Perilaku Komunikasi Penggemar K-Pop di Kota Bandung

(Studi Dramaturgi Mengenai Perilaku Komunikasi *Army* di Kota Bandung Sebagai Penggemar *Boygroup* BTS)

Oleh : Ratna Sri Haryati
NIM : 41814168

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menjelaskan secara lebih mendalam bagaimana perilaku komunikasi *Army* di Kota Bandung sebagai penggemar *boygroup* BTS. Untuk menjawab masalah tersebut, maka diangkat sub fokus-sub fokus penelitian berikut: panggung depan, panggung tengah, dan panggung belakang.

Penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif dengan studi dramaturgi, subjek penelitiannya adalah penggemar *boygroup* BTS. Informan dipilih dengan teknik *purposive sampling*. Peneliti mewawancarai 3 (tiga) orang informan kunci dan 2 (dua) orang informan pendukung. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dokumentasi, studi pustaka dan penelusuran data *online*. Untuk uji validitas data menggunakan teknik triangulasi data. Adapun teknik analisis data menggunakan reduksi data, mengumpulkan data, menyajikan data, menarik kesimpulan dan evaluasi.

Hasil penelitian ini adalah ketika wilayah panggung depan, yaitu ketika para *Army* berkumpul, *Army* berusaha menampilkan sosok sebagai penggemar BTS lengkap dengan atributnya. Di wilayah panggung tengah segala perlengkapan *Army* dipersiapkan. Di area panggung belakang seorang *Army* cenderung menunjukkan sifat aslinya, kontras dari isifat ketika mereka berada di panggung depan.

Kesimpulan pada penelitian ini adalah terdapat perbedaan perilaku *Army* ketika berada di panggung depan dan panggung belakang. Perbedaan tersebut terlihat dari gaya pakaian, gerak-gerik dan gaya bahasa yang digunakan oleh *Army*

tersebut, dan persiapan mereka ketika berada di panggung tengah untuk menuju ke panggung depan.

Saran untuk *Army* Bandung untuk tetap menjada sikap dan kesopanan dimanapun berada dan tidak meninggalkan atau melupakan kebudayaan daerah sendiri.

Kata kunci : Perilaku Komunikasi, Dramaturgi, Penggemar K-Pop, *Army*

ABSTRACT

The purpose of this study was to find out more about how the communication behavior of the Army in Bandung as a fans of boygroup BTS. To answer the this problem, the following sub-focuses were raised: front stage, middle stage, and back stage.

The study used qualitative research methods with dramaturgy studies, the subjects of this research were BTS boygroup fans. Informants were selected by purposive sampling technique. The researcher interviewed 3 (three) key informants and 2 (two) supporting informants. Data obtained through in-depth interviews, observation, documentations, literature study and online data search. To test the validity of the data using data triangulation techniques uses data reduction, collecting data, presenting data, drawing conclusions and evaluating.

The results of this study were when the front stage area, when the Army gathered, Army tried to display a figure as a BTS fan complete with attributes. In the central stage area all Army equipments was prepared. In the back stage area an Army tends to show its true nature, in contrast to the nature when they are on the front stage.

The conclusion of this study is that there is a difference in Army behavior when on the front stage and back stage. The difference is seen from the style of clothing, gestures and style of language used by the Army, and their preparation while in the middle stage to head to the front stage.

Suggestions for Army Bandung to keep maintaining the attitude and politeness wherever they are and not leaving or forgetting their own regional culture.

Keywords: Communication Behavior, Dramaturgy, K-Pop fans, Army

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Demam K-Pop yang marak dibicarakan di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Tidak sedikit anak-anak, remaja hingga orang dewasa membicaraakan budaya Korea Selatan ini dengan berbagai fiturnya. Demam K-Pop yang merajalela ini dengan capat menyebar melalui berbagai media.

Budaya Korean Pop atau yang leih dikenal dengan sebutan *Hallyu wave/Korean Wave* adalah budaya yang mengacu pada popularitas budaya Korea Selatan di luar negeri dan menawarkan hiburan Korea yang terbaru yang mencakup film dan drama, musik pop, animasi *games* dan sejenisnya. Istilah *Hallyu* atau *Korean Wave* adalah sebuah istilah yang diberikan untuk tersebarnya budaya Pop Korea atau gelombang Korea secara global di berbgai negara di dunia.

Korean Wave begitu cepat menyebar ke seluruh penjuru dunia memunculkan banyaknya kelompok penggemar, termasuk di Indonesia. Di Indonesia sendiri popularitas musik K-Pop menyaingi musik barat. Bukti

kepopuleran K-Pop di Indonesia ditandai dengan maraknya konser-konser Korean Pop berskala besar yang tiketnya selalu laris manis terjual bahkan dengan penjualan tiket terbilang mahal dengan kisaran antara Rp. 500.000 sampai Rp. 3.000.000 tersebut tidak mengurangi keinginan para penggemar K-Pop di Indonesia untuk menontonnya.

Fenomena *Korean Wave* tidak akan berjaya seperti sekarang jika bukan karena basis penggemarnya. Dlaam kurun waktu yang singkat sudah terdapat ratusan, ribuan bahkan jutaan penggemar budaya Korea, terutama budaya K-Pop yang menghasilkan banyak grup musik seperti BTS (*Bangtan Boys*), EXO, *Girls Generation*, dan masih banyak lagi.

