

**Pola Interaksi Antar Penggemar Boyband Korea Selatan Bangtan Sonyeondan
(Studi Kasus Army Manado)****Oleh:****Renata Janefer Monica Patalo ¹****Nicolaas Kandowangko²****Evelin J.R. Kawung³****Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana pola interaksi yang terjadi dan apa manfaat pola interaksi antar penggemar boyband Korea Selatan Bangtan Sonyeondan pada ARMY Manado. Adapun landasan teori yang digunakan yaitu interaksionisme simbolik. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan berjumlah 10 orang yang termasuk dalam anggota ARMY Manado. Berdasarkan hasil dari penelitian, dapat digambarkan bahwa ARMY sejalan dengan teori interaksionisme simbolik dimana interaksi diantara para penggemar terjadi melalui simbol seperti ketika mereka melihat orang yang menggunakan merchandise Bangtan maka mereka akan saling menyapa sehingga timbul interaksi. Pola interaksi antar penggemar boyband Korea Selatan Bangtan Sonyeondan yaitu melalui media sosial dan secara langsung yaitu dengan saling bekerja sama melakukan interaksi positif dan menghindari konflik yang ada. Manfaat pola interaksi yaitu para penggemar mendapat teman dari berbagai kalangan usia, mempunyai tempat untuk berbagi cerita tentang kegemaran yang sama, dan melakukan berbagai kegiatan positif bersama.

Kata Kunci: Pola Interaksi, Penggemar, Bangtan Sonyeondan, ARMY

¹Mahasiswa Program Studi Sosiologi FISPOL-Unsrat

²Dosen Program Studi Sosiologi FISPOL-Unsrat

³Dosen Program Studi Sosiologi FISPOL-Unsrat

Pendahuluan

Musik dari budaya Korea yang paling banyak dikenal adalah musik bergenre pop, yang biasa disebut dengan Korean pop atau K-Pop. K-Pop sendiri identik dengan adanya girlband dan boyband yang merupakan sekumpulan perempuan maupun laki-laki yang berada dibawah suatu manajemen atau agensi. Dilansir dari matamatamusik.com, BTS menduduki posisi puncak untuk boyband K-Pop terpopuler edisi bulan April 2021 dan telah bertahan pada posisi ini selama 35 bulan.

BTS merupakan salah satu grup vokal pria asal Korea Selatan beranggotakan 7 members yang awal diperkenalkan ke publik pada tahun 2013. Nama grup BTS merupakan singkatan ekspresi Korea Bangtan Sonyeondan dari Bahasa Korea asli secara harfiah berarti “Bulletproof Boy Scouts” (Laki laki yang antipeluru). Nama itu dikonseptualisasikan dengan pemikiran bahwa akan memblokir streotip, kritik, dan harapan yang menargetkan remaja seperti peluru dan melindungi nilai-nilai dan cita-cita remaja saat ini.

Boyband ini juga memiliki perkumpulan fans yang sangat besar, bahkan cakupannya hingga tingkat internasional, yang disebut dengan ARMY (Adorable Representative MC for Youth). Sebutan ARMY diresmikan pada 9 Juli 2013 silam sebagai nama fandom BTS. Jones (1997, dalam Jacob 2003) mendefinisikan fans sebagai individu yang mempunyai intensitas lebih dan mencurahkan sebagian dari waktunya setiap hari untuk sesuatu yang individu tersebut gemari. Dalam hal ini ketika seseorang menjadi ARMY ia akan terlibat dalam aktivitas-aktivitas yang berkaitan dengan BTS seperti membeli merchandise, menonton konser, mendatangi fansign, membeli album, mengunduh video, streaming music video, membeli goodies dan mencari tahu banyak informasi tentang BTS yang dapat diperoleh dari berbagai media sosial seperti instagram, line, twitter maupun sumber lain yang bisa digunakan untuk

mendapatkan informasi dan tambahan pengetahuan tentang BTS.

Komunitas ARMY menjadi tempat dimana mereka bersosialisasi, saling berbagi informasi serta pengalaman mengenai diri mereka dengan idola K-Pop (BTS) yang mereka sukai. Komunitas ARMY tersebar di seluruh penjuru dunia termasuk Indonesia khususnya di Manado yaitu ARMY Manado. Komunitas ARMY Manado sendiri terbentuk sejak 14 Agustus 2013 yang anggotanya berasal dari kota Manado dan sekitarnya. Komunitas ini memiliki anggota dari berbagai kalangan usia yang aktif mengikuti kegiatan. Berbagai macam kegiatan yang sudah dilakukan komunitas diantaranya adalah mengadakan event rutin setiap ulang tahun anggota Bangtan Boys, mengadakan donasi, saling bertemu (meet up) pada acara K-pop Festival, dan acara yang lainnya.

