



NOMOR SKRIPSI
6475/KOM-D/SD-S1/2024

**DINAMIKA GAYA HIDUP REMAJA
PENGGEAR BTS DI MEDIA SOSIAL
(STUDI ETNOGRAFI VIRTUAL KOMUNITAS ARMY
DI WHATSAPP)**



UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Melengkapi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :
KARMILA
NIM. 12040320193

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2024**

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Karmila
NIM : 12040320193
Judul : Dinamika Gaya Hidup Remaja Penggemar BTS di Media Sosial (Studi Etnografi Virtual Komunitas ARMY di WhatsApp)

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 20 Maret 2024

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 20 Maret 2024



Prof. Imron Rosidi, S.Pd., MA., Ph.D
NIP. 19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Artis, S.Ag, M.I.Kom
NIP. 19680607 200701 1 047

Penguji III,

Firdaus El Hadi, S.Sos, M.Soc. Sc
NIP. 19761212 200312 1 004

Sekretaris/ Penguji II,

Edison, S.Sos, M.I.Kom
NIP. 19780416 202321 1 009

Penguji IV,

Dr. Usman, S.Sos, M.I.Kom
NIP. 19860526 202321 1 013

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Undang-Undang

sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.



**DINAMIKA GAYA HIDUP REMAJA PENGGEMAR BTS DI MEDIA
SOSIAL (STUDI ETNOGRAFI VIRTUAL KOMUNITAS ARMY DI
WHATSAPP)**

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Disusun Oleh:

**KARMILA
NIM. 12040320193**

Telah disetujui pembimbing pada tanggal 16 Februari 2024

Pembimbing,

**Tika Mutia, S.I.Kom, M.I.Kom
NIP. 19861006 201903 2 010**

Mengetahui,

Ketua Prodi ilmu Komunikasi

**Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP.19810313 201101 1 004**

UIN SUSKA RIAU



KEMENTERIAN AGAMA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
 FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
 Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: lain-sq@Pekanbaru-Indo.net.id

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini.

Nama : Karmila
 NIM : 12040320193
 Judul : Dinamika Gaya Hidup Remaja Penggemar BTS Di Media Sosial (Studi Etnografi Virtual Komunitas ARMY Di WhatsApp)

Telah Diseminarkan Pada:
 Hari : Jum'at
 Tanggal : 15 Desember 2023

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (SI) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 15 Desember 2023

Penguji Seminar Proposal,

<p>Penguji I</p>  <p>Dr. Usman, M.I.Kom NIK.130417 119</p>	<p>Penguji II</p>  <p>Suardi, M.I.Kom NIP.19780912 201411 1 003</p>
---	--



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
 Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: ialn-sq@Pekanbaru-Indo.net.id

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Karmila
 NIM : 12040320193
 Tempat/ Tgl. Lahir : Bagan Jaya, 30 Oktober 2001
 Jurusan : Ilmu Komunikasi
 Judul Skripsi : Dinamika Gaya Hidup Remaja Penggemar
 BTS di Media Sosial (Studi Etnografi Virtual
 Komunitas ARMY di WhatsApp)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulis skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, Pemikiran, penulisan dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik naskah dan laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas pada *Footnote* dan daftar pustaka.

Pernyataan ini Saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila kemungkinan hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka Saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan skripsi ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di fakultas dakwah dan komunikasi universitas Islam negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta undang-undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 27 Februari 2024

Yang membuat pernyataan,



KARMILA

NIM. 12040320193



Pekanbaru, 12 Februari 2024

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di-
Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Karmila
NIM : 12040320193
Judul Skripsi : Dinamika Gaya Hidup Remaja Penggemar BTS di Media Sosial (Studi Etnografi Virtual Komunitas ARMY di WhatsApp)

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pembimbing,

Tika Mutia, S.I.Kom, M.I.Kom
NIP. 19861006 201903 2 010

Mengetahui :
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP. 19810313 201101 1 004

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



ABSTRAK

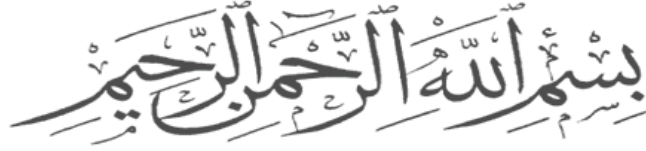
Nama : Karmila
NIM : 12040320193
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : **Dinamika Gaya Hidup Remaja Penggemar BTS di Media Sosial (Studi Etnografi Virtual Komunitas ARMY di WhatsApp)**

Perkembangan teknologi informasi dan media sosial telah mengubah paradigma interaksi sosial, terutama di kalangan remaja. Fenomena ini memberikan dampak signifikan terhadap gaya hidup remaja, termasuk dalam konteks penggemar selebriti dan kelompok idola. Salah satu kelompok idola yang mendapatkan perhatian besar dari remaja di seluruh dunia adalah BTS, sebuah grup musik Korea Selatan yang meraih popularitas global yang luar biasa. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana dinamika gaya hidup remaja penggemar BTS di media sosial (studi etnografi virtual komunitas ARMY di whatsapp). Penelitian ini menggunakan teori etnografi virtual melalui media sosial whatsapp, dengan metode kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui observasi partisipatif dan analisis konten dari interaksi serta aktivitas dalam komunitas tersebut. Hasil penelitian menunjukkan dinamika gaya hidup remaja penggemar BTS meliputi aktivitas/ kegiatan penggemar di waktu luang yaitu mendengarkan lagu-lagu BTS, menonton MV dan run BTS, dan berinteraksi dengan sesama penggemar. Kemudian minat/ ketertarikan penggemar yaitu melakukan pembelian barang-barang atau merchandise BTS sehingga gaya hidup penggemar terbelang konsumtif, dan yang terakhir opini/ pendapat hampir semua penggemar merasa tidak ada pengaruh buruk yang dirasakan sebagai fandom, para penggemar menganggap idol BTS merupakan bagian yang berperan sebagai penyemangat dan motivator mereka sehingga tidak heran jika sikap penggemar sangat emosional jika ada hal yang berkaitan dengan idol tersebut.

Kata Kunci: Gaya hidup, BTS dan ARMY, Etnografi Virtual



KATA PENGANTAR



Assalamua'laikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Puji syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya, hingga kepada umatnya hingga akhir zaman, aamiin.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada program Strata Satu Ilmu komunikasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Judul skripsi yang peneliti teliti adalah **“Dinamika Gaya Hidup Remaja Penggemar BTS di Media Sosial (Studi Etnografi Virtual Komunitas ARMY di WhatsApp)”**.

Penulisan skripsi ini menghadapi berbagai hambatan dan kesulitan, termasuk kekurangan dalam aspek kualitas dan kuantitas materi penelitian yang disajikan. Semua tantangan ini berasal dari keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti. Namun, berkat bimbingan, bantuan, nasehat, dan saran, serta kerja sama dari berbagai pihak, terutama pembimbing, semua hambatan tersebut berhasil diatasi dengan baik.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak mencapai tingkat kesempurnaan, sehingga peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat konstruktif demi kemajuan pendidikan di masa depan. Selain itu, peneliti juga merasa bersyukur atas bantuan yang diberikan oleh berbagai pihak selama penulisan skripsi ini. Pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan dengan hormat ucapan terimakasih kepada: **Bapak Husni dan ibuk Suriyani**, selaku ayahanda dan ibunda tercinta yang selalu mendo'akan, memberi nasihat, dan kasih sayang kepada peneliti. Terimakasih dukungan baik secara moril dan materil serta kepercayaannya selama ini sehingga peneliti dapat menyelesaikan perkuliahan dan skripsi ini. Serta **Kakak Maya, Supriadi, Juprianto dan M. Arijal** selaku kakak, abang dan adik peneliti, yang selalu memberikan dukungan, bantuan dan semangat kepada peneliti.

Selain itu, pada kesempatan ini pula peneliti juga ingin menyampaikan dengan tulus ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas, M.Ag. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

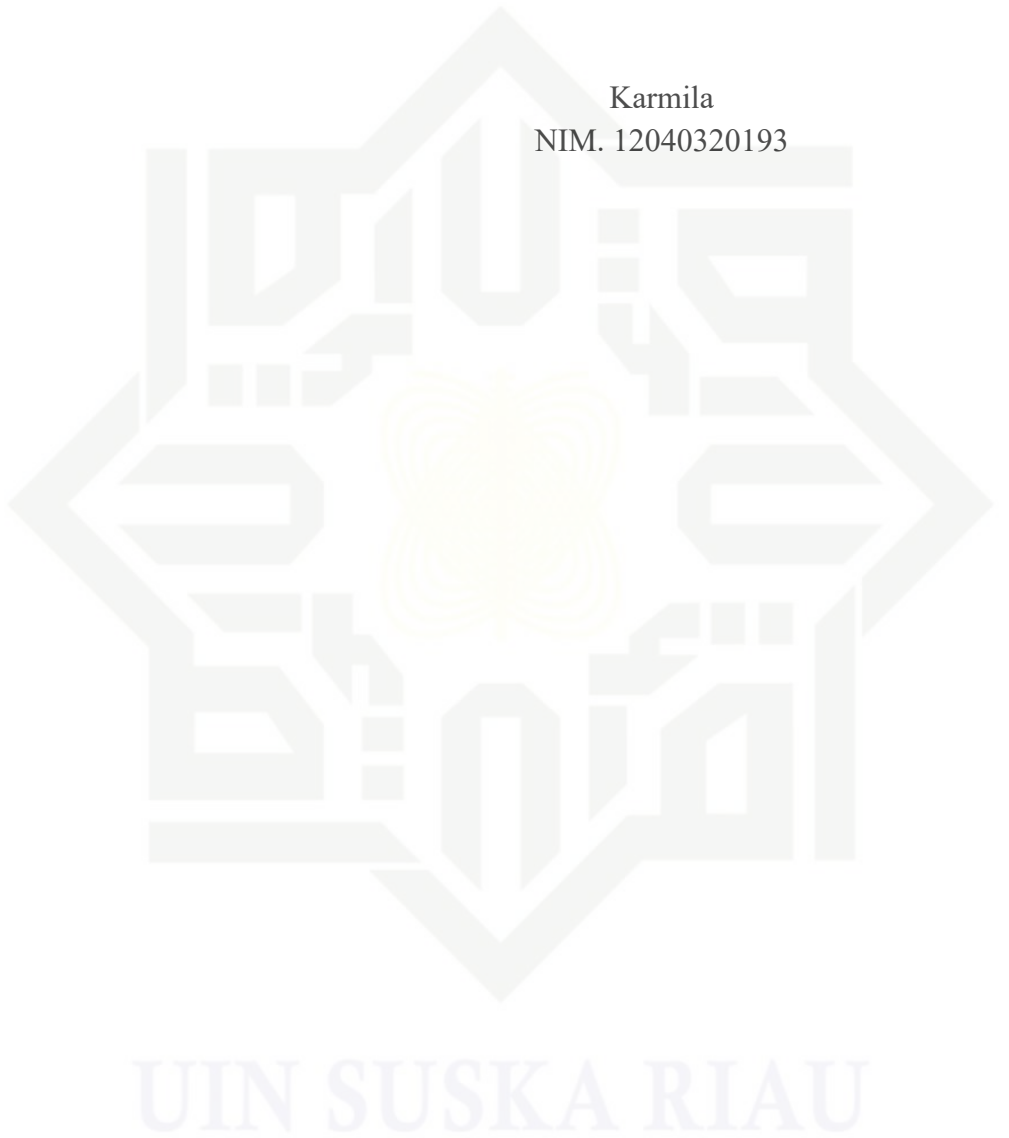
© Hak cipta milik UIN Suska Riau

2. Ibuk Prof. Dr. Hj. Helmiati, M. Ag selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Prof. Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Prof. Edi Erwan, S.Pt, M.Sc., Ph.D Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A., Ph.D selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Dr. Masduki, M.Ag, , M.Si, selaku Wakil Dekan I dan II, dan Bapak Dr. Arwan, M.Ag, selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi dan Bapak Artis, S.Ag., M.I.Kom selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
 8. Ibuk Tika Mutia, M.I.Kom selaku pembimbing skripsi. Terima kasih sudah sabar membimbing peneliti serta waktu yang diluangkan selama penulisan skripsi ini serta dukungan yang diberikan kepada peneliti sejak awal hingga akhir proses penulisan.
 9. Ibuk Rohayati, S.Sos., M.I.Kom selaku Penasehat Akademik. Terima kasih atas dukungan, do'a dan bimbingan yang diberikan kepada peneliti dari awal hingga akhir bimbingan.
 10. Seluruh dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-persatu. Terima kasih atas ilmu yang telah diberikan.
 11. Staff dan seluruh pegawai yang berada di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang membantu peneliti menyelesaikan seluruh administrasi surat menyurat selama perkuliahan hingga penyelesaian skripsi.
 12. Terimakasih kepada Nurdella Aldian Putri selaku teman yang selalu menemani dan membantu peneliti selama perkuliahan dari awal hingga akhir.
 13. Ari Pauzi selaku teman peneliti yang selalu membantu peneliti selama perkuliahan.
 14. Desi, Hadid, Titi, Yulia dan Voni selaku teman-teman peneliti yang ikut berperan selama perkuliahan.
 15. Dan yang terakhir kepada anggota ARMY yang tidak dapat peneliti sebutkan namanya satu-persatu yang telah membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Peneliti menyadari dalam penulisan skripsi ini terdapat kekurangan atau kesalahan. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran membangun guna kesempurnaan skripsi ini.

Pekanbaru, 10 Februari 2024
Peneliti

Karmila
NIM. 12040320193



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Penegasan Istilah	7
1.3 Ruang Lingkup Kajian	9
1.4 Rumusan Masalah	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Kegunaan Penelitian.....	10
1.7 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Kajian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori	18
2.2.1 Etnografi Virtual.....	18
2.2.2 Gaya Hidup	20
2.2.3 Media Sosial.....	24
2.3 Kerangka Pemikiran.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Desain Penelitian.....	28
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	28
3.3 Sumber Data Penelitian.....	29
3.4 Informan Penelitian.....	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data	29
3.6 Validitas Data	32



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.7 Teknik Analisis Data	32
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	34
4.1 Pengertian WhatsApp.....	34
4.2 Sejarah Singkat WhatsApp	34
4.3 WhatsApp Grup Penggemar BTS	35
4.4 Profil Informan.....	36
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
5.1 Hasil Penelitian	38
Metode Analisis Siber (AMS).....	38
A. Level Ruang Media (<i>Media Space</i>).....	38
B. Level Dokumen Media (<i>Media Archive</i>).....	47
C. Level Objek Media (<i>Media Object</i>)	53
D. Level Pengalaman (<i>Experiental Stories</i>).....	56
5.2 Pembahasan.....	65
BAB VI PENUTUP	69
6.1 Kesimpulan	69
6.2 Saran.....	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Analisis Media Siber	32
Tabel 4.1 Data Informan Penelitian	37



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Platform Media Sosial Yang Banyak Digunakan di Indonesia Tahun 2023	5
Gambar 1.2 Negara Dengan Penggemar BTS (ARMY) Terbanyak	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	27
Gambar 3.1 Aktivitas Mengumpulkan Data	30
Gambar 5.1 Cara Mengunduh WhatsApp	39
Gambar 5.2 Halaman Depan WhatsApp	39
Gambar 5.3 Halaman WhatsApp Untuk Memasukan Nomor Telepon.....	40
Gambar 5.4 Halaman Untuk Memasukan Kode Verifikasi.....	40
Gambar 5.5 Halaman Poto Profil dan Username	41
Gambar 5.6 Grup BTS ARMY Indonesia di Facebook	42
Gambar 5.7 Contoh Promosi Grup WhatsApp Melalui Postingan di Grup Facebook	42
Gambar 5.8 Tampilan Sebelum Bergabung WhatsApp Grup dan Sesudah Bergabung	43
Gambar 5.9 Tampilan Proses Login WhatsApp Grup.....	44
Gambar 5.10 Profil WhatsApp Grup BTS	44
Gambar 5.11 Unggahan Berita Terkait BTS di grup whatsapp ARMY	48
Gambar 5.12 Merchandise Idol BTS	50
Gambar 5.13 Obrolan Chat WhatsApp Grup dan Unggahan Penggemar BTS di Story WhatsApp	51
Gambar 5.14 Halaman Interaksi Membuat Konten	53



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 5.15 Contoh Konten yang Diunggah Anggota ARMY di WhatsApp	54
Gambar 5.16 Halaman Interaksi Antar Penggemar BTS	54
Gambar 5.17 Halaman Interaksi Penggemar BTS	55
Gambar 5.18 Halaman Interaksi Antar Penggemar BTS	56
Gambar 5.19 Chat Salah Satu Anggota ARMY di WhatsApp Grup BTS	58
Gambar 5.20 Jawaban Informan Mengenai Aktivitas/ Kegiatan Melalui WhatsApp	59
Gambar 5.21 Jawaban Penelitian Mengenai Ketertarikan/Minat Melalui WhatsApp	60
Gambar 5.22 Jawaban penelitian mengenai Opini/ Pendapat	62



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Lembar Pengesahan Ujian Munaqasyah
- Lampiran 2 : Lembar Persetujuan Pembimbing
- Lampiran 3 : Lembar Pengesahan Seminar Proposal
- Lampiran 4 : Surat Pernyataan Orisinalitas
- Lampiran 5 : Nota Dinas
- Lampiran 6 : Daftar Pertanyaan Penelitian
- Lampiran 7 : Surat Penunjukan Pembimbing
- Lampiran 8 : Biografi Penulis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam setiap kehidupan kita mengenal apa yang disebut dengan gaya hidup, menurut Alfred Adler dalam Arsita Nurul (2021) gaya hidup adalah sekumpulan perilaku yang mempunyai arti bagi individu maupun orang lain pada suatu saat di suatu tempat, termasuk di dalam hubungan sosial, konsumsi barang, *entertainment*, dan cara berbusana.¹ Gaya hidup juga menjadi panutan bagi mereka yang mengenalnya karena dengan cara ini mereka melihat gaya hidup yang mereka inginkan sesuai dengan kebutuhan mereka tanpa harus mempertimbangkan orang lain dengan melihat tren, saat ini atau masa depan yang lebih atau dikenal juga dengan kehidupan modern. Gaya hidup ini juga berkaitan pada Perkembangan zaman yaitu dengan teknologi. Teknologi memberikan banyak keuntungan bagi manusia. Dengan teknologi, segala sesuatu bisa menjadi lebih cepat, lebih mudah diubah, dan membuat hal-hal biasa menjadi lebih menyenangkan. Gaya hidup seorang individu tak lepas dari adanya perkembangan teknologi, banyak ditemukan orang-orang yang pola atau cara hidup bahkan bertingkah laku mengikuti hal-hal yang sedang tren atau mengikuti orang-orang yang menjadi idol kesukaan mereka.

Peneliti menemukan bahwa sebagian besar masalah mengenai gaya hidup ini di akibatkan dengan adanya internet melalui media sosial yang menjadi sarana untuk memperoleh informasi bahkan mudahnya sarana jual beli atau kegiatan transaksi terutama mengenai budaya-budaya luar masuk ke Indonesia terutama budaya korea yang mengakibatkan orang-orang terutama remaja untuk meniru, menggunakan, membeli serta mengonsumsi barang yang mereka suka, atau sesuatu yang dimiliki oleh idolnya sehingga ingin juga memiliki benda atau barang tersebut. Mengacu pada banyaknya penggemar idola Korea di Indonesia, mereka pun mendirikan perkumpulan komunitas penggemar. Sebagai bagian dari budaya partisipatif fandom K-pop berfokus pada tanggung jawab mereka untuk membangun identitas dan citra diri sebagai kelompok penggemar. Pada dasarnya, fandom merupakan sesuatu yang performatif artinya fandom merupakan suatu yang hadir untuk ditampilkan, terutama identitas yang ada pada fandom diakui dan ditunjukkan dalam berbagai hal.²

¹ Nurul Arsita, "Pengaruh Gaya Hidup Dan Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Media Sosial Instagram," *Jurnal Ilmu Manajemen Saburaji (JIMS)*, 7.2 (2022), 125–31 <<https://doi.org/10.24967/jmb.v7i2.1390>>.

