

**BUDAYA PENGGEMAR DI ERA DIGITAL**

(Studi Etnografi Virtual pada Penggemar BTS di Twitter)

**SKRIPSI**



Oleh :

**SHANE SAVERA SA'DIYAH**

**NPM. 1543010110**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI**

**SURABAYA**

**2019**

**BUDAYA PENGGEMAR DI ERA DIGITAL**  
**(Studi Etnografi Virtual pada Penggemar BTS di Twitter)**

Disusun Oleh :

**SHANE SAVERA SA'DIYAH**  
**NPM. 1543010110**

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama



**Aulia Rahmawati, S.Sos, M.Si, Ph.D**  
**NPT. 3 8207 06 02161**

Mengetahui

DEKAN



**Dr. Drs. Eg. Yendul Sularno, MS, CHRA**  
**NIP. 195907011987031001**

**BUDAYA PENGGEMAR DI ERA DIGITAL**  
(Studi Etnografi Virtual pada Penggemar BTS di Twitter)

Oleh :

Shane Savera Sa'diyah  
NPM. 1543010110

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Jurusan  
Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan  
Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada tanggal 12 April 2019

**Pembimbing**

Aulia Rahmawati, S. Sos, M. Si, Ph. D  
NPT. 3 8207 06 0216 1

**Tim Penguji :**

1. Ketua

Aulia Rahmawati, S. Sos, M. Si, Ph. D  
NPT. 3 8207 06 0216 1

2. Sekretaris

Dra. Dvya Claretta, M. Si  
NPT. 3 6601 94 0025

3. Anggota

Drs. Kusnanto, M.Si  
NIP. 1958 08011984 02 1001

Mengetahui,

**DEKAN**



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA  
NIP. 195907011987031001

## ABSTRAKSI

### SHANE SAVERA SA'DIYAH, BUDAYA PENGGEMAR DI ERA DIGITAL (Studi Etnografi Virtual pada Penggemar BTS di Twitter)

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan berkembangnya teknologi internet di berbagai bidang kehidupan manusia, tidak terkecuali aktivitas fandom. Melihat fenomena munculnya fandom K-Pop dengan beragam aktivitas virtual yang seiring dengan perkembangan teknologi, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang *fandom* ARMY dan melihat bagaimana budaya baru penggemar yang mereka implementasikan di media sosial Twitter. Sehingga jelas, fokus dalam penelitian ini adalah untuk mengkaji tentang bagaimana budaya penggemar di era digital dengan melihat aktifitas-aktifitas penggemar yang dilakukan oleh para anggota *fandom* melalui media sosial.

Metode yang digunakan adalah studi etnografi virtual Christine Hine (2015). Metode ini menggunakan dua teknik pengumpulan data, yaitu *exploring field sites* dan wawancara termediasi internet.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya penggemar dapat dilihat dari empat konteks bidang *fandom* di internet, yakni 1) komunikasi, menunjukkan bahwa penggemar menggunakan identitas virtual dalam berkomunikasi dan memproduksi *fan speak* dan *fan jokes*. 2) kreativitas, adalah penggemar menghasilkan berbagai bentuk *fan production* yaitu, *meme*, *fan edit*, *fan cover* dan *fanfiction*, 3) pengetahuan, di bidang ini fanbase bertugas sebagai penyedia informasi bagi anggota fandom, dan 4) kekuatan sipil, yaitu penggemar menyukseskan *fan project* yang terdiri atas *fan streaming*, *fan voting*, *birthday project* dan *fan donation*.

**Kata Kunci :** *fandom*, budaya penggemar, Twitter

This research is motivated by the development of internet technology in various fields of human life, including fandom activity. Seeing the phenomenon of the emergence of K-Pop fandom with a variety of virtual activities the authors are interested in conducting research on ARMY fandom and seeing how the new culture of fans that they implement on social media Twitter.

The method used is the virtual ethnographic study of Christine Hine. This method uses two data collection techniques, namely exploring field sites and interviews.

The results showed that fan culture can be seen from the four contexts of fandom fields on the internet, namely 1) communication, the field of communication shows that fans use virtual identities in communicating and producing fan speak and fan jokes. 2) creativity, fans produce various forms of fan production, likes meme, fan edit, fan cover and fanfiction, 3) knowledge, in this field the fanbase serves as an information provider for fandom members, and 4) civil power, namely fans make a successful fan project consisting of fan streaming, fan voting, birthday project dan fan donation.

**Keywords:** *fandom*, fan culture, Twitter

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan kekuatan sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul **BUDAYA PENGGEMAR DI ERA DIGITAL** (Studi Etnografi Virtual pada Penggemar BTS di Twitter) dengan lancar dan tepat waktu.

Dalam menyelesaikan skripsi ini tentu peneliti menemui hambatan dan tantangan. Sehingga peneliti sepenuhnya sadar, apabila dalam penulisan skripsi ini masih terdapat beberapa kekurangan. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan permohonan maaf sebesar-besarnya serta kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini bisa menjadi lebih baik.

Pada kesempatan ini, peneliti juga menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang mendukung dan membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya :

1. Bapak Drs. Ec. Gendut Sukarno, M. S, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Yuli Candrasari, S. Sos, M.Si, selaku Kaprogdi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Aulia Rahmawati, M.Si, Ph.D, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan, bimbingan, kritik dan saran kepada peneliti dalam penulisan skripsi ini.

