

# **HIPERREALITAS PEMUJA IDOLA DALAM MASYARAKAT KONSUMSI**

**(Studi Kasus 6 Penggemar BTS (ARMY) di Jakarta Pusat)**



**Marsyanda Kamalia**

**1405620057**

**Skripsi ini Ditulis untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam  
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SOSIOLOGI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2024**

## ABSTRAK

**Marsyanda Kamalia, *Hiperrealitas Pemuja Idola dalam Masyarakat Konsumsi (Studi Kasus: 6 Penggemar BTS (ARMY) di Jakarta Pusat)*. Skripsi. Jakarta: Program Studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta, 2024.**

Penelitian ini memiliki tiga tujuan utama. *Pertama*, untuk mendeskripsikan terkait perilaku penggemar BTS ARMY dalam pemujaan idola. *Kedua*, untuk mendeskripsikan bentuk hiperrealitas pemuja idola dalam masyarakat konsumsi. *Terakhir*, untuk mendeskripsikan dampak dari hiperrealitas pemuja idola dalam masyarakat konsumsi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan metode studi kasus. Data pada penelitian ini diperoleh melalui hasil wawancara, observasi, dokumentasi dan studi literatur. Subjek penelitian ini terdiri dari 6 (enam) orang informan yaitu penggemar K-Pop dalam *fandom* ARMY. Penelitian ini juga menggunakan triangulasi data meliputi 3 (tiga) orang informan triangulasi, antara lain 1 (satu) orang tua dari informan, 1 (satu) orang teman dekat informan, dan 1 (satu) orang adik kandung dari informan. Triangulasi yang digunakan juga dilihat berdasarkan unggahan gambar atau aktivitas informan sebagai seorang penggemar BTS ARMY melalui aplikasi media sosial Instagram dan Aplikasi X (twitter) informan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku penggemar dalam pemujaan idola yaitu mendengarkan musik, mengikuti konten dan aktivitas artis idola, melakukan *streaming* dan *voting*, membawa aksesoris penggemar, membeli *merchandise* atau barang K-Pop, juga turut menonton atau mendatangi konser dan acara-acara yang berkaitan dengan artis idolanya. Perilaku penggemar terhadap budaya K-Pop tersebut membawa pengaruh yang besar terhadap daya tarik penggemar ke budaya Korea secara luas, salah satunya ketertarikan penggemar untuk mempelajari bahasa Korea. Adapun bentuk dari hiperrealitas yang membawa penggemar untuk melakukan pemujaan secara berlebihan, dimana penggemar banyak menghabiskan waktu, tenaga, dan uang untuk mengejar citra dan gaya hidup agar bisa lebih dekat dengan artis idola. Hal ini berhubungan dengan konsep simulakra dan hiperrealitas Jean Baudrillard, kecenderungan penggemar untuk memiliki kesamaan akan kesukaan dan perilaku agar bisa merasa lebih dekat dengan artis idolanya yaitu lewat pola perilaku yang dilakukan dan budaya yang dikonsumsi penggemar. Hiperrealitas juga mengakibatkan terjadinya pergeseran logika atas realitas penggemar dan budaya yang dikonsumsi penggemar. Terakhir, yaitu dampak sosial yang ditimbulkan adalah memiliki keinginan untuk memiliki peluang usaha, menabung, menemukan minat dan bakatnya serta bisa berempati dengan kesehatan mental dirinya sendiri, dan adapun dampak negatif dari adanya pemujaan idola adalah timbulnya sikap fanatisme dan gaya hidup yang konsumtif.