² Khusnul Fitria, "Sebuah Kajian Ethnografi Digital Pada Keterlibatan Fandom K-Pop Dengan Isu Sosial Di Media Sosial," *Versi Cetak*, 6.2 (2022), 458–69.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Banyaknya *entertainer* Korea yang disukai oleh masyarakat Indonesia khususnya remaja membuat pergaulan mereka hanya dalam satu lingkungan yaitu lingkungan penggemar yang menyukai idola Korea tertentu, karena komunitas penggemar mudah kita temukan misalnya di Instagram, Twitter atau di media sosial seperti Facebook dan lainnya dan kita juga dengan mudah bergabung dengan komunitas tersebut. Media sosial juga menyajikan banyak sekali berita atau hal yang berbau Korea, mulai dari musik, drama, masakan, hingga berita artis atau idol yang banyak dicari oleh para remaja Indonesia. Tidak hanya media sosial yang disebutkan di atas, media TV pun tidak mau kalah dalam menyebarkan budaya K-Pop. Sama seperti budaya Barat atau asing lainnya yang berkembang di Indonesia, setiap budaya baru yang masuk ke Indonesia memiliki dua sisi yang berbeda, baik dan buruk, begitu juga dengan budaya Korea atau K-Pop itu sendiri. Sebagai remaja yang sangat terobsesi dan menggandrungi hal-hal yang berbau Korea misalnya seperti musik K-Pop, drama, bahkan produk-produk, membuat mereka banyak mengeluarkan uang hanya untuk membeli DVD, menonton konser hingga ke luar negeri. Tidak sedikit yang sengaja datang ke Korea hanya untuk membeli pernak-pernik asli Korea, meskipun mereka menabung terlebih dahulu untuk mendapatkan yang mereka inginkan, karena uang yang begitu banyak di habiskan untuk kepuasan sesaat.³

Sebagaimana yang di uraikan dari penelitian Syarah Anira Ghazwani yaitu mengenai karakteristik *self-sacrificial to the goal*. Dalam hal ini, fanatik dapat melakukan pengorbanan demi tercapainya tujuan yang diinginkan. Karakteristik ini yang paling umum ditemukan pada kalangan fanatik mana pun, baik agama, politik, *entertainment*, hobi, dan lain sebagainya. Untuk mencapai tujuan yang diinginkan, fanatik biasanya tidak segan untuk menggunakan cara ekstrem, dan tidak takut dianggap aneh oleh orang lain. Adapun perilaku yang dilakukan oleh informan adalah ‘nekat’ kabur dari rumah menonton konser di Jakarta (AR), membeli album dan merchandise BTS secara diam-diam (tanpa sepengetahuan orang tua karena dilarang) (ID, DO, NT), hanya membeli alat komunikasi (*handphone*) yang mengangkat BTS sebagai brand ambassador (ID). Perilaku yang ditunjukkan oleh informan tentu menimbulkan konsekuensi bagi mereka. Akan tetapi, seorang fanatik nampaknya tidak takut untuk menerima konsekuensi atas perilaku mereka. Pengorbanan yang dilakukan oleh fanatik seolah-olah disebabkan oleh “*holy cause*”, yang mana *holy cause* adalah sebuah alasan yang dibuat untuk fanatik sebagai motivasi mereka melakukan

³ Dima Khairunnisa, *Budaya K-Pop dan Kehidupan Remaja (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta)*, Skripsi, 2019.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

sebuah pengorbanan. Fanatik menjadikan alasan tersebut sebagai sesuatu yang sakral dan mereka agungkan dalam menjalani perilaku mereka.⁴

Peneliti juga menemukan rasa kesukaan yang berlebih terhadap sesuatu yang terjadi pada remaja yang merupakan sebagai penggemar boyband Korea yaitu (BTS) dan fandom dari grup BTS dikenal dengan nama ARMY. ARMY (*Adorable Representative MC for Youth*) sebagai fandom K-pop terbesar menggunakan media sosial untuk dapat berkomunikasi dan melangsungkan aktivitas penggemar, media sosial BTS juga menjadi akun selebriti yang paling sering dikunjungi oleh followers-nya.⁵ Remaja ini pun dari gaya hidupnya menjadi lebih boros karena suka membeli barang-barang yang berbau dengan idolnya tersebut, yang tak dipungkiri bahwa harga dari pernak-perniknya memiliki harga yang cukup terbilang mahal, serta tingkah lakunya menjadi lebih emosional ketika membahas atau yang berkaitan mengenai idol BTS tersebut.

Ada banyak hal-hal positif dari fenomena K-pop yang bisa di sikapi menjadi sarana yang baik untuk membentuk karakter generasi muda yang lebih baik, karena banyak hal-hal positif yang bisa di ambil dan ditarik dari tayangan-tayangan, musik serta kehidupan dari mereka atau idol kesukaan mereka.⁶ Namun pada kenyataannya kebanyakan anak muda atau remaja malah salah menerapkan makna dan perbuatan tersebut dalam kehidupan mereka, mereka sering membuang-buang waktu hanya untuk bermain gadget untuk berkomunikasi sesamanya, serta rela menghabiskan waktu untuk menonton dan melihat *streaming* idol kesukaannya, malas belajar, menjadi lebih boros karena suka membeli barang-barang yang berhubungan dengan idolnya, memiliki emosional yang tidak tentu, dan bahkan berdampak pada bagaimana cara dia berkomunikasi dan bertingkah laku.

Budaya Korea berkembang begitu pesat dan diterima oleh publik internasional dan mengacu pada globalisasinya budaya Korea, terutama remaja menyenangi drama ataupun musik pop Korea (Nastiti, 2010). Pengaruh budaya Korea merambah di setiap aspek kehidupan mulai dari bahasa, musik, film, *fashion*, dan gaya hidup.⁷ Pada tahun 2019, Indonesia menempati peringkat keempat, dengan total 53% responden menyatakan minat menggunakan produk dan layanan Korea. Produk dan layanan yang digunakan meliputi kosmetik,

⁴ Syarah Anira Ghazwani, "antara A.R.M.Y. Surabaya dengan orang disekitarnya. Kata Kunci:," *Ilmu Politik dan Komunikasi*, 4, 2019, 2.

⁵ Novia Indriani, "Interaksi Sosial Fandom Army Di Media Sosial (Studi Fenomenologi Penggunaan Weverse Oleh Army)," 2021, 1–24.

⁶ Regina Nurul Sakinah, Syofiyah Hasna, dan Yona Wahyuningsih, "Pengaruh Positif Fenomena K-Pop Terhadap Karakter Generasi Muda di Indonesia," *Journal on Education*, 5.1 (2022), 735–45 <<https://doi.org/10.31004/joe.v5i1.653>>.

⁷ Eriyani Fachrosi et al., "Dinamika fanatisme penggemar k-pop pada komunitas bts-army medan," *Jurnal Diversita*, 2020, 194–201 <<http://ojs.uma.ac.id/index.php/diversita/article/view/3782>>.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

elektronik, pembelajaran bahasa, dan perjalanan ke negara tersebut. KOFICE mengukur minat ini sebagai salah satu pengaruh Hallyu yang tumbuh melalui drama, film, musik, dan program hiburan lainnya (kofice.or.kr, 2020). Diprediksi, *Korean wave* di Indonesia lambat laun akan mempengaruhi kebiasaan bahkan gaya hidup masyarakat Indonesia, khususnya remaja dan dewasa awal usia 13 hingga 35 tahun. dampak yang disebabkan oleh perkembangan teknologi di era globalisasi telah memfasilitasi pertukaran budaya antar negara dan menyebabkan perubahan cara hidup yang dianut oleh masyarakat. Kecenderungan mereka dalam mengikuti budaya asing menjadikan mereka secara emosional mengikuti gaya hidup yang dianut oleh negara tersebut.⁸

Musik K-pop disukai oleh para remaja karena nadanya yang *catchy* dan tariannya yang mengikuti irama lagu, ditambah lagi penyanyi tersebut memiliki banyak anggota grup yang atraktif berdasarkan konsep yang ia sampaikan serta daya tarik visual dan gaya berpakaian yang membuat para penggemar sangat menyukainya, senang dan kagum bahwa ada begitu banyak remaja yang terlihat seperti anggota K-pop ini akhir-akhir ini. Penggemar K-pop akan menggali lebih dalam informasi tentang idola untuk lebih dekat dengan idola mereka, tetapi banyak penggemar yang bertindak terlalu jauh. Penggemar K-pop yang terlalu bersemangat akan menyukai dan merasa menjadi bagian dari kehidupan idola mereka. Para penggemar K-pop bahkan rela meluangkan waktu untuk memantau aktivitas idola untuk mendukung dan mendekati diri dengan idolanya.⁹

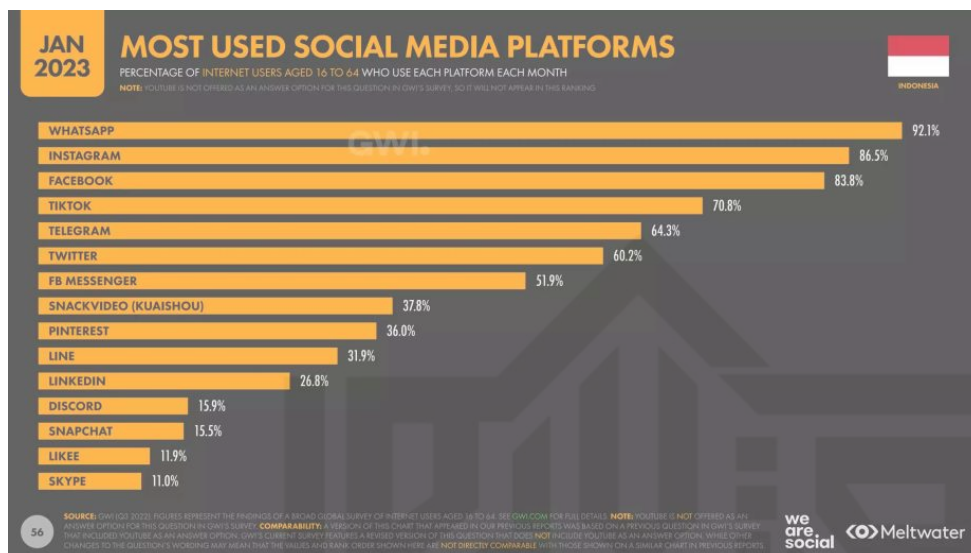
Berdasarkan pemaparan yang dijelaskan oleh peneliti di atas, penelitian ini dilakukan terhadap bagaimana dinamika gaya hidup remaja penggemar idol BTS atau Army di media sosial, dengan menggunakan studi etnografi virtual melalui komunitas grup Army di whatsapp. Alasan peneliti memilih metode ini karena dampak perkembangan teknologi ini membuat arus informasi dan komunikasi menjadi lebih mudah, penggunaan internet seperti media sosial whatsapp menjadi salah satu sarana komunikasi yang banyak digunakan. whatsapp merupakan aplikasi yang digunakan untuk mengirim pesan dan juga bisa mengirim gambar, video, berdiskusi, mengirim dokumen dan masih banyak banyak lagi.¹⁰

⁸ Hanny Fahirra dan Anik Lestari Andjarwati, "Pengaruh Korean Wave dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Album Official BTS," *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10.1 (2022), 148–59.

⁹ Devi Puspitasari Sandra Hariadi dan Agustin Rahmawati, "Celebrity Worship Dan Perilaku Konsumtif Remaja Penggemar K-Pop," *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)*, 6.September (2022), 3680–91.

¹⁰ Haidar Meshvara Sahid, "Pengaruh Media Sosial Whatsapp Terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa di Kabupaten Bogor Wilayah Selatan," *JTEV (Jurnal Teknik Elektro dan Vokasional)*, 6.2 (2020), 248–57 <<http://ejournal.unp.ac.id/index.php/jtev/index>>.

Gambar 1.1 Platform Media Sosial Yang Banyak Digunakan di Indonesia Tahun 2023



Sumber : Hootsuite (We Are Social 2023)

Dari tabel di atas diketahui bahwa WhatsApp masih menjadi media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Pasalnya, menurut laporan *We Are Social*, persentase pengguna aplikasi percakapan instan tersebut di dalam negeri mencapai 92,1% per Januari 2023. Platform WhatsApp juga digunakan sebagai media komunikasi oleh Fandom ARMY agar dapat menjalin, berinteraksi dan saling menyebarkan info terbaru, dan saling menyampaikan opini dan pendapatnya mengenai Idol kesukaannya mereka yaitu BTS. Hal yang menarik juga dimana boyband BTS ini merupakan grup idol yang banyak di gemari terutama di Indonesia, bahkan pada tahun 2020 BTS ARMY memiliki basis penggemar BTS ARMY terbanyak di dunia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 1.2 Negara Dengan Penggemar BTS (ARMY) Terbanyak



Sumber : Sensus ARMY (2020)

Pada dasarnya juga usia memasuki remaja merupakan usia yang rentan-rentannya ingin mengikuti tren, mudah terpengaruhi oleh hal-hal baru. Berdasarkan fenomena yang sudah dipaparkan sebelumnya peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai bagaimana dinamika gaya hidup remaja penggemar idol BTS atau Army di media sosial yaitu melalui grup komunitas Army di whatsApp, karena dari apa yang digunakan, terapkan serta tanamkan dari suatu individu menjadi gambaran gaya hidup dari seseorang tersebut. Pentingnya pengetahuan yang baik dengan mempraktikkan dan mengambil hal-hal yang positif untuk diterapkan dalam kehidupan, bukan malah membuat dampak negatif dari kecintaan yang berlebih terhadap suatu fandom tertentu sehingga dapat merugikan diri sendiri. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian tentang **“Dinamika Gaya Hidup Remaja Penggemar BTS di Media Sosial (Studi Etnografi Virtual Komunitas ARMY di WhatsApp)”**.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



1.2 Penegasan Istilah

Pada bagian penegasan istilah ini akan diuraikan mengenai penafsiran dan definisi dari kata-kata dalam penelitian agar tidak terjadi kesalahpahaman, yakni sebagai berikut.

a. Dinamika

Dinamika berasal dari kata Dynamics (Yunani) yang bermakna “Kekuatan” (Forte). Seiring waktu, kata dinamika digunakan sebagai pergerakan yang terjadi dalam kehidupan. Dinamika berarti adanya interaksi antara anggota kelompok yang satu dengan anggota kelompok yang lain secara timbal balik dan antar anggota dengan kelompok secara keseluruhan. Sedangkan menurut Selamet Santoso dinamika berarti tingkah laku warga satu yang secara langsung mempengaruhi warga yang lain secara timbal balik. jadi dinamika merupakan perubahan sikap atau perilaku seseorang yang mempengaruhi terhadap orang lain di dalam suatu kelompok.¹¹

b. Etnografi Virtual

Etnografi virtual merupakan metodologi yang digunakan untuk melakukan eksplorasi terhadap entitas (*user*) yang menggunakan internet. Etnografi virtual juga merefleksikan implikasi-implikasi dari komunikasi termediasi internet. Jorgen Skageby dalam Daniel menjelaskan etnografi virtual merupakan metode yang digunakan secara kualitatif untuk memahami peristiwa pada komunitas virtual. Dengan menggunakan observasi dan wawancara secara *online*. Metode etnografi virtual menurut Jorgen memaparkan tentang kebiasaan komunitas yang lebih spesifik dengan penggunaan teknologi dalam berkomunikasi.¹²

c. Remaja

Kata "Remaja" berasal dari bahasa Latin, yaitu *adolescens*, yang artinya tumbuh atau mencapai kematangan. Remaja adalah fase perkembangan di antara masa kanak-kanak dan dewasa, yang ditandai oleh berbagai perubahan fisik dan psikologis, serta perubahan dalam sikap sebagai respons terhadap pertumbuhan remaja. Dalam konteks budaya modern yang sering kali mencakup standar internasional dan pengaruh global, rentang usia remaja cenderung berkisar antara 10 hingga 19 tahun, seperti yang umumnya diterima oleh organisasi kesehatan dunia dan banyak

¹¹ Emanuel ., Kelbulan, Jane S. Tambas, and Oktavianus ., Parajouw, „Dinamika Kelompok Tani Kaledon Di Desa Kauneran Kecamatan Sonder“, Agri-Sosioekonomi, 14.3 (2018), 55 .

¹² Fitria Mayasari, “Etnografi Virtual Fenomena Cancel Culture dan Partisipasi Pengguna Media terhadap Tokoh Publik di Media Sosial,” *Journal of Communication and Society*, 1.01 (2022), 27–44 <<https://doi.org/10.55985/jocs.v1i01.15>>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penelitian ilmiah. Pada masa remaja, individu sedang dalam proses mencari identitas mereka sendiri. Jika mereka menghadapi lingkungan yang tidak selaras, penuh dengan kontradiksi, dan labil, hal ini dapat menyebabkan mereka mengalami penderitaan emosional, hidup dengan kecemasan, ketidakpastian, dan kebingungan. Situasi ini telah menyebabkan remaja di Indonesia terjerumus ke dalam perilaku berisiko yang membahayakan diri mereka sendiri, baik dalam jangka waktu sekarang maupun di masa depan.

d. Penggemar BTS

Keberadaan fandom/ komunitas penggemar adalah bentuk penguatan mereka akan pengakuan, dan membentuk kelompok untuk dapat saling bertukar pikiran, ide, gagasan, atau hal lainnya tentang idolanya. Seorang penggemar memiliki kelompok dengan minat yang sama, dan menyukai satu hal yang sama, dan tergabung dalam fandom.¹³ Penggemar ini menunjukkan dedikasi mereka dengan cara 'mempromosikan' dan memberikan 'perhatian' kepada objek kegemaran mereka, bahkan mungkin mengubah gaya hidup mereka untuk menunjukkan kesungguhan mereka. Sejumlah penggemar kemudian dapat bersatu dan membentuk kelompok penggemar atau fandom. Fandom untuk grup BTS, yang dikenal dengan sebutan ARMY (*Adorable Representative MC for Youth*), merupakan kelompok penggemar yang sangat antusias. BTS adalah boygroup asal Korea Selatan yang berada di bawah naungan BigHit Entertainment, yang kini dikenal sebagai BigHit Music. BTS memulai debutnya pada 13 Juni 2013 dengan tujuh anggota: RM, Jin, Suga, J-Hope, Jimin, V, dan JK. Saat ini, BTS telah meraih predikat sebagai grup idola nomor satu di Korea Selatan. Berdasarkan data sensus tahun 2020 yang mengenai survei ARMY di seluruh dunia, melibatkan lebih dari 400 ribu penggemar, terungkap bahwa Indonesia menduduki peringkat teratas dengan jumlah fandom ARMY sekitar 80,895 ribu.

e. BTS dan ARMY

Bangtan Sonyeondan atau yang biasa dikenal sebagai BTS merupakan idol group K-Pop yang debut pada Juni 2013 dengan beranggotakan tujuh orang di bawah naungan agensi Big Hit Entertainment. Sedangkan Army merupakan penggemar BTS berupa komunitas pendukung yang turut berada dibalik kesuksesan dari Boyband BTS. Army rela untuk melakukan apa saja demi tercapainya tujuan dan keinginannya untuk selalu

¹³ Qoryna Noer Seyma El Farabi, "Motivasi Penggemar K-Pop sebagai Citizen Author Menulis Fan Fiction," *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12.1 (2020), 34–52 <<https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v12i1.1267>>.



mendukung BTS. Dukungan-dukungan yang diberikan oleh Army di antaranya adalah menentukan target streaming musik baru, hingga rela membeli album atau merchandise apa saja yang berkaitan dengan BTS.¹⁴

f. K-POP

K-pop adalah gaya musik populer Korea Selatan dicirikan oleh berbagai macam melodi yang menarik, tarian koreografi yang rumit, video musik yang mencolok, gambar grup yang bergaya, dan yang paling penting, para artis, yang biasa disebut sebagai “idola”. Faktor-faktor ini membedakan genre ini dari bentuk musik Korea populer lainnya seperti trot, balada sentimental, atau K-hiphop. Mengikuti gelombang semakin populernya budaya Korea Selatan secara global yang disebut Hallyu (juga Hanryu), atau “Gelombang Korea”, itu dimulai pada tahun 1980-an, K-pop pertama kali berkembang pada tahun 1990-an dan menjadi populer pada tahun 2000-an hingga awal tahun 2010-an.¹⁵

g. Gelombang Korea/ Hallyu

"Gelombang Korea", secara luas didefinisikan sebagai popularitas global dan ekspor budaya populer Korea. Hallyu lebih dari K-pop itu juga mencakup hal-hal seperti produk kecantikan Korea, e-sports Korea, makanan Korea, musik korea dan drama Korea. Drama Korea pun di China pada 1990-an masih terbatas di Asia selama dua dekade pertama (Shim, 2008: 15). Namun, pada tahun 2008, popularitas platform media sosial yang meningkat dimulai dari apa yang disebut pakar komunikasi Dal Yong Jin sebagai “Hallyu2.0”, di mana K-pop dan K-drama mulai beredar luas di luar Asia untuk pertama kalinya (Jin, 2016).¹⁶

1.3 Ruang Lingkup Kajian

Ruang lingkup kajian merupakan batasan untuk menyusun dan membuat sebuah penelitian dan observasi agar lebih tepat kepada sasaran. Tanpa adanya ruang lingkup, sebuah penelitian akan menghabiskan waktu lebih lama. Hal ini karena tidak adanya batasan dalam penelitian. Adapun ruang lingkup kajian ini adalah membahas terkait dinamika gaya hidup remaja

¹⁴ Syafrina Maharani Putri dan Rahmawati Zulfiningrum, “Budaya Penggemar BTS dalam Komunitas bts_armysemarang,” *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 4.5 (2022), 5725–31.