Penelitian Terdahulu

Pertama, penelitian yang telah dilakukan oleh Soegiantoro (2009) tentang “Pola Interaksi Antar Penggemar di Radio Retjo Buntung dalam Program Campursari Langensari”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola interaksi para penggemar radio Retjo Buntung dalam program campursari langensari, mengetahui dampak positif yang diperoleh penggemar dalam mengikuti acara langensari di radio Retjo Buntung, mengetahui dampak negative diperoleh penggemar dalam mengikuti acara langensari di radio Retjo Buntung.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa pola interaksi antara penggemar radio Retjo Buntung terbagi menjadi dua yaitu langsung dan tidak langsung. Adapun tahapan prosesnya terjadi dari pola interaksi tidak langsung seperti saling sapa melalui sms atau phone live merambah menjadi interaksi langsung seperti jumpa darat baik sesama penggemar ataupun dengan penyiar.

Dampak positif dari adanya interaksi adalah menambah teman, wawasan seperti Yogyakarta dan sebagian Jawa Tengah, wawasan seputar musik campursari, dan sebagai sarana hiburan. Dampak negatif yang terjadi yaitu kekecewaan karena lagu yang direquest tidak diputar, sementara mereka sudah mengeluarkan dana itu, di samping itu kedekatan antara anggota kadang disalahgunakan untuk memperoleh materi.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah memiliki persamaan membahas tentang interaksi sosial. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek kajiannya. Pada penelitian ini membahas pola interaksi antar penggemar di radio Retjo Buntung, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan peneliti akan meneliti mengenai pola interaksi antar penggemar boyband Korea Selatan Bangtan Sonyeondan.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Lia Nurlia (2018) mengenai Pola interaksi dan solidaritas sosial komunitas penggemar Korean Pop (K-Pop): penelitian pada komunitas Ever Lasting Friend di Kota Bandung. Penelitian yaitu menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pola interaksi di komunitas Ever Lasting Friend Bandung. Kemudian untuk mengetahui bagaimana bentuk solidaritas sosialnya, serta dampak yang didapatkan seseorang ketika bergabung dengan komunitas ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua pola interaksi yang terjadi di komunitas Ever Lasting Friends Bandung. Pertama, interaksi asosiatif bentuknya seperti kerjasama, akulturasi, trip (perjalanan) bersama, memberikan support/dukungan dan menghadiri gathering. Kedua, interaksi disosiatif bentuknya seperti konflik antar penggemar dan kompetisi/persaingan dalam bidang bisnis seperti online shop. Sedangkan bentuk solidaritas sosial yang ditunjukkan yaitu

mengacu pada solidaritas mekanik dan solidaritas organik, namun bentuknya cenderung lebih dominan solidaritas organik. Solidaritas mekanik meliputi aspek kesadaran kolektif kuat dan ketergantungan antar anggota komunitas rendah. Solidaritas organik meliputi pembagian kerja atau tugas tinggi dan berdasarkan keahlian. Individualitasnya tinggi, dan bentuk komunitasnya bersifat perkotaan karena didasarkan pada kesamaan hobi. Kemudian dampak yang didapat ketika bergabung dengan komunitas Ever Lasting Friend Bandung ada dua yaitu dampak positif dan negatif. Dampak positif yaitu mendapatkan lebih banyak informasi, menambah teman baru, rajin menabung dan mempelajari bahasa Korea. Dampak negatifnya, konsumtif dan meniru gaya hidup idolanya.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah memiliki persamaan membahas tentang pola interaksi sosial pada komunitas, dan juga pada teori yang digunakan. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi dan juga informan penelitian.

Metode Penelitian

Penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil lokasi dan objek penelitian fanbase ARMY Manado yang berdomisili di kota Manado dan sekitarnya

Dalam penelitian kualitatif, informan penelitian berupa manusia atau narasumber yang memberikan informasi data. Informan dalam penelitian ini adalah penggemar Bangtan Sonyeondan yang disebut ARMY yang ada di Kota Manado dan sekitarnya yang tergabung dalam komunitas ARMY Manado.