***Kata Kunci: Pemujaan Idola, Hiperrealitas, Budaya Populer, Fandom, ARMY, BTS***

## ABSTRACT

**Marsyanda Kamalia, *Hyperreality of Idol Worshipers in a Consumer Society (Case Study: 6 BTS (ARMY) Fans in Central Jakarta)*. Thesis. Jakarta: Sociology Education Study Program, Faculty of Social Sciences, Jakarta State University, 2024.**

*This research has three main objectives. First, to describe the behavior of K-Pop ARMY fans in idol worship. Second, to describe the hyperreality of idol worshipers in consumer society. Finally, to describe the impact of the hyperreality of idol worship in consumer society.*

*This research uses a qualitative research approach with a case study method. The data in this research was obtained through interviews, observation, documentation and literature study. The subjects of this research consisted of 6 (six) informants, namely K-Pop fans in the ARMY fandom. Then it was completed by 3 (three) triangulation informants, namely 1 (one) parent of the informant, 1 (one) close friend of the informant, and 1 (one) sibling of the informant. The triangulation used was also seen based on the informant's image uploads or activities as a K-Pop fan via the informant's social media application Instagram and Application X (twitter).*

*The results of this research show that fan behavior in idol worship is listening to music, following idol artist content and activities, streaming and voting, bringing fan accessories, buying K-Pop merchandise or goods, also watching or attending concerts and related events. with his idol artist. Fans' behavior towards K-Pop culture has a big influence on fans' attraction to Korean culture at large, one of which is fans' interest in learning Korean. There is a form of hyperreality that leads fans to excessive worship, where fans spend a lot of time, energy and money to pursue an image and lifestyle in order to be closer to their idol artists. This is related to Jean Baudrillard's concept of simulacra and hyperreality, the tendency of fans to have similar likes and behavior in order to feel closer to their idol artists, namely through the patterns of behavior carried out and the culture consumed by fans. Hyperreality also results in a shift in the logic of fan reality and the culture that fans consume. Finally, the social impact that arises is having the desire to have business opportunities, save money, discover one's interests and talents and be able to empathize with one's own mental health, and the negative impact of idol worship is the emergence of fanaticism and a consumerist lifestyle.*

**Keywords: Idol Worship, Hyperreality, Popular Culture, Fandom, ARMY, BTS**

## GLOSARIUM

- ARMY** :Sebutan untuk Penggemar yang menyukai BTS
- BTS** :*Boygrou*p asal Korea Selatan
- Bias** :Anggota favorit atau yang paling disukai oleh penggemar K-Pop pada satu grup idola
- Celebrity Worship** :Keadaan dimana seseorang memiliki perasaan yang intens dan dinilai berlebihan terhadap artis yang disukai
- Cosplay** :Kegiatan dimana seseorang memakai kostum, riasan, dan berperilaku menyerupai sebuah karakter
- Fanbase** :Sebuah kumpulan penggemar yang ada di sosial media dan dibuat khusus bagi para penggemar yang memiliki rasa suka serta minat yang sama
- Fandom** :Komunitas penggemar artis K-Pop yang memiliki kesamaan hobi yang sama
- Fanmade** :Aksesoris yang diproduksi dan dikonsumsi dari penggemar untuk penggemar
- Fanwar** :Permasalahan yang timbul antara sesama satu penggemar atau lebih dalam sebuah *fandom* yang berbeda
- Freebies** :Hadiah yang dibuat dan diberikan kepada sesama penggemar K-Pop secara gratis

**Group Order (GO)** :Platform digital bagi penjual yang menjual *merchandise* atau barang-barang K-Pop

**Hallyu** :Gelombang Budaya Korea Selatan

**K-Popers** :Sebutan untuk Penggemar K-Pop

**Merchandise** :Produk atau barang dagangan yang dijual untuk tujuan komersial

**Reality Show** :Sebuah acara yang menampilkan realitas kehidupan seseorang atau selebriti kemudian disiarkan melalui jaringan televisi atau acara di platform

**Variety Show** :Sebuah acara atau hiburan yang menampilkan pertunjukkan musik dan dibalut dengan komedi, biasanya dipandu oleh pembaca acara

**Weverse** :Aplikasi khusus Penggemar K-Pop untuk mengikuti aktivitas idolanya

## LEMBAR ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Marsyanda Kamalia

No. Registrasi : 1405620057

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Hiperrealitas Pemuja Idola Dalam Masyarakat Konsumsi (Studi Kasus 6 Penggemar BTS (ARMY) di Jakarta Pusat)" ini sepenuhnya adalah karya sendiri. Tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan plagiat dari karya orang lain dan semua kutipan yang ada di skripsi ini telah dituliskan sesuai dengan tata cara penulisan kutipan yang berlaku dalam kaidah keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi yang dijatuhkan apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya ini.