¹⁵ Priscilla Kim dan Ethan Hutt, “K-pop as a Social Movement: Case Study of BTS and Their Fandom ARMY,” *Journal of Student Research*, 10.3 (2021), 1–15 <<https://doi.org/10.47611/jsrhs.v10i3.1772>>.

¹⁶ Kimery S. Lynch, “Fans as transcultural gatekeepers: The hierarchy of BTS’ Anglophone Reddit fandom and the digital East-West media flow,” *New Media and Society*, 24.1 (2022), 105–21 <<https://doi.org/10.1177/1461444820962109>>.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

penggemar BTS melalui media sosial. Media sosial yang akan dikaji nantinya hanya berfokus pada media whatsapp saja, dan target penelitian ini ditujukan kepada komunitas Army di grup whatsapp tersebut.

1.4 Rumusan Masalah

Adapun pertanyaan penelitian ini adalah bagaimana dinamika gaya hidup remaja penggemar BTS di media sosial (studi etnografi virtual komunitas ARMY di whatsapp)?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana dinamika gaya hidup remaja penggemar BTS di media sosial (studi etnografi virtual komunitas ARMY di whatsapp).

1.6 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini akan memberikan kegunaan secara teoritis, akademis maupun praktis Adapun kegunaan yang dapat diperoleh yaitu.

a. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi perkembangan ilmu komunikasi dan dapat menjadi informasi tambahan kepastakaan atau referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai dinamika gaya hidup penggemar BTS melalui media sosial yaitu pada media grup ARMY di WhatsApp.

b. Secara Praktis

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan serta membantu dalam penyajian informasi untuk mengadakan penelitian yang serupa.

2. Bagi Komunitas ARMY

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan Komunitas ARMY agar tidak terlalu berlebihan dalam mengidolakan seseorang serta menjaga dan meningkatkan keterampilan sosial yang mereka miliki.

c. Secara Akademis

Penelitian ini sebagai pemenuhan tugas akhir dan syarat utama mendapatkan gelar sarjana bagi mahasiswa dan menambah khazanah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

penelitian di bidang komunikasi serta menjadi sumber bacaan lingkungan mahasiswa khususnya untuk program studi ilmu komunikasi.

1.7 Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini disusun secara sistematis sesuai dengan ketentuannya. Hal ini bertujuan untuk memberi kemudahan dalam pengkajian dan pemahaman terhadap persoalan yang ada. Adapun Sistematika penulisannya sebagai berikut.

BAB I	PENDAHULUAN Bab ini mendeskripsikan mengenai latar belakang masalah, penegasan istilah, ruang lingkup kajian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA Bab ini berisi tentang kajian terdahulu, landasan teori, dan kerangka pemikiran.
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN Bab ini mendeskripsikan mengenai desain penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data penelitian, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data, dan teknik analisis data.
BAB IV	GAMBARAN UMUM Bab ini memaparkan mengenai subyek penelitian.
BAB V	HASIL DAN PEMBAHASAN Bab ini memaparkan mengenai hasil dari tahapan penelitian serta bahasan secara rinci mengenai tema penelitian
BAB VI	PENUTUP Bab penutup berisi mengenai kesimpulan serta saran dalam penelitian yang telah dilakukan mengenai dinamika gaya hidup remaja penggemar BTS di media sosial (studi etnografi virtual komunitas ARMY di WhatsApp).

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Terdahulu

Pada bab ini peneliti akan memaparkan beberapa karya ilmiah yang berkaitan dengan penelitian selanjutnya. Ini juga akan menjadi bahan rujukan serta tolak ukur untuk penelitian ini. Selain itu, penelitian terdahulu ini juga berguna sebagai bahan perbandingan. Dengan demikian penelitian yang dilakukan ini dibuat dan dilakukan secara orisinil. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang telah peneliti rangkum, diantara-Nya.

1. Dikutip dari jurnal penelitian oleh Ade Kusuma, Adiasri Putri Purbantina, Vina Nahdiyah, Ucik Uswatun Khasanah (ETNOSIA : Jurnal Etnografi Indonesia, *December 2020*) berjudul “*A Virtual Ethnography Study: Fandom and Social Impact in Digital Era*” Penelitian ini menganalisis budaya penggemar dengan menggunakan kasus komunitas BTS Army di Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan etnografi virtual. Pada penelitian ini menemukan bahwa media *online* memberikan ruang bagi komunitas anggota Army di Surabaya untuk berinteraksi secara aktif satu sama lain dengan berbagi ide dan diskusi tentang berbagai kegiatan BTS. Interaksi *online* juga mengarah ke aktivitas offline (misalnya, pertemuan penggemar reguler, perayaan ulang tahun anggota BTS, dan aktivitas sosial lainnya). Pengamatan komunitas BTS Army di Surabaya menunjukkan bahwa kegiatan amal BTS (misalnya, kampanye *Love Yourself*) mempengaruhi para penggemar untuk lebih terlibat dalam berbagai gerakan sosial seperti menyelenggarakan berbagai acara amal.¹⁷ Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan pendekatan studi etnografi virtual dan fandom ARMY yang merupakan fans dari boyband korea BTS yang menjadi objek penelitian ini dan untuk perbedaannya yaitu dari subjek penelitian, peneliti menjadikan Surabaya menjadi subjek penelitian sedangkan penelitian ini menggunakan media sosial WhatsApp.
2. Jurnal penelitian oleh Desmiati (2023) yang berjudul “*Culture Patterns Of BTS Fans In The Digital Era On The @Indomy Twitter*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji fandom ARMY dan melihat bagaimana budaya penggemar baru di era digital diimplementasikan di media sosial akun Twitter @INDOMY. Penelitian ini menggunakan metode etnografi virtual. Pada penelitian ini juga mengatakan bahwa perubahan budaya dan perilaku fandom di era digital membuat penggemar menggunakan internet untuk

¹⁷ Ade Kusuma et al., “Jurnal etnografi indonesia,” 5.2 (2020), 238–51 <<https://doi.org/10.31947/etnosia.v5i2.10898>>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terhubung dengan penggemar meskipun berada di ranah yang berbeda. Dalam bidang kreativitas dapat mengubah pola pikir masyarakat dalam melihat penggemar khususnya penggemar K-pop. Jika sebelumnya fans disebut sebagai orang yang histeris, terlalu fanatik terhadap idolanya, bahkan disebut gila, obsesif, konsumtif, atau bahkan terlalu dermawan terhadap idolanya karena suka menghambur-hamburkan uangnya untuk membeli sesuatu yang berhubungan dengan idolanya. Karena penggemar menjadi khalayak yang mengonsumsi apa yang disajikan oleh media dan melalui makna tekstual konten media.¹⁸ Persamaan dari penelitian ini dimana ARMY menjadi objek penelitian dan media sosial sebagai subjek penelitiannya serta sama-sama menggunakan etnografi virtual dan perbedaannya penelitian sebelumnya menggunakan media sosial twitter sedangkan penelitian ini menggunakan WhatsApp.

3. Jurnal Penelitian oleh Rizky Mawadatul Rahmah, dkk (2023) yang berjudul “*Netnography of The Linkages Between Celebrity Worship and Impulsive Buying on a Treasure Album Product*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan dan mengeksplorasi hubungan antara pemujaan selebriti dan pembelian album Treasure secara impulsif produk oleh penggemar. Menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan netnografi. Oleh karena itu, penelitian ini mengamati perilaku, diskusi, dan interaksi penggemar Treasure di Twitter. Terutama di @ygent_official dan @treasuremenfess akun. Hasil penelitian ini menemukan bahwa selebriti memuja dan impulsif pembelian sangat erat kaitannya, karena penggemar antusias menyambut grup idola mereka yang merilis album baru setelah lama hiatus. Penggemar yang melakukan pembelian impulsif sebagian besar penggemar yang melakukan pre-order secara spontan tanpa perencanaan. Pembelian impulsif biasanya digambarkan sebagai aktivitas pembelian yang sangat spontan atau mengambil kepemilikan suatu produk tanpa berpikir lebih dalam. Biasanya pembeli impulsif merasa puas setelah melakukan pembelian dan berhasil memiliki barang yang diinginkan karena merasa tidak bisa menolak untuk tidak melakukan pembelian.¹⁹ Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama berhubungan dengan perilaku yang dialami oleh penggemar boyband tersebut akan tetapi untuk penelitian ini penggemar BTS menjadi objek penelitian yang dilihat dari gaya hidup penggemar tersebut sedangkan penelitian sebelumnya meneliti

¹⁸ Communication Desmiati Study et al., “CULTURE PATTERNS OF BTS FANS IN THE DIGITAL ERA ON THE @ INDOMY TWITTER,” 1.I (2023), 1–9.

¹⁹ Rizky Mawadatul Rahmah, Rini Anggriani, dan Lady Faerrosa, “Netnography of The Linkages Between Celebrity Worship and Impulsive Buying on a Treasure Album Product,” 4.2 (2023), 88–92 <<https://doi.org/10.29303/alexandria.v4i2.463>>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penggemar *Treasure* di Twitter dan berfokus kepada pembelian album yang impulsif.

4. Jurnal penelitian oleh Yustika Khelsea, dkk (2021), yang berjudul “*Etnografi Virtual Perilaku Impulsive Buying Remaja Muslimah Penggemar K-Pop di Surabaya*”. Penelitian ini bertujuan untuk menelusuri faktor-faktor yang mempengaruhi remaja muslimah penggemar K-Pop berperilaku, peran Twitter dalam memunculkan perilaku *impulsive buying*, dan pemahaman remaja muslimah pada dampak perilaku *impulsive buying*. Metode yang digunakan yaitu studi kualitatif dengan pendekatan etnografi virtual, yakni melibatkan diri pada aktivitas remaja muslimah penggemar K-Pop di Surabaya. Penggalan data melalui penelusuran *online*, observasi informan di Twitter, dan *indepth interview* baik *online* maupun *offline*. Penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku *impulsive buying* dipengaruhi lingkungan pertemanan dan kemudahan twitter memberikan informasi dan promosi tentang merchandise K-Pop, Twitter dan penggemar K-Pop secara bersama menciptakan budaya baru *impulsive buying*, dan salah satu pemicu *impulsive buying* oleh remaja muslimah penggemar K-pop adalah pada saat *official* akun idol meluncurkan *teaser* atau *announcement* mengenai merchandise baru.²⁰ Persamaan dari penelitian ini dilihat dari penggunaan etnografi virtual sebagai pendekatan dalam mengumpulkan data yaitu melalui media sosial hanya saja dengan media sosial yang berbeda dan penelitian tersebut fokus mengenai perilaku *impulsive buying* sedangkan penelitian ini berfokus bagaimana dinamika gaya hidup penggemar BTS tersebut.
5. Jurnal penelitian oleh Anisa Nurul Hidayati, dkk (2020), yang berjudul “*The Characteristics of Fandom Reveluv as A Cyberfandom of Red Velvet on Twitter*”. Penelitian ini bertujuan meninjau karakteristik praktik *cyberfandom* yang dijalankan oleh penggemar musik k-pop di media sosial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Pada penelitian ini, studi kasus yang digunakan adalah salah satu grup musik k-pop populer, yaitu Red Velvet. Dalam proses pencarian data dilakukan observasi partisipan dari pengikut twitter fandom Red Velvet. Dalam penelitian ini fandom Reveluv di Twitter, terdapat penggemar aktif yang menikmati fanart, situs penggemar, proyek penggemar, dan kartu perdagangan. Penggemar menunjukkan keaktifannya dalam memproduksi dan mengonsumsi karya-karya seperti *fanart* dan *fansite*. Kegiatan tersebut merupakan sarana untuk mengembangkan hobi menulis, menggambar, dan

²⁰ Yustika Okta Khelsea et al., “Etnografi Virtual Perilaku Impulsive Buying Remaja Muslimah Penggemar K-Pop di Surabaya,” *Jurnal Komunikasi Islam*, 11.2 (2021), 264–89 <<https://doi.org/10.15642/jki.2021.11.2.264-289>>.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memotret. Selain itu, bagi sebagian penggemarnya, meningkatkan produktivitas. Melalui hobi tersebut merupakan pelarian dari kejenuhan aktivitas sehari-hari. Penggemar memberi makna pada fandom melalui aktivitas budaya yang membuat mereka semakin tenggelam dalam aktivitas dunia maya seolah-olah memiliki dunianya sendiri, termasuk dalam berinteraksi dengan penggemar lain tentang karya-karyanya. Mereka berkomunikasi satu sama lain melalui media sosial.²¹ Persamaan dari penelitian ini yaitu media sosial menjadi tempat untuk mengumpulkan data namun saja dalam penelitian tersebut menggunakan pendekatan studi kasus sedangkan peneliti menggunakan studi etnografi virtual.

6. Jurnal penelitian oleh Monique Fiolitha M.T (Dinamika Sosial Budaya, Desember 2020) yang berjudul “Peranan Audiovisual Dalam Fenomena Hallyu Sebagai Budaya Dan Gaya Hidup Remaja Di Jakarta” dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat pemanfaatan teknologi audiovisual dalam merebaknya hallyu sebagai budaya populer dan gaya hidup remaja di Indonesia, menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan *desk review* atau *desk research*, dengan hasil penelitian yang mengatakan bahwa remaja sebagai penggemar Korea khususnya di Jakarta sangat dipengaruhi oleh teknologi, khalayak media yang secara aktif mencari konten Hallyu di media untuk mereka konsumsi dan untuk memenuhi kepuasannya. Mereka menggunakan media untuk menemukan kegembiraan dari serial drama televisi, film, atau pertunjukan musik Korea. Kegiatan ini dilakukan guna malarikan diri dari tugas sehari-hari, atau untuk melakukan interaksi sosial.²² Persamaan dari penelitian ini yaitu dilihat dari gaya hidup remaja yang merupakan fandom tertentu yang semakin konsumtif dan kurangnya interaksi secara langsung yang dipengaruhi oleh teknologi. Untuk perbedaan dari penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan etnografi virtual sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan *desk review* atau *desk research*.
7. Jurnal penelitian oleh Lusya Savitri Setyo Utami, Septia Winduwati (2020) yang berjudul “Fandom and Voluntary “ARMY”: Case Study on BTS Fans in Indonesia”. Penelitian ini menunjukkan bagaimana para penggemar BTS secara sukarela menciptakan berbagai bentuk dukungan untuk idola mereka. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan wawancara mendalam dan observasi lapangan sebagai metode pengumpulan data. Pada penelitian ini mengatakan bahwasanya hal yang

²¹ Anisa Nurul Hidayati dan Edi Dwi Riyanto, “The Characteristics of Fandom Reveluv as A Cyberfandom of Red Velvet on Twitter,” *Diglossia*, 12.2 (2021), 89–99.

²² Monique Fiolitha M.T, “Peranan Teknologi Audiovisual Dalam Fenomena Hallyu Sebagai Budaya Dan Gaya Hidup Remaja Di Jakarta,” *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 22.2 (2020), 184 <<https://doi.org/10.26623/jdsb.v22i2.2729>>.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

paling menarik dari kemunculan budaya populer adalah adanya penikmat budaya populer. Penggemar adalah seseorang yang menyukai atau sangat antusias terhadap sesuatu. Mereka biasanya menunjukkan semangat untuk 'mempromosikan' dan memberikan 'perhatian' terhadap mata pelajaran yang mereka idolakan. Penggemar biasanya memiliki minat yang besar dan bahkan dapat menyesuaikan gaya hidup mereka untuk menunjukkan kesetiaan pada subjek yang mereka puja. Mereka juga selalu ingin mengoleksi barang-barang yang berhubungan dengan kesukaannya.²³ Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama menjadikan penggemar BTS atau ARMY sebagai objek dari penelitian hanya saja dalam penelitian tersebut meneliti bagaimana para penggemar BTS secara sukarela menciptakan berbagai bentuk dukungan untuk idola mereka sedangkan penelitian ini membahas bagaimana gaya hidup remaja penggemar BTS di media sosial.

8. Jurnal penelitian oleh Limar Tina, Lusia Savitri Setyo Utami (2020) berjudul "*Formation of Tokopedia Image Perceptions in Public (Study On BTS Fans, ARMY)*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pembentukan persepsi citra positif penggemar BTS terhadap perusahaan tokopedia dengan menunjuk BTS sebagai brand ambassador. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan metode penelitian studi kasus. Kemudian dalam penelitian ini mengatakan dengan adanya kekuatan selebriti untuk mempengaruhi pelanggan mereka dalam membeli produk yang mereka promosikan. Hal ini sudah diakui bahwa BTS memiliki kekuatan untuk mempengaruhi pelanggan.²⁴ Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama membahas mengenai BTS hanya saja dalam penelitian tersebut untuk mengetahui pembentukan persepsi citra positif penggemar BTS terhadap perusahaan tokopedia dengan menunjuk BTS sebagai brand ambassador sedangkan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana dinamika gaya hidup remaja penggemar BTS di media sosial, dan untuk pendekatan yang digunakan yaitu studi kasus sementara peneliti menggunakan pendekatan etnografi virtual.
9. Jurnal penelitian oleh Sri Fatimah Dalimunthe, dkk (2022) yang berjudul "*Analisis Perilaku Konsumsi Penggemar K-Pop Berdasarkan Teori Konsumsi Al-Ghazali*". Tujuan Penelitian ini yaitu untuk mengetahui Bagaimana perilaku konsumsi komunitas k-popers Bengkulu dan

²³ Lusia Savitri Setyo Utami dan Septia Winduwati, "Fandom and Voluntary 'ARMY': Case Study on BTS Fans in Indonesia," 478.Ticash (2020), 667–73 <<https://doi.org/10.2991/assehr.k.201209.105>>.

