainment social* yang berdampak positif yaitu, BTS dapat membantu mengerjakan tugas terkait kesehatan mental, dapat menyembuhkan diri, penggemar menyebut BTS sebagai alat terapi. *Intense personal* berdampak positif yaitu, penggemar mengungkapkan bahwa mulai percaya diri, menjadi lebih baik dan memiliki tujuan hidup.

*Borderline pathological* berdampak negatif yaitu kecanduan, membuang waktu, tidak mampu membagi waktu untuk BTS dan kehidupan pribadi, dan penggemar merasa bahwa kehidupan didalam komunitas atau K-Pop lebih nyaman jika dibandingkan dengan orang lain dan dampak lainnya tidak memiliki teman diluar komunitas. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dalam aspek kesejahteraan psikologis mempunyai level fanatisme yang tinggi.

Menurut penelitian Nurohmah dkk (2019) (dalam Natasya dkk, 2023) menjelaskan jika penggemar K-Pop ditemukan bahwa kesejahteraan psikologis yang rendah dapat berhubungan dengan fanatisme. Tentunya fanatisme tersebut akan tinggi. Karena pada dasarnya kesejahteraan psikologis seseorang akan berdampak pada kesehatan mentalnya.

### **5.3.3 Kesejahteraan Sosial**

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap tujuh informan utama salah satunya merupakan pendiri dan informan pendukung yang merupakan anggota komunitas BTS ARMY/@Army\_Indonesia terdapat aspek kesejahteraan sosial yang berdampak negatif yaitu, beberapa informan yang bergabung didalam komunitas mempunyai hubungan yang kurang baik di lingkungannya yang tidak menyukai *K-Pop*.

Dalam kesejahteraan sosial menggambarkan bahwa evaluasi individu terhadap keberfungsannya memiliki aspek yang lebih luas yaitu di masyarakat dan lingkungan. Hal ini dapat dilihat bahwa individu yang dapat dikatakan positif secara sosial yaitu mereka yang melihat masyarakat dan mampu memahaminya (keyes,2002). Begitupun sebaliknya masyarakat akan mampu memahaminya. Saat itu, individu akan diterima di masyarakat dan dapat dikatakan bahwa individu dapat

berkontribusi di lingkungan masyarakat. Oleh karena itu, untuk melihat sejauh mana kesejahteraan sosial seseorang fanatisme dapat dilihat dari tiga level fanatisme yang dikemukakan oleh McCutcheon (2002) yakni :

1. *Entertainment Social*. Pada level terendah fanatisme ini penggemar telah mengungkapkan dalam aspek kesejahteraan emosi yaitu, mengekspresikan emosi dan menjadikan lagu BTS sebagai ruang untuk menyampaikan perasaan. Salah satu lagu BTS yang memberikan dampak yaitu lagu yang berjudul *Love Myself*. Selain itu, Dalam Aspek kesejahteraan psikologis yaitu, BTS membantu mengerjakan tugas terkait kesehatan mental, menyembuhkan diri dan sebagai alat terapi.
2. *Intense personal*. Pada level sedang fanatisme ini penggemar telah mengungkapkan dalam aspek kesejahteraan emosi yaitu, kesenangan mereka bergabung kedalam komunitas serta kualitas hidup menjadi buruk. Dalam aspek kesejahteraan psikologis yaitu, penggemar mengungkapkan kepercayaan dirinya sehingga menjadi lebih baik dan memiliki tujuan hidup.
3. *Borderline-Pathological*. Pada level tinggi fanatisme ini penggemar telah mengungkapkan dalam aspek kesejahteraan emosi dan kesejahteraan psikologis tentunya aspek kesejahteraan sosial hanya mengikuti. Dalam aspek kesejahteraan sosial level tertinggi ini melihat perilaku penggemar ketika di lingkungan sosialnya, baik di dalam komunitas maupun di luar komunitas. Seperti, penggemar merasakan kepuasan didalam komunitas karena mempunyai banyak teman yang sepemikiran dengan apa yang mereka sukai. Beberapa aktivitas atau kegiatan positif ketika penggemar berada didalam komunitas berupa donasi berdampak baik di lingkungan. Kegiatan tersebut biasanya menjadi bukti bahwa mereka mempunyai dampak yang positif dari menyukai *idol K-Pop*.