Jakarta, 19 Juni 2024



Marsyanda Kamalia



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://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 : Marsyanda Kamalia  
NIM : 1405620057  
Fakultas/Prodi : Fakultas Ilmu Sosial/Pendidikan Sosiologi  
Alamat email : marsyakamalya9@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 :

Hiperrealitas Pemuja Idola Dalam Masyarakat Konsumsi (Studi Kasus 6 Penggemar BTS (ARMY) di Jakarta Pusat)

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, 22 juli 2024

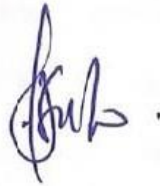



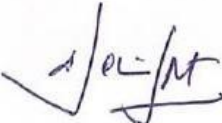
Penulis

(Marsyanda Kamalia)

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab / Dekan Fakultas Ilmu Sosial  
Universitas Negeri Jakarta



No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Achmad Siswanto, M.Si</u> NIDN.0021048507 Ketua Sidang		Rabu, 17 Juli 2024
2.	<u>Suyuti, M.Pd</u> NIP. 198401162019031005 Sekretaris Sidang		Kamis, 18 Juli 2024
3.	<u>Dr. Ahmad Tarmiji, M.Si</u> NIDN. 0011108605 Penguji Ahli		Kamis, 18 Juli 2024
4.	<u>Mayang Puti Seruni, M.Si</u> NIP. 198708312020122003 Dosen Pembimbing I		Kamis, 18 Juli 2024
5.	<u>Devi Septiandini, M.Pd</u> NIP. 199009192023212052 Dosen Pembimbing II		Kamis, 18 Juli 2024

Tanggal Lulus: Selasa, 16 Juli 2024



## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

**“Ada hal yang lebih penting dari menjadi Diri Sendiri,**

**yaitu menjadi apa yang Allah SWT Ridhoi.”**

-Anonymous

**”There are many sad days. But rather than sad days, we hope to have a better days. That’s what make us live. That’s what make us dream. That’s what drives us to desire for something.”**

-Kim Namjoon

### PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk Allah SWT dan kedua orang tua yang saya sayangi, terutama untuk ibu yang selalu memberikan dukungan dan doa yang tiada henti kepada saya dalam mengiringi setiap langkah dan pengorbanan usaha yang saya jalani dari awal hingga saat ini.

Kemudian saya persembahkan kepada kedua dosen pembimbing saya yang telah banyak membantu dan mendukung sampai saya bisa menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa kepada sahabat – sahabat dekat saya yang sampai saat ini masih bertahan untuk memberikan dukungan, semangat, serta doa untuk kelancaran proses pendidikan saya. Terakhir, saya persembahkan ini untuk diri saya sendiri karena telah berhasil membuktikan bahwa ternyata saya kuat dan bisa melewati hal yang telah saya mulai hingga sampai di tahap

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "Hiperrealitas Pemuja Idola Dalam Masyarakat Konsumsi (Studi Kasus 6 Penggemar BTS (ARMY) di Jakarta Pusat). Skripsi ini merupakan tugas akhir dalam perkuliahan tingkat Sarjana yang penulis jalani guna memenuhi persyaratan dalam mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) pada Program Studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.

Dalam proses penyusunan serta penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan berupa doa, dukungan, semangat, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih dan apresiasi sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Firdaus Wajdi, M.A., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.
2. Bapak Ubedilah Badrun, M.Si selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.
3. Ibu Mayang Puti Seruni, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing penulis dengan sabar dan penuh kasih sayang dalam memberikan masukan, arahan, dan motivasi penulis sejak awal penulisan *Reading Course* hingga akhir. Terimakasih karena telah berperan sebagai seorang "ibu peri" yang mengerti keadaan dan memberikan doa, dukungan serta semangat tiada henti kepada penulis. Terimakasih karena selalu

memberikan kepercayaan kepada penulis untuk bisa bangkit dan kuat selama mengerjakan skripsi ini.