²⁴ Limar Tina dan Lusia Savitri Setyo Utami, "Formation of Tokopedia Image Perceptions in Public (Study On BTS Fans, ARMY)," 478.Ticash (2020), 674–77 <<https://doi.org/10.2991/assehr.k.201209.106>>.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bagaimana perilaku konsumsi Al-Ghazali berdasarkan teori konsumsi Al-Ghazali. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field search*) yaitu penelitian yang berhubungan langsung dengan obyek yang diteliti. Adapun jenis pendekatan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif deskriptif. Dimana penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Bagaimana perilaku konsumsi komunitas k-popers Bengkulu berdasarkan teori konsumsi AlGhazali. Dalam penelitian ini menyatakan bahwasanya Konsumsi yang dilakukan oleh komunitas k-popers Bengkulu memperlihatkan bahwa perilaku yang dilakukan mereka disebabkan karena adanya dorongan dari individu itu untuk terus melakukan konsumsi barang-barang k-pop demi kepentingan emosional sebagai penggemar.²⁵ Persamaan dari penelitian ini yaitu dari sifat ada keterkaitan dengan pembelian barang-barang yang hanya untuk kepuasan semata yang menjadikan seseorang lebih konsumtif, dan perbedaannya dimana penelitian tersebut melihat bagaimana perilaku konsumsi Al-Ghazali berdasarkan teori konsumsi Al-Ghazali dengan melakukan penelitian lapangan (*field search*) sedangkan penelitian ini berdasarkan prosedur dan kriteria-kriteria etnografi virtual.

10. Jurnal penelitian oleh Dhiya Izzahtul Zayyan (2020) yang berjudul “*Representasi Gaya Hidup Hedonisme Generasi Millennial Dalam Media Sosial Instagram*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui representasi hedonisme dalam media sosial instagram generasi milenial khususnya pada akun instagram @Trimurtivirjinia, @aldigeraldine_, @intanrwidhi, @Touchup.byaber dan @Icalieemmm serta bagaimana bentuk perilaku kepuasan yang ditunjukkan dalam akun instagram kaum milenial sebagai representasi gaya hidup hedonisme. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis semiotik berdasarkan teori kode-kode televisi John Fiske yang dibagi menjadi tiga tingkatan; Yaitu level Realitas, level Representasi, dan level Ideologi dan teori konsumtif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada tataran realitas penampilan mereka dinilai menunjukkan kehidupan yang mewah dan selalu bersenang-senang. Hedonisme terlihat pada aspek penampilan, kostum, tata rias, lingkungan, perilaku, cara berbicara, gerak, dan ekspresi dalam sorotan media sosial instagram.²⁶ Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama membahas mengenai gaya hidup remaja yang konsumtif. Sedangkan perbedaannya dilihat dari metode yang digunakan, peneliti sebelumnya menggunakan analisis semiotik berdasarkan teori kode-kode

²⁵ Sri Fatimah Dalimunthe, Eka Sri Wahyuni, dan Amimah Oktarina, “Analisis Perilaku Konsumsi Penggemar K-Pop Berdasarkan Teori Konsumsi Al-Ghazali,” *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 1.2 (2022), 284–95 <<https://doi.org/10.56799/ekoma.v1i2.478>>.

²⁶ Dhiya Izzahtul Zayyan, “REPRESENTASI GAYA HIDUP HEDONISME GENERASI MILLENNIAL DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM,” 1–21.



televisi John Fiske di instagram sedangkan peneliti menggunakan etnografi virtual Cristine Hine melalui media sosial WhatsApp.

2.2 Landasan Teori

Pada pembahasan landasan teori akan memuat teori-teori yang memiliki tujuan untuk memudahkan dalam menjawab permasalahan secara teoritis dengan kajian teori inilah kerangka berpikir dirumuskan sebagai cara untuk memudahkan pelaksanaan penelitian.

1) Etnografi Virtual

Etnografi di dunia maya bertujuan untuk memberikan pemahaman yang khas dari signifikansi dan implikasi dari penggunaan Internet dan dinamai etnografi virtual (Hine, 2000). Christine Hine menyatakan bahwa etnografi virtual merupakan metodologi yang digunakan untuk menyelidiki internet dan melakukan eksplorasi terhadap entitas (*users*) saat menggunakan internet tersebut. Etnografis virtual juga untuk merefleksikan implikasi-implikasi dari komunikasi termediasi di internet.²⁷

Christine Hine (2000, 2015) menjelaskan bagaimana etnografi virtual sebenarnya dilakukan yaitu dengan menekankan dua pokok pemikiran utama dalam memeriksa teknologi dan internet. *Pertama*, perkembangan teknologi perlu dipahami sebagai bagian integral dari proses sosial, bukan hanya sebagai entitas terpisah yang memproduksi tanpa terlibat dalam produksi itu sendiri. Pandangan tradisional yang memandang teknologi sebagai non-sosial dan tidak berpengaruh pada munculnya artefak budaya telah bergeser, mengakui bahwa teknologi memiliki peran dalam menciptakan realitas sosial-siber. *Kedua*, pendekatan terhadap internet dalam konteks teknologi dan sains menjadi fokus penelitian baru, mengeksplorasi tidak hanya kegunaan teknologi tetapi juga dampaknya pada masyarakat. Teknologi dianggap bukan hanya sebagai kontributor pasif, melainkan sebagai variabel aktif yang berinteraksi dengan manusia dan perangkat teknologi lainnya, memberikan kontribusi pada pembentukan artefak budaya yang terintegrasi di dalam dunia internet. Dengan demikian, teknologi tidak hanya menentukan individu, tetapi juga digunakan oleh individu untuk menciptakan realitas sosial-siber.²⁸

²⁷ Dr. Rulli Nasrullah, M.Si., “*Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, Dan Socioteknologi Di Internet*” (Simbiosis Rekatama Media : 2017), hal. 9.

²⁸ Dr. Rulli Nasrullah, M.Si., “*Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, Dan Socioteknologi Di Internet*” (Simbiosis Rekatama Media : 2017), hal. 24.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dengan metode antropologi sosial budaya yang diterapkan dengan tepat, dapat memberikan pemahaman teoritis dan membantu menentukan kelancaran dinamika hubungan di dunia *online* (daring). Etnografi di internet sebagai metode penelitian kualitatif yang baru dengan melakukan adaptasi beberapa fitur pada etnografi tradisional untuk mempelajari budaya dan praktek-praktek budaya yang muncul dalam komunikasi berbasis teks melalui media komputer.²⁹

Sebagaimana diungkapkan Hine (2000), internet tidak hanya merupakan artefak kebudayaan (*Cultural Artifact*), tetapi juga telah menjadi kebudayaan itu sendiri. Internet telah menciptakan ritual-ritual baru dalam kehidupan sosio-kultural kita. Metode penelitian ini mencoba merekam bagaimana budaya, interaksi, maupun struktur yang membentuk realitas sosial siber. Meskipun metode ini muncul dan berkembang dari induk etnografi, beberapa aspek dalam etnografi menjadi berbeda bahkan tidak lagi berlaku di dunia virtual. Aspek komunikasi *offline* yang selama ini dipahami menjadi berbeda bahkan menghasilkan fenomena baru di *online*. Komunikasi tidak sekedar melibatkan antar pengguna semata, tetapi kehadiran teknologi juga memberikan pengaruh terhadap terbentuknya realitas sosial-siber sebagai sebuah artefak budaya.³⁰

Konsep budaya menurut Christine Hine (2000). *Pertama*, dengan term budaya (*culture*) yang menjelaskan internet merupakan model komunikasi yang sederhana bila dibandingkan dengan model komunikasi secara langsung atau *fac-to-face*. Komunikasi di internet atau komunikasi termediasi komputer (*computer mediated communication*) interaksi terjadi berdasarkan teks semata. Karena itu, internet merupakan konteks institusional maupun domestik dimana teknologi ini juga menggunakan simbol-simbol yang memiliki makna tersendiri, dan sebagai bentuk "*metaphorical*" yang melibatkan konsep-konsep baru terhadap teknologi serta hubungannya dengan kehidupan sosial. Istilah internet tidak hanya sebatas pada pengertian teknologi yang menghubungkan antar komputer semata, tetapi juga terkadang di dalam istilah tersebut terkandung fenomena-fenomena sosial sebagaimana yang terjadi dalam interaksi antar individu secara tatap muka meski pada beberapa kasus, internet memberikan kerumitan dan perbedaan yang mencolok dibandingkan fenomena sosial pada umumnya. *Kedua*, artefak kebudayaan (*cultural artefac*) memberikan sebuah pemahaman bahwa kata internet bisa

²⁹ Santi Susanti Et Al., "Studi Etnografi Virtual Tentang Keberadaan Penggiat Lingkungan Dalam Whatsapp Group Non Lingkungan," 112–23.

³⁰ Dr. Rulli Nasrullah, M.Si., "*Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, Dan Sositologi Di Internet*" (Simbiosis Rekatama Media : 2017), hal. Viii.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

didenotasikan sebagai seperangkat program komputer yang memungkinkan para pengguna untuk melakukan interaksi, memunculkan sebagai macam bentuk komunikasi, serta untuk bertukar informasi. Selain itu, internet merupakan fenomena sosial, baik itu melalui pembacaan terhadap sejarah perkembangan internet maupun kebermaknaan dan kebergunaan internet.³¹

Merujuk pada etnografi virtual yang dipopulerkan oleh Hine (2000), ada beberapa prinsip etnografi virtual yaitu keberadaan peneliti di lapangan virtual, medium interaksi secara virtual, medium komunikasi yang berkembang, memahami lokasi dan koneksitas antar pengguna, memberikan batasan, situasi sementara, menangkap (artefak) budaya yang parsial, keterlibatan penuh dalam interaksi termediasi, komunikasi virtual dan kehadiran entitas, dan prinsip virtualitas.³²

2) Gaya Hidup

Gaya hidup adalah gambaran utama dari kehidupan dan keberadaan manusia. Secara esensial, ini merupakan konsep sosio-filosofis yang mencerminkan bagaimana individu dan kelompok dalam masyarakat mengekspresikan diri mereka. Konsep ini bisa dianggap sebagai seni yang dipraktikkan oleh setiap individu.³³ Menurut Weber, gaya hidup berfungsi sebagai selera yang mengikat kelompok dalam suatu masyarakat, di mana kelompok-kelompok ini bersaing untuk memonopoli sumber-sumber budaya. Gaya hidup sangat terkait dengan perkembangan zaman dan teknologi, menjadi suatu usaha untuk menciptakan eksistensi diri yang unik dan berbeda dari kelompok lain. Individu, berdasarkan pengalaman pribadi dan perbandingan dengan realitas sosial, memilih tindakan dan penampilan yang dianggap sesuai atau tidak sesuai dalam suatu konteks sosial tertentu.

Gaya hidup sering kali tercermin melalui kegiatan, minat, dan pandangan seseorang. Ini merupakan aspek yang tidak tetap dan dapat berubah dengan cepat. Seseorang mungkin dengan cepat mengubah preferensi terkait model dan merek pakaian mereka sebagai respons terhadap perubahan dalam kehidupan mereka. Menurut Kotler dan Keller, gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan pandangan mereka. Gaya hidup mencerminkan totalitas identitas seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya.

³¹ Dr. Rulli Nasrullah, M.Si., “*Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, Dan Sositologi Di Internet*” (Simbiosis Rekatama Media : 2017), hal. 17.

³² Dr. Rulli Nasrullah, M.Si. “*Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, Dan Sositologi Di Internet*” (Simbiosis Rekatama Media : 2017), hal. 24.

³³ Komiljon I Bazarov, “Oriental Journal of Social Sciences SJIF for 2022 : 5 . 908,” 2022, 65–71.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gaya hidup merupakan suatu perilaku individu baik secara langsung maupun tidak yang mempengaruhi pilihan-pilihan konsumsi pada individu. Pola konsumsi individu pada akhirnya akan diatur oleh perilaku ini.³⁴

Chaney berasumsi bahwa gaya hidup merupakan ciri sebuah dunia modern, dimana menurutnya siapa pun yang hidup dalam masyarakat modern akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain. Gaya hidup merupakan adaptasi aktif individu terhadap kondisi sosial dalam rangka memenuhi kebutuhan untuk menyatu dan bersosialisasi dengan orang lain. Gaya hidup adalah cara manusia memberikan makna pada dunia kehidupannya, membutuhkan medium dan ruang untuk mengekspresikan makna tersebut, yaitu ruang bahasa dan benda-benda, yang di dalamnya citra mempunyai peran yang sangat sentral Sedangkan. Gaya hidup menurut Kotler adalah pola kehidupan orang yang bersangkutan di dunia ini sebagaimana tercermin dalam kegiatan (*activity*), minat (*interest*), pendapat (*opini*). Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Kotler juga berpendapat bahwa gaya hidup merupakan keseluruhan perilaku manusia dalam bersosialisasi dengan lingkungan sekitarnya. Kotler menambahkan bahwa seseorang yang berasal dari suatu subkultur, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama tetapi mungkin mempunyai gaya hidup yang berbeda-beda. Dari beberapa pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup merupakan hasil dari proses sosial atau interaksi manusia dengan manusia lainnya. Dimana gaya hidup juga berbicara tentang bagaimana seseorang menjalani pola hidupnya. Lingkungan sekitar bisa jadi salah satu faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang sehingga dapat terciptanya suatu identitas individu yang tidak sama dengan individu lainnya. Gaya hidup berkaitan erat dengan bagaimana seseorang menjalani pola kehidupannya (aktivitas) juga bagaimana ketertarikan seseorang terhadap sesuatu (minat), dan persepsi seseorang pada suatu hal atau fenomena (*opini*).³⁵

³⁴ Sely Monica, Naomi Prilda Siagian, dan Atika Rokhim, "Analisis Budaya Konsumerisme dan Gaya Hidup Dikalangan Remaja Akibat Pengaruh Media Sosial di Kota Tanjungpinang," *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3.08 (2022), 1198–1204 <<https://doi.org/10.36418/jiss.v3i8.676>>.

³⁵ Isnaini Husna, Sri Ramadhani, dan Muhammad Lathief Ilhamy, "Analisis Fenomena Budaya Ngopi Sebagai Gaya Hidup Generasi Millennial (Studi Kasus pada Coffee Shop Pasco Bagan Batu Riau)," *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB)*, 2.2 (2023), 267–77 <<https://doi.org/10.47233/jemb.v2i2.1105>>.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Nugroho (2018) dalam buku *Perilaku Konsumen*, gaya hidup merupakan cara hidup seseorang yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu (aktivitas), sesuatu yang dianggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan/minat) dan apa yang dipikirkan tentang diri sendiri dan dunia sekitarnya (pendapat/opini).³⁶

Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia. Adapun indikator dari gaya hidup menurut Sunarto yaitu:

- a) Kegiatan/ Aktivitas : merupakan cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka. Kegiatan merujuk pada apa yang dilakukan oleh konsumen, seperti produk yang mereka beli atau gunakan, dan aktivitas yang mereka lakukan untuk mengisi waktu luang. Meskipun kegiatan ini dapat teramat secara kasual, alasan di balik tindakan tersebut jarang dapat diukur secara langsung.
- b) Ketertarikan/ minat : merupakan apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya. Minat juga merupakan tingkat kegairahan atau ketertarikan yang diberikan oleh konsumen terhadap objek, peristiwa, atau topik tertentu. Ini mencakup kesukaan, kegemaran, dan prioritas dalam kehidupan konsumen. Minat mencerminkan apa yang dianggap menarik oleh konsumen, yang dapat memotivasi mereka untuk menghabiskan waktu dan mengeluarkan uang. Sebagai faktor pribadi, minat memiliki peran dalam memengaruhi proses pengambilan keputusan konsumen. Minat dalam gaya hidup yang dimaksud di sini merupakan objek peristiwa, atau topik dalam tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus maupun terus-menerus kepadanya. Hal ini dapat dicontohkan semisal berupa kesukaan, kegemaran, dan juga prioritas dalam hidup seorang individu. Minat dalam gaya hidup biasanya terjadi disaat seorang individu memiliki ketertarikan terhadap suatu barang konsumsi dan ingin mengeluarkan uangnya untuk membelanjakan sesuatu. Minat inilah yang biasanya menjadi faktor pribadi seseorang dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusannya.
- c) Opini/ Pendapat : Opini pun di sini juga tidak kalah penting, dimana opini dalam gaya hidup yang dimaksud di sini merupakan pandangan

³⁶ Tiara Funky, Tiara Puspita Sari, dan Vicky F Sanjaya, "Pengaruh Gaya Hidup Serta Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Masa Pandemi (Studi Kasus Mahasiswa/I Manajemen Bisnis Syariah, Uin Raden Intan Lampung Angkatan 2019)," *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 1.1 (2021), 82–98.



maupun perasaan dari seorang individu dalam menanggapi isu-isu global, lokal, ekonomi, maupun sosial. Opini dalam gaya hidup dapat digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan, ataupun evaluasi. Hal ini dicontohkan semisal adanya kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa yang akan datang, ataupun penimbangan konsekuensi yang akan memberi ganjaran maupun menghukum dari jalannya tindakan alternatif. Opini juga merupakan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya. Opini digunakan untuk menggambarkan interpretasi, harapan, dan evaluasi, seperti keyakinan terhadap niat orang lain, antisipasi terkait peristiwa mendatang, dan pertimbangan mengenai konsekuensi yang mungkin timbul sebagai akibat dari berbagai tindakan yang dapat diambil.

Masyarakat yang memiliki gaya hidup cenderung modern, daripada berbelanja barang-barang di pasar tradisional, sebagian orang lebih memilih untuk berbelanja di pusat perbelanjaan modern, selain itu masyarakat pun terus update hal-hal yang saat ini menjadi trend, dikalng masyarakat Islam tidak terkecuali. Masyarakat Islam mayoritas besar mengikuti update gaya yang menjadi diminati, layaknya pakaian, sepatu, tas, aksesoris dan alat-alat teknologi tidak melakukan pertimbangan syariat agama Islam yang telah dianut sebagai umat muslim, dari perkembangan yang sedang trend kebanyakan saat ini sebab ikut serta dalam mode orang kafir. Masyarakat lebih tertarik melakukan konsumsi secara terus menerus di akibatkan dari perkembangan trend yang secara pesat. Lain dari itu individu yang berpendapatan minim bisa mempunyai level pengeluaran yang besar apabila individu itu menyukai mode hidup yang mewah. Hal ini direpresentasikan saat pembelian maupun pemakaian produk mahal yang membuat kepuasan maupun kenyamanan secara. Dengan hal itu makin tinggi pola hidup individu sehingga konsumsi pun dapat bertambah. Hal ini senada dari hasil riset Sutriati, Kartikowati, dan Riadi (2018) yang mengungkapkan jika pola hidup berdampak positif dan signifikan kepada kebiasaan konsumtif. Pola hidup yang condong ke konsumtif terdapat hubungannya terhadap barang mewah maupun barang dengan harga mahal. individu yang mengikuti pola hidup yang mewah hingga perilaku yang mewah hingga level konsumsinya besar.

Padahal dalam Islam mengajarkan bahwa konsumen muslim mestinya mengikuti pola konsumsi yang menuruti hawa nafsu, melainkan puas dalam hal perilaku konsumsi dengan tidak menyimpang norma-

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



norma etika konsumsi dalam Islam. Tiga hal tersebut dapat dikuatkan terhadap adanya landasan dasar dari kebiasaan konsumsi pendapat M. Arif Mufraini (2011) seperti hal ini yang telah dijelaskan pada Q.S. al-Baqarah (2): 168 yangsebagai berikut:³⁷

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا ۖ وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah gambaran pola hidup seseorang di dunia yang tercermin melalui aktivitas, minat, dan pandangan mereka. Ini mencerminkan keseluruhan identitas seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya, menggambarkan bagaimana seseorang bertindak dan berinteraksi di dunia. Gaya hidup juga mencakup bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka, nilai-nilai yang dianggap penting dalam hidup, dan pandangan mereka terhadap dunia sekitarnya.