Namun, sering kali mereka nyaman dan menganggap bahwa diluar komunitas kurang mendukung.

Lingkungan yang kurang mendukung biasanya seperti, teman, keluarga sampai orang tua. Beberapa penggemar menyatakan bahwa orang tua mereka tidak mendukung aktivitas tersebut. Selain itu, beberapa stigma diluar masyarakat menjadi alasan untuk memutuskan pertemanan antara penggemar dan teman.

Selain itu, penggemar juga tidak segan untuk melakukan perilaku agresif ketika *idol K-Pop*-nya di hina. Beberapa informan dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa dirinya tidak segan untuk melakukan *fan war* di sosial media atau secara langsung sampai melakukan kegiatan *report and blocked*. Hal yang ini akan menimbulkan sifat seseorang yang mempunyai kontrol diri yang rendah. Dijelaskan dalam penelitian (Yulia, 2018) mereka yang mempunyai kontrol diri yang rendah akan cenderung menarik diri dari lingkungan, memiliki level fanatisme yang tinggi, hidup semaunya, emosional sampai bersikap kasar.

Berdasarkan penjelasan yang sudah dipaparkan, dapat diketahui bahwa aspek kesejahteraan sosial penggemar BTS atau anggota yang terdapat dalam komunitas BTS ARMY/ @Army\_Indonesia mempunyai tingkat fanatisme yang tinggi yaitu, 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.

Kesejahteraan sosial yang dimiliki penggemar di luar komunitas kurang baik. Hal tersebut dapat dikatakan sebagai dampak mereka menyukai *K-Pop* dan bergabung kedalam komunitas. Hal yang paling

terlihat yaitu menarik dan menutup diri untuk lingkungan luar. Selain itu, beberapa stigma yang kurang baik di kalangan orang yang bukan penggemar *K-Pop* menambah beberapa informan untuk memutuskan hubungannya dengan orang yang tidak mendukung.

Seseorang yang memiliki perilaku fanatisme tentunya mempunyai fungsi mental yang terdapat didalam dirinya. Dilihat dari penelitian sebelumnya, seseorang yang memiliki perilaku fanatisme akan memberikan dampak kepada kesehatan mentalnya. Dampak tersebut yaitu positif maupun negatif. Oleh karena itu, Ricardo (2023) mengukur hal yang mendasari fungsi mental seseorang yang mengalami fanatik, yakni :

1. Cara ekspresi keyakinan. Dalam penelitian ini, para penggemar BTS mengekspresikan keyakinannya melewati beberapa bentuk aktivitas *fangirling* yang mereka ikuti. Selain itu, beberapa stigma yang diberikan oleh orang lain kepada BTS membuat penggemar untuk mengekspresikan keyakinannya bahwa dampak positif yang mereka rasakan selama menjadi penggemar cukup banyak seperti, dalam aspek emosi penggemar mempunyai perasaan yang kuat terhadap lagu yang dimiliki oleh BTS. Lagu yang BTS buat mampu mengekspresikan emosi, memberikan inspirasi, sebagai media untuk menyampaikan perasaan. Selain itu dalam aspek psikologis penggemar BTS mampu membantu mereka untuk membantu beberapa pelajaran yang berkaitan dengan kesehatan mental, sebagai media untuk menyembuhkan diri sendiri, dan alat terapi. Dampak lainnya, menjadi lebih percaya diri, lebih baik dan mempunyai tujuan hidup.

Selain itu dengan bergabungnya penggemar BTS kedalam komunitas memberikan keyakinan bahwa seseorang yang didalam komunitas memberikan dampak yang positif untuk komunitasnya dan lingkungannya seperti kesenangan, kebahagiaan dan hidup menjadi berwarna di dalam komunitas, menambah relasi, pertemanan, dan

keluarga. Namun, ketika kedua hal tersebut sudah berlebihan akan berbanding terbalik yaitu berdampak negatif dan menimbulkan sifat fanatisme. Seperti menganggap bahwa keyakinannya lebih baik dan benar, hidup berdampingan dengan *K-Pop* jauh lebih baik, kecanduan, agresif, konsumtif dan lainnya.

