

**KONTRUKSI REALITAS FANATISME BOYBAND BTS  
(STUDI PADA ANGGOTA FANBASE ARMY DI KOTA BANDUNG)**

***BTS BOYBAND FANATISM REALITY CONSTRUCTION  
(STUDY ON FANBASE ARMY MEMBERS IN BANDUNG CITY)***

---

**Dina Novera Sipayung<sup>1</sup>, Dudi Yudhokusuma<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Langlangbuana

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilatar belakangi oleh maraknya fanatisme terhadap boyband korea selatan yang dimana terlihat dalam media sosial banyaknya berita yang melihatkan kefanatikan fans boyband korea selatan. Salah satu fans yang terlihat kefanatikan mereka terhadap idolanya adalah BTS yang diberi nama ARMY kefanatikan mereka sudah tidak diragukan lagi dikarenakan Army adalah salah satu Fandom terbesar di dunia K-Pop yang diperkirakan mencapai 18 juta orang. Penelitian ini menggunakan metode yang bersifat deskriptif kualitatif menggunakan teori kontruksi realitas sosial dan pengumpulan data diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi. Sedangkan untuk data penunjang diperoleh melalui studi dokumentasi dari hasil penelitian yang sebelumnya, studi literatur lainnya dan wawancara dengan pihak terkait. Hasil penelitian ini disimpulkan dengan adanya golongan dalam kefanatisme mereka terhadap beberapa hal yang bersangkutan dengan BTS dari emosional, komsumtif, sosial media, ideologis, dan fashion. Serta mengimplementasikan bentuk pesan komunikasi antar sesama army, komunikasi organisasi, media, konteks, pesan, dan umpan balik.

**Kata Kunci:** Komunikasi, Kontruksi Realitas, Fanatisme.

**ABSTRACT**

*This research is motivated by the rampant fanaticism of South Korean boybands, which can be seen in social media that many news reports show fanaticism of South Korean boyband fans. One of the fans who shows their fanaticism towards their idols is BTS, which is named ARMY. Their fanaticism is no longer in doubt because Army is one of the biggest fandoms in the K-Pop world, which is estimated to reach 18 million people. This study uses a qualitative descriptive method with reality construction. and data collection was obtained through in-depth interviews and observation. As for the supporting data obtained through documentation studies from previous research results, other literature studies and interviews with related parties. and fashion. As well as implementing the form of communication messages between fellow armies, organizational communication, media, context, messages, and feedback.*

**Keyword:** Communication, Reality Construction, Fanaticism

## 1 Pendahuluan

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Manusia adalah makhluk sosial dan juga makhluk individu, seperti yang dikemukakan oleh Soekanto (1994: 124) sejak lahir manusia sudah mempunyai dua hasrat atau keinginan pokok yaitu keinginan untuk menjadi satu dengan manusia lain yang berbeda di sekelilingnya (yaitu masyarakat), dan keinginan untuk menjadi satu dengan suasana alam sekelilingnya.

Komunikasi adalah suatu proses interaksi antara sesama makhluk Tuhan baik dengan menggunakan simbol-simbol, sinyal-sinyal, maupun perilaku dan tindakan. Pengertian komunikasi ini paling tidak melibatkan dua orang atau lebih dengan menggunakan cara-cara berkomunikasi yang biasa dilakukan oleh seseorang seperti melalui lisan, tulisan maupun sinyal-sinyal nonverbal. Komunikasi verbal dan nonverbal yang tulus, atau terdapat sesuatu yang tersembunyi dalam tujuan utama dalam membangun suatu hubungan.

Grup boyband BTS adalah singkatan dari Bangtan Boys salah satu group idol K-Pop terpopuler di dunia. Bahkan, lagu yang berjudul "Dynamite" berhasil menorehkan Guinness World Record, sebagai Penonton Simultan Terbanyak untuk Video Musik di YouTube Premier dengan lebih dari tiga juta penonton bersamaan.

Pada 2012, BTS menambahkan member BTS dengan Jin, Jimin. Nama BTS yang dikenal sebagai duo rapper kini memulai debutnya sebagai idol grup. BTS juga awalnya dinaungi oleh agensi kecil yang secara total hanya memperkerjakan 30 orang sebagai staf dengan gedung agensi yang hanya 2

lantai. Media yang diandalkan sebagai promosi adalah *Youtube* karena dianggap gratis dan mudah.

Salah satu Fanbase Army adalah Komunitas Army Bandung yang berdiri sejak 2017. Komunitas ini dikelola oleh admin grup official Army Bandung, dan mempunyai anggota sekitar 200 orang. Kegiatan rutinnya bermacam-macam. Misalnya membuat event pada hari spesial anggota BTS, kegiatan amal, atau sekadar pertemuan rutin. Sebagaimana komunitas lainnya, anggotanya menjadikan komunitas Army Bandung sebagai wadah bertukar informasi, di antaranya mengenai merchandise BTS, video terbaru, dan berita terkait BTS. Sebagai anggota komunitas, anggotanya merasa mendapat keuntungan karena bisa memperoleh informasi dari anggota lainnya. Mereka merasakan adanya sisi positif menjadi fans BTS. Dalam Konteks Army Indonesia masuk ke dalam daftar 10 besar fans BTS paling setia di Asia Tenggara yang diukur dari jumlah penonton streaming di YouTube.