3) Media Sosial

Media sosial adalah *platform* daring di mana pengguna dapat dengan mudah ikut serta, berbagi, dan menciptakan konten yang meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan realitas maya. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mengartikan media sosial sebagai "sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas fondasi ideologi dan teknologi Web 2.0, memungkinkan pembuatan dan pertukaran konten yang dihasilkan oleh pengguna." Jejaring sosial adalah situs di mana setiap individu dapat membuat halaman web pribadi dan terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi.³⁸

Boyd menjelaskan bahwa media sosial merupakan sekelompok perangkat lunak yang memungkinkan individu atau komunitas untuk bersatu, berbagi, berkomunikasi, dan dalam beberapa situasi,

³⁷ Evi Maryadiningsih, “Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Muslim Di Surabaya Selama Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Perspektif Etika Konsumsi Islam,” *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Sosial*, 1.4 (2021), 386–96.

³⁸ Ahmad Rafiq, “Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat,” *Global Komunika*, 1.1 (2020), 18–29.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berkolaborasi atau berinteraksi secara bersamaan. Oleh karena itu, dapat dianggap bahwa media sosial bukan hanya sebagai medium online yang memfasilitasi, tetapi juga sebagai ikatan sosial yang memperkuat hubungan antar pengguna.³⁹

Berdasarkan definisi sebelumnya, peneliti menyimpulkan bahwa media sosial merupakan platform yang memungkinkan penggunanya berinteraksi dan melakukan kegiatan sosial melalui internet, tanpa terbatas oleh jarak, ruang, dan waktu. Peran media sosial telah menjadi integral dalam kehidupan manusia, dengan pengaruh yang signifikan yang tidak dapat diabaikan. Ada ciri khusus yang hanya dimiliki oleh media sosial dibanding media lainnya. Salah satunya adalah media sosial beranjak dari pemahaman bagaimana media tersebut digunakan sebagai sarana sosial di dunia virtual. Adapun karakteristik media sosial, yaitu:⁴⁰

a) Jaringan (*Network*)

Antar pengguna Media sosial memiliki karakter jaringan sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau Internet. Jaringan yang terbentuk antar pengguna merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti komputer, telepon genggam atau tablet. Karakter media sosial adalah membentuk jaringan di antara penggunanya

b) Informasi

Informasi menjadi entitas yang penting dari media sosial. Sebab tidak seperti media-media lainnya di internet, pengguna media sosial mengkreasi representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Bahkan informasi menjadi semacam komoditas. Di media sosial, informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh pengguna.

c) Arsip

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa menjadi akses kapan pun dan melalui perangkat apa pun. Setiap informasi apa pun yang diunggah di facebook sebagai contoh, informasi itu tidak hilang begitu saja saat pergantian hari, bulan, sampai tahun. Informasi itu akan terus tersimpan dan bahkan dengan mudahnya bisa diakses.

³⁹ Linda K. Kaye, "Exploring the 'socialness' of social media," *Computers in Human Behavior Reports*, 3.March (2021), 100083 <<https://doi.org/10.1016/j.chbr.2021.100083>>.

⁴⁰ Anna Yohanna, "The influence of social media on social interactions among students," *Indonesian Journal of Social Sciences*, 12.2 (2020), 34 <<https://doi.org/10.20473/ijss.v12i2.22907>>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- d) Interaksi

Secara sederhana interaksi yang terjadi di media sosial minimal berbentuk saling mengomentari atau memberikan tanda, seperti jempol di facebook atau hati di Instagram. Interaksi dalam kajian media merupakan salah satu pembeda antara media lama (*old media*) dengan media baru (*new media*).
- e) Simulasi Sosial

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (*society*) di dunia virtual. Pengguna media sosial bisa dikatakan sebagai warga negara digital yang berlandaskan keterbukaan tanpa adanya batasan-batasan. Layaknya masyarakat atau Negara, di media sosial juga terdapat aturan dan etika yang mengikat penggunaannya. Media sosial tidak lagi menampilkan realitas, tetapi sudah menjadi realitas tersendiri, bahkan apa yang ada di media sosial lebih nyata (*real*) dari realitas itu sendiri.
- f) Konten oleh pengguna

Karakteristik media sosial lainnya adalah konten oleh pengguna atau lebih populer disebut dengan *user generated content* (UGC). Konten oleh pengguna ini adalah sebagai penanda bahwa di media sosial khalayak tidak hanya memproduksi konten, tetapi juga mengonsumsi konten yang diproduksi oleh orang lain.
- g) Penyebaran (*share*)

Penyebaran atau sharing merupakan karakter lainnya dari media sosial. Sharing merupakan ciri khas dari media sosial yang menunjukkan bahwa khalayak aktif menyebarkan konten sekaligus mengembangkannya. Maksud dari pengembangan ini misalnya, komentar yang tidak sekadar opini, tetapi juga data atas fakta terbaru. Di media sosial konten tidak hanya diproduksi oleh khalayak pengguna, tetapi juga didistribusikan secara manual oleh pengguna lain.

Adapun aplikasi-aplikasi yang ada di media sosial yaitu, Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, Line, dan WhatsApp yang termasuk menjadi pilihan utama dalam kebutuhan komunikasi di Indonesia. WhatsApp, sebagai salah satu aplikasi yang paling populer, menonjol karena kemudahan penggunaannya dan fitur-fitur eksklusifnya. Keunggulan lainnya adalah konsumsi kuota internet yang lebih efisien. Aplikasi ini memiliki berbagai tujuan penggunaan, mulai dari komunikasi biasa hingga menjadi platform untuk berbagi informasi, mencari hiburan, dan bahkan berjualan. Fitur lengkap, seperti pengiriman pesan, gambar,

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

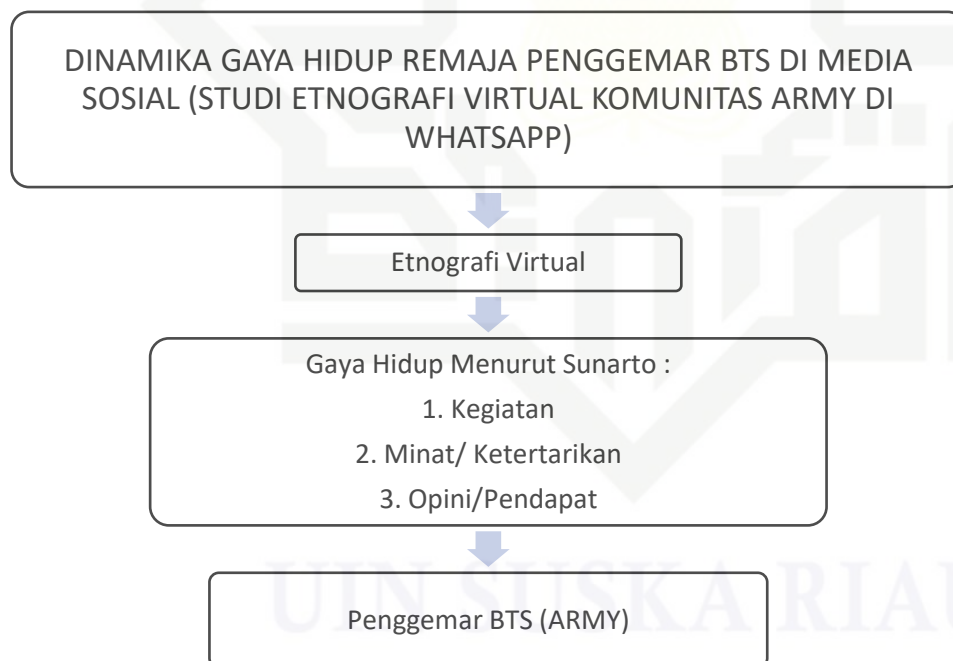
kontak, audio, koordinat lokasi, dan dokumen, memberikan fleksibilitas kepada pengguna. Akses dari perangkat lain melalui WhatsApp web juga memudahkan pengguna.

Dalam Grup WhatsApp, pengguna dapat dengan bebas berdiskusi mengenai berbagai topik tanpa takut dihakimi, karena anggota kelompok memiliki minat dan tujuan yang sama. Ini memudahkan berkomunikasi secara *online*, dan fitur group chat atau *video call* memfasilitasi komunikasi dengan banyak orang secara efisien.⁴¹

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pikir adalah suatu metode yang mengilustrasikan bagaimana seorang peneliti menjelaskan cara kerja dari substansi penelitiannya, serta langkah-langkah yang akan diambil secara ringkas untuk memudahkan pembaca dalam memahami alur proses penelitian. Meskipun kerangka pikir dari penelitian ini telah diuraikan secara umum, rinciannya dapat diperjelas melalui suatu diagram. Berikut adalah ilustrasi visual yang memberikan gambaran lebih terperinci tentang kerangka pikir penelitian.

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



Sumber : Olahan Peneliti 2024

⁴¹ Sinta Paramita dan Kumi Laila, "Communication Network Analysis K-Pop Fans Through the WhatsApp Group Application," *Jurnal Komunikasi*, 14.2 (2022), 522–42 <<https://doi.org/10.24912/jk.v14i2.21190>>.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang akan diteliti, dengan penelitian yang berjudul “Dinamika Gaya hidup Remaja Penggemar BTS di Media Sosial” maka jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, dengan pendekatan studi etnografi virtual pada komunitas ARMY di WhatsApp.

Bogdan dan Taylor (1982) mengartikan penelitian kualitatif sebagai suatu metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk kata-kata, baik tertulis maupun lisan, mengenai orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan penelitian ini bersifat holistik, fokusnya pada konteks dan individu secara menyeluruh.⁴² Metode penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran yang komprehensif dan kompleks yang dapat diungkapkan melalui kata-kata. Pendekatan ini melibatkan pelaporan pandangan rinci yang diperoleh dari sumber informan, dan penelitian dilakukan dalam *setting* yang alamiah. Kualitas atau sifat kualitatif merujuk pada aspek empiris, yaitu kehidupan nyata manusia, termasuk segala yang melatarbelakangi pola sikap dan tindakan manusia sebagai makhluk biososial.

Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan etnografi virtual. Tom Boellstorff, seorang profesor antropologi di University of California, AS, menjelaskan bahwa prinsip dasar etnografi virtual sejalan dengan penelitian etnografi pada umumnya. Proses etnografi virtual melibatkan eksplorasi entitas (pengguna) dalam lingkungan *online* sebagai fokus penelitian.⁴³ Pendekatan ini bertujuan untuk memahami pengguna internet dan mencerminkan dampak komunikasi melalui media internet. Jorgen Skageby, seperti yang dijelaskan oleh Daniel, menggambarkan etnografi virtual sebagai metode kualitatif untuk memahami peristiwa di dalam komunitas virtual. Metodenya melibatkan observasi dan wawancara secara *online*, memaparkan kebiasaan komunitas dengan lebih spesifik dalam penggunaan teknologi komunikasi.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang akan dijadikan untuk penelitian ini yaitu melalui virtual *online* menggunakan media sosial yaitu fokus di grup whatsapp dan wawancara *online*.

⁴² M.Si Dr. H. Zuchri Abdussamad, S.I.K., *Metode Penelitian Kualitatif*, ed. oleh M.Si Dr. Patta Rapanna, SE., Cetakan I (Makassar: CV. syakir Media Press, 2021).

⁴³ Rachmaniar Rachmaniar, Puji Prihandini, dan Renata Anisa, “Studi Etnografi Virtual tentang Budaya Mahasiswa dalam Perkuliahan Online di Aplikasi Zoom,” *Media Komunikasi FPIPS*, 20.2 (2021), 81 <<https://doi.org/10.23887/mkfis.v20i2.33777>>.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3.3 Sumber Data Penelitian

Adapun sumber data penelitian yang peneliti gunakan sebagai berikut:

a) Data Primer

Data primer merujuk pada informasi yang diperoleh langsung oleh peneliti dari informan. Proses pengambilan dan penyusunan data ini melibatkan serangkaian langkah, termasuk hasil wawancara yang dilakukan secara virtual oleh peneliti melalui berbagai media seperti Chat WhatsApp, Voice Note, dan sejenisnya dalam konteks penelitian.

b) Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang didapatkan dari teknik pengumpulan data yang mendukung data primer. Sumber data sekunder berasal dari buku, jurnal, atau literatur lain yang relevan dengan masalah penelitian, memberikan konteks lebih lanjut dan mendukung temuan dari data primer.

3.4 Informan Penelitian

Peneliti menggunakan strategi *purposive sampling* untuk memilih kriteria informan penelitian. Dalam strategi ini, informan dipilih berdasarkan pertimbangan peneliti dengan tujuan tertentu. Informan dipilih karena dianggap memiliki pengetahuan yang paling relevan terkait informasi yang akan diteliti. Hal ini bertujuan memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data melalui objek penelitian.

Dikarenakan penelitian ini berfokus pada dunia virtual atau etnografi virtual, penelitian ini dilakukan secara *online* di whatsapp group “BTS” yang saat ini sudah beranggotakan 746 orang. Metode ini juga harus mematuhi hukum internasional terkait privasi internet. Oleh karena itu, ditekankan bahwa tidak diperbolehkan meneliti subjek yang berusia di bawah 13 tahun. Hal ini disebabkan karena mereka mungkin tidak dapat memberikan informasi yang akurat dan kurang meyakinkan terkait permasalahan penelitian yang sedang diteliti. Selain itu, kriteria informan menyesuaikan dengan rentang usia remaja yaitu 13-19 tahun, dan mereka merupakan anggota dari Grup ARMY di WhatsApp.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

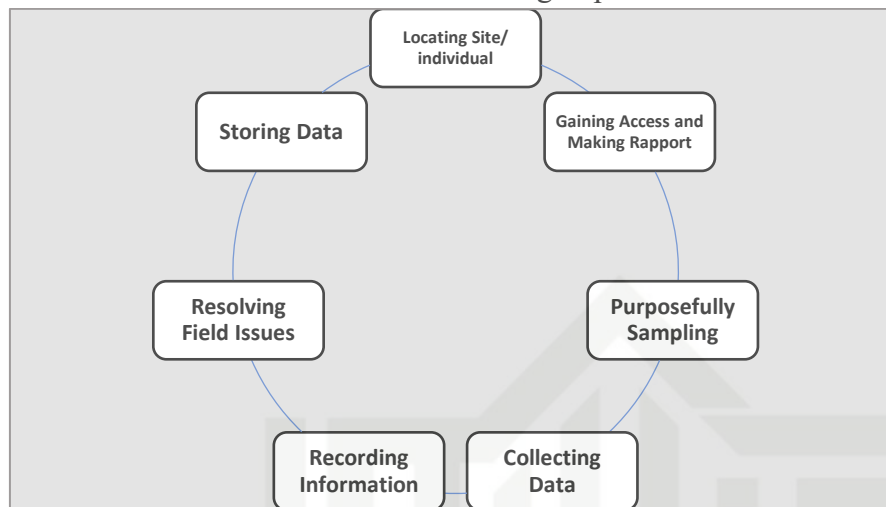
Pengumpulan data dalam penelitian bisa dimaksudkan aktivitas yang saling terkait dalam rangka mengumpulkan informasi untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Terkait dengan masalah apa dan data apa yang akan dikumpulkan. Cresswell (2007:120-121) memberikan beberapa karakteristik prosedur dalam melakukan penelitian dan aktivitas pengumpulan data.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 3.1 Aktivitas Mengumpulkan Data



Sumber: Creswell, J. W. 2007. *Qualitative Enquiry & Research Design, Choosing Among Five Approaches*. Sage Publications, Inc. (Vol. 2). Thousand Oaks, CA: Sage, Hal. 118

Gambar tersebut menjelaskan bagaimana Creswell menawarkan fase-fase melakukan penelitian yang mana dalam penelitian etnografi yang mana dimulai dengan *locating sites or individuals*/ apa yang dipelajari? Tempat (Situs) atau individu, *Access And Rapport* atau bagaimana cara memperoleh akses dan koneksi dengan komunikasi tersebut, lalu *purposeful sampling strategies* yaitu bagaimana pemelihan informan maupun lokasi praktik budaya yang diteliti, *forms of data* atau tipe data apa saja yang akan dikumpulkan, *Recording Information* atau bagaimana data-data itu disimpulkan, *field issues* atau apa isu-isu yang muncul pada saat pengumpulan data dan yang terakhir *storing data* atau bagaimana informasi atau data itu disimpan.⁴⁴ Untuk teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti yaitu:

a. Observasi

Observasi merupakan proses yang melibatkan aspek biologis dan psikologis, sebuah rangkaian kompleks yang bergantung pada kemampuan pengamatan dan ingatan peneliti. Menurut Riyanto (2001), observasi adalah metode pengumpulan data yang memanfaatkan pengamatan terhadap obyek penelitian. Observasi dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung.⁴⁵

Pengamatan atau observasi merupakan prosedur awal yang harus dilakukan oleh etnografer dalam melakukan penelitian. Selain lokasi atau

⁴⁴ Dr. Rulli Nasrullah, M.Si., “*Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, Dan Sositologi Di Internet*” (Simbiosis Rekatama Media : 2017), hal. 94-96

⁴⁵ Hardani Ahyar et al., *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, ed. oleh A.Md.AK Husnu Abadi, 1 ed. (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lapangan penelitian etnografi virtual berada di internet, observasi juga menjadi alat utama untuk melihat bagaimana proses, interaksi, komunikasi, informasi, individu, sampai artefak budaya apa yang muncul dan ada di komunitas virtual tersebut, dengan demikian observasi merupakan aktivitas yang dilakukan etnografer yang tidak sekadar melihat fenomena atau gejala awal, tetapi juga dilakukan dalam rangka pengumpulan data.⁴⁶

b. Wawancara

Dalam etnografi virtual, wawancara dapat digantikan oleh koleksi/arsip yang sudah ada yang berasal dari informasi yang melimpah di lingkungan *online* seperti situs jejaring sosial dan forum internet. Informasi dapat ditemukan dan diarsipkan dari internet tanpa harus dicatat dan ditulis seperti etnografer tradisional.⁴⁷

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara secara *online* menggunakan teknologi internet. Metode wawancara telah berkembang dan kini dapat dilakukan melalui berbagai platform virtual seperti pesan WhatsApp dan *Voice Note*. Penerapan teknik ini membantu peneliti dalam menjalankan penelitian dengan lebih fleksibel, mengatasi kendala ruang dan waktu.

Peneliti menggunakan teknik wawancara terstruktur, di mana sejumlah pertanyaan tertulis dan opsi jawaban telah disiapkan sebelumnya. Dengan pendekatan terstruktur ini, setiap responden dihadapkan pada pertanyaan yang sama, dan pengumpul data mencatat jawaban mereka secara sistematis.

c. Catatan Lapangan dan Dokumentasi

Dalam etnografi catatan-catatan lapangan menjadi penting bagi sebuah penelitian. Catatan tersebut tidak hanya berguna untuk merekam data yang di dapat dalam observasi *online*, juga etnografer menggunakan catatan tersebut sebagai artefak budaya sekaligus.⁴⁸

Dokumentasi menjadi metode penting bagi peneliti kualitatif untuk meraih perspektif subjek melalui beragam media tertulis, seperti tulisan, gambar, catatan harian, sejarah kehidupan, peraturan, kebijakan, atau karya monumental yang dihasilkan langsung oleh subjek yang sedang diteliti.⁴⁹

⁴⁶ Dr. Rulli Nasrullah, M.Si., “*Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi Di Internet*” (Simbiosis Rekatama Media : 2017), hal. 93

⁴⁷ Rachmaniar, Prihandini, dan Anisa.

⁴⁸ Dr. Rulli Nasrullah, M.Si., “*Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi Di Internet*” (Simbiosis Rekatama Media : 2017), hal. 100

⁴⁹ Haris Herdyansah, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial: Perspektif Konvensional dan Kontemporer*, Jakarta: Salemba Humanika, 2019 <<http://www.penerbitsalemba.com>>.

Dengan menggunakan teknik dokumentasi, peneliti berusaha mengumpulkan informasi dari berbagai sumber tertulis dan meneliti jurnal penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian saat ini. Melalui pemeriksaan dokumen dan materi yang memiliki kaitan, peneliti bertujuan untuk melengkapi data yang telah dikumpulkan oleh peneliti sebelumnya.

