

Analisis Fenomenologi Celebrity Worship Fans BTS

Oleh:

Amina Tika Krisna Nur,

Ainur Rochmania

Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Mei 2023

Pendahuluan

Masuknya budaya Korea banyak mengubah dan mempengaruhi berbagai aspek kehidupan masyarakat, mulai dari gaya tingkah laku, komunikasi, kuliner hingga seni dan hiburan. Korean wave masuk ke Indonesia pertama kali melalui tayangan produk hiburan berupa drama Korea. Hal tersebut menjadi awal mula para penonton dan penggemar mulai mengenal dan mengetahui musik-musik populer Korea selatan yang dikenal dengan K-Pop.

Salah satu boyband Korea Selatan yang saat ini sedang mendapat popularitas yang sangat tinggi bahkan menjadi nomor satu di Korea selatan yaitu boyband BTS atau Bangtan Seonyeondan. Kepopuleran BTS mulai dari awal debut hingga saat ini pastinya tidak lepas dari peran ARMY. ARMY (Adorable Representative MC For Youth) adalah nama yang diberikan untuk penggemar atau fandom pendukung BTS.

Beberapa fenomena yang terlihat seperti menunjukkan dukungan maupun kecintaannya pada idola dengan melakukan berbagai aktivitas, seperti mass voting (pemberian voting secara masal, biasanya dilakukan saat idola memperoleh nominasi penghargaan), menghadiri event (konser, fan-signing, press conference), dan membeli produk terkait seperti merchandise dan album, membuat fan-fiction.

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

Fokus penelitian ini menganalisis fenomenologi dari Celebrity Worship terhadap fans boy group K-Pop asal Korea yaitu Bangtan Sonyeondan atau yang bisa disebut BTS. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, metode ini diambil karena peneliti ingin mendeskripsikan keadaan yang akan diamati di lapangan dengan lebih spesifik, transparan, dan mendalam. Objek penelitian pada penelitian ini adalah fans boy grup BTS atau biasa disebut ARMY, ARMY (Adorable Representative MC For Youth) adalah nama yang diberikan untuk penggemar atau fandom pendukung BTS yang diumumkan secara resmi pada tahun 2013.

Saat ini musik K-Pop tidak hanya dianggap sebagai musik biasa, K-Pop sangat diperhatikan dan banyak menarik perhatian dari masyarakat terutama para kaum muda yang mengidolakan artisnya. ARMY sebagai penggemar resmi BTS yang sangat aktif dalam dunia nyata dan maya, mampu mendapatkan beberapa penghargaan internasional salah satunya adalah 'Fandom Choice' di Teen Choice Awards 2018. Maka dari itu peneliti mengambil fokus celebrity worship terhadap fans BTS pada penelitian ini.

Penelitian Terdahulu

- Penelitian oleh Kennia Pradna Adiesia dan Lisda Sofia (2021) dengan judul “Gambaran Celebrity Worship dan Psychological Well Being Pada Wanita Dewasa Awal Penggemar Korean Pop” menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode fenomenologi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran celebrity worship dan psychological well being pada wanita dewasa awal penggemar Korean Pop khususnya yang berada di Kota Samarinda. Kesimpulan dalam penelitian ini yaitu subjek penelitian menunjukkan perilaku celebrity worship yang memenuhi tingkatan entertainment sosial dan unsur pada tingkat intense personal feeling berupa keterikatan emosi dengan idolanya.
- Penelitian oleh Dyana Putri Kristina Sintya Dewi dan Komang Rahayu Indrawati dengan judul “Gambaran celebrity worship pada penggemar K-Pop usia dewasa awal di Bali” menggunakan jenis penelitian penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran celebrity worship pada penggemar K-Pop Bali. Kesimpulan dalam penelitian ini yaitu responden menunjukkan bahwa celebrity worship mencakup alasan menyukai idola, motivasi pengidolaan, dan aktivitas pengidolaan. Hasil penelitian juga menemukan bentuk baru dari celebrity worship, yaitu supportive idolization pada penggemar K-Pop usia dewasa awal di Bali.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Penelitian ini menggunakan satuan kajian pada level kelompok, yaitu kelompok penggemar K-Pop BTS, untuk mendapatkan pemahaman serta informasi yang lebih mendalam mengenai gambaran Celebrity Worship pada fans BTS.

Teknik Pengambilan Data

- Pencarian responden

Menggunakan teknik *purposive sampling* pada sebuah komunitas ARMY. Kriteria responden yang dipilih dalam penelitian ini yaitu, 1) usia dewasa dengan rentang usia 20-30 tahun; 2) penggemar K-Pop BTS; 3) bergabung dengan komunitas dengan rentang waktu minimal 3 tahun.

- Wawancara

Wawancara adalah pertemuan antara dua orang yang dilakukan untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

- Observasi

Diartikan sebagai pengamatan terhadap pola perilaku manusia dalam situasi tertentu untuk mendapatkan informasi tentang fenomena yang diinginkan. Hal yang ingin diungkap dalam observasi dalam penelitian ini adalah reaksi, perilaku, dan ekspresi yang cenderung ditampilkan selama proses wawancara.

Hasil

Terdapat 4 indicator yang digunakan untuk mendapat hasil penelitian diantaranya:

1. Indikator Celebrity Attitude Scale (CAS)
2. Indikator Parasocial Interaction Scale (PSI)
3. Indikator Celebrity Appeal Questionnaire (CAQ)
4. Indikator Spot Fan Motivation Scale (SFMS)

Hasil

1. Indikator Celebrity Attitude Scale (CAS)

“Celebrity Attitude Scale (CAS) mengukur sejauh mana responden tertarik dan berhubungan dengan kehidupan selebriti favoritnya, CAS berisikan 3 subskala yaitu entertainment sosial, intens personal, dan borderline pathological”

Pada indikator ini peneliti menyimpulkan bahwa kelima responden sangat tertarik terhadap kehidupan selebriti favoritnya melalui sosial media yang mereka gunakan. Para penggemar ini juga menunjukkan rasa empati yang besar selama menjadi penggemar BTS sesuai dengan apa yang idola mereka rasakan. Peneliti juga merasakan bahwa kelima responden sangat membutuhkan informasi tentang BTS dalam kehidupan sehari-hari sebagai bentuk motivasi dalam melakukan suatu hal.

Hasil

2. Indikator Parasocial Interaction Scale (PSI)

“Parasocial Interaction Scale (PSI) untuk mengukur sejauh mana penonton televisi mengembangkan hubungan parasosial dengan penyiar berita, analisis faktor menghasilkan faktor tunggal yang menyumbang hampir setengah dari total varian”

Pada indikator ini peneliti menyimpulkan bahwa kelima responden mengembangkan hubungan parasosial mereka dengan mengikuti seluruh aktivitas dan kegiatan idola mereka melalui aplikasi media sosial yang sama.

Hasil

3. Indikator Celebrity Appeal Questionnaire (CAQ)

“Celebrity Appeal Questionnaire (CAQ) bertujuan untuk mengoperasionalkan konstruk-
konstruk yang berkaitan dengan daya tarik kelamin, mencontoh tokoh/peran, artis/pemain
(intertainer) dan hal-hal yang bersifat mistis”

Pada indikator ini peneliti menyimpulkan bahwa kelima responden memiliki standar lawan
jenis yang cukup tinggi karena dipengaruhi oleh idolanya, dalam gaya hidup mereka
menjadikan BTS sebagai standar dalam berpenampilan.

Hasil

4. Indikator Spot Fan Motivation Scale (SFMS)

“Spot Fan Motivation Scale (SFMS) alat ukur ini menghasilkan 8 penyebab seseorang menjadi fandom olahraga, yaitu self-esteem, pelarian, hiburan, keluarga, hubungan kelompok, estetis, kesenangan dan ekonomi”

Pada indikator ini peneliti menyimpulkan bahwa kelima responden menjadikan fandom BTS sebagai media dalam menyalurkan kebahagiaan dan kesusahan mereka, dalam hal ini para fandom BTS sering memberi informasi mengenai kegiatan atau Event mereka sebagai bentuk dukungan terhadap BTS.

Kesimpulan

Pertama

Celebrity worship digambarkan sebagai hubungan parasosial (hubungan satu sisi) di mana seorang individu tahu yang lain, tetapi yang lainnya tidak. Celebrity worship adalah perilaku obsesi individu untuk terlalu terlibat di setiap kehidupan selebriti sehingga terbawa dalam kehidupan sehari-hari individu

Kesimpulan

Kedua

Celebrity worship pada penelitian ini sangat tergambarkan oleh fans BTS terhadap idolanya. Para ARMY sangat tertarik terhadap kehidupan selebriti favoritnya melalui sosial media yang mereka gunakan. Para penggemar ini juga menunjukkan rasa empati yang besar selama menjadi penggemar BTS sesuai dengan apa yang idola mereka rasakan, mereka mendengarkan lagu – lagu BTS dalam kehidupan sehari-hari sebagai bentuk motivasi dalam melakukan suatu hal. Hubungan parasosial mereka dengan mengikuti seluruh aktivitas dan kegiatan idola mereka melalui aplikasi media sosial yang sama melalui aplikasi Wevers. dalam gaya hidup mereka menjadikan BTS bahkan ketika menentukan standar terhadap lawan jenis.

