

KOMODIFIKASI INTIMASI *FANS IDOL* DALAM INDUSTRI BUDAYA POPULER *K-POP*

(Studi Kasus: ARMY Indonesia Pengguna Weverse)



**Anisah Zahra Labibah
1406618062**

**Skripsi ini Disusun untuk Memenuhi Persyaratan dalam
Mendapatkan Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)**

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2023**

ABSTRAK

Anisah Zahra Labibah, Komodifikasi Intimasi *Fans Idol* dalam Industri Budaya Populer *K-Pop* (Studi Kasus ARMY Indonesia Pengguna Weverse) Skripsi, Jakarta: Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta, 2023.

Penelitian ini bertujuan melihat bagaimana perusahaan hiburan dalam industri *K-Pop* mengkomodifikasikan intimasi dengan cara memediasi hubungan antara *idol* dan penggemar dan mengambil keuntungan dari hal tersebut. Selain itu penelitian ini juga bertujuan melihat peran media digital dalam intimasi tersebut dan dampak sosial dari intimasi tersebut terhadap penggemar *idol K-Pop* terutama penggemar internasional.

Penelitian ini dibuat menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian studi kasus. Konsep yang digunakan untuk penelitian ini sendiri adalah intimasi dan komodifikasi. Penelitian ini dilakukan pada penggemar pengguna aktif platform media digital Weverse dengan 6 orang informan yang merupakan ARMY. Data penelitian dikumpulkan melalui metode observasi, wawancara mendalam, dan studi pustaka. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori intimasi Giddens dan teori komodifikasi Adorno.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hybe Corporation sebagai perusahaan induk dari platform Weverse.io dan BigHit Music, label yang menaungi BTS mendapat keuntungan dari interaksi BTS dan ARMY. Hybe Corporation memediasi interaksi melalui berbagai cara, mulai dari terlibat dalam produksi musik dan konten, manajemen citra publik BTS hingga menyediakan Weverse.io sebagai ruang komunitas dan tempat dimana BTS dan ARMY dapat berinteraksi dan membangun intimasi. ARMY memaknai ruang komunitas tersebut sebagai “rumah” karena terdapat rasa ketergantungan dan pemenuhan identitas dari koneksi personal yang dirasakan ARMY dengan BTS dan ARMY lainnya dalam “rumah” tersebut. Hybe Corporation kemudian mendapatkan keuntungan dari dukungan yang diberikan ARMY untuk mengapresiasi “rumah” tersebut, baik berupa keuntungan finansial maupun fandom dengan jumlah dan loyalitas yang besar. Dampak sosial yang dirasakan ARMY dari “rumah” tersebut adalah ikatan sosial baru dengan teman-teman fandom lainnya meskipun adapula ARMY yang merasakan kelonggaran dalam ikatan sosial di dunia nyata.

Kata Kunci: *Fandom, Fans, Media Digital, Interaksi Parasosial, Komodifikasi, Intimasi*

ABSTRACT

Anisah Zahra Labibah, *Commodification of Intimacy on Idol Fans in Popular Culture Industry of K-Pop (Case Study of Indonesian ARMY on Weverse.io)*, Undergraduate Thesis, Jakarta: Major of Sociology, Faculty of Social Sciences, Jakarta State University, 2023.

This research aim to examine how entertainment companies in K-Pop industry commodified intimacy by mediating the relationship between idol and fans and capitalizing it. Additionally, this research aims to investigate the role of digital media in facilitating idol and fans interaction and the social impact it have on K-Pop idol fans, especially international fans.

This research used a qualitative approach using a case study as methodology. The key concepts of this research are intimacy and commodification. This research was conduct among fans who use digital platform provided by Hybe Corporation, named Weverse, with 6 informants which are Weverse active user who identified as ARMY. The data were collected through observations, in-depth interviews, and literature review. Data triangulations was conducted by comparing the secondary data with the results of in-depth interviews. This research use Giddens's theory of Intimacy and Adorno's theory of commodification.