3.6 Validitas Data

Tahap validitas bertujuan untuk memastikan kebenaran data yang diperoleh dalam konteks penelitian kualitatif. Validitas dalam penelitian kualitatif mengacu pada kebenaran yang menghasilkan penjelasan yang jujur. Metode validitas data yang diterapkan oleh peneliti adalah triangulasi, di mana data atau informasi dari berbagai sumber diperiksa dan digunakan untuk membangun justifikasi tema secara konsisten. Dalam penelitian ini, peneliti membandingkan hasil observasi dengan hasil wawancara dari berbagai sumber untuk mendukung penjelasan mendalam mengenai proses penelitian.

3.7 Teknik Analisis Data

Metode Analisis Media Siber (AMS) merupakan perpaduan dan sekaligus memandu proses menganalisis etnografi virtual. Setiap level dalam AMS memberikan gambaran bagaimana komunitas virtual yang ada di internet.

Secara garis besar, level-level dalam analisis media siber sebagaimana dapat dilihat di bawah ini:⁵⁰

Tabel 3.1 Analisis Media Siber

Level	Objek
Ruang Media (<i>media space</i>)	Struktur perangkat media dan penampilan, terkait dengan prosedur perangkat atau aplikasi yang bersifat teknis.
Dokumen Media (<i>media archive</i>)	Isi, aspek pemaknaan teks/ grafis sebagai artefak budaya
Objek Media (<i>media object</i>)	Interaksi yang terjadi di media siber, komunikasi yang terjadi antar anggota komunitas.
Pengalaman (<i>experiential stories</i>)	Motif, efek, manfaat atau realitas yang terhubung secara <i>offline</i> maupun <i>online</i> termasuk mitos.

Sumber : Olahan Peneliti 2024

⁵⁰Dr. Rulli Nasrullah, M.Si., “*Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi Di Internet*” (Simbiosis Rekatama Media : 2017), hal. 44-45

Level Ruang Media (*Media Space*). Medium ini lokasi komunitas berinteraksi. Peneliti memosisikan dirinya sebagai pengamat. Peneliti menguraikan dari sisi teknologi bagaimana perangkat medium di internet berlaku dan aturan di media sosial tersebut. Peneliti mulai dengan bagaimana prosedur membuat sebuah akun, terhubung dengan sebuah jaringan, komunikasi yang terjadi dan prosedur yang ada di media sosial tersebut.

Level Dokumen Media (*Media archive*). Peneliti melihat kontens sebagai sebuah teks dan makna yang terkandung di dalamnya diproduksi dan disebarkan melalui internet. Teks tidak hanya mewakili pendapat atau opini user di internet tetapi menunjukkan ideologi, latar belakang sosial, pandangan politik, keunikan budaya, hingga merepresentasikan identitas dari komunitas. Teks juga dibuktikan adanya konteks, situasi atau pertukaran nilai dalam komunitas tersebut.

Level Objek (*Media Object*). Peneliti melihat aktivitas dan interaksi pengguna dan antar pengguna. Data penelitian berasal dari teks dan konteks yang ada pada media sosial. Peneliti memfokuskan pada interaksi antar sesama anggota ARMY di grup whatsapp tersebut serta dari postingan Stori dari penggemar ARMY.

Level Pengalaman (*experiential stories*). Peneliti bisa menghubungkan realitas yang terjadi di dunia virtual dengan realitas yang ada di dunia nyata. Menurut Hine (2015) apa yang terjadi di internet sebenarnya tidak jauh berbeda dengan apa yang terjadi di dunia nyata kehidupan sehari-hari seperti penggambaran waktu, tempat dan perilaku orang dengan bertransformasi di internet.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB IV

GAMBARAN UMUM

4.1 Pengertian WhatsApp

WhatsApp berasal dari ungkapan "*What's up*", sapaan untuk menanyakan kabar. Meskipun pada tahun 2013 WhatsApp bergabung dengan Facebook, namun beroperasi secara terpisah sebagai aplikasi yang memfokuskan untuk pertukaran pesan yang cepat dan mudah. WhatsApp dibuat agar tetap terhubung dan dapat berkomunikasi kapan saja dan dimana saja.⁵¹

WhatsApp merupakan salah satu alternatif pilihan media pembelajaran yang sangat tepat, bila dibandingkan dengan media pembelajaran online lainnya, hal tersebut dikarenakan WhatsApp adalah aplikasi yang sangat sederhana.⁵²

Berdasarkan informasi dari *website* resminya, WhatsApp adalah aplikasi yang berguna untuk berkiriman pesan, panggilan, panggilan video, foto, video, berbagai bentuk dokumen, dan pesan suara, dimana WhatsApp dapat dipasang pada ponsel yang bersistem operasi (*operating system*) Android, iPhone, Mac, Windows PC dan Windows Phone dengan menggunakan koneksi internet ponsel pada jaringan (4G/3G/2G/EDGE) atau Wi-Fi.⁵³

4.2 Sejarah Singkat WhatsApp

Pada tahun 2009, ketika iPhone sedang populer di masyarakat, Jan Koum membelinya karena melihat ada potensi besar di masa yang akan datang. Kemudian ia tertarik pada kumpulan kontak dan App Store lalu ia pun membelinya. Dari situ muncul sebuah ide yaitu menciptakan aplikasi yang dapat menampilkan status pada kontak telepon di iPhone. Ide ini kemudian mengarah pada pembuatan aplikasi WhatsApp. Jan Koum kemudian diperkenalkan oleh temannya dengan seorang *developer* aplikasi bernama Igor Solomenikov. Dari perkenalannya itu ia dapat mewujudkan idenya untuk membuat aplikasi WhatsApp.⁵⁴

⁵¹ Leila Setia Ningsih et al., "Pemanfaatan Media Whatsapp Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Pustakawan," *Jurnal Perpustakaan dan Informasi*, 2275 (2022), 1–12.

⁵² Sudarman Sudarman dan Ardian Ardian, "the Development of Interactive Module To Support Student Centered Learning," *Akademika*, 10.01 (2021), 77–92 <<https://doi.org/10.34005/akademika.v10i01.1344>>.

⁵³ I Made Pustikayasa, "Grup Whatsapp Sebagai Media Pembelajaran," *Widya Genitri : Jurnal Ilmiah Pendidikan, Agama dan Kebudayaan Hindu*, 10.2 (2019), 53–62 <<https://doi.org/10.36417/widyagenitri.v10i2.281>>.

⁵⁴ Like Alfando, Pemanfaatan Aplikasi WhatsApp sebagai Media Pembelajaran Daring di masa Pandemi Covid19 Dalam Meningkatkan Hasil Belajar Siswa (Studi Kasus di MI Ma'ruf Ngrupit), Skripsi IAIN Ponorogo Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan. Tahun 2021. Hal. 33.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Kemudian ia mendirikan perusahaan “WhatsApp inc” di California pada Februari 2009. Saat diluncurkan aplikasi WhatsApp hanya di *download* sekitar 250 orang dan kebanyakan yang mendownload dari kalangan teman Jan Koum saja.

Perkembangan WhatsApp yang Lambat Hampir Membuat Jan Koum Menyerah dan ingin berhenti mengembangkan aplikasinya. Tapi pada saat itu Teman Jan Koum, Brian Acton, muncul, menyemangati dan meyakinkan bahwa aplikasi ini nantinya akan memiliki banyak penggemar.

Dengan ragu Jan Koum melanjutkan pembuatan aplikasinya. Kemudian Apple datang dengan bantuan *push notification* yang akhirnya memberi jalan untuk Jan Koum memodifikasi buatannya sehingga ketika pengguna mengubah status di aplikasinya otomatis akan menggambarkan jaringan.

Versi pertama WhatsApp hanya untuk pembaruan kontak telepon iphone saja. Kemudian Jan Koum merilis "WhatsApp v2.0" dengan fitur pesan instan dan berhasil menaikkan jumlah pengguna menjadi 250 ribu pengguna. Jan Koum dibantu oleh Brian Acton untuk mencari investor demi mendanai perkembangan WhatsApp. Lalu secara resmi Brian Acton bergabung dengan Jan Koum dalam mengembangkan aplikasi WhatsApp.

WhatsApp terus berkembang meluncurkan fitur pengiriman foto di Iphone. Selain itu dirilis juga untuk *device* lain seperti android dan Blackberry. Kemudian pada tahun 2010 WhatsApp beralih ke aplikasi berbayar dan berhasil mendapatkan 5000 dolar pada bulan pertama. Hal ini mendorong banyak investor lain untuk berinvestasi pada aplikasi WhatsApp seperti Sequoia Capital yang menawarkan dana hingga 8 juta dolar.

Pada awal 2011, WhatsApp berada di peringkat 20 besar aplikasi. Hal itu membuat Sequoia Capital kembali menginvestasikan dana sebesar 1,5 miliar dolar. Karena aplikasi WhatsApp sangat berkembang, hal ini membuat perusahaan facebook dan Google merayu Jan Koum untuk menjual WhatsApp namun ditolak.

Pada tahun 2013 WhatsApp memiliki sekitar 200 juta pengguna aktif yang membuat perusahaan google dan facebook berebut akuisisi WhatsApp yang sangat berkembang. Kemudian pada tahun 2013, Jan Koum dan Brian Acton setuju untuk menjual WhatsApp ke Facebook dengan nilai 19 miliar dolar. Seketika keduanya menjadi orang kaya baru karena kekayaannya melonjak drastis hingga 6,8 miliar dolar atau sekitar 80 triliun rupiah menurut majalah forbes.

4.3 WhatsApp Grup Penggemar BTS

WhatsApp grup penggemar BTS adalah grup yang di khususkan untuk para penggemar idol BTS berinteraksi. Grup ini di buat pada 11 November



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

2021, dan memiliki 2 admin yang jumlah seluruh anggotanya sudah mencapai 746 orang. Diketahui idol BTS memiliki jutaan penggemar terutama di kalangan perempuan, sehingga tidak heran banyak di dapatkan grup-grup yang dibuat para penggemar untuk berinteraksi sesamanya dalam membahas idol kesukaan mereka.

Grup ini dibuat admin pastinya karena kecintaannya dengan idol tersebut. Kemudian grup penggemar BTS banyak ditemukan di media sosial lain seperti Facebook dan juga Telegram. Media whatsapp sendiri banyak dipilih sebagai wadah berbagi informasi karena fiturnya yang sederhana sehingga memudahkan para penggemar untuk berinteraksi, berbagi foto, file, video, pesan suara dan lainnya.

Biasanya admin dan anggota akan berinteraksi mengenai idol nya seperti mengirim foto/video BTS, mengirim update-update terbaru mengenai BTS, atau hanya berinteraksi santai sesama anggota. Grup tersebut juga pastinya memiliki aturan sebagai anggota. Adapun keterangan dan aturan yang ada di dalam grup penggemar BTS yaitu.

1. GC open 24 jam
2. New member baru wajib intro
3. *About* BTS
4. Dilarang sebar link grup lain, promosiin grup apapun, dan jualan
5. Wajib nimbrung
6. Wajib save nomor admin
7. Dilarang *up info double*
8. Tidak berbicara kasar.

4.4 Profil Informan

Infoman (narasumber) penelitian adalah seseorang yang memiliki pengetahuan mengenai objek penelitian tersebut. Informan dalam penelitian ini yaitu berasal dari wawancara yang disebut sebagai narasumber. Dalam penelitian ini menentukan Informan dengan menggunakan teknik *Purposive*, yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu, yang sesuai dengan kriteria etnografi. Dalam penelitian ini memilih informan dari rentang usia 13 tahun ke atas, dan karena penelitian ini menetapkan remaja sebagai subjek penelitian maka usia informan disesuaikan dengan kriteria remaja yaitu dari rentang usia 13-19 tahun, dan merupakan anggota ARMY di WhatsApp.

Adapun jumlah informan yang menjadi narasumber dari penelitian ini yaitu 18 orang, terdiri dari 1 orang yaitu admin dan 17 orang sebagai anggota. Dalam penelitian ini semua informan diberikan pertanyaan yang sama menyangkut permasalahan yang dibahas. Siti merupakan wanita kelahiran Jawa Tengah kelahiran 2005 yang merupakan salah satu admin dari whatsapp grup

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penggemar BTS, yang dibuat pada 11 November 2021. Pada penelitian ini peneliti hanya dapat mewawancarai salah satu admin sebagai informan dikarenakan alasan tertentu yaitu tidak adanya respons/ balasan dari orang yang bersangkutan.

Tabel 4.1 Data Informan Penelitian

NO	NAMA	DOMISILI	UMUR	POSISI
1.	Anisa	Tangerang	19 Tahun	Anggota
2.	Aspi	Jawa Timur	19 Tahun	Anggota
3.	Dewi	Kalimantan Tengah	15 Tahun	Anggota
4.	Dila	Donggala / Palu	18 Tahun	Anggota
5.	Ifa	Malang	17 Tahun	Anggota
6.	Laila	Sukabumi	15 Tahun	Anggota
7.	Nia	Padang	17 Tahun	Anggota
8.	Nurul	Jepara	18 Tahun	Anggota
9.	Resha/ rshmlyn	Bekasi	18 Tahun	Anggota
10.	Seokjin/ Nana	Jawa Tengah	17 Tahun	Anggota
11.	Siti/ Park_Shitie'	Jawa Tengah	19 Tahun	Admin
12.	Sri	Cianjur	17 Tahun	Anggota
13.	Suci Dwira P.	Bengkulu	15 Tahun	Anggota
14.	Syifa	Riau	18 Tahun	Anggota
15.	Syifa	Jawa Tengah	16 Tahun	Anggota
16.	Tasya	Palembang	19 Tahun	Anggota
17.	Umun Nadiah	Banten	19 Tahun	Anggota
18.	Yuna	Medan	18 Tahun	Anggota

Sumber : Olahan Peneliti 2024

Berdasarkan data-data informan diatas sebanyak 18 orang yang berasal dari berbagai daerah serta rentang usia yang beragam. Kemudian yang nantinya akan peneliti cantumkan hasil wawancaranya, hal ini peneliti lakukan untuk dijadikan perbandingan dan menjadi bukti untuk memperkuat penelitian di media siber.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial whatsApp khususnya whatsApp grup menjadi wadah para penggemar untuk berinteraksi mengenai boyband BTS. Studi ini mengungkapkan bahwa remaja penggemar BTS, yang merupakan bagian dari komunitas ARMY di platform media sosial WhatsApp, memiliki dinamika gaya hidup yang unik dan berkembang secara *online*. Melalui metode etnografi virtual, penelitian ini memperoleh pemahaman mendalam tentang bagaimana interaksi, perilaku, dan pola konsumsi remaja yang terlibat dalam komunitas ini. Dalam penelitian etnografi ini menggunakan analisis media siber yang terbagi menjadi empat level.

Pertama, Level Ruang Media (*Media Space*), pada level ini peneliti menjelaskan bagaimana Prosedur membuat akun whatsApp, fitur-fitur yang ada di whatsApp dan bagaimana peneliti dapat bergabung didalam whatsApp grup penggemar BTS tersebut. *Kedua*, Level Dokumen Media (*Media Archive*), pada level ini peneliti mengambil teks baik berupa foto, kalimat atau postingan yang dipublikasikan di media sosial yang memiliki makna dan kandungan yang bisa menunjukkan opini/ pendapat dan mempresentasikan identitas seseorang. *Ketiga*, Level Objek Media (*Media Object*), Pada level ini, peneliti melakukan pengamatan mengenai beberapa interaksi-interaksi yang biasa terjadi antar penggemar pada whatsApp grup penggemar BTS. *Keempat*, Level Pengalaman (*Experiental Stories*), Pada level ini, peneliti melakukan wawancara dengan mengajukan pertanyaan terhadap beberapa penggemar BTS atau ARMY di halaman chat pribadi whatsApp, dan peneliti menemukan bahwa realitas yang muncul di media siber tidak jauh berbeda dengan yang berada di realitas sesungguhnya. Adapun simpulan yang menjadi indikator dari pertanyaan penelitian ini.

Pertama, Aktivitas/ Kegiatan, berdasarkan data yang peneliti temukan gaya hidup para penggemar BTS yang tergambar dari aktivitas ini yaitu melakukan hal-hal yang berkaitan dengan idol mereka yaitu dengan selalu mendengarkan lagu-lagu BTS, menonton MV dan berinteraksi sesama penggemar.

Kedua, Minat/ Ketertarikan, hal yang menjadi pendorong seseorang tertarik dan menjadi fandom yaitu karena penampilannya yang keren serta lagu-lagu yang BTS nyanyikan banyak bertema mencintai diri sendiri sehingga dianggap sebagai bentuk motivasi bagi pendengarnya. Selain dari wajah yang tampan penggemar juga melihat bagaimana proses perjuangan para idol sampai


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mereka dapat debut dan dikenal oleh dunia. Kemudian pembelian barang-barang yang berkaitan dengan BTS selain hanya sekedar suka, dan lucu dianggap sebagai bentuk dukungan terhadap idola mereka sehingga mereka rela untuk mengeluarkan biaya yang lebih banyak untuk pembelian merchandise tersebut. Sehingga gaya hidup penggemar BTS terbelang konsumtif mereka royal akan pembelian-pembelian yang berkaitan dengan idola mereka.

Ketiga, Opini/ Pendapat, hampir semua para penggemar menganggap boyband BTS merupakan tempat mereka untuk menghibur diri ketika keadaan mereka sedang sedih. BTS dianggap sebagai penyembuh luka, trauma dan menjadi penyemangat hidup, sehingga boyband BTS diakui sangat berperan bagi penggemarnya dan karena itu banyak penggemar yang tidak sadar akan dampak buruk akan tindakan impulsif yang dilakukan seperti mengeluarkan banyak uang, waktu, emosional hanya untuk idola mereka.

6.2 Saran

Setelah melakukan penelitian dan menyimpulkan hasil penelitian, skripsi ini telah memberikan pemahaman yang sangat berguna tentang dinamika gaya hidup remaja penggemar BTS di media sosial, namun masih ada ruang untuk penelitian lebih lanjut. Studi lebih mendalam dapat dilakukan untuk mengeksplorasi aspek-aspek tertentu dari pengaruh BTS dan komunitas ARMY di WhatsApp, seperti pengaruhnya terhadap kesehatan mental remaja, peran komunitas dalam membentuk persepsi tentang citra tubuh, atau dampaknya terhadap hubungan interpersonal. Atau membandingkan dinamika komunitas ARMY dengan komunitas penggemar dari grup musik atau artis lainnya dapat memberikan perspektif yang lebih luas tentang bagaimana penggemar BTS memanfaatkan media sosial dan bagaimana pengaruh BTS berbeda atau mirip dengan pengaruh lainnya dalam budaya pop.

Penelitian ini dapat menjadi landasan untuk peneliti selanjutnya mengembangkan model teoretis yang dapat menjelaskan dinamika komunitas penggemar di media sosial secara lebih umum. Melalui analisis yang lebih mendalam, peneliti dapat membangun kerangka kerja yang dapat diterapkan pada berbagai konteks komunitas penggemar di platform media sosial lainnya.

