

DAFTAR ISI

Cover	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Penetapan Panitia Ujian	iii
Halaman Pernyataan Tidak Melakukan Plagiat	iv
Kata Pengantar	v
Ringkasan	vii
Abstrak.....	xi
Abstract.....	xii
Daftar Isi	xiii
Daftar Gambar	xvi
Daftar Tabel.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Akademis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Budaya Populer	24
2.3 Media Sosial.....	26
2.4 Kajian Budaya (<i>Cultural Studies</i>).....	31
2.5 Konsep Identitas Di Era Digital	33
2.6 Penggemar (<i>Fans</i>), dan Sub Kultur Penggemar (<i>Fandom</i>).....	39
2.7 Budaya Partisipatif (<i>Participatory Culture</i>)	44
2.8 Kerangka Berpikir Penelitian.....	50

BAB III METODE PENELITIAN	52
3.1 Metode dan Jenis Penelitian.....	52
3.2 Fokus Penelitian	54
3.3 Lokasi Penelitian.....	54
3.4 Sumber Data.....	55
3.5 Informan Penelitian.....	55
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.6.1 Wawancara Mendalam (<i>Indepth Interview</i>)	57
3.6.2 Observasi	57
3.6.3 Dokumentasi.....	58
3.7 Teknik Analisis Data.....	59
3.7.1 Pengumpulan Data	59
3.7.2 Reduksi Data (Penyederhanaan Data).....	59
3.7.3 Penyajian Data	60
3.7.4 Penarikan Kesimpulan	60
3.8 Uji Keabsahan Data.....	60
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	62
4.1 Perkembangan <i>Hallyu</i> dan K-pop di Seluruh Dunia dan Di Indonesia	62
4.1.1 Perkembangan <i>Hallyu</i> di Seluruh Dunia.....	62
4.1.2 K-pop Sebagai budaya Populer.....	64
4.1.3 Perkembangan <i>Hallyu</i> dan K-pop di Indonesia	66
4.2 Profil dan Perkembangan Karir BTS (<i>Bangtan Boys</i>)	67
4.1.1 Tahun 2014 : Debut dan Kesuksesan Awal	69
4.1.2 Tahun 2015–2016: Gebrakan, Terobosan dan Kesuksesan Komersial.....	69
4.1.3 Tahun 2017 – 2018: Pengakuan Secara Internasional	70
4.2 <i>Fan Base A.R.M.Y</i> Surabaya.....	74
4.3 Profil Informan Penelitian.....	79
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	86
5.1 Bentuk-bentuk Aktivitas Kegemaran Anggota <i>Fan Base A.R.M.Y</i> Surabaya di Media Sosial.....	87

5.1.1 Membuat Makna (<i>Meaning Making</i>).....	88
5.1.2 Berbagi Makna (<i>Meaning Sharing</i>)	93
5.1.3 Berburu (<i>Poaching</i>).....	100
5.1.4 Menggumpulkan (<i>Colecting</i>)	107
5.1.5 Pengetahuan (<i>Knowledge Building</i>).....	109
5.2 A.R.M.Y dan BTS: Hubungan Penggemarnya dengan Idolanya di Media Sosial	111
5.3 Nilai-nilai Sebagai Penggemar yang Muncul dari Anggota <i>Fan Base</i> A.R.M.Y Surabaya.....	117
5.4 Budaya Partisipatif Penggemar BTS yang Tergabung dalam <i>Fan Base</i> A.R.M.Y Surabaya	134
5.4.1 Bentuk-Bentuk Partisipasi Penggemar di Media Sosial <i>Instagram</i>	135
5.3.2 Bentuk-bentuk Partisipasi Penggemar di Media Sosia <i>Twitter</i>	141
5.4.3 Bentuk-Bentuk Partisipatif Di Media Sosial <i>YouTube</i>	143
BAB VI PENUTUP	152
6.1 Kesimpulan Penelitian	152
6.2 Saran.....	155
DAFTAR PUSTAKA	157
LAMPIRAN.....	174