This research found that Hybe Corporation as a parent company of Weverse.io platform and Bighit Music, the label who manages BTS, benefited from interactions of BTS and ARMY. Hybe Corporation mediates the interaction by being invloved in music and content production, managing BTS's public images, and providing Weverse.io as a community spaces and places where BTS and ARMY can interacted and build intimacy. ARMY perceives this community spaces as their "home" due to the sense of dependency and identity fullfilment derived from personal connections formed with BTS and fellow ARMY in this "home". Hybe Corporation then, gains benefits from the support given by ARMY as a appreciation for the "home", such as financial capital and a large number and loyalty of fandom. ARMY gets social connection and friends from the fandom, even though some of them experienced not so tight social connection in real life

Keywords: *Fandom, Fans, Digital media, Parasocial Interaction, Intimacy, Commodification.*

LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab/Dekan Fakultas Ilmu Sosial

Universitas Negeri Jakarta

Prof. Dr. Sarkadi, M.Si

NIP. 196907041994031002

No.	Nama Dosen	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Dr. Evy Clara, M.Si</u> NIP. 195909271984032001 Ketua Sidang		16 Agustus 2023.
2.	<u>Atik Kurniawati, M.Si</u> NIP. 199110012022032014 Sekretaris Sidang		17 Agustus 2023.
3.	<u>Rusfadia Saktiyanti Jahja, M.Si</u> NIP. 197810012008012016 Penguji Ahli		15 Agustus 2023.
4.	<u>Meila Riskia Fitri, MA</u> NIP. 198905102019032025 Dosen Pembimbing I		18 Agustus 2023.
5.	<u>Dr. Robertus Robet, MA</u> NIP. 197105162006041001 Dosen Pembimbing II		15 Agustus 2023.

Tanggal Lulus: Selasa, 8 Agustus 2023

LEMBAR ORISINALITAS



Program Studi Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial
Universitas Negeri Jakarta

Dengan ini peneliti menyatakan bahwa skripsi yang ditulis dengan judul “Komodifikasi Intimasi *Fans Idol* dalam Industri Budaya Populer K-Pop (Studi Kasus ARMY Indonesia pengguna Weverse)” merupakan sepenuhnya karya milik sendiri. Di dalamnya tidak terdapat bagian yang mengikuti ataupun melakukan plagiarisme dari karya orang lain serta tidak melakukan penjiplakan ataupun pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya.

Jakarta, 22 Juli 2023

A handwritten signature in black ink is written over a square QR code. The QR code is pink and white. The signature is written in a cursive style.

Anisah Zahra Labibah

1406618062



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Anisah Zahra Labibah
NIM : 1406618062
Fakultas/Prodi : Fakultas Ilmu Sosial/Sosiologi
Alamat email : Anisah.Labibah17@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

KOMODIFIKASI INTIMASI FANS IDOL DALAM INDUSTRI BUDAYA

POPULER K-POP (Studi Kasus: ARMY Indonesia Pengguna Weverse)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 21 Agustus 2023

Penulis

(Anisah Zahra Labibah)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kemudahan bagi penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Komodifikasi Intimasi *Fans Idol* dalam Industri Budaya Populer *K-Pop* (Studi Kasus Army Indonesia Pengguna Weverse)”. Skripsi ini ditujukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S. Sos) dari program studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta. Penulis mendapatkan banyak dukungan, doa dan bimbingan dalam proses pembuatan skripsi ini. Untuk itu peneliti ingin mengucapkan terimakasih pada:

1. Prof. Dr. Sarkadi, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.
2. Ibu Meila Riskia Fitri, MA.selaku Koordinator Program Studi Sosiologi serta Dosen Pembimbing I yang memberikan banyak arahan serta dukungan kepada peneliti selama penelitian skripsi ini berlangsung. Terimakasih banyak bu atas bimbingan dan kebaikan ibu pada peneliti.
3. Bapak Dr. Robertus Robet, M.A selaku Dosen Pembimbing II yang memberikan masukan serta kritik kepada peneliti dalam proses penelitian skripsi ini.
4. Ibu Rusfadia Saktiyanti, M.Si selaku penguji ahli yang telah memberikan berbagai saran, masukan, dan arahan yang baik untuk memperbaiki kekurangan dalam skripsi ini.
5. Ibu Dr. Evy Clara, M.Si selaku ketua sidang yang telah memberikan saran dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Atik Kurniawati, M.Si selaku sekretaris sidang yang telah membantu dalam memperbaiki skripsi ini dalam teknis penulisan.
7. Dosen program studi Sosiologi dan Pendidikan Sosiologi yang selama ini telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman selama peneliti menempuh pendidikan di Program Studi Sosiologi, Universitas Negeri Jakarta
8. Informan dalam penelitian ini yang telah meluangkan waktu dan memberi kesempatan pada peneliti untuk melakukan wawancara sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini. Tidak lupa teman-teman ARMY dan

BTS yang memberikan semangat dan dukungan mental pada peneliti serta memberikan peneliti ide untuk menyusun penelitian ini.

9. Charina Puspita dan Ratu Nurul Afini, kedua suhu yang berkontribusi besar dalam penelitian ini. Teman yang membantu peneliti menyusun penelitian ini. Mencarikan informan, memberikan berkas, saran dan koreksi *layout* dan format skripsi, transkrip, dan banyak lainnya. Terimakasih teman, tanpamu peneliti mungkin tidak akan lulus.
10. Kedua orang tua peneliti, ayah dan ibu peneliti yang telah berkorban dan tak henti-hentinya mendoakan peneliti, yang selalu menyayangi peneliti dan mendukung peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini. Tidak lupa adik peneliti, Pong yang selalu membantu peneliti mencari kata dan bahasa yang tepat dalam pembuatan penelitian ini dan selalu membantu peneliti di rumah.
11. Kak Ali dan Kak Jojo, kedua atasan peneliti yang menjadi tempat peneliti berkonsultasi tentang kekhawatiran peneliti terhadap skripsi, pekerjaan, dan kehidupan. Terimakasih banyak kak Ali dan kak Jojo atas arahan, semangat, bantuan, ilmu dan banyak hal lainnya yang tidak dapat penulis ungkapkan disini.
12. Kak Sara, Kak Fara, Kak Mifta, Kak Irsak, kak Dona dan kak Dias sebagai senior peneliti yang selalu menanyakan kapan lulus, memberikan dukungan, saran, menjadi tempat peneliti berkonsultasi dan mendapatkan arahan untuk menyelesaikan penelitian ini. Terimakasih telah membagi pengalaman dan membantu peneliti dalam pekerjaan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
13. Delisa, Ida, Nikmah dan Hilya, teman-teman peneliti dari Klan Naga Emas yang berjuang bersama-sama dalam menyelesaikan penelitian, memberikan dukungan dan semangat satu sama lain, menemani dan membantu peneliti selama berkuliah di UNJ.
14. Kia dan Danu, kedua teman dekat, teman magang sekaligus teman peneliti dalam menyusun penelitian mengenai *K-Pop*. Terimakasih telah memberi inspirasi, menjadi informan awal untuk peneliti, memberikan informasi dan jurnal terkait pada peneliti selama peneliti menyusun penelitian ini.