Dengan memperhatikan saran-saran di atas, penelitian ini dapat menjadi landasan yang kuat untuk mengembangkan pengetahuan lebih lanjut tentang dinamika komunitas penggemar di media sosial dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pemahaman tentang interaksi manusia dalam era digital ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Ahyar, Hardani, Universitas Sebelas Maret, Helmina Andriani, Dhika Juliana Sukmana, Universitas Gadjah Mada, M.Si. Hardani, S.Pd., et al., *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, ed. oleh A.Md.AK Husnu Abadi, 1 ed. (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020)
- Arsita, Nurul, “Pengaruh Gaya Hidup Dan Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Media Sosial Instagram,” *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, 7.2 (2022), 125–31 <<https://doi.org/10.24967/jmb.v7i2.1390>>
- Bazarov, Komiljon I, “Oriental Journal of Social Sciences SJIF for 2022 : 5 . 908,” 2022, 65–71
- Desmiati Study, Communication, Jalan Dalem Mangkubumen, Kecamatan Kraton, dan Kota Yogyakarta, “CULTURE PATTERNS OF BTS FANS IN THE DIGITAL ERA ON THE @ INDOMY TWITTER,” 1.I (2023), 1–9
- Dr. H. Zuchri Abdussamad, S.I.K., M.Si, *Metode Penelitian Kualitatif*, ed. oleh M.Si Dr. Patta Rapanna, SE., Cetakan I (Makassar: CV. syakir Media Press, 2021)
- Fachrosi, Erlyani, Dwi Tia Fani, Rafika Fadhila Lubis, Nadya Bella Aritonang, Nur Azizah, Dicky Reza Saragih, et al., “Dinamika fanatisme penggemar k-pop pada komunitas bts-army medan,” *Jurnal Diversita*, 2020, 194–201 <<http://ojs.uma.ac.id/index.php/diversita/article/view/3782>>
- Fahirra, Hanny, dan Anik Lestari Andjarwati, “Pengaruh Korean Wave dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Album Official BTS,” *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10.1 (2022), 148–59
- ElFarabi, Qoryna Noer Seyma, “Motivasi Penggemar K-Pop sebagai Citizen Author Menulis Fan Fiction,” *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12.1 (2020), 34–52 <<https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v12i1.1267>>
- Fitria, Khusnul, “Sebuah Kajian Ethnografi Digital Pada Keterlibatan Fandom K-Pop Dengan Isu Sosial Di Media Sosial,” *Versi Cetak*, 6.2 (2022), 458–69
- Floretta, Jasmine, dan Vasthia Devi, “Paradigma : Jurnal Kajian Budaya BTS Army : Melampaui Narasi Stigmatisasi Identitas Perempuan Penggemar,” 12.1 (2022) <<https://doi.org/10.17510/paradigma.v12i1.547>>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Fungky, Tiana, Tiara Puspita Sari, dan Vicky F Sanjaya, “Pengaruh Gaya Hidup Serta Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Masa Pandemi (Studi Kasus Mahasiswa/I Manajemen Bisnis Syariah, Uin Raden Intan Lampung Angkatan 2019,,” *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 1.1 (2021), 82–98
- Ghazwani, Syarah Anira, “antara A.R.M.Y. Surabaya dengan orang disekitarnya. Kata Kunci;,” *Ilmu Politik dan Komunikasi*, 4, 2019, 2
- Hariadi, Devi Puspitasari Sandra, dan Agustin Rahmawati, “Celebrity Worship Dan Perilaku Konsumtif Remaja Penggemar K-Pop,” *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)*, 6.September (2022), 3680–91
- Herdyansah, Haris, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial: Perspektif Konvensional dan Kontemporer*, Jakarta: Salemba Humanika, 2019
<<http://www.penerbitsalemba.com>>
- Hidayati, Anisa Nurul, dan Edi Dwi Riyanto, “The Characteristics of Fandom Reveluv as A Cyberfandom of Red Velvet on Twitter,” *Diglossia*, 12.2 (2021), 89–99
- Husna, Isnaini, Sri Ramadhani, dan Muhammad Lathief Ilhamy, “Analisis Fenomena Budaya Ngopi Sebagai Gaya Hidup Generasi Millennial (Studi Kasus pada Coffee Shop Pasco Bagan Batu Riau),” *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB)*, 2.2 (2023), 267–77
<<https://doi.org/10.47233/jemb.v2i2.1105>>
- <https://mjurnal.com/whatsapp/cara-daftar-wa-resmi/> diakses pada tanggal 03 Februari 2024 pukul 15.47 WIB.
- Indriani, Novia, “Interaksi Sosial Fandom Army Di Media Sosial (Studi Fenomenologi Penggunaan Weverse Oleh Army),” 2021, 1–24
- Joice, Catrien, Margareth Simatupang, dan Nina Yuliana, “ANALISIS PERILAKU PENGEMAR BTS (ARMY) DALAM,” 2.7 (2023), 31–40
- Kaye, Linda K., “Exploring the ‘socialness’ of social media,” *Computers in Human Behavior Reports*, 3.March (2021), 100083
<<https://doi.org/10.1016/j.chbr.2021.100083>>
- Khairunnisa, Dina, *Budaya K-Pop dan Kehidupan Remaja (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negri Syarif Hidayatullah Jakarta)*, Skripsi, 2019

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Khelsea, Yustika Okta, Didiek Tranggono, Dyva Claretta, dan Zainal Abidin Achmad, "Etnografi Virtual Perilaku Impulsive Buying Remaja Muslimah Penggemar K-Pop di Surabaya," *Jurnal Komunikasi Islam*, 11.2 (2021), 264–89 <<https://doi.org/10.15642/jki.2021.11.2.264-289>>
- Kim, Priscilla, dan Ethan Hutt, "K-pop as a Social Movement: Case Study of BTS and Their Fandom ARMY," *Journal of Student Research*, 10.3 (2021), 1–15 <<https://doi.org/10.47611/jsrhs.v10i3.1772>>
- Kusuma, Ade, Adiasri Putri Purbantina, Vina Nahdiyah, dan Ucik Uswatun Khasanah, "Jurnal etnografi indonesia," 5.2 (2020), 238–51 <<https://doi.org/10.31947/etnosia.v5i2.10898>>
- Lynch, Kimery S., "Fans as transcultural gatekeepers: The hierarchy of BTS' Anglophone Reddit fandom and the digital East-West media flow," *New Media and Society*, 24.1 (2022), 105–21 <<https://doi.org/10.1177/1461444820962109>>
- M.T, Monique Fiolitha, "Peranan Teknologi Audiovisual Dalam Fenomena Hallyu Sebagai Budaya Dan Gaya Hidup Remaja Di Jakarta," *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 22.2 (2020), 184 <<https://doi.org/10.26623/jdsb.v22i2.2729>>
- Maryadiningsih, Evi, "Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Muslim Di Surabaya Selama Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Perspektif Etika Konsumsi Islam," *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Sosial*, 1.4 (2021), 386–96
- Mayasari, Fitria, "Etnografi Virtual Fenomena Cancel Culture dan Partisipasi Pengguna Media terhadap Tokoh Publik di Media Sosial," *Journal of Communication and Society*, 1.01 (2022), 27–44 <<https://doi.org/10.55985/jocs.v1i01.15>>
- Mei Pravitasari, Diah Ayu Septi Fauji, RonyKurniawan, "Analisis makna dan motif keputusan pembelian official merchandise bts pada army kediri," *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri*, 2023, 66–75
- Monica, Sely, Naomi Prilda Siagian, dan Atika Rokhim, "Analisis Budaya Konsumerisme dan Gaya Hidup Dikalangan Remaja Akibat Pengaruh Media Sosial di Kota Tanjungpinang," *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3.08 (2022), 1198–1204 <<https://doi.org/10.36418/jiss.v3i8.676>>



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Nasrullah, Rulli, "Etnografi Virtual Riset Komunikasi Budaya, dan Socioteknologi di Internet, Simbiosis Rekatama Media (2017)
- Nasrullah, Rulli, "Etnografi Virtual Riset Komunikasi Budaya, dan Socioteknologi di Internet, Simbiosis Rekatama Media (2017)
- Ningsih, Leila Setia, Fitriyani, Zulfikar Husein Hasibuan, dan M.Sos Kartini, "Pemanfaatan Media Whatsapp Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Pustakawan," *Jurnal Perpustakaan dan Informasi*, 2275 (2022), 1–12
- Paramita, Sinta, dan Kumi Laila, "Communication Network Analysis K-Pop Fans Through the WhatsApp Group Application," *Jurnal Komunikasi*, 14.2 (2022), 522–42 <<https://doi.org/10.24912/jk.v14i2.21190>>
- Pustikayasa, I Made, "Grup Whatsapp Sebagai Media Pembelajaran," *Widya Genitri : Jurnal Ilmiah Pendidikan, Agama dan Kebudayaan Hindu*, 10.2 (2019), 53–62 <<https://doi.org/10.36417/widyagenitri.v10i2.281>>
- Putri, Syafrina Maharani, dan Rahmawati Zulfiningrum, "Budaya Penggemar BTS dalam Komunitas bts_armysemarang," *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 4.5 (2022), 5725–31
- Rachmaniar, Rachmaniar, Puji Prihandini, dan Renata Anisa, "Studi Etnografi Virtual tentang Budaya Mahasiswa dalam Perkuliahan Online di Aplikasi Zoom," *Media Komunikasi FPIPS*, 20.2 (2021), 81 <<https://doi.org/10.23887/mkfis.v20i2.33777>>
- Rafiq, Ahmad, "Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat," *Global Komunika*, 1.1 (2020), 18–29
- Rahmah, Rizky Mawadatul, Rini Anggriani, dan Lady Faerrosa, "Netnography of The Linkages Between Celebrity Worship and Impulsive Buying on a Treasure Album Product," 4.2 (2023), 88–92 <<https://doi.org/10.29303/alexandria.v4i2.463>>
- Sahid, Haidar Meshvara, "Pengaruh Media Sosial Whatsapp Terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa di Kabupaten Bogor Wilayah Selatan," *JTEV (Jurnal Teknik Elektro dan Vokasional)*, 6.2 (2020), 248–57 <<http://ejournal.unp.ac.id/index.php/jtev/index>>
- Sakinah, Regina Nurul, Syofiyah Hasna, dan Yona Wahyuningsih, "Pengaruh Positif Fenomena K-Pop Terhadap Karakter Generasi Muda di Indonesia," *Journal on Education*, 5.1 (2022), 735–45



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<<https://doi.org/10.31004/joe.v5i1.653>>

Salsabila, Queen, Lutfiana Dwi, dan Nur Fadhilah, “ANALISIS KONSUMERISME PASIF PARA PENGGEMAR FANATIK IDOL GRUP BTS DI KEDIRI DALAM,” 11.1 (2022)

Siswa, Belajar, Studi Kasus, D I Mi, dan M A Arif, “E Thesis Like,” 2021

Sri Fatimah Dalimunthe, Eka Sri Wahyuni, dan Amimah Oktarina, “Analisis Perilaku Konsumsi Penggemar K-Pop Berdasarkan Teori Konsumsi Al-Ghazali,” *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 1.2 (2022), 284–95 <<https://doi.org/10.56799/ekoma.v1i2.478>>

Sudarman, Sudarman, dan Ardian Ardian, “the Development of Interactive Module To Support Student Centered Learning,” *Akademika*, 10.01 (2021), 77–92 <<https://doi.org/10.34005/akademika.v10i01.1344>>

Susanti, Santi, Abstrak Keberadaan Whatsapp, Whatsapp Group, dan Whatsapp Group, “STUDI ETNOGRAFI VIRTUAL TENTANG KEBERADAAN PENGGIAT LINGKUNGAN DALAM WHATSAPP GROUP NON LINGKUNGAN,” 112–23

Teti Melinda, Delfia, dan Perengki Susanto, “The Influence of S-Commerce Dimensions on Repurchase Intention of BTS Merchandise with Customers Engagement as a Mediation Variable on Army in Padang City,” *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7.2 (2023), 16827–938 <<https://doi.org/10.31004/jptam.v7i2.9424>>

Tina, Limar, dan Lusia Savitri Setyo Utami, “Formation of Tokopedia Image Perceptions in Public (Study On BTS Fans, ARMY),” 478.Ticash (2020), 674–77 <<https://doi.org/10.2991/assehr.k.201209.106>>

Utami, Lusia Savitri Setyo, dan Septia Winduwati, “Fandom and Voluntary ‘ARMY’: Case Study on BTS Fans in Indonesia,” 478.Ticash (2020), 667–73 <<https://doi.org/10.2991/assehr.k.201209.105>>

Yohanna, Anna, “The influence of social media on social interactions among students,” *Indonesian Journal of Social Sciences*, 12.2 (2020), 34 <<https://doi.org/10.20473/ijss.v12i2.22907>>

Zayyan, Dhiya Izzahtul, “REPRESENTASI GAYA HIDUP HEDONISME GENERASI MILLENIAL DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM,” 1–21



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN

Daftar Pertanyaan Penelitian

PERTANYAAN:

***Kegiatan/ aktivitas:**

1. Kegiatan seperti apa yang biasa kamu lakukan di waktu luang sebagai penggemar Boyband BTS?

***Ketertarikan/minat:**

1. Apa alasan kamu sehingga menyukai dan menjadi Penggemar BTS?
2. Apa yang membuat kamu rela menghabiskan waktu dan tertarik untuk membeli barang-barang yang berkaitan dengan BTS?

***Opini/Pendapat:**

1. Seberapa berperannya Boyband BTS dalam kehidupan kamu?
2. Bagaimana pandangan kamu terhadap Orang-orang yang tidak suka dan bahkan sering menghina Boyband BTS?
3. Menurut kamu apakah ada dampak/kebiasaan buruk yang kamu rasakan ketika menjadi fandom BTS? jika tidak bagaimana kamu menanggapi hal tersebut jika dikemudian hari nanti akan berpengaruh buruk terhadap gaya hidup kamu?

20.34

Sumber : Olahan Peneliti 2024

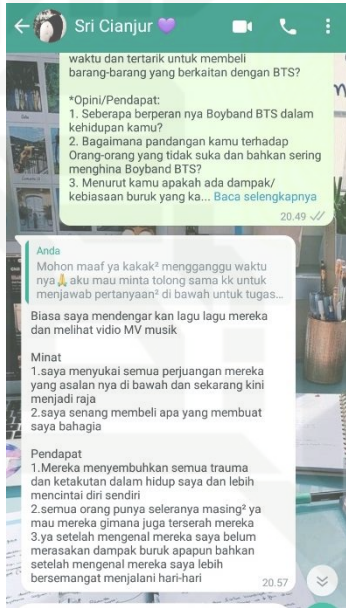
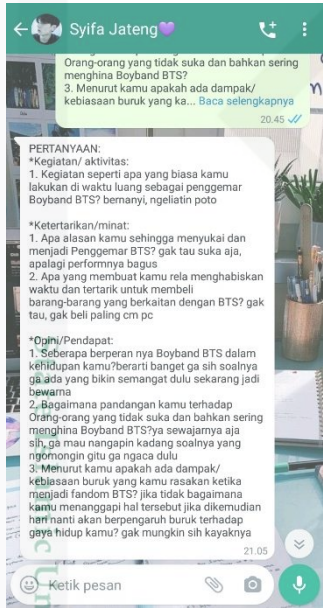
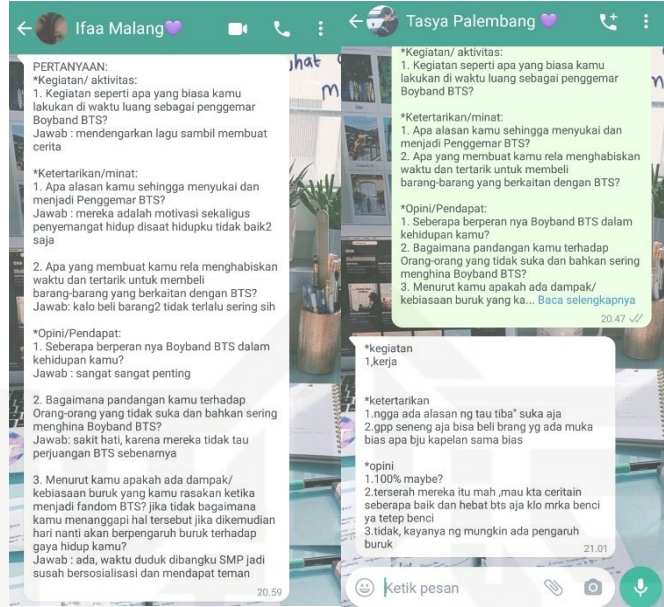
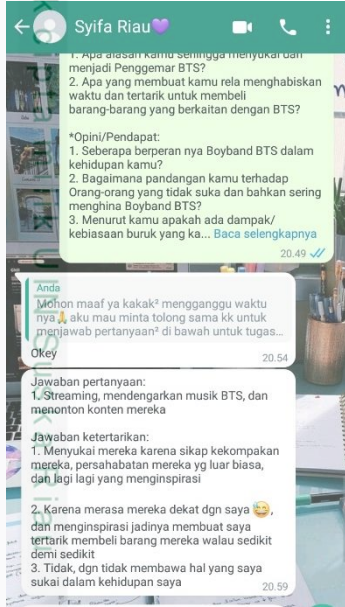




Screenshot Wawancara Dengan Narasumber Penggemar BTS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

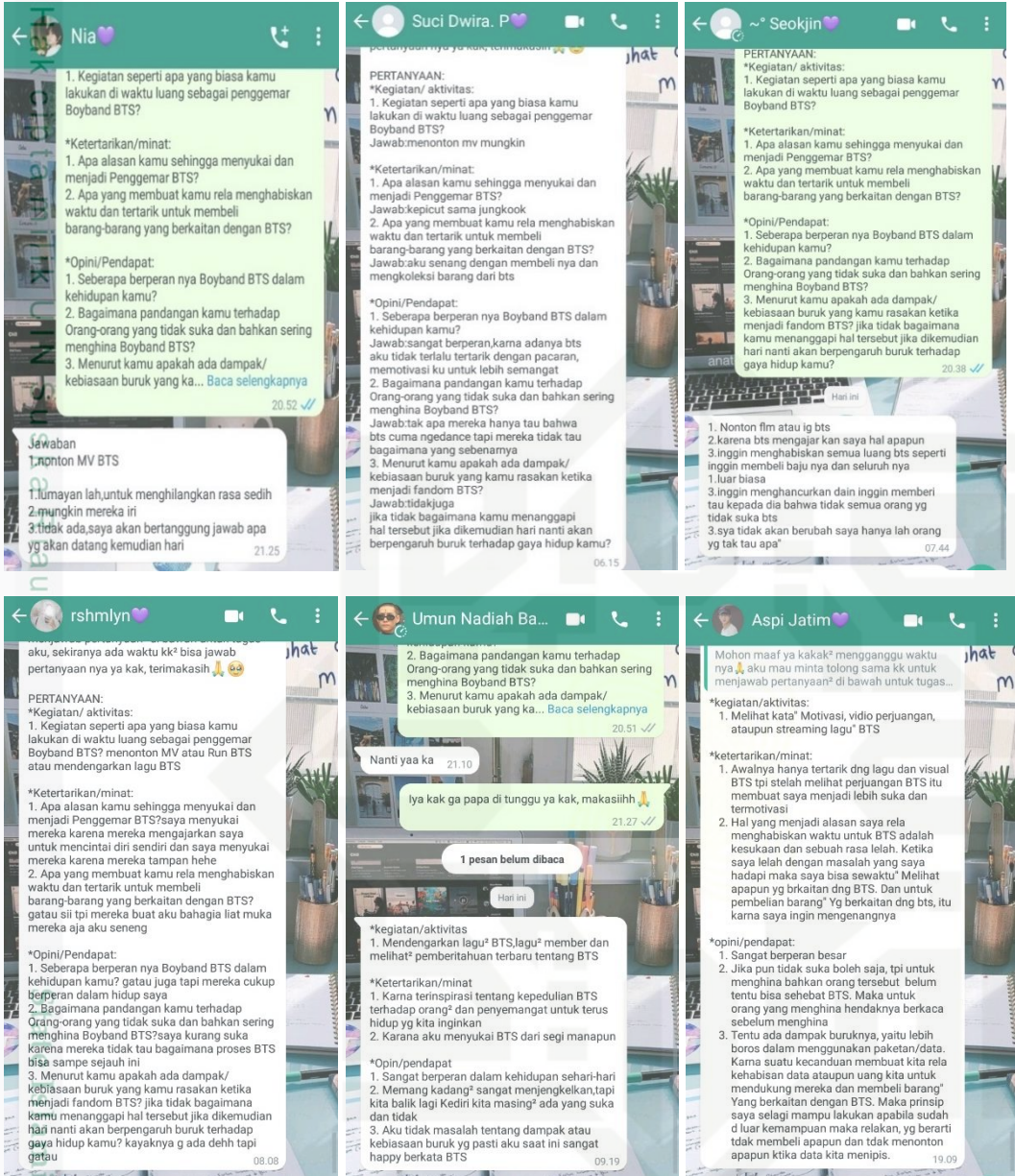
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