4. Ibu Devi Septiandini, M.Pd selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing penulis dengan sabar dalam memberikan masukan, arahan, dan motivasi kepada penulis seperti seorang "ibu". Terimakasih telah memberikan doa dan dukungan yang meyakinkan penulis untuk bisa menjadi seseorang yang kuat dan berani serta mempercayai penulis untuk menjadi orang yang lebih percaya diri untuk maju, bukan hanya terkait skripsi akan tetapi juga pemahaman di dunia kerja nantinya.
5. Bapak Achmad Siswanto, M.Si selaku Ketua Sidang yang telah memberikan masukan, arahan, semangat, bimbingan, dan motivasi kepada penulis. Terimakasih karena selalu sudah percaya dan meyakinkan penulis untuk bisa mengejar apa yang penulis inginkan dan impikan.
6. Bapak Suyuti M.Pd selaku Sekretaris Sidang yang telah memberikan masukan, arahan, semangat, bimbingan, dan motivasi kepada penulis.
7. Bapak Dr. Ahmad Tarmiji M.Si selaku Penguji Ahli Sidang Skripsi yang telah memberikan masukan, arahan, semangat, bimbingan, dan motivasi kepada penulis.
8. Seluruh Dosen Pengajar Program Studi Pendidikan Sosiologi dan Sosiologi yang telah memberikan ilmu, pembelajaran, pengalaman, dan pengetahuan kepada penulis selama proses studi di Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Jakarta.

9. Mba Yusliana selaku Staff Admin Program Studi Pendidikan Sosiologi yang telah memberikan informasi yang sangat berguna dan membantu penulis selama proses perkuliahan hingga tahap penyelesaian skripsi.
10. Kedua orang tua penulis, Ibu Nurmala dan Bapak Sukanto yang senantiasa selalu mendoakan kelancaran proses penyusunan skripsi ini. Terutama untuk ibu, terimakasih yang tidak terhingga karena sudah sangat berperan penting dalam proses penyusunan skripsi ini dari awal, selalu menemani, menghibur, menyemangati, mendoakan, dan tak lupa selalu merayakan segala bentuk hasil dan pencapaian yang telah penulis lakukan hingga sampai saat ini. Terimakasih karena selalu mengapresiasi setiap hal kecil yang penulis lakukan selama masa perkuliahan ini, selalu mendengarkan keluh kesah, selalu memperhatikan hal kecil mulai dari bimbingan *online* pertama hingga sidang akhir, dan selalu menjadi garda terdepan penulis dalam segi jasmani dan rohani. Dan teruntuk bapak, penulis ucapkan terimakasih tak terhingga karena selalu mendoakan, dan memberikan penulis semangat tiada hentinya, selalu mengapresiasi dan membanggakan penulis apapun bentuk proses yang telah dilakukan.
11. Keluarga besar penulis, yaitu Karen, Emak Halimah, Oya, Enek, Bude H. Adawiyah, Om Jenjeng, Om Cicit, Bunda Lely, Pakde Hj, Mama Elis, Tante Finta dan Tante Lina, serta adik Fardhan yang telah memberikan penulis semangat dan motivasi berupa keharmonisan dan dukungan yang hangat dalam lingkungan keluarga, sehingga penulis tidak pernah merasa kesepian ketika sedang menyusun skripsi.