2. Keterlibatan Hasrat. Dalam penelitian ini, para penggemar BTS tentunya akan mencapai sebuah keinginan. Mulai dari keinginan pribadi mereka untuk menjadi lebih baik sampai keinginan sang idola. Keinginan sendiri yaitu seperti faktor pengaruh seseorang menjadi fanatisme. Seperti, menyukai *K-Pop* berdasarkan diri sendiri, ingin mempunyai benda atau koleksi yang berhubungan dengan *idol K-Pop* yang disukai, keinginan untuk berinteraksi dengan orang lain atau bergabung kedalam komunitas dan lainnya.
3. Identifikasi dan masalah eksistensial. Dalam penelitian ini, para penggemar BTS tentunya sudah mengenal atau mengetahui apa yang sudah ia sukai dari awal. Proses identifikasi ini dapat dikaitkan dengan bagaimana penggemar melakukan kegiatan untuk membangun pengetahuannya mengenai BTS. selain itu, untuk masalah eksistensi tentunya hal tersebut terdapat pada penggemar BTS itu sendiri. Kegiatan *fangirling* berupa membeli sampai mengkoleksi merupakan masalah eksistensial. Hal tersebut akan dianggap masalah apabila berlebihan dan menimbulkan perilaku konsumtif.
4. Ekspresi fanatisme kelompok.  
Berbiacara ekspresi fanatisme pada kelompok. Dalam penelitian ini, penggemar BTS atau anggota BTS ARMY/ *@Army\_Indonesia* dapat dikatakan mempunyai beberapa dampak akibat dari perilaku fanatisme yang mereka lakukan selama menjadi penggemar. Dampak didalam kelompok tersebut yaitu mempunyai perasaan, senang, hidup menjadi bewarna, mempunyai relasi, teman, sampai keluarga. Namun dampak

negatifnya yaitu menganggap bahwa kelompoknya paling benar hingga menutup diri.

**Tabel 1. 1** Hasil Penelitian

<b>Informan</b>	<b>Latar Belakang</b>	<b>Kesejahteraan Emosi</b>	<b>Kesejahteraan Psikologis</b>	<b>Kesejahteraan Sosial</b>	<b>Level Fanatisme</b>
TGS (Informan 1)	<i>Bullying</i> di Sekolah Menengah Pertama	BTS memberikan kesenangan dan beberapa dampak positif	BTS memberikan dampak untuk mencintai diri sendiri, menerima diri sendiri, percaya diri serta mampu menambah petemanan yang menambah kesenangan diri	Menutup diri pada lingkungan luar	<b><i>Borderline Pathological (Kecanduan)</i></b> koleksi benda, meluangkan waktu untuk BTS selama 24 jam, mengikuti 10 kali kegiatan komunitas, menonton dan 1 kali konser <i>offline</i> dan lebih dari

					10 kali konser <i>online</i>
SRT (Informan 2)	Tidak mudah untuk mencari teman dan lagu BTS	Lagu BTS menjadi ruang untuk menyampaikan perasaan, menambah pertemanan dan kesenangan diri	Mampu mengatur emosi, waktu dan mempunyai tujuan untuk hidup	Tersinggung, terganggu karena tidak didukung oleh orang tua	<b><i>Borderline Pathological (Kecanduan)</i></b>  Koleksi benda, meluangkan waktu untuk BTS selama 2jam/hari, mengikuti 10-20 kali kegiatan komunitas, menonton 1 kali konser <i>offline</i> dan beberapa kali konser <i>online</i> yang tidak dapat dihitung
AA (Informan 3)	Ketertarikan oleh sifat yang	Lebih bahagia, <i>open minded</i> dan berpikir positif	BTS mampu menjadi personal psikolog,	Memutuskan pertemanan, <i>report and blocked,</i>	<b><i>Borderline Pathological</i></b>