### 1.2 Fokus Penelitian

Batasan Penelitian pada penelitian "Konstruksi Realitas Fanatisme Boyband BTS" adalah membahas Konstruksi Realitas Komunikasi yang dilakukan oleh Fanbase di Kota Bandung ini untuk menjalin komunikasi antar sesama Army. Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif yaitu jenis penelitian kualitatif yang melihat dan mendengar lebih dekat dan terperinci penjelasan dan pemahaman individual tentang pengalaman pengalamannya.

### 1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian tersebut, maka pertanyaan penelitian yang peneliti susun adalah:

1. Bagaimana Konstruksi Realitas fanatisme Army kepada BTS?
2. Bagaimana Bentuk Pesan komunikasi sesama Army?
3. Bagaimana bentuk hambatan selama menjadi Army?

### 1.4 Maksud Dan Tujuan Penelitian

#### 1.4.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini untuk menjawab fokus penelitian yaitu: “Kontruksi Realitas Fanatisme Boy Band BTS”

#### 1.4.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini untuk menjawab pertanyaan penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui Bagaimana Konstruksi Realitas fanatisme Anggota fanbase Army kepada BTS.
2. Untuk mengetahui Bagaimana Bentuk Pesan Komunikasi kepada sesama anggota fanbase Army.
3. Untuk mengetahui bagaimana Bentuk Hambatan selama menjadi Army

### 1.5 Manfaat penelitian

#### 1.5.1 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat akademis yaitu:

1. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan pengetahuan bagi fans yang fanatisme terhadap idolanya.
2. Memberikan dampak positif dan negatif jika terlalu fanatisme terhadap idola.

3. Bagi Fans BTS, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pegangan agar lebih bijak dalam mengidolakan.

#### 1.5.2 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat praktis yaitu:

1. Menyumbang referensi pemikiran ilmu pengetahuan komunikasi.
2. Memberikan informasi mengenai peran seorang idola terhadap fans.
3. Mengembangkan kajian perilaku komunikasi.
4. Memberikan sumbangsih pemikiran bagi peneliti yang akan meneliti dengan pembahasan yang sama.

## 2 Kajian Pustaka

### 2.1 Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu menjadi bahan perbandingan dalam penelitian ini, penulis mengutip dan mengambil teori-teori yang mendukung dalam pengkajian penelitian yang dilakukan. Adapun penelitian terdahulu yang dianggap relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

#### 2.2.1 Kontruksi Realitas Sosial

Konstruksi Sosial atas Realitas (Social Construction of Reality) didefinisikan sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksi dimana individu atau sekelompok individu, menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. Teori ini berakar pada paradigma konstruktivis yang melihat realitas sosial sebagai

konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu, yang merupakan manusia bebas. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya, yang dalam banyak hal memiliki kebebasan untuk bertindak di luar batas kontrol struktur dan pranata sosialnya. Dalam proses sosial, manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas di dalam dunia sosialnya.

### **2.2.2 Deskriptif Kualitatif**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Creswell (2016) penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang mengeksplorasi dan memahami makna di sejumlah individu atau sekelompok orang yang berasal dari masalah sosial. Penelitian kualitatif secara umum dapat digunakan untuk penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, konsep atau fenomena, masalah sosial, dan lain-lain. Salah satu alasan mengapa menggunakan pendekatan kualitatif adalah pengalaman peneliti dimana metode ini dapat menemukan dan memahami apa yang tersembunyi dibalik fenomena yang kadangkala merupakan suatu yang sulit untuk dipahami.

## **2.3 Landasan Konseptual**

### **2.3.1 Tinjauan Tentang Komunikasi**

Komunikasi adalah suatu istilah yang berasal dari Bahasa latin communication, yang bersumber dari kata komunis yang berarti sama. Yang dimaksud sama disini adalah sama makna, Jadi komunikasi merupakan kesamaan makna dimana suatu pesan yang disampaikan komunikator dapat

diterima oleh komunikan. Proses komunikasi pada hakikatnya merupakan penyampaian pikiran atau perasaan oleh komunikator kepada komunikan dengan bertujuan mendapatkan saling pengertian satu dan yang lainnya.

## **2.3.2 Tinjauan Komunikasi Verbal**

### **2.3.2.1 Definisi Komunikasi Verbal**

Komunikasi verbal adalah komunikasi dengan menggunakan simbol-simbol verbal (bahasa). Menurut Hafied Cangara dalam bukunya yang berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi mengatakan bahwa kode atau simbol verbal dalam pemakaiannya menggunakan bahasa. Bahasa dapat didefinisikan seperangkat kata yang telah disusun secara berstruktur sehingga menjadi himpunan kalimat yang mengandung arti. (Cangara, 2016)

### **2.3.2.2 Unsur Unsur Komunikasi Verbal**

Ada beberapa unsur penting dalam komunikasi verbal, diantaranya:

1. Bahasa Pada dasarnya bahasa adalah suatu sistem lambang yang memungkinkan orang berbagi makna. Dalam komunikasi verbal, lambang bahasa yang dipergunakan adalah bahasa verbal, baik itu lisan, tertulis pada kertas atau elektronik. Bahasa suatu bangsa atau suku berasal dari interaksi dan hubungan antara warganya satu sama lain. (Hardjana, 2016).
2. Kata Kata merupakan inti lambang terkecil dalam bahasa. Kata adalah lambang yang melambangkan atau mewakili sesuatu hal, entah orang, barang,

kejadian, atau keadaan. Jadi, kata itu bukan orang, barang, kejadian, atau keadaan sendiri. Makna kata tidak ada pada pikiran orang. Tidak ada hubungan langsung antara kata dan hal yang berhubungan langsung hanyalah kata dan pikiran orang. (Hardjana, 2016).

### 2.3.3 Tinjauan Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang pesannya dikemas dalam bentuk nonverbal, tanpa kata-kata. Dalam hidup nyata komunikasi nonverbal jauh lebih banyak dipakai daripada komunikasi verbal. Dalam berkomunikasi hampir secara otomatis komunikasi nonverbal ikut terpakai. Karena itu, komunikasi nonverbal bersifat tetap dan selalu ada. Komunikasi nonverbal lebih jujur mengungkapkan hal yang mau diungkapkan karena spontan. (Hardjana, 2016)).

#### 2.3.3.1 Unsur Unsur Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal dapat berupa sebagai berikut:

1. Bahasa Tubuh Bahasa tubuh yang berupa raut wajah, gerak kepala, gerak tangan, gerak-gerik tubuh mengungkapkan berbagai perasaan, isi hati, isi pikiran, kehendak, dan sikap orang.
2. Tanda Dalam komunikasi nonverbal tanda mengganti kata-kata, misalnya bendera, rambu-rambu lalu lintas darat, laut, udara; aba-aba dalam olahraga.
3. Tindakan/Perbuatan ini sebenarnya tidak khusus dimaksudkan mengganti kata-

kata, tetapi dapat menghantarkan makna. misalnya, menggebrak meja dalam pembicaraan, menutup pintu keras-keras pada waktu meninggalkan rumah, menekan gas mobil kuat-kuat. Semua itu mengandung makna tersendiri.

4. Objek Objek sebagai bentuk komunikasi nonverbal juga tidak mengganti kata, tetapi dapat menyampaikan arti tertentu. misalnya, pakaian, aksesoris dandan, perabot rumah, harta benda, kendaraan, hadiah. (Hardjana, 2016).

### 2.3.4 BTS

Pembentukan Bangtan Sonyeondan berawal ketika CEO Big Hit Entertainment Bang Si-hyuk bertemu dengan RM karena terkesan dengan bakat nge-rap-nya. Bangtan Sonyeondan pada awalnya seharusnya menjadi grup hip-hop yang mirip dengan 1TYM, artis YG Entertainment.

### 2.3.5 Fanatisme

Fanatisme adalah suatu keyakinan atau suatu pandangan tentang sesuatu, yang positif atau yang negatif, pandangan yang tidak memiliki sandaran teori atau pijakan kenyataan, tetapi dianut secara mendalam sehingga susah diluruskan atau diubah. "Fanatisme biasanya tidak rasional atau keyakinan seseorang yang terlalu kuat dan kurang menggunakan akal budi sehingga tidak menerima faham yang lain dan bertujuan untuk mengejar sesuatu.

### 2.3.6 Fanbase

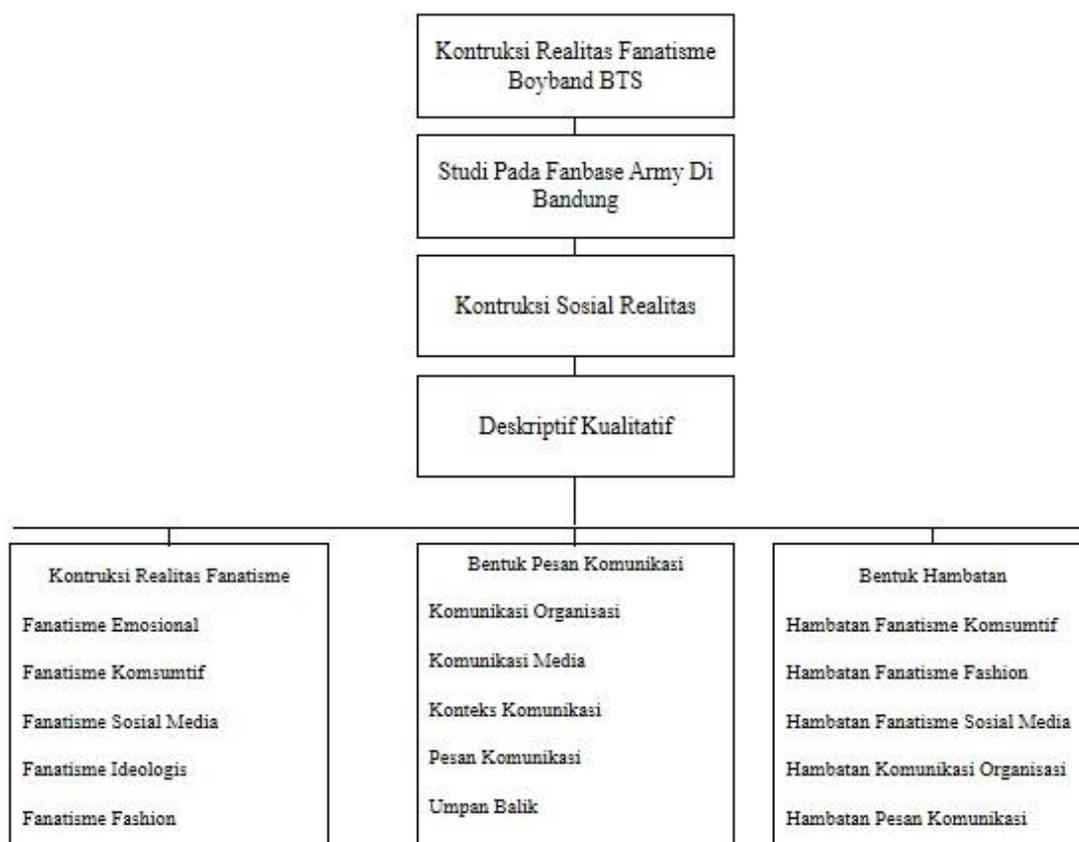
Fanbase faktanya adalah istilah di dalam bahasa Inggris yang punya arti

basis penggemar, atau dapat juga kalian sebut sebagai “sebuah grup yang terdiri dari orang yang menyukai “suatu” hal yang sama dan hanya membicarakan “suatu” hal yang mereka suka”. Sebutan fanbase ini juga dapat digunakan buat grup atau himpunan apa saja. Akan tetapi, seiring waktu berjalan, pengertian fanbase ini menjadi sangat terkenal dan berubah menjadi karakter di dunia K-pop.

### 2.3.7 ARMY

BTS menggunakan logo rompi anti-peluru berwarna hitam dengan tulisan BTS berwarna putih di tengahnya. Alasan BTS mengubah logo ternyata sangat berkaitan dengan fanbasenya, Sebab, jika diperhatikan bentuk logo ARMY hanyalah kebalikan logo BTS. Dan, jika logo ARMY ditempatkan di atas logo BTS, maka kita akan melihat bentuk tameng dan huruf bertuliskan BTS.

## 2.4 Kerangka Pemikiran



Sumber: Hasil Penelaahan Peneliti

## 3 Metode Penelitian

### 3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bertujuan untuk memahami gejala-gejala yang tidak

memerlukan kuantifikasi. Penelitian kualitatif merupakan penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau

sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan.

### **3.2 Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif, yang merupakan sebuah metode yang bertujuan untuk menemukan teori atau pengetahuan dalam waktu tertentu (Mukhtar, 2013).

### **3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.3.1 Sumber Data**

Dalam penelitian ini informan yang telah ditentukan oleh peneliti yaitu anggota Fanpage Army yang aktif di Kota Bandung karena peneliti merasa anggota aktif fanbase BTS sangat mengetahui dan memahami bagaimana perilaku komunikasi fanatisme mereka terhadap BTS.

#### **3.3.2 Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian kualitatif teknik pengumpulan data terdapat empat (4) komponen utama dalam penelitian yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi. Triangulasi dalam penelitian kualitatif ini digabungkan menjadi tiga (3) komponen utama, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi, tujuannya yaitu untuk melengkapi data-data dalam penelitian (Sugiyono, 2017)). Dalam penelitian ini triangulasi tersebut yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi.

#### **3.3.2.1 Observasi**

Teknik observasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik observasi overt yaitu suatu teknik dimana keadaan subjek dalam observasi tersebut mengetahui dan mnegerti bahwasanya ia sedang diobservasi oleh sang observer. Observasi adalah teknikpengumpulan data untuk mengamati prilaku manusia, proses kerja, dangejala-gejala alam, dan responden.

#### **3.3.2.2 Wawancara**

Metode Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yangdiwawancarai (Moleong, 2021) Teknik wawancara yang dilakukan peneliti ini menggunakan teknik wawancara secara mendalam guna mendapatkan informasi yang lebih rinci dan jelas mengenai penelitian yang sedang dilakukan.

#### **3.3.2.2 Dokumentasi**

Dokumentasi merupakan gambaran terhadap lokasi dan kegiatan yang dilakukan oleh peneliti dalam melaksanakan kegiatan pengumpulan data tersebut dalam bentuk gambar, foto, atau video (Sugiyono, 2017). Dokumentasi ini bertujuan untuk memberikan bukti bahwa peneliti telah melaksanakan kegiatan penelitian pada subjek dan objek penelitian. Dalam penelitian ini dokumentasi yang dilakukan yaitu foto ketika kegiatan observasi serta wawancara dengan

informan. Alat yang digunakan menggunakan kamera.

### 3.4 Teknik Analisis Data

Sementara menurut (Sugiyono, 2017). analisis data merupakan bentuk pengorganisasian data yang telah diperoleh peneliti, telah memilah serta memilih data untuk dapat di jadikan satuan data dalam penelitian untuk dilanjutkan dalam pencarian pola-pola untuk menemukan hal yang penting dalam data penelitian tersebut. Dalam (Sugiyono, 2017) teknik analisis data dibagi menjadi tiga (3) bagian yaitu reduksi data, sajian data, dan verifikasi data.

- 1.Reduksi Data
- 2.Display Data
- 3.Verifikasi Data

### 3.5 Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data diperlukan untuk memastikan keakuratan dan kebenaran data yang diekstraksi, dikumpulkan dan dicatat dalam kegiatan penelitian. Oleh karena itu, setiap peneliti harus dapat memilih dan menentukan metode yang tepat untuk mengembangkan validitas data yang diperoleh. Menurut (Sugiyono, 2017).

#### 3.5.1 Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Instrumen harus dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Prinsip validitas

adalah pengukuran atau pengamatan yang berarti prinsip keandalan instrumen dalam mengumpulkan data. Pengujian validitas data dalam penelitian kualitatif meliputi pengujian, kredibilitas, transferabilitas, reliabilitas dan konfirmabilitas (Sugiyono, 2017). Oleh karena itu tujuan didalam sebuah penelitian ialah untuk mencari kebenaran.

- A. **Triangulasi Sumber Data**
- B. **Triangulasi Teknik Pengumpulan Data**
- C. **Triangulasi Waktu**

#### 3.5.2 Reliabilitas

Reliabilitas adalah sejauh mana pengukuran dari suatu tes tetap konsisten setelah dilakukan berulang-ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama (Sugiyono, 2017) menyatakan bahwa reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian

#### 3.5.3 Objektivitas

Data hanya dapat di anggap objektivitas Data hanya dapat di anggap objektifitas apabila di peroleh berdasarkan kesamaan hasil pengamatan sejumlah peneliti dan dapat di cek kebenarannya oleh orang lain. Jika seseorang bersikap objektif, maka tidak akan di pengaruhi oleh pihak lain

#### 3.5.4 Kategorisasi

Kategorisasi terdiri atas fungsi dan prinsip kategorisasi, serta langkah-langkah kategorisasi. Kategorisasi berarti penyusunan kategori. Kategori itu sendiri

berupa seperangkat tema yang di susun atas dasar pikiran, intuisi, pendapat atau kriteria tertentu (Suwandi, 2012).

### 3.5.5 Akses Informan

Informan merupakan kunci dalam memperoleh informasi yang di perlukan untuk penelitian, dengan demikian perlunya akses untuk mendapatkan informasi terhadap informan. Cara yang di lakukan oleh peneliti guna mendapatkan akses terhadap informan, akses terhadap informan yang di lakukan oleh peneliti melalui guide dan memberi kesan pertemuan tidak sengaja, sehingga peneliti mendapatkan informasi dari informan dan peneliti dapat mengetahui perilaku komunikasi fanatisme.

### 3.5.6 Rapport Informan

Hal yang terpenting dalam dalam penelitian studi deskriptif kualitatif adalah menjaga hubungan baik (rapport) dengan informan. Karena penelitian deskriptif kualitatif tidak bisa di tentukan berlangsung dalam waktu yang cepat dalam hitungan jam sesuai dengan berapa lama meneliti tentang kontruksi realitas fanatisme boyband BTS.

### 3.5.7 Profil Informan

Informan dalam penelitian ini merupakan bagian dari penelitian guna memperoleh data informasi. Informan dalam penelitian ini adalah sebanyak 5 (lima) informan sebagai anggota aktif Fanbase Army di Bandung, profilnya dapat di jelaskan sebagai berikut:

## 3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

### 3.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian di lakukan di Bandung, yakni kota dimana penulis dalam penelitian ini tinggal.

### 3.6.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini di rencanakan selama 4 (Empat) bulan yaitu di mulai dari bulan Februari 2022 sampai dengan Juli, seperti terlihat pada tabel berikut:

## 4 Hasil Penelitian dan Pembahasan

### 4.1 Hasil Observasi

Hasil observasi kelapangan hari pertama melakukan observasi kepada Wilda selaku senior di Fanbase Army Bandung untuk menanyakan agar mengetahui dan menemukan Fanatisme dalam Fanbase Army Bandung kepada BTS di karenakan wilda salah satu yang berperan penting di dalam Fanbase Army Bandung setiap dia mengadakan acara seputar Army dan BTS di bandung. Adapun menentukan orang orang yang layak menjadi informan di karenakan mencakup berbagai usia dan kelamannya menjadi Army untuk mengetahui apakah Fanatisme ini di sebabkan oleh lamanya menjadi seorang fans atau tidak.