12. Seluruh informan yang telah bersedia untuk menjadi subjek penelitian dan mau untuk diwawancarai serta telah banyak membantu hingga penelitian ini bisa selesai.
13. *Support system* terbaik penulis hingga skripsi ini selesai, penulis berikan apresiasi dan rasa syukur karena telah dipertemukan oleh Madewitha Marholong dan Fasya Prayunindita, terimakasih karena telah memberikan dukungan, afirmasi, doa, bimbingan, serta menjadi penolong ketika penulis mengalami kesulitan dalam menyusun skripsi. Terimakasih banyak karena telah bersedia menjadi seseorang yang mendukung dengan tulus, seseorang yang selalu memberikan arahan yang positif, selalu mendorong penulis untuk terus maju, memberikan segenap waktunya selalu bersedia mendengarkan, menenangkan, dan memberikan solusi atas seluruh ketakutan dan keluh kesah yang penulis ceritakan.
14. Sahabat SMA penulis yaitu Salma Nur Afifah, Adelia Zahwa, dan Geng Istigfar yaitu Mia, Rara, dan Nanda yang telah setia menemani, mendukung, mendoakan, memotivasi serta mendengarkan seluruh keluh kesah penulis ketika penulis sedang demotivasi, lelah, dan ingin menyerah.
15. Teman-teman dekat SMA penulis yang menjadi teman dekat penulis dari SMA hingga saat ini. Terimakasih karena telah memberikan doa, dukungan, semangat, dan hiburan untuk penulis.
16. Teman-teman Pendidikan Sosiologi A, yaitu Lita, Geng Laskar (Jihan, Firda, Meila, Aldi, Nauval) Niko, Yuyun, dan Alya serta teman-teman lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu karena telah banyak membantu, menemani, menguatkan, dan memberikan semangat untuk

penulis selama proses perkuliahan. Semoga Allah SWT mempermudah langkah yang akan kita tempuh dalam meraih kesuksesan karir dan kebahagiaan dunia serta akhirat.

17. Teman-teman PKM dari Prodi Sejarah, yaitu Salsa, Tea, Sheva, dan Ubay yang telah banyak membantu mendoakan, mendukung, serta memberikan semangat dan apresiasi kepada penulis dari proses PKM hingga sidang akhir.

18. Lee Heeseung ENHYPEN yang telah menjadi sumber utama penyemangat penulis saat suka maupun duka, terimakasih karena selalu hadir tepat saat penulis sedang merasa putus asa, meskipun hanya melalui media sosial, akan tetapi peneliti selalu merasa ada yang menemani. Terimakasih selalu menciptakan musik indah dan lirik yang membuat peneliti berkesan dan tidak merasa sendiri lagi.

19. Seluruh anggota dari Bangtan Sonyeondan (BTS) yang menjadi sumber penyemangat, kebahagiaan, dan alasan penulis untuk mau meneliti, terimakasih atas segala motivasi dan kalimat membangun yang telah kalian kirim lewat *Weverse* ataupun lewat lirik dalam lagu-lagu kalian yang membuat penulis bersyukur dan mau melanjutkan kehidupan, meskipun saat ini kalian sedang hiatus, namun penulis tetap cinta kepada kalian. Terimakasih kepada Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, dan Jeon Jungkook karena telah menjadi bagian dari proses dan perjalanan hidup penulis.

20. Terakhir, penulis ingin mengucapkan rasa syukur dan terimakasih kepada diri ini yang telah mampu dan mau berjuang serta bertahan hingga sejauh

ini. Terimakasih ya cha udah kuat, terimakasih karena mau menyelesaikan ini dengan baik, dengan maksimal, dengan hati yang tulus dan dengan kesabaran. Sekali lagi, terimakasih untuk Marsyanda Kamalia sudah membuktikan bahwa setelah perjalanan yang panjang akan selalu ada matahari yang bersinar terang. Terimakasih untuk tidak menyerah.



