

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan dan kemajuan teknologi pada saat ini, membuat publik dengan mudah untuk memperoleh informasi dari seluruh dunia melalui media sosial. Media merupakan senjata utama sebagai penyalur dalam penyebaran budaya dunia, yang secara tidak langsung dapat mempengaruhi perubahan gaya hidup dari setiap individu, begitupun dengan adanya internet yang semakin cepat, dan sudah mudah untuk diakses dimana saja, serta kapan saja. Kemudahan dalam memperoleh informasi ini menyebabkan adanya pertukaran budaya antara satu daerah dengan daerah lainnya, baik budaya lokal maupun budaya asing yang masuk ke suatu negara (Alfadhil, 2021).

Pola kehidupan masyarakat semakin hari semakin hanyut dalam pandangan modernis dengan berkiblat kepada sistem budaya Barat atau yang dikenal dengan istilah “Westernisasi” (Suharni, (2015)). Adanya Westernisasi dapat mempengaruhi publik, seperti film, acara TV, musik, makanan, serta gaya berpakaian. Namun kini *westernisasi* juga merambat pada budaya Korea, yang dinamakan *Hallyu*, atau yang biasa kenal dengan *Korean Wave* (Ardianto, 2017). *Korean Wave* adalah istilah untuk penyebaran budaya populer Korea melalui hiburan dan budayanya seperti drama, musik, gaya hidup, gaya berbicara, bahasa hingga makanan dan minumannya (Indrinigtiyas, 2023)

Perkembangan *Korean Wave* tidak bisa dipungkiri sangat pesat dan dapat diterima publik oleh keberadaan media massa, sehingga menghasilkan sebuah fenomena *Korean Wave* di Indonesia. (Ardianto, 2017). Awalnya *Korean Wave* paling kuat menyebar, serta yang sangat disukai dan digemari oleh para penggemar ialah K-Drama (drama televisi Korea) dan K-Pop (musik pop Korea). Menurut *Korean Foundation for International Cultural Exchange (KOFICE)*, Indonesia menempati urutan ke-4 dengan minat yang tinggi akan *Korean Wave* terbesar di Dunia, terutama pada K-Drama dan K-Pop (2021).

Menurut *Philip Kotler* dan *Kevin Lane Keller*, bahwa media sosial merupakan sarana untuk berbagi informasi berupa teks, audio, maupun visual seperti gambar dan video kepada pengguna media sosial. Media sosial dapat menyatukan dua gagasan komunikasi, apa yang kita anggap sebagai komunikasi publik dan komunikasi pribadi (Kurniawan, 2019). Keduanya kini berlangsung dalam bingkai yang sama. Baik publik maupun pribadi terjadi dalam interaksi yang sama. Media publik dipersonalisasi karena masing-masing pesan dimasukkan ke dalam konteks baru sebagai bagian dari kinerja identitas online pengguna individu.

Kini teknologi semakin memadai untuk digunakan, baik dari fitur *software*, ukuran yang disesuaikan, hingga ke aplikasi media sosial. Interaksi yang terjadi di media sosial dapat membentuk hubungan interpersonal antara fans. Terutama untuk Generasi Milenial (generasi yang lahir dari tahun 1981-1996), serta Generasi Z (generasi yang lahir dari tahun 1997-2012) (Septiani.), yang sudah banyak mempunyai *handphone* serta akun-akun dari media sosial. Terutama *twitter*, *tiktok*, dan *instagram*. Masuknya *Korean Wave*, terutama pada industri Musik Pop Korea sangat berdampak cukup besar dan berpengaruh sehingga semakin banyak orang yang menyukai grup band dari Korea. (Anggraeni, 2019).

Bangtan Sonyeondan (BTS) merupakan salah satu yang kini sukses di kancah Internasional maupun di Korea Selatan sendiri. Grup ini terbentuk pada tahun 2010 dan memulai debutnya pada 2013 dengan anggota RM, Jin, Suga, J-Hope, Jimin, V, dan Jungkook. Fandom grup BTS dinamakan dengan ARMY atau kepanjangan dari *Adorable Representative M.C for Youth*. Pencapaian yang di dapat selama 11 tahun debut menjadi group band sudah tidak perlu diragukan lagi, kini mereka sedang menjalankan project solo masing-masing juga mendapatkan hasil yang sulit untuk bisa didapati di industri musik. Negara Korea Selatan sendiri sangat apresiasi terhadap pencapaian yang di dapat BTS, karena memberikan dampak yang cukup besar untuk Korea Selatan di industri Musik, Pariwisata, dan lain sebagainya (Kim, 2020).

Karya karya yang dibuat oleh BTS seperti lagu lagu nya, sangat memotivasi para fans nya. Hal ini karena lagu lagu yang berceritakan mengenai perjalanan kesuksesan mereka, tentang mencintai diri sendiri, dan lainnya. Hubungan yang diberikan dari BTS ke fans nya sangat loyal dan sangat berdampak, mereka benar benar menunjukkan rasa terima kasih kepada para fans nya, karena tanpa adanya ARMY (nama fandom BTS), BTS tidak ada bisa berhasil sukses sekarang. Maka keduanya saling memberikan dukungan, terbuka antara satu sama lain dan saling menghargai dalam segala hal walau hanya menggunakan media sosial saja. Hubungan antara Idol dan fans sangat dekat, sehingga fans merasa bahwa mereka tidak salah memilih atau menjadi fans dari BTS. Banyak yang diberikan dari fans untuk menunjukkan bahwa mereka memang tulus dalam memberikan dukungan.

Media sosial sendiri bisa menjadi tempat dimana setiap orang bisa bertukar informasi, atau terjadi bentuk komunikasi. Begitu pula dengan Grup Asal Korea Selatan ini, BTS menggunakan platform pertama mereka untuk saling berkomunikasi dengan fans nya melalui Twitter, dimana para member sering unggah foto atau video dari aktivitas dan kegiatan yang sedang mereka lakukan. Dilihat dari setiap unggahan di akunnya, BTS selalu mendapatkan banyak respon dari penggemarnya, melalui *reply*, *repost*, dan *like* yang mencapai ratusan ribu hingga jutaan jumlahnya. Hal ini menunjukkan bahwa para penggemar berusaha melakukan interaksi dengan idolanya walaupun hanya melalui media sosial. (Ardianto, 2017)

Agensi BTS, yaitu BigHit, melihat semakin banyaknya *antusiasme* dari penggemar di seluruh dunia. Oleh karena itu, mereka memutuskan untuk mencoba membuat aplikasi sendiri bernama Weverse. Melalui aplikasi ini, para penggemar tetap dapat berkomunikasi dan berinteraksi dengan idola mereka dengan membagikan konten. Weverse adalah platform yang digunakan oleh artis Korea untuk berhubungan dengan penggemarnya. Diluncurkan oleh Big Hit Entertainment pada tahun 2019, tujuan dari aplikasi ini adalah mempererat hubungan antara idola Korea dengan penggemarnya. Melalui Weverse, para idol Korea seperti BTS dapat berbagi video, foto, dan berkomunikasi dengan

penggemar melalui kolom komentar atau siaran langsung. Aplikasi ini juga menyediakan penerjemah bahasa untuk membantu menerjemahkan konten dari idola Korea ke berbagai bahasa. Dengan Weverse, ARMY dapat bertukar konten dan pesan dengan BTS, sehingga menciptakan hubungan yang lebih erat di antara mereka.

Peneliti menggunakan beberapa penelitian terdahulu yang digunakan sebagai rujukan, salah satunya adalah "*Interaksi Sosial Fandom ARMY Di Media Sosial*", penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Hasil penelitian bahwa media sosial yang digunakan ialah Weverse, platform ini memperoleh informasi, dan melibatkan bentuk kerja sama yang diberikan para fans untuk mendukung dan memotivasi baik kepada idola. Hal ini menunjukkan proses interaksi yang bersifat positif. Terdapat perbedaan dari aplikasi ini dimana ketika ditemukan akun yang memberikan komentar negatif, maka pihak Weverse dengan cepat mengatasinya dengan melakukan pemblokiran.

Penelitian sebelumnya juga sudah terdapat penelitian yang serupa dengan judul "*Hubungan Parasosial di Media Sosial*", penelitian ini sama dalam menggunakan pendekatan yaitu deskriptif kualitatif. Hasil yang didapati pada penelitian dibuktikan dengan bahwa fans dari BTS secara terbuka menunjukkan rasa sukanya kepada idolanya melalui post di media sosial pribadi mereka. Hal ini dilihat dari faktor antara fans dengan idol dimana terdapat faktor interaksi yang terus menerus dilakukan oleh penggemar.

Untuk penelitian selanjutnya yang membedakan dari jenis komunikasi yang digunakan, penelitian ini diberi judul "*Pengaruh Kemampuan Komunikasi Interpersonal Terhadap Kecenderungan Celebrity Worship Pada Anggota Fandom Beyond The Scene (BTS) Dalam Komunitas ARMY Di Kota Malang*", jenis penelitian ini menggunakan pendekatan korelasional dengan model kuantitatif. Hasil yang didapati pada penelitian ini bahwa komunitas ARMY di kota Malang cukup tinggi dalam kemampuan komunikasi interpersonal, dengan menghasilkan presentasi sebanyak 66,7%. Serta Intense Persona dari setiap individu juga memiliki empati antara fans dengan idolanya.

Penelitian berikutnya mirip seperti yang akan penulis uji, penelitian ini diberi judul “*Komunikasi Interpersonal Penggemar BTS Dalam Pembentukan Cinta Diri (Studi Kasus Pada Group ApobangtanOt7.com)*”, jenis penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif, dan metode pendekatan berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Dengan itu hasil yang didapati pada penelitian ini bahwa proses komunikasi interpersonal untuk membentuk *self-love* bagi fans ARMY melalui aplikasi Weverse dan dari karya BTS yang menceritakan kisah hidup serta pengalaman dari anggota BTS. Lewat Weverse BTS dengan ARMY bisa berkomunikasi secara langsung, yang dimana mereka bisa saling memberi motivasi, bertukar cerita, dan lain lain. Karya dari BTS sendiri fans bisa merasakan dukungan untuk mencintai diri sendiri.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka dapat ditentukan rumusan masalah penelitian sebagai berikut :

- a) Bagaimana peran Wevere dalam menjaga relasi antara BTS dengan ARMY untuk membangun hubungan komunikasi?
- b) Bagaimana pemberian dukungan dari ARMY untuk BTS melalui Weverse?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan oleh peneliti dalam melakukan penelitian dan penulisan ini, antara lain:

- Untuk mengetahui peran Weverse dalam menjaga relasi BTS dengan ARMY.
- Untuk mengetahui cara pemberian dukungan antara BTS dan ARMY melalui Weverse.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Dalam manfaat akademik Peneliti berharap bahwa Penelitian ini bisa menambah informasi mengenai bagaimana *interaksi komunikasi idol BTS*

dengan fans, dengan hasil karya nya dan ada nya komunikasi virtual diantara keduanya. Maka Penelitian ini mampu menjadi media referensi, serta Penelitian ini bisa berguna untuk pembaca dan menjadikan pengalaman bagi penulis.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a) Mampu menambah informasi mengenai perkembangan teknologi sehingga dapat terjadi pertukaran budaya.
- b) Menjadi tahu mengenai komunikasi hubungan interpersonal dari artis dengan para fans walau hanya dengan menggunakan aplikasi *social media*.
- c) Mampu mengetahui bahwa hasil dari karya dan cerita pengalaman seorang artis bisa berdampak baik dan bisa menjadi motivasi dari setiap fans.

1.4.3 Manfaat Sosial

- a) Untuk menganalisis sebab-akibat dari terhadap fenomena *Korean Wave* dan perkembangan teknologi yang bisa terjadinya pertukaran budaya.
- b) Dapat memberikan pemahaman mengenai sikap dari seorang fans kepada idol, bahwa dari cerita dan karya idol tersebut bisa memberikan dampak yang baik untuk para fans-nya.
- c) Untuk memberikan informasi bahwa tidak semua individu dari seorang fans dipandang sebelah mata bagi orang lain yang tidak suka dengan Kpop atau *Group* dari Korea.

1.5 Kerangka Pemikiran Konseptual

Kerangka konseptual ini bertujuan untuk secara komprehensif mengkaji dan menganalisis dinamika yang terjadi dalam komunikasi interpersonal antara BTS, yang merupakan salah satu idol grup paling berpengaruh di industri musik K-pop, dengan komunitas penggemar mereka yang bersemangat, yang dikenal sebagai ARMY, melalui berbagai platform media sosial. Dalam konteks ini, peneliti akan menganalisis secara rinci jenis-jenis interaksi yang terjadi, termasuk balasan terhadap komentar penggemar, konten eksklusif yang diposting untuk ARMY, serta penyiaran langsung dan konten video khusus.

Penjelasan komunikasi merupakan proses pertukaran atau transmisi pesan, informasi, atau gagasan antara individu atau kelompok. Ini merupakan aspek vital dalam interaksi manusia dan memungkinkan pemahaman bersama di antara orang-orang. Komunikasi dapat terjadi melalui berbagai saluran seperti lisan, tulisan, visual, dan bahkan non-verbal. Menurut berbagai pakar, termasuk J.A. Devito, komunikasi adalah proses di mana satu orang atau lebih mengirim dan menerima pesan dalam suatu konteks tertentu. Dalam proses ini, pesan dapat mengalami distorsi akibat adanya gangguan, memiliki pengaruh khusus, dan memberikan kesempatan untuk memberikan umpan balik. (Mulyana D. , 2014)

Kata komunikasi berasal dari "*communicare*" dalam bahasa Latin, yang mencakup berbagi, memberikan, memberitahukan, berbicara, berpikir bersama, berinteraksi, dan bersahabat. Dari kata kerja "*communicare*" ini, yang diubah menjadi kata benda menjadi "*communicatio*" dalam bahasa Latin. Dalam bahasa Inggris, istilah "*communication*" berasal dari bahasa Latin "*communicatus*", yang mengacu pada konsep berbagi atau memiliki bersama. Komunikasi diartikan sebagai proses berbagi di antara pihak-pihak yang terlibat dalam aktivitas komunikasi tersebut. (2014)

Jenis Komunikasi:

- 1) Komunikasi Verbal: Meliputi penggunaan bahasa dan kata-kata, baik secara lisan maupun tertulis.
- 2) Komunikasi Non-Verbal: Melibatkan ekspresi wajah, bahasa tubuh, gerakan mata, tindakan/perbuatan dan tanda-tanda nonverbal lainnya.
- 3) Komunikasi Tertulis: Meliputi penggunaan tulisan atau teks untuk menyampaikan pesan.
- 4) Komunikasi Visual: Menggunakan gambar, grafik, atau elemen visual lainnya untuk menyampaikan informasi.

Terdapat unsur- unsur dalam proses komunikasi adalah sebagai berikut :

- 1) Pengirim (*Sender*): Orang atau entitas yang memulai proses komunikasi dengan mengirim pesan atau informasi.
- 2) Pesan (*Message*): Informasi atau pesan yang ingin disampaikan oleh pengirim kepada penerima.

- 3) Saluran Komunikasi (*Channel*): Media atau sarana yang digunakan untuk mengirimkan pesan, seperti lisan, tulisan, media sosial, atau non-verbal seperti bahasa tubuh.
- 4) Penerima (*Receiver*): Individu atau kelompok yang menerima dan menginterpretasikan pesan yang dikirimkan oleh pengirim.
- 5) *Feedback*: Tanggapan atau respons dari penerima terhadap pesan yang diterima. Ini memungkinkan pengirim untuk menilai sejauh mana pesannya dipahami oleh penerima.
- 6) Konteks: Sumber daya sosial, budaya, dan lingkungan dimana komunikasi terjadi. Konteks dapat mempengaruhi bagaimana pesan dipahami.
- 7) Hambatan (*Noise*): Gangguan atau hal-hal yang mengganggu proses komunikasi dan dapat mengaburkan atau mengubah pesan yang disampaikan.

1.5.1 Teori Interaksi Simbolik

Teori Interaksionisme menekankan aktivitas manusia dalam komunikasi. Mengacu pada kerangka komunikasi yang dikembangkan oleh para ahli sosial dengan menggunakan perspektif Interaksi Simbolik. George Herbert Mead, seorang tokoh utama dalam perspektif ini, diikuti oleh Herbert Blumer, salah satu muridnya. Perspektif interaksi simbolik lebih dikenal dalam bidang sosiologi, tetapi juga memiliki pengaruh signifikan dalam disiplin lain seperti psikologi, ilmu komunikasi, dan antropologi (Sarwono, 2016).

Teori Interaksi Simbolik menekankan pentingnya makna simbolik dalam proses komunikasi dan interaksi sosial. Teori ini menyatakan bahwa individu membangun makna dari simbol-simbol yang digunakan dalam interaksi mereka dengan orang lain. Interaksi Simbolik adalah pandangan yang menyatakan bahwa interaksi antar individu, antar individu dengan kelompok, dan antar kelompok masyarakat adalah bentuk komunikasi yang dimulai dengan adanya pembentukan pemikiran. Menurut George Herbert Mead, Interaksi Simbolik merupakan hubungan antara individu dan masyarakat sebagai suatu proses komunikasi simbolik, menggunakan bahasa khusus dengan aktor-aktor sosial, karena Mead percaya bahwa masyarakat adalah pertukaran isyarat (komunikasi). Interaksi Simbolik memiliki tiga premis yang mendukung: (Sarwono, 2016)

1. Tindakan Manusia dan Makna

Tindakan manusia terhadap orang lain atau sesuatu mengacu pada makna yang diberikan individu tersebut kepada orang atau objek tersebut.

2. Makna dalam Interaksi Sosial

Makna muncul dari interaksi sosial yang dilakukan individu, dan makna ini dinegosiasikan melalui penggunaan bahasa, sehingga disebut interaksi simbolik.

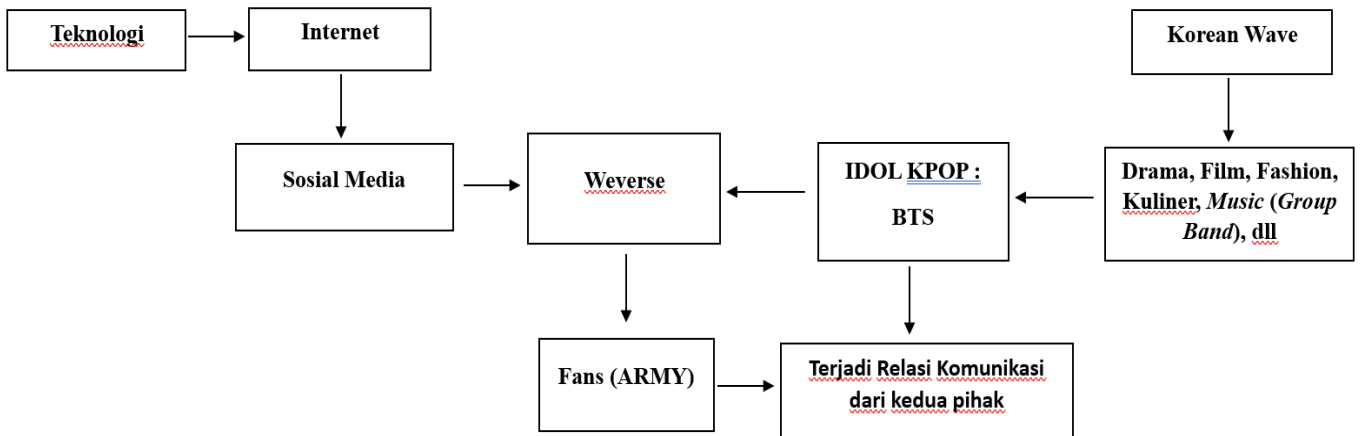
3. Penafsiran Individu terhadap Simbol

Penafsiran atau interpretasi individu terhadap simbol-simbol dimodifikasi oleh proses berpikir individu tersebut. Interaksionisme simbolik menggambarkan berpikir sebagai inner conversation, di mana inner conversation adalah dialog dalam pikiran.

Dalam konteks interaksi antara BTS dan ARMY melalui Weverse, teori tersebut dapat diaplikasikan dengan mempertimbangkan bagaimana simbol-simbol seperti pesan teks, gambar, emoji, dan tindakan-tindakan lainnya digunakan untuk membangun makna dan memperkuat hubungan antara keduanya. Interaksi di Weverse memungkinkan para penggemar dan idol untuk saling berbagi makna dan membangun identitas kolektif sebagai komunitas ARMY. Pesan-pesan, gambar, dan video yang diposting oleh BTS dan ARMY dapat diinterpretasikan dan diberi makna oleh masing-masing pihak, yang kemudian mempengaruhi interaksi berikutnya.

Penjelasan mengenai teori yang digunakan peneliti ingin memberikan wawasan bagaimana hubungan komunikasi ini dapat mempengaruhi citra publik BTS, termasuk bagaimana mereka membangun dan mempertahankan citra positif mereka melalui media sosial, serta strategi mereka dalam memitigasi potensi konflik atau kontroversi. Oleh karena itu, interaksi ini berfokus terhadap hubungan yang erat antara BTS dan ARMY, yang pada gilirannya, berpotensi memperkuat loyalitas dan keterlibatan aktif dari komunitas penggemar. Maka untuk kerangka berpikir dalam interaksi komunikasi yang terjadi antara BTS dengan ARMY melalui sosial media, Weverse akan digambarkan sebagai berikut :

Gambar 1. Kerangka Pemikiran Konseptual



1.6 Metodologi Penelitian

1.6.1 Pendekatan Penelitian

Ritchie dan Lewis pada buku *Qualitative Research Practice: A Guide for Social Science Students and Researchers* membahas tentang penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang berfokus pada pemahaman yang mendalam terhadap fenomena sosial dan budaya yang kompleks (2014). Pendekatan ini biasanya digunakan dalam ilmu sosial, antropologi, psikologi, dan bidang-bidang lain di mana peneliti ingin memahami fenomena sosial secara lebih mendalam daripada hanya mengukur variabel-variabel tertentu.

Ritchie dan Lewis membahas beberapa topik penting dalam penelitian kualitatif, seperti desain penelitian, pengumpulan data, analisis data, dan etika dalam penelitian kualitatif. Pendekatan induktif ini berbeda dengan pendekatan deduktif dalam penelitian kuantitatif, di mana peneliti menguji hipotesis yang telah diajukan sebelumnya. Selain itu, *Ritchie dan Lewis* juga membahas berbagai metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif, seperti wawancara, observasi, dan studi kasus, serta menjelaskan bahwa peneliti kualitatif harus memilih metode pengumpulan data yang paling sesuai dengan pertanyaan penelitian mereka dan fenomena yang diteliti.

Seperti yang sudah dijelaskan bahwa penelitian kualitatif digunakan untuk memahami fenomena sosial, sesuai dengan peneliti yang ingin meneliti bahwa budaya Korea sudah semakin membesar, semakin banyak fenomena yang masuk khususnya di Indonesia sendiri. Begitu pula dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih dan cepat, maka semakin mudah pengguna internet untuk mendapatkan informasi yang sedang menjadi trending topik, atau tren tren dari adanya suatu kejadian.

Menurut peneliti, penelitian kualitatif tepat untuk dijadikan sebagai penelitian untuk tugas akhir yaitu Skripsi, karna hanya perlu memahami permasalahan mengenai fenomena sosial, yang sebenarnya sama saja pasti memerlukan data. Namun memengaruhi cara peneliti memandang fenomena sosial dan memilih metode penelitian.

1.6.2 Tipe Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan tipe penelitian deskriptif, dimana bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis fenomena atau hubungan yang terjadi tanpa melakukan manipulasi atau intervensi dari peneliti. Dalam konteks penelitian dengan judul "Peran Media Sosial Weverse Dalam Menjaga Interaksi ARMY Terhadap Karya-karya BTS ", penelitian ini akan fokus pada mendokumentasikan dan memahami secara terperinci melalui wawancara dalam interaksi komunikasi antara BTS dan komunitas penggemar mereka, ARMY, melalui berbagai platform media sosial.

Penelitian ini akan menerapkan metode deskriptif untuk memaparkan karakteristik, pola komunikasi, dan interaksi antara BTS dan ARMY di ruang media sosial. Hal ini meliputi jenis-jenis komunikasi seperti balasan terhadap komentar, siaran langsung, konten eksklusif, dan bentuk interaksi lain yang terdokumentasi di platform media sosial yang digunakan oleh keduanya. (Bungin, 2013)

Hasil dari penelitian ini akan memberikan gambaran tentang dinamika hubungan komunikasi interpersonal antara BTS dan ARMY, memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam tentang cara komunikasi mempengaruhi hubungan antara idol dan para penggemarnya. Menurut Bungin (2013),

memberikan landasan teoritis dan metodologis untuk memahami dan mengaplikasikan pendekatan deskriptif dalam penelitian ini.

Penulis berharap dengan adanya penelitian ini bisa memberikan wawasan serta pengetahuan dalam memahami dan menghargai hubungan unik antara idola dan penggemarnya di era media sosial yang terus berkembang pesat.

1.6.3 Metode Penelitian

Peneliti menggunakan Fenomenologi sebagai pendekatan untuk menekankan pengalaman individu sebagai pusat perhatian, dan peneliti harus menggali dan memahami makna pengalaman tersebut bagi partisipan.

Dalam buku "*Qualitative Research Practice: A Guide for Social Science Students and Researchers*" (Jane Ritchie.), fenomenologi dijelaskan sebagai salah satu paradigma dalam penelitian kualitatif yang menekankan pada pengalaman individu sebagai pusat perhatian. Fenomenologi memfokuskan pada upaya pemahaman yang lebih mendalam tentang makna dan esensi dari suatu fenomena. Dalam hal ini, peneliti kualitatif yang mengadopsi pendekatan fenomenologi berusaha memahami makna pengalaman subjektif partisipan dalam situasi tertentu dan melihat dunia dari perspektif partisipan. Pendekatan fenomenologi sangat berguna dalam bidang-bidang seperti psikologi, sosiologi, antropologi, dan sejarah, di mana pengalaman individu menjadi penting untuk dipahami dan dijelaskan secara mendalam.

Dapat dilihat dari masalah sosial, bahwa masih beberapa oknum yang tidak menyukai, menjelek – jelekkan, atau bisa dibilang hanya dipandang sebelah mata saja. Sering terjadi perdebatan tentang adanya *Korean Wave*, namun dari fandom berbeda mempunyai kekompakan untuk bisa membela artis dan idol mereka. Bukan hanya itu saja, peneliti ingin mencari tahu apa yang menyebabkan seseorang individu dari fandom BTS ini bisa berpengaruh kepada kehidupan dari fans mereka, sehingga adanya dampak positif yang sangat dirasakan oleh ARMY dengan melihat, menonton, dan mendengarkan hasil dari karya BTS di Industri Musik.

Pasti ada alasan utama ialah untuk memberikan *support*, menghargai karya-karya-nya, dan menunjukkan kasih sayang mereka terhadap idol mereka, namun

peneliti ingin mencari alasan lain, yang dimana bisa membuka pikiran atau pendapat jelek tentang seseorang yang terlalu obsesi dengan idol, dan mungkin bisa saja berpikir bahwa hal tersebut wajar untuk seseorang yang menyukai artis idol dan artis korea tersebut. Yang dimana ada orang yang melihat seseorang bisa fans dengan hanya dengan visual yang dimiliki setiap member, tidak banyak mengetahui dari karya BTS dan bagaimana BTS memperlakukan fans nya juga istimewa, seperti fans memberikan dukungan yang besar kepada idol tersebut, namun BTS juga memberikan respon yang baik dimana setiap member melihat ARMY sebagai idol untuk mereka.

Bukan hanya itu saja, namun penulis ingin memberikan wawasan, bahwa pasti ada alasan yang spesifik mengenai permasalahan bahwa hubungan komunikasi terhadap BTS dengan penggemarnya, bisa sangat berpengaruh dan memberikan dampak yang positif. Sehingga BTS bisa menjadi grup band sebesar seperti sekarang, dari cerita mengenai perjalanan hidup setiap member BTS dan bagaimana BTS bisa mendapatkan *achievement*, bagaimana UNICEF mengajak BTS dalam *campaign* “LOVE YOURSELF” pada tahun 2018. Hal itu yang mengakibatkan BTS semakin terkenal dari karya karya, dilihat juga dari para member BTS yang sering membagikan unggahan mengenai kehidupan mereka, lewat postan, foto, video maupun *live video* secara langsung dengan platform Weverse.

Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mendalami pengalaman dan perspektif individu dalam interaksi online, memusatkan perhatian pada makna dan interpretasi subjektif dari komunikasi yang terjadi. Penelitian ini akan mencoba mengungkapkan esensi dan struktur dari interaksi komunikatif yang terjadi di antara BTS dan penggemar mereka, dengan mendekonstruksi pengalaman-pengalaman individu dalam interaksi online, pendekatan fenomenologi akan memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola-pola penting dalam komunikasi, memahami makna-makna yang terkandung dalam pesan-pesan yang disampaikan oleh kedua belah pihak, serta mengeksplorasi dampak dari interaksi tersebut terhadap hubungan yang terjalin.

Selain itu, metode ini juga memungkinkan peneliti untuk menggali aspek-aspek emosional dan psikologis dari komunikasi, termasuk rasa memiliki dan keterlibatan emosional dari para penggemar, serta persepsi mereka terhadap hubungan dengan idol mereka. Dengan mengadopsi pendekatan fenomenologi, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana interaksi di media sosial membentuk dan memperkuat hubungan antara BTS dan ARMY, serta implikasinya terhadap keterlibatan penggemar dan citra publik dari idol grup tersebut.

1.6.4 Metode Pengumpulan Data

Penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan fenomenologi harus memiliki kemampuan untuk mengumpulkan data kualitatif melalui wawancara mendalam, dan dokumentasi. Kemudian, data tersebut dianalisis dengan menggunakan teknik analisis fenomenologi seperti reduksi, esensi, deskripsi, dan konfirmasi. Melalui analisis ini, peneliti berusaha untuk memahami pengalaman individu dengan cara mengidentifikasi elemen penting yang terkait dengan fenomena tersebut dan menafsirkannya dengan cara yang tepat dan akurat. Hasil dari penelitian yang menggunakan pendekatan fenomenologi biasanya berupa deskripsi yang sangat rinci dan mendalam tentang pengalaman individu, yang memungkinkan pembaca untuk memahami dunia dari perspektif partisipan

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan percakapan antara peneliti dan narasumber. Wawancara dapat dilakukan secara tatap muka atau melalui telepon atau media online. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur, di mana pertanyaan-pertanyaan telah dipersiapkan sebelumnya dan diikuti dengan pertanyaan-pertanyaan lanjutan yang muncul selama wawancara, atau secara tidak terstruktur, di mana peneliti memberikan kebebasan kepada narasumber untuk berbicara tentang topik yang relevan.

Dokumentasi dalam pengumpulan data adalah proses pengambilan dan pencatatan informasi dari sumber-sumber yang telah ada dalam bentuk dokumen, rekaman, atau materi tertulis atau visual lainnya. Ini mencakup

berbagai jenis materi, seperti teks tertulis, gambar, suara, atau video yang telah ada sebelumnya dan memiliki relevansi dengan topik penelitian. Dokumentasi sebagai metode pengumpulan data memainkan peran penting dalam penelitian ilmiah dan pengkajian terhadap topik tertentu. Ini memberikan akses kepada peneliti untuk memanfaatkan pengetahuan dan informasi yang telah ada untuk mendukung atau melengkapi penelitian mereka.

Untuk dokumentasi sendiri menjadi bagian tambahan peneliti, untuk memberikan gambaran dari BTS dengan fans nya yaitu ARMY, bagaimana kedua nya menggunakan media sosial untuk berinteraksi sehingga terjadi komunikasi dan bagaimana ARMY melihat karya dari BTS yang membuat mereka bisa menggemari dan dapat memotivasi fans nya, serta terjadi komunikasi interpersonal dari hal tersebut.

1.6.5 Sumber Data

Sumber data pada penelitian kualitatif deskriptif ini yaitu melalui wawancara, dan hasil observasi terhadap fenomenologi masuknya *Korean Wave* ke Indonesia dan teknologi yang semakin cepat, sehingga adanya pertukaran budaya dan informasi tren. Grup BTS yang semakin terkenal di seluruh dunia juga mengakibatkan menambahnya jumlah fans, ARMY. BTS memberikan karya terbaik mereka untuk fans nya yang bisa memberikan motivasi, pelajaran, dan dampak yang baik. Hal ini dapat terjadi suatu interaksi antara BTS dan fans, dari hasil karya karya grup tersebut, serta bagaimana keduanya membangun komunikasi yang saling erat nya hubungan tersebut baik dari *Idol* kepada fans nya. Maka untuk melengkapi data penelitian ini dibutuhkan dua sumber data, yaitu itu sumber data primer dan sumber data sekunder.

A. Sumber Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian merujuk pada data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber aslinya (informan) untuk tujuan penelitian. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan informan

secara online. Ketentuan kriteria untuk informan yang sudah ditentukan oleh peneliti, seperti kriteria utama yaitu informan sudah lama menjadi penggemar dari group BTS, dan informan menggunakan sosial media platform, Weverse, dan kriteria lain seperti usia informan antara 18-35 tahun.

B. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data yang digunakan sebagai data pendukung pada data primer, yaitu dengan dokumentasi dari media sosial. Data ini tidak dikumpulkan secara langsung oleh peneliti yang sedang melakukan penelitian tersebut. Sumber data sekunder ini akan mempermudah peneliti untuk mengumpulkan data data dan dapat digunakan untuk menganalisis hasil dari penelitian ini yang nantinya untuk memperkuat dan menghasilkan penelitian yang mempunyai tingkat validitas yang tinggi.

1.6.6 Teknik Analisis dan Interpretasi Data

Pada teknik analisis data diperoleh dengan melalui wawancara yang sudah dilakukan dengan kriteria yang sudah ada. Maka dalam hal ini peneliti menggunakan *Coding Miles dan Huberman*, untuk pada proses menganalisis dan mengorganisir data dari hasil jawaban informan. *Miles dan Huberman* adalah dua ahli penelitian kualitatif yang telah mengembangkan pendekatan koding atau analisis data kualitatif yang terkenal dalam literatur penelitian

Teknik interpretasi data adalah serangkaian metode dan pendekatan yang digunakan untuk menganalisis, memahami, dan memberikan arti pada data yang dikumpulkan. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi pola, hubungan, dan makna yang terkait dengan fenomena masuknya *Korean Wave* dan terjadinya komunikasi *idol* BTS dengan fans, ARMY melalui karya dan bagaimana keduanya menggunakan social media untuk dapat saling bertukar informasi dan berinteraksi dengan hanya dari unggahan foto, video, serta dapat membalas komentar keduanya. Dalam interpretasi data peneliti melakukan dengan menentukan metode penelitian dengan hasil dari wawancara dan dokumentasi

yang telah dilakukan secara langsung, maupun secara online. Pengaruh dari lagu lagu BTS yang menyinggung mengenai permasalahan hidup, sindiran, dan motivasi sangat berdampak kepada ARMY memberikan respon yang baik, dan sangat berpengaruh kepada kehidupan sehari hari. Sama dengannya BTS dan ARMY yang saling kompak, sering berkomunikasi dari unggahan yang di post oleh member melalui Weverse atau media sosial lainnya, serta dimana setiap member terkadang sering melakukan siaran langsung. Ketika salah satu member *live* di Weverse, mereka sering sekali memberitahu aktivitas yang sedang dilakukan, cerita mengenai perasaan mereka, dan lainnya sebagainya apapun itu member BTS selalu menceritakannya.

Hal ini hubungan komunikasi terjadi antara BTS dan ARMY, bukan hanya dari lagu lagu dan karya lainnya saja, tapi dengan sosial media yang ada mereka sering berinteraksi berlangsung terjadi. Dimana kedua nya bisa mempunyai hubungan yang erat, baik member BTS dan penggemar, ARMY saling berinteraksi dan saling membalas balasan komentar.

1.6.7 Keabsahan Data

Untuk menguji validitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi yaitu peneliti akan mengecek dan membandingkan data yang diperoleh dari berbagai sumber yang berbeda (Kriyantono, 2016). Sedangkan dalam mengidentifikasi empat jenis triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang melibatkan peran peneliti (penyidik), sumber data, metode, dan teori. Dengan triangulasi, peneliti dapat memverifikasi temuannya dengan membandingkannya dari berbagai sumber, metode, atau teori. Untuk mencapai hal ini, peneliti dapat mengadopsi tiga langkah, yaitu:

- (1) mengajukan berbagai pertanyaan dengan variasi,
- (2) memeriksa data dengan berbagai sumber,
- (3) menggunakan berbagai metode untuk melakukan pengecekan keandalan data.

Salah satu jenis triangulasi adalah Triangulasi Kejujuran Peneliti, yang bertujuan untuk menguji kejujuran, subjektivitas, dan kemampuan peneliti dalam mencatat data di lapangan. Penting untuk diingat bahwa sebagai

manusia, peneliti terkadang melakukan tindakan yang dapat mempengaruhi kejujuran mereka saat mengumpulkan data, baik dengan sengaja maupun tanpa disadari. Mereka juga dapat membuat kesalahan dalam mencatat data lapangan. Oleh karena itu, penting untuk melakukan triangulasi terhadap peneliti dengan melibatkan peneliti lain untuk melakukan pemeriksaan langsung, wawancara ulang, dan merekam data yang sama di lapangan. Hal ini mirip dengan proses verifikasi terhadap hasil penelitian yang dilakukan oleh seorang penel,