15. Nandi, Kolni, Ajeng dan Yeyi, teman-teman Rojali yang menjadi tempat peneliti untuk bercerita, berbagi, mendapatkan informasi seputar *K-Pop* dan mendapatkan dukungan selama menyusun penelitian ini. Terimakasih telah memberikan dukungan mental untuk peneliti, menjadi teman dikala sulit dan bahagia, membantu peneliti mendapat informan untuk penelitian ini dan merayakan banyak cerita bersama peneliti.
16. Diva, Ima, Theza, Marthio, Rezki, kak Ayu, kak Okta, Naura dan Akbar. Teman-teman yang menjadi tempat peneliti bertanya, berusaha memberikan bantuan pada peneliti, membantu peneliti, mendapatkan *insight* terkait isi penelitian dan menanyakan keadaan peneliti selama proses penyusunan penelitian ini.
17. Saddam Adha, terimakasih telah menemani peneliti selama beberapa bulan belakangan, menemani peneliti mengurus keperluan skripsi dan menjadi tempat peneliti mengisi energi dalam menyusun penelitian ini.
18. Teman-teman Projek Kebaikan yang selalu memberi dukungan, menjadi teman berjalan dalam kebaikan, mengajak peneliti untuk mengisi energi dan menjaga hati peneliti agar tetap sehat.
19. Terimakasih teman-teman peneliti dari program studi Sosiologi angkatan 2018 yang memberikan banyak cerita, pengalaman, membantu peneliti berkembang dan tempat peneliti belajar untuk menjadi orang yang lebih baik lagi.

Penulis menyadari bahwa dalam karya ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan karya tulis ini. Semoga, karya ini menjadi inspirasi bagi peneliti-peneliti selanjutnya.

Jakarta, 23 Juli 2023



Anisah Zahra Labibah

NIM. 1406618062

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR SKEMA	xv
DAFTAR ISTILAH	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.4.1 Manfaat Teoritis	15
1.4.2 Manfaat Praktis	16
1.5 Tinjauan Penelitian Sejenis	16
1.6 Kerangka Konseptual	25
1.6.1 Komodifikasi dalam Industri Budaya Populer.....	25
1.6.2 Intimasi Fandom Idol	26
1.6.3 Hubungan Parasosial dalam Media Digital.....	28
1.7 Metodologi Penelitian	30
1.7.1 Pendekatan Penelitian	31
1.7.2 Subjek Penelitian	31
1.7.3 Lokasi dan Waktu Penelitian	32
1.7.4 Teknik Pengumpulan Data.....	33
1.7.5 Teknik Triangulasi Data	34
1.8 Sistematika Penelitian	34

BAB II PLATFORM DIGITAL WEVERSE SEBAGAI RUANG PENGHUBUNG BTS DAN ARMY	37
2.1 Pengantar.....	37
2.2 Platform Media Digital Weverse	38
2.3 Komunitas Penggemar (Fandom) ARMY	43
2.3.1 Profil Informan AG.....	45
2.3.2 Profil Informan CP.....	45
2.3.3 Profil Informan SS	46
2.3.4 Profil Informan MDS	46
2.3.5 Profil Informan NNA	47
2.3.6 Profil Informan AO.....	47
2.3.7 Profil Informan NN.....	48
2.4 Interaksi BTS dan ARMY dalam Platform Digital Weverse.....	48
2.4.1 Konten Video	48
2.4.2 Siaran Langsung.....	49
2.4.3 Unggahan Komunitas.....	50
BAB III INTIMASI ANTARA BTS DAN ARMY INDONESIA	52
3.1 Pengantar.....	52
3.2 Mediasi Weverse sebagai Ruang Komunitas Digital.....	52
3.3 Koneksi Personal ARMY dengan Anggota BTS.....	58
3.4 Sense of Belonging dalam Fandom ARMY	63
3.5 Loyalitas ARMY terhadap BTS.....	67
3.6 Kesimpulan	71
BAB IV KOMODIFIKASI INTIMASI PADA ARMY INDONESIA	74
4.1 Pengantar.....	74
4.2 Grup Idol BTS sebagai Produk Budaya Populer	74
4.2.1 Sistem Idol dalam industri Budaya Populer K-Pop	74
4.2.2 Pesan dalam Produksi Musik	84
4.2.3 Cerita Dibalik Layar.....	94
4.3 Komodifikasi Intimasi ARMY dan BTS dalam Media Digital Weverse	102
4.4 Profit dari Intimasi	112
4.5 Kesimpulan	119

BAB V PENUTUP.....	121
5.1 Kesimpulan	121
5.2 Saran	123
DAFTAR PUSTAKA.....	124
LAMPIRAN.....	132
RIWAYAT HIDUP	133