

ABSTRAK

Penelitian ini mengenai fanatisme *fandom* A.R.M.Y. (*Adorable Representative M.C. For Youth*), salah satu kelompok penggemar K-Pop di Surabaya, terhadap Boyband Korea Selatan, Bangtan Sonyeondan (BTS) sebagai idola mereka. Informan penelitian ini adalah individu yang tergabung menjadi anggota kelompok *fandom* A.R.M.Y. Surabaya dengan rentang usia 15-24 tahun. Penelitian ini dilakukan karena peneliti ingin mengetahui bentuk-bentuk fanatisme yang dilakukan fans, dalam hal ini kelompok *fandom* A.R.M.Y., terhadap Boyband Korea Selatan, Bangtan Sonyeondan (BTS) serta implementasi fanatisme para *fanboys* dan *fangirls* dalam keseharian mereka. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus dan teknik pengumpulan data berupa observasi partisipan.

Penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan karena budaya pop Korea Selatan (*Hallyu*) termasuk K-Pop telah lama digemari di Indonesia dan telah membentuk *fandom* yang memiliki fanatisme terhadap idolanya. Kegemaran atas budaya K-Pop di Indonesia tidak terlepas dari peran media yang melakukan distribusi budaya populer secara global. Peneliti berasumsi bahwa pertumbuhan pasar K-Pop yang pesat dapat membawa dampak bagi yang mengkonsumsi, salah satunya ialah fanatisme.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa bentuk fanatisme yang diciptakan oleh A.R.M.Y. Surabaya mencakup 5 karakteristik fanatisme. Dengan menjadi seorang fans, A.R.M.Y. Surabaya mendedikasikan seluruh sumber daya yang mereka miliki untuk mengekspresikan kecintaannya terhadap idolanya yakni BTS. Namun, fanatisme yang dibentuk oleh A.R.M.Y. Surabaya, tidak dapat sepenuhnya diterima oleh masyarakat. Respon dari fanatisme tersebut menyebabkan terjadinya *bullying* antara A.R.M.Y. Surabaya dengan orang disekitarnya.

Keyword: *Budaya Populer, Fanatisme, K-Pop fandom, Fans Club*

ABSTRACT

This research is about A.R.M.Y fandom fanaticism. (Adorable Representative M.C. For Youth), one of the K-Pop fan groups in Surabaya, against South Korean Boyband, Bangtan Sonyeondan (BTS) as their idol. The informants of this study were individuals who joined as members of the A.R.M.Y. Surabaya fandom group with an age range of 15-24 years. This research was conducted because the researchers wanted to know the forms of fanaticism that were carried out by fans, in this case the A.R.M.Y. fandom group, against Boyband South Korea, Bangtan Sonyeondan (BTS) and the implementation of fanaticism of fanboys and fangirls in their daily lives. This research is a qualitative descriptive study with a case study method and data collection techniques in the form of participant observation.

This research is important to do because South Korean pop culture (Hallyu) including K-Pop has long been favored in Indonesia and has formed a fandom that has fanaticism towards its idols. The passion for K-Pop culture in Indonesia is inseparable from the role of the media that distributes popular culture globally. Researchers assume that the rapid growth of the K-Pop market can have an impact on those who consume, one of which is fanaticism.

The result of this research is that the form of fanaticism created by A.R.M.Y. Surabaya covers 5 characteristics of fanaticism. By becoming a fan, A.R.M.Y. Surabaya dedicated all of their resources to express their love for their idols, BTS. However, fanaticism was formed by A.R.M.Y. Surabaya, cannot be fully accepted by the community. The response to this fanaticism caused bullying between A.R.M.Y. Surabaya with people around it.

Keyword: *Popular Culture, Fanaticism, K-Pop fandom, Fans Club*