	dimiliki BTS		menjadi alat untuk terapu sehingga membuat mental menjadi stabil	didukung oleh orang tua	<b>(kecanduan &amp; agresif di media sosial)</b>  Koleksi benda, meluangkan waktu untuk BTS selama 24jam, mengikuti 1 kali kegiatan komunitas, menonton konser <i>offline</i> 1 kali dan online yang tidak dapat dihitung
WPP (informan 4)	Tertutup dengan orang tua, visual dan lagu BTS	Hidup lebih berwarna dan dapat mencintai diri sendiri	Mempunyai tujuan dalam hidup. Tetapi membuang- buang waktu,	Tidak didukung oleh orang tua	<b><i>Intense Personal</i></b>  <b>(kualitas hidup buruk, membuang- buang waktu)</b>  Koleksi benda,

					mempunyai <i>online shop k-pop</i> , meluangkan waktu untuk BTS selama 4jam/ hari, mengikuti 10-15 kali kegiatan komunitas dan hanya menonton konser <i>online</i>
GK (informan 5)	<i>Bullying</i> di Sekolah Menengah Pertama	Lagu BTS membantu untuk mengekspresikan emosi dan kesenangan diri	Memiliki tujuan hidup, tidak mampu membagi waktu, kecemasan ketika tidur, tidur tidak teratur	Melakukan <i>fan war</i> di media sosial, kehidupan di luar komunitas kurang baik, hanya mempunyai teman <i>online</i>	<b><i>Borderline Pathological</i></b> <b>(kecadaan, perilaku agresif, dan konsumtif)</b> Koleksi benda, mempunyai <i>online shop K-Pop</i> , memaksakan untuk membeli tiket

					<p>konser,  konsumtif  meluangkan  waktu untuk  BTS selama  24jam,  mengikuti 10  kali kegiatan  komunitas,  menonton 1  kali konser  <i>offline</i> dan  beberapa kali  konser <i>online</i>  yang tidak  dapat  dihitung</p>
<p>ADK  (informan  6)</p>	<p>Putus cinta,  tidak  percaya diri,  dan visual  BTS</p>	<p>Kesenangan dan  kebahagiaan</p>	<p>Percaya diri,  melihat dirinya  lebih baik,</p>	<p>Didukung  orang tua,  sudah mencoba  berbaur dengan  orang lain</p>	<p><b><i>Intense  Personal</i></b>  Tidak koleksi  benda,  meluangkan  waktu untuk  BTS selama  6-8 jam/ hari,  mengikuti 1  kali kegiatan  komunitas</p>

					dan hanya menonton konser <i>online</i>
--	--	--	--	--	---

Berdasarkan keenam informan penelitian yang telah dijelaskan diatas, dapat diketahui latar belakang informan atau faktor pengaruh menjadi penggemar BTS (Army). Dilihat dari beberapa aspek kesehatan mental yang dimiliki oleh para anggota komunitas yaitu dalam aspek kesejahteraan emosi, psikologi, dan sosial sehingga mampu melihat bagaimana kondisi kesehatan mental yang dapat dilihat dari tiga level tertentu yaitu *Entertainment sosial*, *Intense Personal*, dan *Borderline Pathological*.

Dalam ketiga level ini dapat dilihat bahwa 100% anggota komunitas mempunyai *Entertainment Social*. Pada level ini terdapat seseorang yang mulai menggemarkan sesuatu. Hal tersebut dilihat seperti membuat sebuah motivasi yang sehat yaitu membaca, mendengarkan atau melihat selebriti yang dikagumi. Selain itu dapat dilihat bahwa 100% anggota mempunyai *Intense personal*. Pada level ini terdapat seseorang yang mempersentasikan perasaannya mendalam terhadap apa yang mereka sukai. Tetapi, jika berlebihan akan menimbulkan gejala depresi sampai kecemasan, kualitas hidup yang buruk dan lain sebagainya. Terakhir 80% komunitas dan anggota komunitas mempunyai *Borderline Pathological*. Pada level ini terdapat seseorang yang menggambarkan perilaku yang cukup ekstrim. Beberapa kecendrungan seperti maladaptif, agresif, halu dan kecanduan terdapat dalam level fanatisme ini. Selain itu, fanatisme level tertinggi ini dapat mempengaruhi kepuasan dalam hidup. Seseorang akan merasa nyaman

di zona nya sendiri dan mereka merasa bahwa hidup berdampingan dengan idol K-Pop saja sudah cukup.