

Budaya Visual Army BTS Sidoarjo (Studi Netnografi Bentuk Kecintaan Penggemar Boyband BTS)

Oleh:

Ayu Kartika Dewi

Poppy Febriana

Progam Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Bulan Desember, Tahun 2022

Pendahuluan

Di era digital, masyarakat sangat mudah berbagi informasi. Dan budaya visual inilah yang erat kaitannya dengan perkembangan zaman. Representasinya bisa berupa film, desain, musik, hingga gaya hidup dan lain – lain. Karena teknologi juga memiliki peran sebagai alat untuk membantu kita dalam penyebaran budaya visual secara sosial. Seperti yang dilakukan para penggemar *boyband* BTS di sosial media Instagram dan WhatsApp. Mereka mengunggah berbagai macam aktivitas penggemar dan saling berinteraksi melalui visual di internet. Melihat fenomena tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang ARMY BTS Sidoarjo.

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

Tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan mendeskripsikan budaya visual Army BTS Sidoarjo menggunakan metode netnografi.

Metode

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menggunakan metode netnografi, yang digunakan karena pada penelitian ini peneliti memanfaatkan internet sebagai tempat penelitiannya. Dengan metode ini, peneliti bisa mendalami keyakinan, nilai, budaya dan individu atau kelompok tertentu secara online. Data penelitian ini sumbernya berasal dari sumber data primer dan sumber data sekunder.

Data primer pada penelitian yaitu unggahan yang ada di akun instagram komunitas ARMY BTS Sidoarjo, @armysidoarjo_. Kemudian interaksi antar member pada *whatsapp* grup BTS ARMY Sidoarjo. Peneliti akan menggunakan data sekunder dari berbagai macam buku, jurnal, laporan, dan lain-lain yang berhubungan dengan budaya visual pada komunitas ARMY BTS Sidoarjo.

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data netnografi: 1) Data arsip, melihat bagaimana konten dan juga nilai-nilai budaya visual yang diproduksi pada akun instagram dari @armysidoarjo_, juga yang terbentuk di grup *whatsapp* ARMY BTS Sidoarjo. 2) Data elisitasi, data yang telah dibentuk oleh peneliti melalui interaksi individu dan global atau komunitasnya dengan anggota suatu budaya. Memposting, berkomentar, mengirim email, pesan instan, dan mewawancarai peneliti adalah cara umum untuk mengambil data dalam netnografi. 3) Data catatan lapangan, peneliti menyempurnakan dengan catatan dari wawancara dengan informan penelitian, kemudian bukti foto ataupun video unggahan melalui sosial media dan grup *whatsapp* BTS ARMY Sidoarjo.

Hasil

Melalui penelitian menggunakan netnografi, budaya visual dalam komunitas ARMY BTS terbentuk melalui aktivitas penggemar di sosial media Instagram dan WhatsApp. Hasil penelitian tersebut menggambarkan dengan penjelasan data dengan dua tahapan netnografi sebagai berikut:

Learning

Dalam *learning*, peneliti mempelajari sebuah aktivitas budaya di dalam sebuah komunitas melalui internet dengan enam cara.

- **Menemukan persamaan:** Menemukan persamaan aktivitas penggemar tentang salah satu member di grup WhatsApp ARMY BTS Sidoarjo tentang ajakan untuk menonton konser Permission To Dance in Los Angeles (PTD in LA) pada tanggal 11 November 2021. Di Instagram, akun fanbase @armysidoarjo_ juga memposting sebuah poster yang berisi ajakan kepada followers untuk menonton bersama Permission To Dance in Los Angeles (PTD in LA) pada 11 November 2021.
- **Menyerap budaya:** Pada grup WhatsApp ARMY BTS Sidoarjo, budaya konsumsi tentang produk kolaborasi antara BT21 milik BTS (*Bangtan Seonyeondan*) dengan Chatime terbentuk. Yang *launching* berbentuk minuman dengan *cover* dan *merchandise* BT21. Salah satu member grup memberi informasi agar member grup yang lain tidak tertinggal *update* tentang hal berbau *boyband* BTS pada tanggal 12 Desember 2021. Di Instagram, akun fanbase ARMY Sidoarjo @armysidoarjo_ sebagai media partner untuk produk minuman SobatesBeeyee. Hanya dengan pembelian minimal tiga puluh lima ribu rupiah, bisa mendapatkan photocard random *boyband* BTS, *cup sleeve* dan *doorprize* pada tanggal 9 Desember 2021.
- **Aturan dan teknik:** Salah satu aturan grup WhatsApp ARMY Sidoarjo, yaitu wajib memperkenalkan diri pada member grup yang lainnya ketika sudah diizinkan bergabung ke dalam grup tersebut. Di Instagram, sebelum bergabung di grup WhatsApp harus *direct message* admin Instagram dan akan diarahkan ke admin WhatsApp. Di WhatsApp, yang ingin menjadi member harus memperkenalkan diri pada admin WhatsApp dan wajib *follow* akun fanbase @armysidoarjo_.
- **Mengambil rasa kebersamaan:** Salah satu member grup WhatsApp meminta bantuan berupa doa agar dirinya terhindar dari segala marabahaya gempa bumi yang terjadi di Nusa Tenggara Timur dan member yang lain turut mendoakan pada tanggal 14 Desember 2021. Di Instagram, akun fanbase ARMY BTS Sidoarjo memposting poster open donasi untuk gunung meletus di Lumajang agar saling membantu ARMY dan warga sekitar yang ada disana pada 4 Desember 2021.
- **Timbal balik:** Ada tanggapan isu tentang member *boyband* BTS yaitu Jimin yang di informasikan sedang sakit. Member grup saling melontarkan tanya jawab tentang apa yang menyebabkan Jimin BTS sakit pada 31 Januari 2022. Di Instagram, akun fanbase @armysidoarjo_ dan akun fanbase @armybits.lumajang saling berinteraksi di kolom komentar pada postingan open donasi untuk gunung meletus yang ada di Lumajang. Akun fanbase @armybits.lumajang berterimakasih atas partisipasi akun @armysidoarjo_ yang membantu dalam bentuk donasi yang bisa berupa uang tunai, masker, makanan pada tanggal 4 Desember 2021.
- **Mempertajam skillset:** Dalam grup WhatsApp ARMY BTS Sidoarjo, admin grup menunjukkan bahwa fanbase ARMY Sidoarjo berhasil menjadi akun official dan diakui sebagai salah satu perwakilan Sidoarjo dan masuk ke dalam salah satu list komunitas ARMY Jawa Timur official pada 15 Januari 2022. Di Instagram, ARMY Sidoarjo menampilkan tarian dengan membawakan lagu BTS di pertemuan konser online Permission to Dance pada tanggal 9 Desember 2021.

Hasil

Doing

Dalam doing, peneliti melihat apa yang dilakukan komunitas tersebut untuk mencapai potensi pada learning dan terdapat enam cara.

- **Mengomentari sebuah postingan:** antusias member grup WhatsApp ARMY Sidoarjo dengan aktifnya akun pribadi official boyband BTS. Mereka saling melempar obrolan pada 6 Desember 2021. Di Instagram, akun @armysidoarjo_ membuat salah satu followersnya antusias karena fanbase ini mengadakan menonton bersama konser online boyband BTS dengan judul Permission to Dance pada tanggal 7 November 2021.
- **Bertanya:** Pada grup WhatsApp ARMY Sidoarjo, member mempertanyakan soal konser online boyband BTS Permission to Dance dilaksanakan dimana. Dan member yang mengetahui menjawab bahwa konser online tersebut diadakan di sebuah private hotel di kota Sidoarjo pada tanggal 12 November 2021. Di Instagram, followers akun @armysidoarjo_ mempertanyakan soal tersedianya slot konser online boyband BTS Permission to Dance melalui instagram stories pada 7 November 2021.
- **Menerima umpan balik:** Member grup WhatsApp saling tanya jawab soal konser online boyband BTS Permission to Dance pada tanggal 12 November 2021. Di Instagram, akun fanbase @armysidoarjo_ mengajukan pertanyaan melalui Instagram stories tentang konser online boyband BTS Permission to Dance yang mana agar para followers Instagram @armysidoarjo_ tidak bingung dan bisa langsung menanyakan, pada tanggal 7 November 2021.
- **Berusaha terlibat dalam sebuah proyek:** Member grup WhatsApp ARMY Sidoarjo mengajak untuk berkontribusi pada proyek ARMY Surabaya. Terbukti ada beberapa member yang ikut termasuk admin grup ARMY Sidoarjo, pada tanggal 18 Maret 2022. Di Instagram, fanbase @armysidoarjo_ menjadi media partner proyek ARMY Surabaya untuk menonton bersama konser online boyband BTS Permission to Dance di tanggal 13 Januari 2022.
- **Menilai dan meninjau:** Pada tanggal 15 Januari 2022, admin grup di WhatsApp ARMY Sidoarjo ingin meninjau bagaimana pendapat dan keluhan kesah selama menjadi member grup WhatsApp ARMY Sidoarjo sebagai ucapan hari jadi terbentuknya fanbase.
- **Mengambil peran kepemimpinan:** Admin grup WhatsApp ARMY Sidoarjo mengatur kelancaran untuk menonton bersama konser online boyband BTS Permission to Dance in Seoul di sebuah bioskop di Sidoarjo dari booking seat dan lain – lainnya pada tanggal 24 Februari 2022. Dalam akun Instagram fanbase @armysidoarjo_, berhasil mempertemukan para ARMY yang ada di Sidoarjo dalam konser online boyband BTS Permission to Dance. Disini fanbase ARMY BTS Sidoarjo berhasil mengambil peran sebagai wadah aktivitas penggemar pada tanggal 9 Desember 2021.

Pembahasan

Pada akun Instagram @armysidoarjo_ melalui penelitian menggunakan netnografi dalam komunitas ARMY BTS, budaya visual terbentuk melalui aktivitas penggemar di akun Instagram @armysidoarjo_ dan grup WhatsApp ARMY BTS Sidoarjo. Antara akun Instagram dan grup WhatsApp memiliki kesinambungan satu sama lainnya. Dengan mengikuti dua tahap netnografi yaitu learning dan doing, masing – masing sosial media menunjukkan adanya kegiatan yang membawa pada budaya visual seperti membagikan poster konser online di Instagram maupun WhatsApp. Adapun wujud budaya konseptual dan kebudayaan materialnya yakni minuman kolaborasi produk BT21 dengan minuman Chatime dan SobatesBeyee yang memberikan desain di botol minumannya. Kemudian membuat pertemuan sesama ARMY BTS Sidoarjo untuk menonton film yang akan menjadi gambaran visual yang bisa dikenal dan diingat.

Budaya visual yang terjadi pada grup WhatsApp ARMY Sidoarjo tidak sebanyak yang ada di akun *fanbase* Instagram @armysidoarjo. Karena grup WhatsApp lebih sering digunakan untuk berinteraksi antar member pada komunitas ARMY Sidoarjo meskipun tetap ada. Sedangkan di Instagram, akun @armysidoarjo_ menampilkan visual yang menggambarkan aktivitas mereka. Entah itu poster, video pertemuan ARMY Sidoarjo pada konser online, yang wujud budaya visualnya lebih terlihat jelas. Di dalamnya mereka menggunakan atribut seperti *handbanner*, boneka BT21, ARMY Bomb (*lightstick*), seni pertunjukan menari menggunakan lagu *boyband* BTS dan lain sebagainya.

Temuan Penting Penelitian

ARMY BTS Sidoarjo dalam membentuk kecintaan penggemar boyband BTS (*Bangtan Seonyeondan*) ke dalam budaya visual memiliki *power* yang besar dengan *chemistry* satu sama lainnya. Mereka saling memiliki sesamanya dan menumbuhkan cinta mereka menjadi nyata melalui budaya visual di internet seperti grup WhatsApp ARMY Sidoarjo dan postingan Instagram @armysidoarjo_.

Manfaat Penelitian

- **Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memotivasi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan permasalahan yang baru tentang budaya visual melalui metode netnografi yang mendalami keyakinan, nilai dan budaya serta perilaku masyarakat atau kelompok dari internet.

- **Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran bagaimana aktivitas penggemar yang dibentuk ke dalam budaya visual melalui sosial media pada masa kini.

Referensi

- [1] D. A. Sachari, Budaya Visual Indonesia, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2007.
- [2] F. Zahra, N. Mustaqimma dan M. D. Hendra, "Kekuatan Media Digital pada Pembentukan Budaya Populer," vol. 2, 2020.
- [3] N. dan K. Susanti, "Fenomena BTS dalam Iklan "Tokopedia" Sebuah Tinjauan Citra Budaya Visual," p. Vol 4, 2020.
- [4] S. S. Sa'diyah, "Budaya Penggemar di Era Digital (Studi Etnografi Virtual Pada Penggemar BTS di Twitter)," Jurnal Ilmu Komunikasi , pp. 2(1) 1-10, 2019.
- [5] J. Lee, BTS and ARMY Culture, Korea: ComunicationBooks Inc., 2019.
- [6] F. Yulistiana, A. Sujoko dan W. Pujarama, "Budaya Fangirling Boyband Korea di Dunia Virtual (Studi Etnografi Virtual pada Cyberfandom Boyband EXO di Media Sosial Twitter)," Ilmu Komunikasi, 2017.
- [7] R. V. Kozinets, Netnography Doing Research Online, Los Angeles: SAGE Publications Inc, 2010.
- [8] A. Anggito dan J. Setiawan, Metodologi Penelitian Kualitatif, Sukabumi: CV Jejak, 2018.
- [9] R. Kozinets, Netnography: Redefined, London: SAGE, 2015.
- [10] J. Gray, C. Sandvoss dan C. L. Harrington, Fandom Identities and Communities in a Mediated World, New York: New York University Press, 2017.
- [11] A. Andiane, "Interaksi Akun Pseudonim (Cyberaccount) Di Media Sosial Twitter dan Konsep Diri Penggunanya," 2021.
- [12] J. Gray, C. Sandvoss dan C. L. Harrington, Fandom Identities and Communities in a Mediated World, New York: New York University Press, 2017.
- [13] I. Adnan dan D. Iskandar, "Studi Netnografi Belajar Membuat Podcast Podcast Pada Komunitas The Podcasters di Media Sosial Discord," 2020.
- [14] A. M. Kaplan, "Social Media, the Digital Revolution, and the Business of Media," Social Media, the Digital Revolution, and the Business of Media, pp. 197-199, 2015.
- [15] M. Ullavia dan F. Ratyaningrum, "Karakteristik Fanart Dari ARMY Indonesia: Analisis Visual Karya Komunitas Penggemar Bangtan Seonyeondan (BTS)," vol. 2, 2021.