Fokus penelitian dalam kualitatif ini lebih didasarkan pada tingkat kepentingan/urgensi dari masalah yang dihadapi dalam penelitian ini. Penelitian ini difokuskan pada interaksi antar penggemar boyband Korea Selatan Bangtan

Sonyeondan, ARMY khususnya yang ada di komunitas ARMY Manado.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan menyimpulkan data.

Rangkuman Wawancara

Peneliti mengamati secara cermat dan langsung turun ke lokasi penelitian untuk mengetahui kondisi yang terjadi, disini peneliti turut berpartisipasi dan menjadi anggota dari komunitas penggemar Bangtan atau biasa disebut dengan ARMY, untuk mengetahui lebih dalam mengenai pola interaksi yang terjadi. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar ARMY memahami definisi pola interaksi. Mereka mendefinisikan pola interaksi antar penggemar Bangtan Sonyeondan sebagai bentuk atau macam interaksi yang dilakukan oleh sesama penggemar dengan saling bekerja sama untuk mencapai suatu tujuan yang sama.

Berdasarkan hasil wawancara diatas, peneliti mengetahui faktor pendorong antar penggemar Bangtan Sonyeondan untuk saling berinteraksi satu sama lain yaitu kesukaan terhadap idola grup yang sama, tentu otomatis memiliki beberapa kecocokan antara lain menyukai lagu-lagu dan memiliki rasa ingin tahu informasi tentang Bangtan dapat menyebabkan interaksi antar ARMY. Karena kesamaan setiap ARMY dalam hal menyukai Bangtan, mereka dengan bebas saling meluapkan rasa sukanya lewat berinteraksi dengan orang yang memiliki kegemaran yang sama. Misalnya ketika sedang berada di suatu tempat ketika mendengar lagu Bangtan, atau ada yang lagi menggunakan baju atau mungkin atribut yang berbau Bangtan, secara otomatis akan saling berinteraksi.

Mengenai pertanyaan tentang seberapa penting media sosial dalam memfasilitasi pola interaksi antar penggemar, sebagian besar menganggap bahwa peran media sosial

dalam memfasilitasi pola interaksi antar penggemar Bangtan Sonyeondan sangat penting karena memberikan setiap sumber informasi mengenai kejadian yang sedang trending topik mengenai Bangtan Sonyeondan sehingga para penggemar dapat mendiskusikan informasi tersebut. Media sosial menjadi sangat penting karena cakupan ARMY sendiri cukup luas sehingga media sosial dapat menjadi jembatan penghubung untuk para penggemar berinteraksi satu sama lain. Jenis interaksi yang paling sering terjadi pada ARMY yaitu simbiosis dan kompetisi. Yang pertama, interaksi simbiosis yaitu kerja sama dalam hal ini para ARMY saling bekerja sama berkumpul untuk merayakan, bahkan sekedar berbagi informasi, hingga melakukan donasi untuk kemanusiaan. Jenis interaksi yang kedua yaitu konflik. Terjadinya konflik antar penggemar kadang tidak dapat dihindari. Sebagian besar penyebabnya dikarenakan perbedaan pendapat, ada beberapa oknum yang hanya menyukai satu anggota kemudian menjelekkan anggota yang lain. Ada juga yang merasa paling tahu tentang Bangtan atau individu sehingga merasa diri paling benar sehingga menimbulkan perselisihan dengan ARMY lain. Mengenai topik pembicaraan, para penggemar biasanya saling bertukar informasi tentang Bangtan, membahas lagu-lagu dan konsep teori yang ada dalam lagu maupun video musik yang diciptakan oleh Bangtan.

Peneliti juga menyinggung tentang donasi yang sering dilakukan. Ketika ada bencana alam, peristiwa duka, maupun aksi-aksi kemanusiaan lain mereka akan ikut melakukan donasi dengan cara mengisi tautan yang akan mengarahkan pada informasi rekening tujuan. Admin yang bertanggung jawab untuk donasi ini selalu melaporkan pertanggungjawaban keuangan di media sosial yang ada untuk mendapatkan kepercayaan.