### 4.2 Gambaran Umum Objek Penelitian

Salah satu semakin pesat nya perkembangan musik membuat beberapa banyak sekali penyanyi yang berbakat di berbagai seluruh dunia yang mempunyai *euphoria* masyarakat terhadap beberapa penyanyi yang membuat masyarakat mengidolakan penyanyi tersebut entah

menyukai dari prestasi dari segi musik ataupun penampilan fisik penyanyi. Seiring berkembangnya seorang penyanyi memunculkan para penggemar di berbagai seluruh dunia atau yang biasa disebut sebagai fans ada banyak sekali para penyanyi tersebut memberi panggilan kepada para fansnya seperti PARAWALI di beri nama oleh Wali band, BELIBERS sebagai fans Justin Bieber.

Salah satu fans yang sedang sering di perbincangkan adalah ARMY yaitu fans dari BTS salah satu boyband asal Korea diberbagai penjuru dunia ARMY ini sudah di kenal dengan nama panggilan fans dari boyband asal korea BTS ini bahkan tak di ragukan lagi loyalitasnya terhadap BTS ini seluruh dunia pun mengakui bagaimana loyalitas mereka terhadap idolanya bahkan cenderung menjadi terlalu fanatik yang mengakibatkan fanatisme kepada BTS ini.

### **4.3 Hasil Penelitian**

#### **4.3.1 Kontruksi Realitas Fanatisme**

Sebuah proses sosial melalui tindakan dan interaksi dimana individu atau sekelompok individu, menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang di miliki dan di alami bersama secara subjektif. Kontruksi Realitas Fanatisme dalam penelitian ini pun bertujuan untuk mengkategorisasikan kefanatisme pada anggota Fanbase ARMY Bandung ini melalui Fanatisme Emosional, Komsumtif, Sosial Media, Ideologis, Fashion. Fanatisme emosional ini berkaitan dengan keadaan emosi seorang

ARMY terhadap masalahnya terhadap sesuatu berbaur BTS

#### **4.3.1.1 Fanatisme Emosional**

Fanatisme Emosional terjadi ketika fans yang terlalu fanatik terhadap BTS tidak bisa mengontrol emosionalnya ketika mendengar atau melihat sesuatu terhadap idolanya sendiri entah itu meluapkan secara verbal ataupun nonverbal emosional mereka akan meluap ketika mendengar idolanya sendiri terkena masalah ataupun terkena kritik oleh aktris lain atau penyanyi lain tanpa melihat itu sebuah fakta atau hanya opini belaka mereka tidak akan memandang hal itu karna yang terpenting bagi mereka adalah membela idola mereka adapun emosional ketika melihat sebuah kesedihan yang di alami oleh idolanya sendiri para fans ini akan merasa terharu dan tersentuh di karenakan mendengar kesedihan yang di alami idolanya ini.

#### **4.3.1.2 Fanatisme Komsumtif**

Komsumtif menjadikan seseorang atau kelompok menjalankan proses konsumsi atau pemakaian barang-barang hasil produksi secara berlebihan, tanpa sadar dan berkelanjutan. Pembelian barang-barang hanya di dasari oleh keinginan dan tidak mempertimbangkan kebutuhan. Fanatisme Komsumtif inipun bisa di kategorisasikan terlalu komsumtif terhadap barang barang yang menyangkut BTS dikarenakan terlalu fanatiknya mereka terhadap BTS yang memberikan mereka kepuasan tersendiri ketika

membeli barang yang menyangkut tentang idola mereka sendiri.

#### **4.3.1.3 Fanatisme Media Sosial**

Fanatisme Media sosial dalam realitas fanatisme adalah bagaimana para fans ini mendukung idola mereka dalam media sosial untuk membuat mereka menjadi trending no 1 dalam berbagai media sosial karna seiring perkembangan jaman media sosial menjadi salah satu platform untuk membuat idola mereka semakin dikenal oleh masyarakat dunia karna jangkauan media sosial ini seluruh dunia adapun membuat idola mereka merasa bahwa fans mereka mendukung penuh dan ikut andil dalam kesuksesan idola mereka

#### **4.3.1.4 Fanatisme Ideologis**

Ideologi sendiri berasal dari kata idea. Selain itu ideologi juga berasal dari bahasa Yunani yang berarti oida atau mengetahui, melihat dengan budi. Sedangkan logi yang berasal dari bahasa Yunani logos artinya pengetahuan. Jadi ideologi adalah pengetahuan tentang gagasan-gagasan atau pengetahuan tentang ide-ide.