4. Ibu Ade Kusuma, S. Sos, M. Med. Kom selaku Dosen Wali yang senantiasa memberikan arahan, bimbingan, dan semangat kepada peneliti selama menjalani perkuliahan.
5. Orang Tua yang selalu menjadi motivasi peneliti dalam mengerjakan skripsi ini, serta memberikan dukungan moril dan materi kepada peneliti selama menjalani perkuliahan.
6. Grup *Prepare Graduation* (Bianca, Vinka, Oki, Luthfi, Dimas, Hendra, Iyung, Rois, Hendik, Indra, dan Ghopar) yang selalu menjadi *moodbooster* peneliti dalam menulis skripsi ini.
7. Grup *Life Consultant*, UPN TV, dan Commers '15 yang telah memotivasi dan membantu peneliti dalam mencari referensi dalam penelitian ini.
8. Mega, Siby, Ayuk, Yusli, Maul, Lilis, Wilys, selaku sahabat peneliti yang selalu mendukung dan menemani peneliti dalam mengerjakan skripsi ini. Serta semua pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu per satu, yang secara langsung maupun tidak langsung turut membantu dan memberikan doa dan dukungan terhadap peneliti.

Akhirnya peneliti berharap agar skripsi ini dapat diterima sehingga dapat bermanfaat bagi semua pihak. Aamiin.

Surabaya, 31 Maret 2019

Shane Savera Sa'diyah

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1. Manfaat Akademis.....	8
1.4.2. Manfaat Praktis.....	8
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Landasan Teori .....	14
2.2.1. <i>Fandom</i> dalam <i>Pop Culture</i> .....	14
2.2.2. Budaya Penggemar dan Perkembangannya di era digital.....	19
2.2.3. Twitter.....	31

2.2.4. Korean Wave, K-Pop dan Fandom di Indonesia.....	34
2.3.Kerangka Berpikir.....	44
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>46</b>
3.1. Jenis Penelitian.....	46
3.2. Desain Penelitian.....	47
3.3. Definisi Konseptual.....	51
3.4. Subjek Penelitian.....	52
3.5. Unit Analisis.....	53
3.6. Jenis Sumber Data.....	54
3.7. Metode Pengumpulan Data.....	54
3.8. Informan Penelitian .....	57
3.9. Teknik Analisis Data.....	58
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>60</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	60
4.1.1. Fandom ARMY.....	60
4.1.2. Akun BTS ARMY INDONESIA di Twitter.....	60
4.1.3. Budaya Penggemar di Era Digital.....	61
4.2. Identitas Informan.....	62
4.3. Penyajian Data.....	64
4.3.1. Komunikasi.....	65
4.3.2. Kreativitas.....	77
4.3.3. Pengetahuan.....	85



4.3.4. Kekuatan Sipil.....	97
4.4. Pembahasan.....	106
4.4.1. Komunikasi.....	108
4.4.2. Kreativitas.....	113
4.4.3. Pengetahuan.....	120
4.4.4. Kekuatan Sipil.....	124
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	129
5.1. Kesimpulan.....	129
5.2. Saran.....	131
DAFTAR PUSTAKA .....	132
LAMPIRAN.....	137

## DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 2.1 K-Pop Music Videos Hits in Youtube.....</i>	33
Gambar 2.2 Anggota BTS.....	38
Gambar 2.3 Siklus Penelitian Etnografi.....	45
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir.....	49
Gambar 4.1 Kolom Komentar.....	71
Gambar 4.2 Postingan BTS ARMY INDONESIA.....	74
Gambar 4.3 Trending Suga	106

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Identitas Informan.....	61
Tabel 4.2 Identitas Virtual akun @ArmyIndonesiaa.....	66
Tabel 4.3 Identitas Virtual Informan.....	68
Tabel 4.4 Postingan BTS ARMY INDONESIA.....	69
Tabel 4.5 Postingan BTS ARMY INDONESIA.....	72
Tabel 4.6 Postingan BTS ARMY INDONESIA.....	73
Tabel 4.7 Postingan BTS ARMY INDONESIA.....	76
Tabel 4.8 Postingan BTS ARMY INDONESIA.....	80
Tabel 4.9 Postingan BTS ARMY INDONESIA.....	82
Tabel 4.10 Postingan BTS ARMY INDONESIA.....	83
Tabel 4.11 Postingan BTS ARMY INDONESIA.....	84
Tabel 4.12 Postingan BTS ARMY INDONESIA.....	87
Tabel 4.13 Postingan BTS ARMY INDONESIA.....	90
Tabel 4.14 Postingan BTS ARMY INDONESIA.....	91
Tabel 4.14 Postingan BTS ARMY INDONESIA.....	94
Tabel 4.15 Postingan BTS ARMY INDONESIA.....	95
Tabel 4.16 Postingan BTS ARMY INDONESIA.....	96
Tabel 4.17 Postingan BTS ARMY INDONESIA.....	102
Tabel 4.18 Postingan BTS ARMY INDONESIA.....	105

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Interview Guide.....	137
Lampiran 2 Transkrip Wawancara Informan 1.....	139
Lampiran 3 Transkrip Wawancara Informan 2.....	143
Lampiran 4 Transkrip Wawancara Informan 3.....	146
Lampiran 5 Transkrip Wawancara Informan 4.....	151
Lampiran 6 Transkrip Wawancara Informan 5.....	155