Peneliti menanyakan pengaruh pola interaksi antar penggemar terhadap karir Bangtan Sonyeondan sebagai boyband

Korea Selatan. Interaksi antar penggemar sangat berpengaruh bagi karir grup tersebut karena para penggemar saling bekerja sama dengan baik sehingga dapat membuat hasil yang baik juga. Kerja sama yang sering ARMY lakukan yaitu dengan mendengarkan lagu-lagu yang diciptakan Bangtan, kemudian menaikkan posisi chart dari album atau lagu Bangtan yang sedang promosi, membeli album atau membeli merchandise, juga membeli dan menggunakan brand atau produk yang menjadikan Bangtan sebagai Brand Ambassador dan membuat brand lain berlomba-lomba untuk menjadikan Bangtan sebagai brand ambassador sehingga karir grup maupun anggota Bangtan semakin baik dan makin dikenal dunia.

Kemudian pada pertanyaan terakhir, peneliti menanyakan tentang manfaat pola interaksi antar penggemar pada diri sendiri. Dan berdasarkan hasil wawancara, peneliti mengetahui bahwa manfaat interaksi dengan sesama ARMY yaitu para penggemar mendapat teman dari berbagai kalangan usia, mempunyai tempat untuk membagikan cerita tentang kegemaran, bercanda bersama, saling memberi dukungan ketika ada masalah, memiliki impian bersama, dan melakukan aksi-aksi kemanusiaan bersama.

Pembahasan

Adapun teori yang digunakan sebagai acuan dalam keterkaitan dengan penelitian ini adalah teori interaksionisme simbolik. Teori ini membahas tentang interaksi antara masyarakat yang terjadi melalui simbol seperti lambang-lambang tertentu, gesture, dan bahasa (Robertson,1987:144).

Ruang lingkup kajian teori ini pada awalnya fokus pada perilaku manusia pada hubungan interpersonal bukan pada keseluruhan kelompok atau masyarakat, sebagaimana dikembangkan oleh Mead. Baru kemudian semakin berkembang, dan kini perhatiannya terpusat pada dampak dari makna dan simbol terhadap tindakan dan interaksi manusia.

Berdasarkan hasil dari penelitian, dapat digambarkan bahwa para penggemar Boyband Korea Selatan Bangtan Sonyeondan yang biasa disebut ARMY,

sejalan dengan teori interaksionisme simbolik ini dimana interaksi diantara para penggemar terjadi melalui simbol seperti gesture, dan lambang-lambang tertentu, dan bahasa seperti ketika mereka melihat orang yang memakai baju bergambar BTS, merchandise BTS, juga ketika mendengar lagu BTS di tempat umum dan melihat orang tersebut ikut menyanyikan lagu BTS, maka mereka akan saling menyapa sehingga timbul interaksi diantara mereka hanya dengan melihat simbol tersebut. Seperti yang dikatakan oleh salah satu informan: “kalo kita melihat ada orang yang menggunakan baju yang ada lambang BTS atau menunjukan dia ARMY, biasanya kami tidak malu untuk saling menyapa dan langsung menanyakan siapa member favoritnya, dan lain sebagainya”.

Penutup

Kesimpulan

- **Pola interaksi antar penggemar boyband Korea Selatan Bangtan Sonyeondan merupakan** bentuk dasar cara komunikasi yang dilakukan oleh sesama penggemar dalam hal ini ARMY, dengan saling bekerja sama untuk mencapai suatu tujuan yang sama. Para penggemar berinteraksi dengan dua cara yaitu melalui media sosial dan secara langsung. Yang pertama melalui media sosial memfasilitasi pola interaksi antar penggemar karena memiliki cakupan cukup luas sehingga dapat menjembatani para penggemar untuk saling berinteraksi dengan saling berbagi informasi. Kemudian yang kedua berinteraksi secara langsung yaitu dengan saling bertegur sapa, berkumpul untuk merayakan ulang tahun anggota *Bangtan Sonyeondan*, membahas lagu dan karya-karya *Bangtan*, hingga melakukan donasi untuk kemanusiaan. Terjadinya konflik antar penggemar kadang tidak dapat dihindari. Sebagian besar penyebabnya dikarenakan perbedaan

pendapat, ada beberapa oknum yang hanya menyukai satu anggota kemudian menjelekkan anggota yang lain. Ada juga yang merasa paling tahu tentang *Bangtan* atau individu sehingga merasa diri paling benar sehingga menimbulkan perselisihan dengan ARMY lain.

- Manfaat pola interaksi antar penggemar *boyband* Korea Selatan *Bangtan Sonyeondan* yaitu para penggemar mendapat teman dari berbagai kalangan usia, mempunyai tempat untuk berbagi cerita tentang kegemaran yang sama, dan melakukan berbagai kegiatan positif bersama.