#### **4.3.1.5 Fanatisme Fashion**

Mode, busana atau fesyen merupakan sebuah ekspresi estetika yang populer pada waktu, masa, tempat tertentu dan dalam konteks tertentu, terutama pada pakaian, alas kaki, gaya hidup, aksesoris, riasan wajah, gaya rambut, dan proporsi tubuh.

### **4.3.2 Bentuk Pesan Komunikasi**

Dalam sebuah fanbase kelompok seperti ini adanya sebuah komunikasi yang terjalin antar anggota nya peneliti disini menanyakan tentang bagaimana bentuk pesan komunikasi antar sesama anggota fanbase Army Bandung dari bagaimana cara mereka berkomunikasi untuk mengadakan sebuah acara yang menyangkut BTS ataupun bagaimana komunikasi antar anggota yang terjalin baik diluar acara maupun dalam acara.

#### **4.3.2.1 Komunikasi Organisasi**

Komunikasi Organisasi merupakan bentuk pertukaran pesan antara unit-unit komunikasi yang berada di dalam suatu organisasi. Organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hirarkis antara yang satu dengan yang lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan.

#### **4.3.2.2 Komunikasi Media**

Komunikasi media adalah sebuah komunikasi yang terjalin dari pemberi pesan kepada penerima melalui perantara media atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak.

#### **4.3.2.3 Konteks Komunikasi**

Konteks diartikan sebagai lingkungan tempat terjadinya proses komunikasi konteks komunikasi inipun dapat mempermudah dalam upaya proses komunikasi. Dalam sebuah komunikasi Konteks ini bisa menjadi sebuah pembahasan hubungan atau suasana dalam percakapan.

#### 4.3.2.4 Pesan Komunikasi

Pesan komunikasi adalah suatu proses komunikasi berupa paduan pikiran dan perasaan seseorang yang disampaikan melalui media dan cara yang tepat bahasa yang dimengerti dan kata kata sederhana dengan maksud dan tujuan agar pesan itu dapat dengan mudah disampaikan sehingga muncul nya sebuah umpan balik dari pembicaraan.

#### 4.3.2.5 Umpan Balik

Dalam proses komunikasi umpan balik atau *feedback* merupakan sebuah efek atau hasil dari sebuah penyampaian informasi yang ditimbulkan oleh penerima atau penolakan pesan *feedback* atau umpan balik biasanya berbentuk *verbal* dan *nonverbal*, positif dan negatif, netral, inferensial, langsung dan tidak, serta internal dan eksternal

### 4.3.3 Bentuk Hambatan

#### 4.3.3.1 Hambatan Fanatisme Komsuntif

Hambatan fanatisme komsuntif adalah sebuah hambatan yang dialami oleh para informan yang cenderung terlalu fanatik terhadap hal hal yang menyangkut idola mereka sebagaimana dengan pengalaman mereka yang sudah lama dan masih sulit untuk melepaskan perilaku yang terlalu komsuntif jika berhubungan dengan idola mereka karna ke fanatikan mereka Hambatan sendiri mempunyai 3 bentuk yaitu hambatan teknis, semantik dan manusiawi

#### 4.3.3.2 Hambatan Fanatisme Fashion

Hambatan Fanatisme Fashion adalah sebuah hambatan yang terjadi karena ke fanatisme mereka untuk meniru fashion idola mereka sendiri yang terkendala oleh gender ataupun model pakaiannya biasanya hal ini terjadi ketika fans yang rata rata Wanita mempunyai idola Laki Laki adapun ketidak sesuain pakaian dengan budaya atau agama.

#### 4.3.3.3 Hambatan Fanatisme Sosial Media

Hambatan fanatisme sosial media adalah bagaimana hambatan seorang fans yang berusaha untuk mendukung idolanya di sosial media dengan cara membela ataupun mempunyai banyak akun sosial media nya untuk menjadikan trending di salah satu platform sosial media tertentu

#### 4.3.3.4 Hambatan Komunikasi Organisasi

Hambatan komunikasi organisasi adalah sebuah hambatan komunikasi yang terjadi di sebuah organisasi atau kelompok ketika ingin membicarakan atau membuat suatu kesepakatan dikarenakan adanya perbedaan pendapat di masing masing anggota kelompok itu sendiri.

#### 4.3.3.5 Hambatan Pesan Komunikasi

Hambatan pesan komunikasi adalah adanya sebuah hambatan yang terjadi dikarenakan pesan yang disampaikan dari komunikator ke komunikan tidak terjalin dengan

sempurna dengan adanya sebuah hambatan ataupun ketidak tertarik terhadap obrolan

#### **4.4 Pembahasan**

##### **4.4.1 Kontruksi Realitas *Fanatisme***

Fanatisme merupakan kata yang berasal dari bahasa Latin *fanaticus*, yang memiliki arti amarah atau gangguan Jiwa. Hal tersebut merupakan gambaran bahwa amarah yang terdapat dari seseorang yang fanatisme merupakan luapan karena tidak memiliki faham yang sama dengan orang lain. maupun terhadap seseorang yang terkenal entah itu kepada tokoh politik, agama, pahlawan maupun selebriti.

##### **4.4.2 Bentuk Pesan Komunikasi**

Bentuk komunikasi adalah sebuah bentuk pesan bagaimana dan seperti apa cara menyampaikan pesan dari pengirim kepada penerima sehingga menimbulkan *feedback* atau umpan balik terhadap penerima bisa berupa verbal maupun nonverbal dalam sebuah fanbase Army peneliti ingin meneliti bagaimana lingkungan komunikasi para Army ini ketika bertemu dan saling berkomunikasi antar sesama Army untuk melihat bagaimana dan apa yang selalu dibahas dan melalui perantara apa komunikasi mereka terjalin sehingga Army bisa dikenal sebagai Fans yang fanatik dan paling kompak untuk mendukung idolanya.

##### **4.4.3 Bentuk Hambatan**

Hambatan adalah sebuah tantangan atau ancaman yang

menghambat segala sesuatu aktivitas yang akan dilakukan peneliti ingin meneliti bagaimana hambatan yang dihadapi oleh Army terhadap kefanatikan mereka terhadap BTS maupun komunikasi kesesama Army. Untuk melihat hambatan apa saja yang terjadi dan dialami oleh para Army ketika ingin mendukung idolanya ataupun ketika berkomunikasi terhadap sesama Army

## **5 Simpulan dan Saran**

### **5.1 Simpulan**

Penelitian tentang Kontruksi Realitas Fanatisme Boyband BTS pada anggota fanbase Army Di Kota Bandung dapat disimpulkan sebagai berikut

1. Kontruksi Realitas Fanatisme yang dilakukan Army terhadap boyband BTS Fanatisme konsumtif dimana sebuah perilaku yang mengakibatkan seseorang menjadi terlalu konsumtif ketika mendengar tentang idolanya dikarenakan merasa ingin memilik ketika mendengar pertama kalinya, adapun gangguan emosional dikarenakan ideologi yang mengakibatkan menjadi terlalu emosional ketika mendengar hal yang bertentangan dengan ideologi mereka seputar BTS.
2. Bentuk Pesan Komunikasi yang dilakukan Army terhadap sesama Army itu sendiri adalah bagaimana mereka saling bertukar informasi seputar BTS yang mengakibatkan lingkungan dapat mempengaruhi ke fanatikan mereka karna terus membicarakan

BTS belum lagi rasa ingin bertemu atau memiliki sesuatu yang berhubungan dengan idola mereka ketika anggota yang lain berbagi pengalaman mereka selama menjadi Army.

3. Bentuk Hambatan yang dialami oleh para informan sebagai Army adalah adanya sebuah hambatan eksternal maupun internal hambatan yang menghambat dukungan mereka terhadap BTS yang menjadi kepuasan mereka itupun terjadi dikarenakan hambatan dari orang disekitar mereka seperti keluarga ataupun masalah pribadi.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini diharapkan memberikan saran akademis yaitu:

Penelitian ini dapat berguna bagi mahasiswa yang melakukan penelitian lanjutan dengan topik yang sama. Peneliti berharap agar topik ini dan pembahasan yang telah dipaparkan dapat menimbulkan rasa keingintahuan untuk mengadakan penelitian lanjutan, dengan menggunakan teori lain yang mengungkap tentang Fanatisme terhadap tokoh lainnya ataupun terhadap BTS.

### 5.2.2 Saran Praktis

Dengan penelitian ini, peneliti mengharapkan masyarakat terlebih lagi para fans yang mengidolakan seseorang untuk bisa mengerti tentang dunia Fans terlebih lagi untuk yang terlalu fanatik

untuk memikirkan dan menjadikan pembelajaran dampak dari fanatik yang terlalu berlebihan dengan memanfaatkan lingkungan sekitar. Dengan adanya perbedaan pendapat tentang idola artis artis yang semakin banyak bermunculan terlebih lagi dalam ranah K-Pop untuk saling menghargai para fans nya masing masing dan lebih menerima tentang sebuah kritik kepada idolanya dengan bijak dituntut untuk lebih memahami dunia entertainment dimana kritikan dari orang luar tentang seseorang yang diidolakan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, H. (2016). *Pengantar ilmu komunikasi*.
- Creswell, J. W. (2018). *Research design: pendekatan metode kualitatif, kuantitatif, dan campuran*. Yogyakarta: *Pustaka Pelajar*, 5.
- Devito, J. A., & Maulana, A. (2011). *Komunikasi Antarmanusia Kuliah Dasar*.
- Hardjana, A. (2016). *Komunikasi organisasi: Strategi dan kompetensi*.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mukhtar. (2013). *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta: *Referensi (GP Press Group, 1st ed, 32–42)*.
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu komunikasi*

*suatu pengantar.*

- Mulyana, D., & Rakhmat, J. (2016).  
*Komunikasi antarbudaya*. Remaja  
Rosdakarya.
- Sugiyono, D. (2017). *Metode penelitian  
pendidikan pendekatan kuantitatif,  
kualitatif dan R&D.*