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iii</b>
<b>GLOSARIUM</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR ORISINALITAS</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xx</b>
<b>DAFTAR SKEMA</b> .....	<b>xxi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan Penelitian.....	8
1.3 Fokus Penelitian.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.6 Tinjauan Penelitian Sejenis.....	10
1.7 Kerangka Konseptual.....	16
1.7.1 Budaya Populer.....	16
1.7.2 Budaya Populer sebagai Media Penyebaran <i>Korean Wave (Hallyu)</i> .....	18
1.7.3 Pemujaan Idola Penggemar <i>Boygrouop</i> sebagai Suatu Hiperrealitas.....	19
1.8 Metodologi Penelitian.....	20
1.8.1 Pendekatan Penelitian.....	20
1.8.2 Subjek Penelitian.....	22
1.8.3 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	23
1.8.4 Peran Peneliti.....	23
1.8.5 Teknik Pengambilan Data.....	23
1.8.6 Triangulasi Data.....	25
1.9 Sistematika Penelitian.....	26



## **BAB II KONTEKS SOSIAL DAN PROFIL PENGGEMAR *BOYGROUP* KPOP ...**

2.1 Pengantar.....	28
2.2 Profil <i>Hallyu</i> .....	28
2.2.1 Sejarah <i>Hallyu</i> di Indonesia.....	28
2.2.2 Sejarah ARMY di Indonesia.....	30
2.3 Profil BTS (Bangtan Sonyeondan).....	33
2.4 Profil Lokasi.....	38
2.4.1 Gambaran Umum Aktivitas Pertemuan Penggemar di Jakarta Pusat.....	38
2.4.2 Konteks Sosial-Ekonomi ARMY di Jakarta Pusat .....	41
2.5 Profil Penggemar.....	43
2.6 Penutup.....	48

## **BAB III PERILAKU PENGGEMAR *BOYGROUP* K-POP DALAM PEMUJAHAN IDOLA .....**

3.1 Pengantar.....	50
3.2 Dinamika Pengalaman Penggemar K-Pop dalam Pemujaan Idola .....	50
3.2.1 Latar Belakang menjadi ” <i>K-Poppers</i> ” .....	50
3.2.2 Latar Belakang menjadi ”ARMY” .....	54
3.2.3 Pemaknaan Penggemar Terhadap Artis Idola .....	60
3.2.4 Pemaknaan Penggemar Terhadap <i>Hallyu</i> .....	65
3.3 Bentuk Perilaku Penggemar <i>Boygroup</i> K-Pop dalam Pemujaan Artis Idola.....	68
3.3.1 Kegiatan Rutin yang dilakukan sebagai Penggemar.....	69
3.3.2 Perilaku Konsumsi Produk K-Pop Penggemar.....	83
3.3.3 Perilaku Konsumsi Budaya Korea sebagai bagian dari Pemujaan Idola.....	88
3.4 Peran Media Sosial dalam Membentuk Perilaku Penggemar <i>Boygroup</i> K-Pop ....	91
3.5 Dampak Sosial Pemujaan Idola melalui Perilaku Penggemar .....	98
3.5.1 Dampak Positif Penggemar melakukan Pemujaan Idola.....	98
3.5.2 Dampak Negatif Penggemar melakukan Pemujaan Idola .....	106
3.6 Penutup.....	109

## **BAB IV ANALISIS HIPERREALITAS PEMUJA IDOLA PADA MASYARAKAT KONSUMSI .....**

4.1 Pengantar.....	111
4.2 Perilaku Penggemar sebagai Bentuk dari Simulasi Pemujaan Idola .....	111
4.3 Hiperrealitas Pada Penggemar K-Pop.....	120
4.3.1 Pergeseran Logika atas Realita Penggemar K-Pop terhadap <i>Boygroup</i> BTS.....	126

4.3.2 Budaya Konsumsi Penggemar sebagai Bentuk Pemujaan Idola .....	131
4.4 Refleksi Pendidikan: Menanamkan Kesadaran diri Penggemar akan Pentingnya Berpikir Kritis dan Literasi Dini di Era Postmodern.....	137
4.5 Penutup.....	142
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	
5.1. Kesimpulan.....	144
5.2. Saran.....	145
5.2.1 Akademisi .....	145
5.2.2 Masyarakat.....	146
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>147</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>151</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>217</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Subjek Penelitian .....	22
Tabel 2. 1 Album dan Track Lagu BTS Dari Tahun 2013-2023 .....	34
Tabel 2. 2 Profil Penggemar Boygroup K-Pop.....	47
Tabel 3. 1 Pandangan dan Sikap Penggemar <i>Boygrou</i> p K-Pop terhadap Idola.....	64
Tabel 3. 2 Kegiatan Penggemar BTS ARMY.....	68
Tabel 3. 3 Jumlah Musim dan Penayangan Konten <i>Bon Voyage</i> .....	74
Tabel 3. 4 Kegiatan Penggemar <i>Boygrou</i> p BTS ARMY .....	98
Tabel 3. 5 Bentuk Aktivitas Konsumsi-Produksi Penggemar.....	105
Tabel 3. 6 Pandangan Penggemar terkait Menabung.....	106
Tabel 4. 1 Tiga Tahapan Celebrity Worship dan Impikasinya .....	118
Tabel 4. 2 Kategorisasi Tingkatan Hiperrealitas Penggemar BTS (ARMY).....	123



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Negara yang Paling Banyak <i>Streaming</i> K-Pop.....	3
Gambar 1. 2 Rata-rata Durasi Penggemar Mengakses Konten K-Pop.....	5
Gambar 2. 1 BTS di Sidang Majelis Umum PBB Tahun 2018.....	36
Gambar 2. 2 BTS di Sidang Majelis Umum PBB Tahun 2021.....	37
Gambar 2. 3 Akun Instagram pribadi anggota BTS V dan Jimin.....	37
Gambar 3. 1 Logo Lama BTS ARMY .....	55
Gambar 3. 2 Konten BTS yang menarik Penggemar .....	58
Gambar 3. 3 Konsep Teori pada Musik Video BTS "Spring Day".....	60
Gambar 3. 4 Konten Run BTS .....	71
Gambar 3. 5 Unggahan Informan FS saat menonton Run BTS .....	72
Gambar 3. 6 Konten Bon Voyage .....	73
Gambar 3. 7 Informan Menonton Film Dokumenter BTS.....	75
Gambar 3. 8 Aksesoris yang Dibawa Penggemar K-Pop.....	78
Gambar 3. 9 Konser BTS <i>Online</i> .....	80
Gambar 3. 10 Tiket Nobar Konser <i>Online</i> Informan.....	82
Gambar 3. 11 Acara – acara buatan Penggemar <i>Boygrouop</i> K-Pop .....	83
Gambar 3. 12 Koleksi <i>Merchandise</i> Penggemar K-Pop .....	84
Gambar 3. 13 <i>Merchandise</i> yang berkolaborasi dengan BTS.....	85
Gambar 3. 14 ARMY <i>Membership Card Fanclub</i> .....	87
Gambar 3. 15 Drama yang sedang ditonton informan FS.....	91
Gambar 3. 16 Akun <i>Fanbase</i> BTS .....	94
Gambar 3. 17 Aktivitas Penggemar di Media Sosial IG dan X.....	95
Gambar 3. 18 Akun <i>Official Weverse</i> BTS .....	98
Gambar 3. 19 Dampak dari Mengonsumsi K-Pop .....	102
Gambar 3. 20 Aksesoris yang diproduksi oleh Penggemar <i>Boygrouop</i> .....	104

## DAFTAR SKEMA

Skema 1. 1 Tinjauan Penelitian Sejenis .....	15
Skema 1. 2 Kerangka Konseptual .....	16
Skema 3. 1 Latar Belakang Menjadi K-Popers.....	53
Skema 3. 2 Pandangan Penggemar terhadap Artis Idola .....	61
Skema 3. 3 Pembentukan Pandangan Penggemar terhadap Budaya <i>Hallyu</i> .....	68
Skema 4. 1 Konsep Semiotika dalam Hiperrealitas Penggemar BTS.....	122
Skema 4. 2 Aspek – Aspek dari adanya Pergeseran Logika Realitas Penggemar .....	131
Skema 4. 3 Relevansi Hiperrealitas Penggemar terhadap Pendidikan Budaya .....	141