Saran

- Guru perlu mengenali peserta didik dan Bagi penggemar *Bangtan Sonyeondan* (BTS) ARMY, agar bisa terus bekerja sama ikut melakukan kegiatan-kegiatan positif, tetap saling berbagi dan menghargai satu sama lain. Dan hindari berkomentar buruk di media sosial.
- Bagi Komunitas ARMY Manado, agar terus kompak dan lebih aktif lagi untuk saling berinteraksi dengan anggota, terus membuat kegiatan-kegiatan positif seperti kemanusiaan maupun lingkungan hidup.
- Bagi peneliti selanjutnya, semoga penelitian ini bisa memotivasi dan menginspirasi munculnya penelitian-penelitian lain yang berkaitan dengan pola interaksi antar penggemar

Daftar Pustaka

Basrowi, M.S. 2005. Pengantar Sosiologi. Bogor : Ghalia Indonesia.

Cuff, EC., Sharrock, WW., and Francis, DW., Perspective In Sociology, London and New York, Routledge Tylor and Francis Group, 2004

Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia. (Jakarta.PT Gramedia Pustaka Utama. 2008), 1088.

Fachrosi, E., Fani, D. T., Lubis, R. F., Aritonang, N. B., Azizah, N., Saragih,

D. R., & Malik, F, (2020), Dinamika Fanatisme Penggemar K-Pop pada Komunitas BTS-Army Medan. JURNAL DIVERSITA, 6(2), 194-201.

Jeanette dan Sinta Paramita, (2018), Makna Idola dalam Pandangan Penggemar(Studi Komparasi Interaksi Parasosial Fanboy dan Fangirl)

Lia Nurlia, 2018. Pola interaksi dan solidaritas sosial komunitas penggemar Korean Pop (K-Pop): penelitian pada komunitas Ever Lasting Friend di Kota Bandung

Matamusik, (2021), 30 Urutan Peringkat Boyband K-Pop Terpopuler Edisi Bulan April 2021.

<https://matamatamusik.com/30urutanperingkatboybandkpopterpopuleredisi-bulan-april-2021/> (diakses pada 20 Desember 2022, pukul 19.20 WITA).

Parapuan, (2022), Sejarah Terbentuknya BTS ARMY, Rayakan Ulang Tahun ke-9 di 9 Juli 2022.

<https://www.parapuan.co/read/533367594/sejarah-terbentuknya-bts-army-rayakan-ulang-tahun-ke-9-di-9-juli-2022?page=all> (diakses pada 7 Juni 2023, pukul 20.10 WITA).

P. Joko Subagyo. 2011. Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik. Yogyakarta: Penerbit Rineka Cipta.

Poloma, Margareth M., Sosiologi Kontemporer, Terj.Tim Yasogama, Jakarta, Raja Grafindo Persada, 2004

Raho, Bernard, Teori Sosiologi Modern, Jakarta:Prestasi Pustaka, 2007

Ritzer, George dan Douglas J Goddman, Teori Sosiologi Modern, Terj. Alimandan, Jakarta, PRENADA MEDIA, 2005

Robertson, Ian, Sociology, Third Edition, New York, Worth Publisher, 1987

Soegiantoro, 2009. Pola Interaksi Antar Penggemar di Radio Retjo Buntung dalam Program Campursari Langensari. Skripsi (S1). Yogyakarta :

Pendidikan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ekonomi. Universitas

Negeri Yogyakarta

Soekanto, Soerjono. 2012. Sosiologi Suatu Pengantar, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 1990)

Solihatin, Etin. 2008. Cooperative Learning Analisis Model Pembelajaran IPS.

Jakarta: Bumi Aksara

Sugiyono, 2016. Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV Alfabeta.

Storey, John. Rahmawati laily (pen.).2006. Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop: Pengantar Komprehensif Teori dan Metode. Yogyakarta: Jalasutra

Veeger, K.J., Realitas Sosial refleksi Filsafat Sosial atas Hubungan Individu, Masyarakat Dalam Cakrawala Sejarah Sosiologi, Jakarta, Gramedia, 1993

Situs Web:

<https://www.btsarmycensus.com/> (diakses pada 7 Juni 2023, pukul 20.30 WITA)

<https://id.wikipedia.org/wiki/BTS/> (diakses pada 7 Juni 2023, pukul 20.05 WITA)