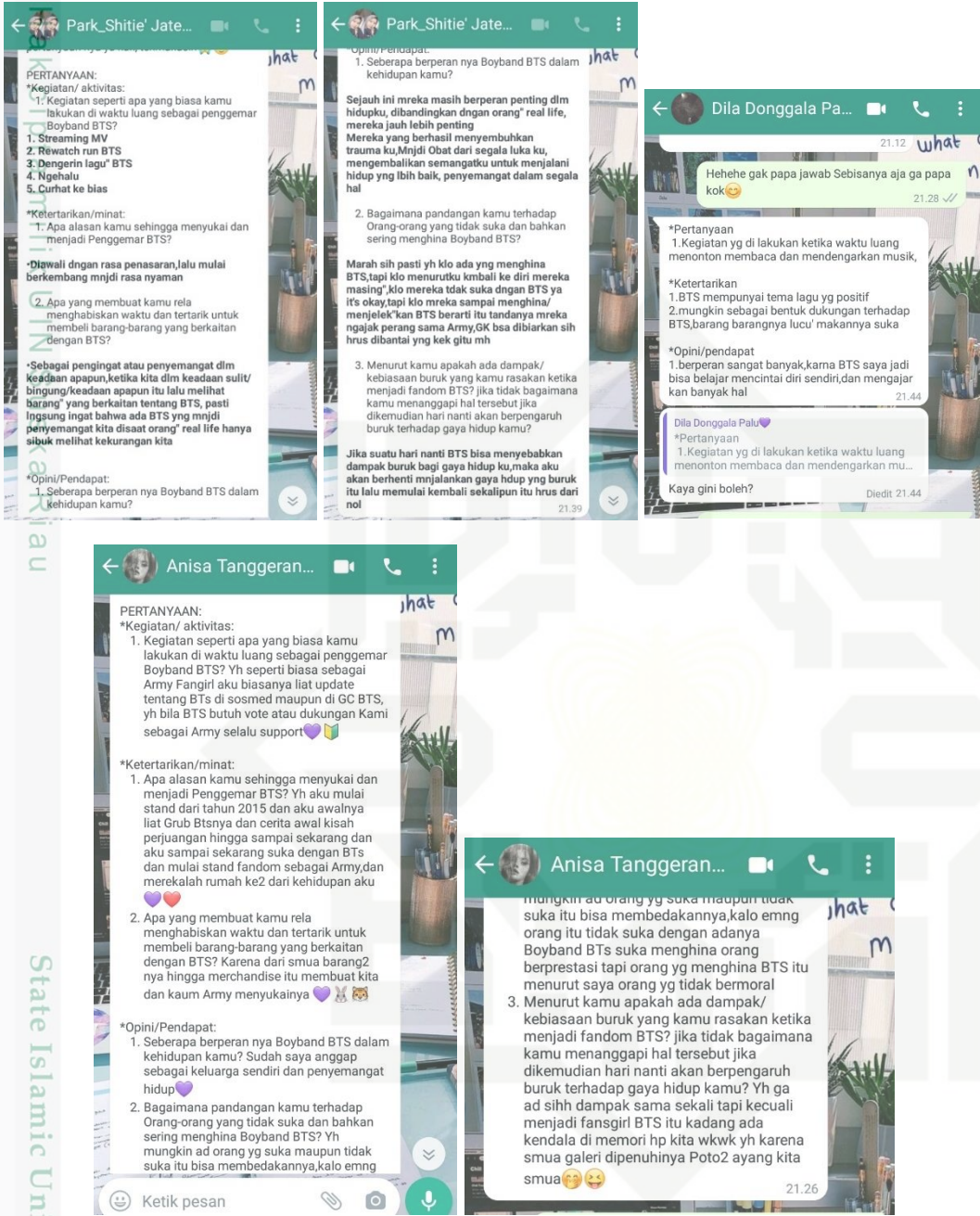
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

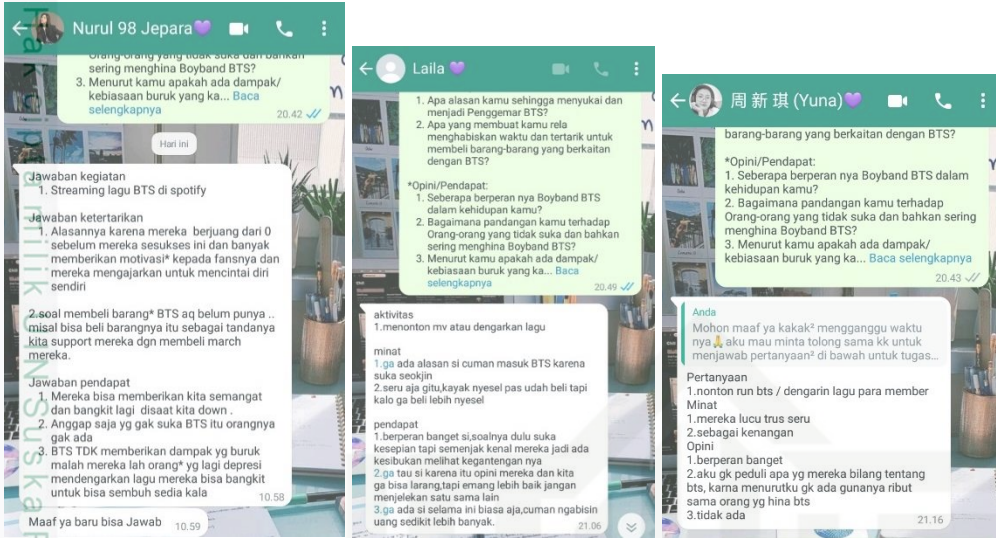
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





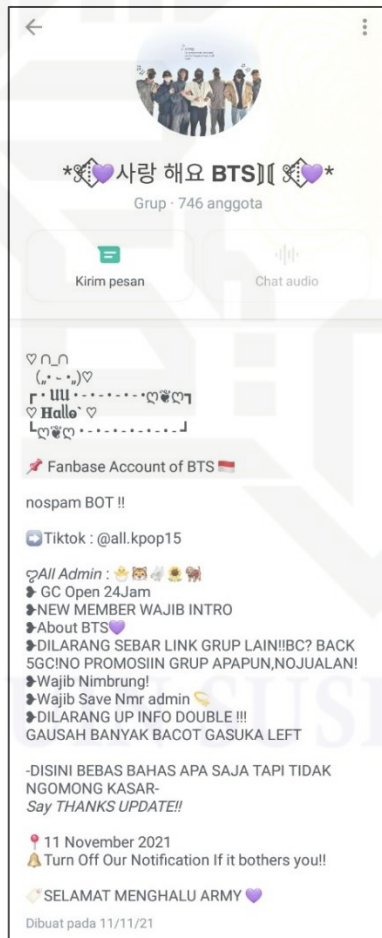
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Sumber : Screenshot Chat Pribadi Peneliti 2024

Profil WhatsApp Grup Penggemar BTS

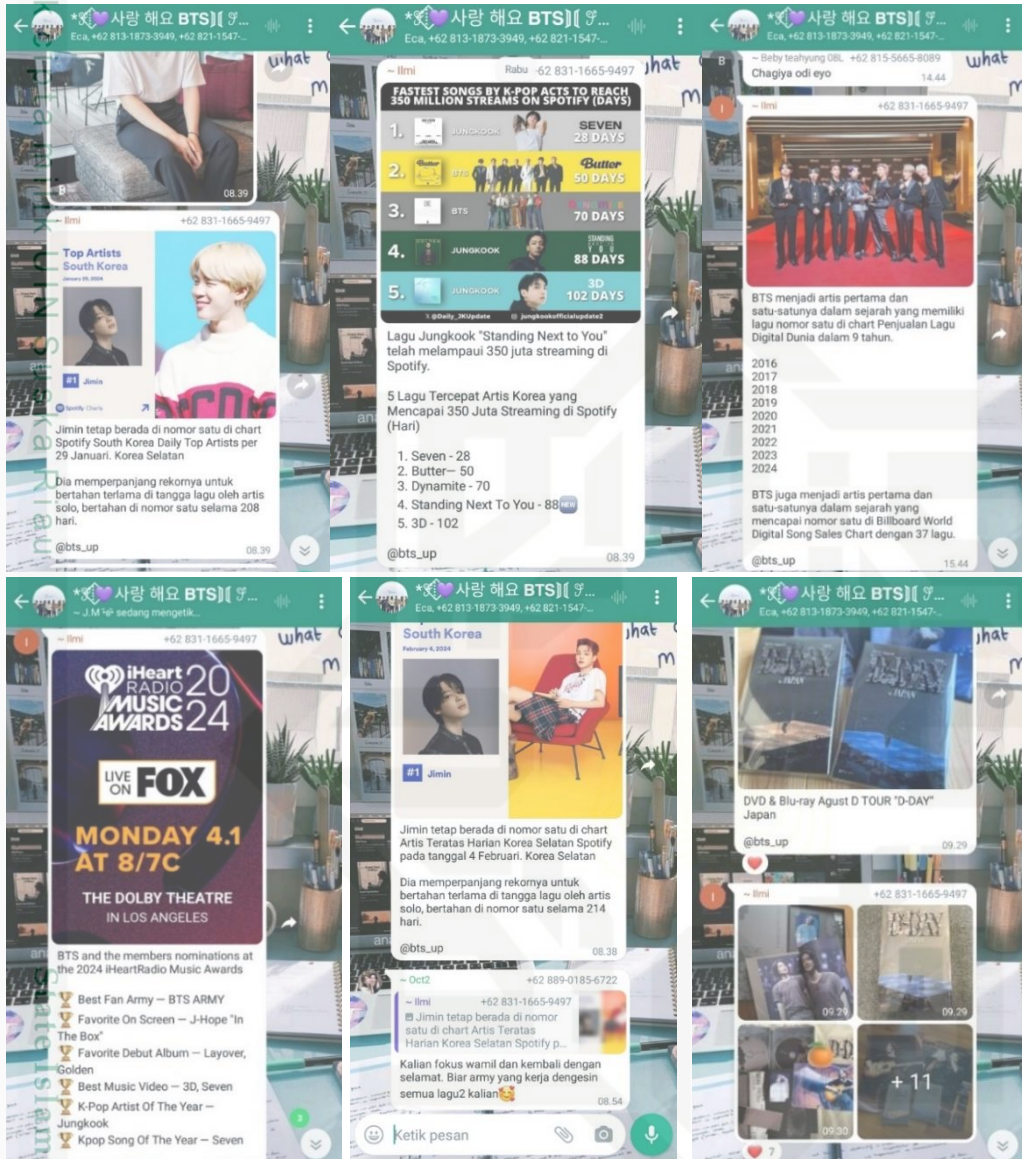


Sumber : WhatsApp Grup Penggemar BTS 2024



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

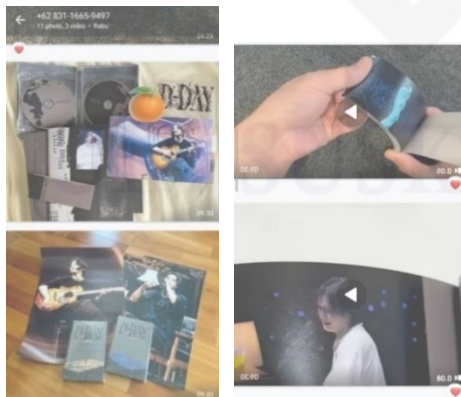
Unggahan/ Kiriman Yang di Teliti



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



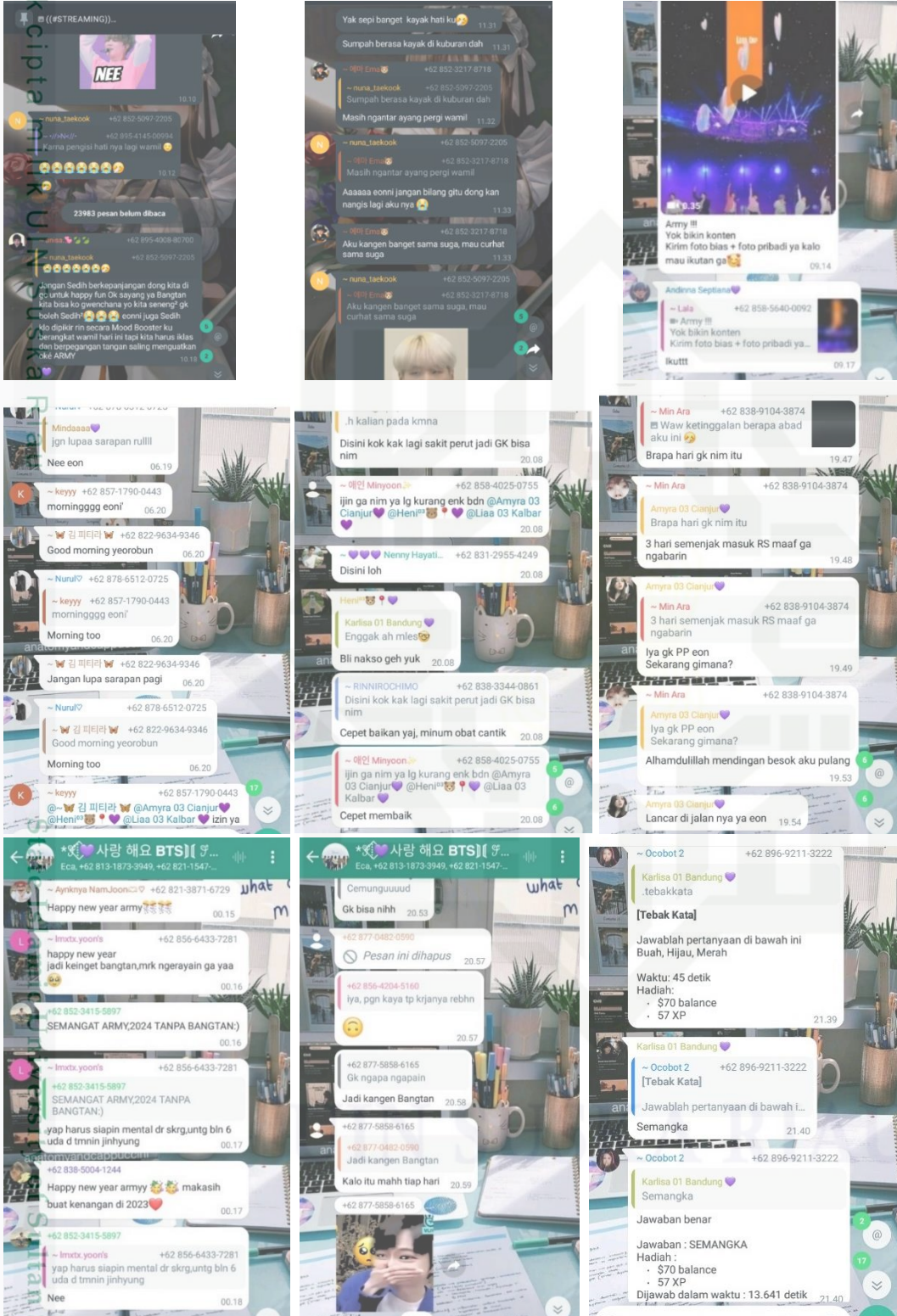
Sumber : WhatsApp Grup Penggemar BTS 2024



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Contoh Interaksi Antara Anggota ARMY/ Penggemar BTS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

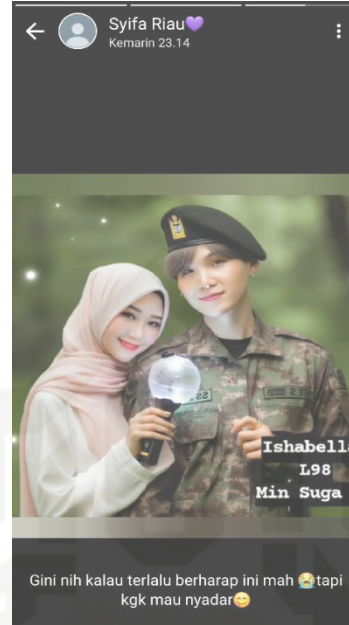


Sumber : WhatsApp Grup Penggemar BTS 2024

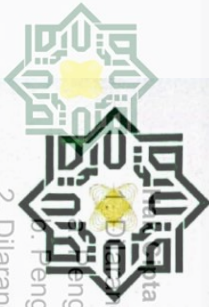
Contoh Unggahan stori WhatsApp Anggota ARMY/ Penggemar BTS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Sumber : Postingan Stori WhatsApp Penggemar BTS 2024



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No.155 Kel. Tuah Madani Kec. Tuah Madani – Pekanbaru 28298 PO Box.1004
 Telepon (0761) 562051; Faksimili (0761) 562052
 Web: <https://fdk.uin-suska.ac.id>, E-mail: fdk@uin-suska.ac.id

Nomor : B-380/Un.04/F.IV/PP.00.9/03/2023

Pekanbaru, 16 Sya'ban 1444 H
08 Maret 2023 M

Sifat : Biasa

Lampiran : 1 Berkas

Hal : Penunjukan Pembimbing

a.n. Karmila

Kepada

Yth. Tika Mutia, M. I.Kom

Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Sultan Syarif Kasim Riau

Pekanbaru

Assalamu `alaikumwarahmatullahiwabarakatuh

Dengan hormat,

Berdasarkan keputusan pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi tentang penetapan judul dan pembimbing skripsi mahasiswa a.n .Karmila NIM. 12040320193 dengan judul **“Fenomenologi Korean Wave Dalam Perubahan Perilaku Penggemar K-Pop dan K-Drama Di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.”** maka saudara ditunjuk menjadi pembimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut.

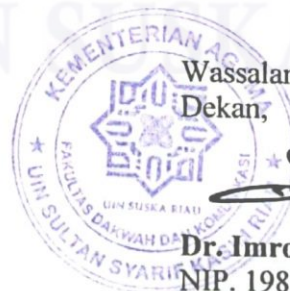
Bimbingan yang saudara berikan meliputi :

1. Materi / Isi skripsi
2. Metodologi Penelitian

Kami tambahkan bahwa saudara dapat mengarahkan atau mengubah judul di atas bersama mahasiswa bersangkutan, sejauh tidak mengubah tema atau masalah pokoknya. Kami harapkan bimbingan tersebut dapat selesai dalam waktu **6 (enam) bulan**.

Demikian surat izin riset ini kami keluarkan, untuk dapat dijadikan pedoman dan terimakasih.

Wassalam,
Dekan,



Dr. Imron Rosidi, S.Pd., M.A.
NIP. 19811118 200901 1 006

Tembusan :

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BIOGRAFI PENULIS



Karmila lahir pada tanggal 30 Oktober 2001 di Bagan Jaya Kabupaten Indragiri Hilir Provinsi Riau. Penulis merupakan anak ke-4 dari 5 bersaudara dari bapak **Husni** dan ibu **Suriyani**.

Pada tahun 2008 penulis memulai pendidikan di SD Negeri 018 Bagan Jaya dan lulus pada tahun 2014. Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 1 Kempas, lulus pada tahun 2017. Selanjutnya pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke sekolah menengah atas di SMA Negeri 2 Enok, lulus pada tahun 2020. Kemudian pada tahun 2020 penulis diterima menjadi salah satu mahasiswi strata-1 (S1) di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Fakultas Dakwah Dan Komunikasi dengan jurusan Ilmu Komunikasi. Dalam masa perkuliahan penulis telah melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Dinas Pekerjaan Umum, Penataan Ruang, Perumahan, Kawasan Permukiman Dan Pertahanan Provinsi Riau (PUPRPKPP) di Kota Pekanbaru pada tahun 2023, dan telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kelurahan Sungai Salak Kabupaten Indragiri Hilir Provinsi Riau pada tahun 2023.

Penulis melakukan penelitian yang berjudul “**Dinamika Gaya Hidup Remaja Penggemar BTS di Media Sosial (Studi Etnografi Virtual Komunitas ARMY Di WhatsApp)**”. Pada tanggal 20 Maret 2024 penulis melaksanakan ujian Munaqasyah skripsi dan dinyatakan lulus dengan Predikat Cum Laude dan berhak mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom).