

**ANALISIS PERILAKU *CELEBRITY WORSHIP*
DALAM GAYA HIDUP PENGGEMAR *K-POP*
(STUDI PADA *FANDOM ARMY* INDONESIA DI WILAYAH
JAKARTA)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

ADE ANJUNAU LISP

1181903066

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA


2021

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Ade Anju Nauli SP

NIM : 1181903066

Tanda Tangan : 

Tanggal : 4 September 2021

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh :


Nama : Ade Anju Nauli SP
NIM : 1181903066
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Perilaku *Celebrity Worship* Dalam Gaya Hidup Penggemar *K-Pop* (Studi Pada *Fandom Army* Indonesia di Wilayah Jakarta)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing I : Pratiwi Ambarwati, S.S., M.Si. ()

Penguji I : Dra. Suharyanti, M.S.M. ()

Penguji II : Dianingtyas Murtanti Putri, S.Sos., M.Si. ()
4 Sep 2021

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 4 September 2021

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Perilaku *Celebrity Worship* Dalam Gaya Hidup Penggemar *K-Pop* (Studi Pada *Fandom Army* Indonesia di Wilayah Jakarta)”. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi di Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie pada 2021. Penulisan Tugas Akhir ini juga tidak terlepas dari doa dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua dan keluarga yang telah memberikan dukungan baik secara moral maupun finansial selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.
2. Pratiwi Ambarwati, S.S., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan ilmu, waktu, nasihat dan saran yang membangun selama penyusunan Tugas Akhir.
3. Dra. Suharyanti, M.S.M. selaku Ketua Penguji dalam sidang Tugas Akhir yang telah memberikan saran dan masukan yang membangun hingga penulisan ini dapat selesai.
4. Dianingtyas Murtanti Putri, S.Sos., M.Si. selaku Sekretaris/Penguji II dalam sidang Tugas Akhir yang telah memberikan banyak sekali saran dan masukan yang membangun hingga penulisan ini dapat selesai dengan baik dan maksimal.
5. Raihana Permata, Valdi Chandra, Dhaneswara, Wildi Agustin, Raya Alifa, Mayang Dini dan Kamar Loteng sebagai teman yang selalu memberikan motivasi dan doa dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

6. Teman-teman Marketing Communication Kelas Batch XI Program Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie atas kerjasama, perjuangan suka dan duka, dan pengalaman yang luar biasa selama kurang lebih 1,5 tahun masa perkuliahan.
7. Seluruh dosen pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu dan pembelajaran yang berharga selama masa perkuliahan.
8. Seluruh Staf dan Administrasi Universitas Bakrie (khususnya Mas Taufik) yang memberikan bantuan dan dukungan sangat berharga sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir.

Penulis juga menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis menerima kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

Depok, 4 September 2021



Ade Anju Nauli SP

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ade Anju Nauli SP
NIM : 1181903066
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas **Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Fee Rights*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“ANALISIS PERILAKU *CELEBRITY WORSHIP* DALAM GAYA HIDUP PENGEMAR *K-POP* (Studi Pada *Fandom ARMY* Indonesia Wilayah Jakarta)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 4 September 2021

Yang menyatakan,



(Ade Anju Nauli SP)

**ANALISIS PERILAKU *CELEBRITY WORSHIP*
DALAM GAYA HIDUP PENGGEMAR *K-POP*
(STUDI PADA *FANDOM ARMY INDONESIA WILAYAH JAKARTA*)**

Ade Anju Nauli SP

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang Analisis Perilaku *Celebrity worship* Dalam Gaya Hidup Penggemar *K-pop* (Studi Pada *Fandom Army Indonesia Wilayah Jakarta*). Kegiatan yang dilakukan oleh penggemar BTS akan memiliki pandangan tersendiri yang dapat dilihat dari gaya hidupnya sebagai penggemar *K-pop* di mana hal tersebut menjadi sesuatu yang memberikan kesenangan tersendiri bagi mereka yang disesuaikan dengan tahapan perilaku *celebrity worship*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku *celebrity worship* dalam gaya hidup *fandom ARMY Indonesia* di wilayah Jakarta. Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deksriptif dengan metode analisis studi kasus dan wawancara sebagai alat pengumpulan data utama. Subjek penelitian ini adalah 5 *fandom ARMY Indonesia* yang berdomisili di Jakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *ARMY Indonesia* di wilayah Jakarta memiliki perilaku *celebrity worship* pada tahapan *intensitas personal feeling* yang mana dilihat dari cara mereka menghabiskan waktu, minat dan pendapatnya.

Kata kunci: *celebrity worship*, gaya hidup, *k-pop*, *btsarmy*

**ANALYSIS OF CELEBRITY WORSHIP BEHAVIOR
IN LIFESTYLE OF K-POP FANS
(STUDY ON INDONESIAN FANDOM ARMY JAKARTA REGION)**

Ade Anju Nauli SP

ABSTRACT

This study discusses the Analysis of Celebrity worship Behavior in the Lifestyle of K-pop Fans (Study of the Indonesian Fandom Army in the Jakarta Area). Activities carried out by BTS fans will have their own views that can be seen from their lifestyle as K-pop fans where it becomes something that provides its own pleasure for those who are adjusted to the stages of celebrity worship behavior. This study aims to determine the behavior of celebrity worship in the Indonesian ARMY fandom lifestyle in the Jakarta area. The research methodology used is a descriptive qualitative approach with case study analysis methods and interviews as the main data collection tools. The subjects of this study were 5 Indonesian ARMY fandoms domiciled in Jakarta. The results of study showed that Indonesian ARMYs in the Jakarta area have celebrity worship behavior at the stage of Intense Personal feeling which is seen from the way they spend their time, interests and opinions.

Keywords: celebrity worship, lifestyle, k-pop, btsarmy

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Teoritis	4
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya	6
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Kerangka Pemikiran.....	15
2.2.1 Korean Pop (<i>K-pop</i>).....	15
2.2.2 <i>Fandom</i>	16
2.2.3 Gaya Hidup.....	17
2.2.4 <i>Celebrity</i>	18
2.2.5 <i>Celebrity worship</i>	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	21
BAB III	
METODOLOGI PENELITIAN	23

3.1	Metode Penelitian	23
3.2	Objek dan Subjek Penelitian	23
3.3	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	24
3.3.1	Sumber Data.....	24
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.4	Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	27
3.5	Teknik Analisis Data.....	28
3.6	Teknik Pengujian Keabsahan Data	29
3.7	Keterbatasan Penelitian	30
BAB IV		
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		31
4.1	Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian.....	31
4.1.1	Gambaran Objek Penelitian.....	31
4.1.2	Gambaran Subjek Penelitian.....	31
4.1.2.1	Informan fandom ARMY.....	32
4.2	Hasil Penelitian.....	38
4.2.1	Sejarah BTS.....	38
4.2.2	Deskripsi fandom ARMY Indonesia	45
4.2.3	Gaya Hidup Fandom ARMY Indonesia di wilayah Jakarta	48
4.2.4	Perilaku Celebrity worship Fandom ARMY Indonesia.....	71
4.3	Pembahasan.....	84
4.3.1	Analisis Perilaku Celebrity worship dalam Gaya Hidup ARMY Indonesia di Wilayah Jakarta	84
BAB V		
KESIMPULAN DAN SARAN		97
5.1	Simpulan	97
5.2	Saran.....	98
DAFTAR LAMPIRAN.....		99
	Transkrip Wawancara.....	99
DAFTAR PUSTAKA		vi

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kekuatan Ekonomi Fan <i>K-pop</i> di Indonesia.....	2
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	22
Gambar 3.1 Proses Analisis Data	29
Gambar 4.1 Meity Syukria, 33 tahun.....	33
Gambar 4.2 Regina Swasti Pramuditha, 26 tahun	34
Gambar 4.3 Adzhani Adhari, 24 tahun.....	35
Gambar 4.4 Noviana Nisaul Rohmah, 26 tahun.....	36
Gambar 4.5 Fifiela Raisa, 39 tahun.....	37
Gambar 4.6 Dr. Mediana Handayani, S.Sos, M.S.....	37
Gambar 4.7 <i>Screenshot</i> Akun Twitter BTS.....	39
Gambar 4.8 <i>Screenshot</i> Jadwal Stadion Tour BTS 2019	41
Gambar 4.9 <i>Screenshot</i> poster konser Bang Bangcon dan BTS Map of the Soul One.....	42
Gambar 4.10 <i>Screenshot</i> Cover Time 2020.....	43
Gambar 4.11 BTS Grammy 2020 Nominasi.....	44
Gambar 4.12 Kompilasi BTS <i>Chart</i> Billboard Hot100.....	44
Gambar 4.13 Poster <i>reality show</i> BTS dan Festa.....	45
Gambar 4.14 Logo ARMY BTS dan Lightstick ARMY Bomb.....	46
Gambar 4.16 <i>Cup sleeve event</i> ulang tahun Jin & V	50
Gambar 4.17 Donasi BTS ARMY Indonesia untuk <i>driver ojek online</i>	51
Gambar 4.18 Koleksi <i>merchandise</i> dan album <i>Fandom</i> ARMY	58
Gambar 4.15 Kegiatan yang dilakukan bersama <i>Fandom</i> ARMY.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya.....	11
Tabel 2.2 Dimensi Gaya Hidup.....	18
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep.....	27

DAFTAR LAMPIRAN

Transkrip Wawancara.....99