Setelah drama mengambil cukup banyak perhatian masyarakat, tidak lama kemudian *Korean Wave* kembali menggemparkan masyarakat dengan hadirnya vocal group yang saat ini dikenal dengan *girl group* atau *boy group*. Setelah kemunculannya yang menghebohkan masyarakat, muncullah sekelompok orang yang mengklaim bahwa mereka adalah *fans* dari *girl group* atau *boy group* itu. Salah satu contoh yang peneliti ambil adalah *Army*, yaitu sebutan bagi kelompok *fans* yang mengidolakan BTS (*Bangtan Boys/Bangtan Seonyeondan*).

Bangtan Boys atau sering disebut BTS adalah salah satu *boygroup* asal Korea Selatan yang memulai debut pada tanggal 13 Juni 2013 dengan single *No More Dream*. Grup ini berada dibawah naungan Big Hit Entertainment dengan anggota sebanyak tujuh orang, yaitu Rap Monster, Jin, Suga, J-Hope, Jimin, V, dan Jungkook. Grup ini dikenal memiliki basis penggemar yang sangat besar di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. *Fandom* atau kumpulan fansnya memiliki julukan *Army* yang merupakan singkatan dari *Adorable Representative MC for Youth*. Jumlah *fans*nya di seluruh dunia pun semakin hari kian bertambah. Kehadirannya juga semakin mengundang perhatian publik karena lagu-lagu BTS selalu berhasil menempati posisi puncak chart musik di berbagai negara.

Fenomena *Army* yang terjadi pada remaja di Kota Bandung muncul dari berbagai latar belakang. Kemajuan teknologi yang menyediakan ragam informasi dan sikap intelek yang mendukung informasi tersebut menjadi salah satu hal yang melatarbelakangi meningkatnya jumlah *Army* di Bandung. Jumlah *Army* di Kota Bandung hingga tahun 2017 diperkirakan mencapai tiga ribu orang. Perasaan seperti keluarga menjadi pendorong antar *Army* menjadi kelompok sosial dalam membentuk komunitas atau organisasi. Pada komunitas kegiatan *Army* mengarah pada kegiatan berkumpul (*gathering*) membahas konser, kuliner, hobi, dan lainnya.

Komunikasi yang dilakukan oleh *Army* di Kota Bandung dalam melakukan perilaku komunikasi merujuk pada dua lingkungan, yaitu lingkungan *Army* dan lingkungan keluarga. Hal tersebut akan dikaji oleh peneliti melalui teori Dramaturgi dari Erving Goffman. Peneliti menggunakan kajian dramaturgi karena untuk mengungkapkan perbedaan perilaku komunikasi yang dilakukan oleh *Army* tersebut saat di lingkungan *Army* dan di lingkungan keluarga.

Menurut Goffman (1959) mengenai kajian dramaturgi ini yang dikutip oleh Mulyana (2006: 114) yaitu: Kehidupan sosial itu dapat dibagi menjadi "wilayah depan" (*front region*) dan "wilayah belakang" (*back region*). Wilayah depan merujuk kepada peristiwa sosial yang menunjukkan bahwa individu bergaya atau menampilkan peran formalnya. Mereka sedang memainkan perannya di atas penggung sandiwara di hadapan khalayak penonton. Sebaliknya wilayah belakang merujuk kepada tempat dan peristiwa yang memungkinkannya mempersiapkan peran di wilayah depan. Wilayah depan ibarat panggung sandiwara bagian depan (*front stage)* yang ditonton khalayak penonton, sedangkan wilayah belakang ibarat panggung sandiwara bagian belakang (*back stage*) atau kamar rias tempat pemain sandiwara bersantai, mempersiapkan diri, atau berlatih untuk memainkan perannya di panggung depan.

Kajian dramaturgi yang dikemukakan Goffman hanya mencakup dua panggung utama yaitu panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*), tetapi peneliti menambahkan panggung lain yaitu panggung tengah (middle stage) seperti yang dijelaskan oleh Deddy Mulyana dalam bukunya Metode Penelitian Komunikasi, bahwa tidak hanya ada panggung depan (*front stage)* dan panggung belakang (*back stage*) saja, tetapi juga meliputi panggung tengah (*middle stage*). (Mulyana, 2007:58). Peneliti menambahkan panggung tengah sebagai pendukung agar penelitian ini lebih menarik.

Merujuk pada kajian tersebut peneliti menerjemahkan penelitian ini dalam judul : "Perilaku Komunikasi Penggemar K-Pop di Kota Bandung."

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1.2.1 Pertanyaan Makro

Bagaimana Perilaku Komunikasi *Army* di Kota Bandung Sebagai Penggemar *Boy Group* BTS?

1.2.2 Pertanyaan Mikro

1. Bagaimana kehidupan *Front Stage* (Panggung Depan) *Army* di Kota Bandung Sebagai Penggemar *Boy Group* BTS?
2. Bagaimana kehidupan *Middle Stage* (Panggung Tengah) *Army* di Kota Bandung Sebagai Penggemar *Boy Group* BTS?
3. Bagaimana kehidupan *Back Stage* (Panggung Belakang) *Army* di Kota Bandung Sebagai Penggemar Boy Group BTS?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan secara lebih mendalam bagaimana perilaku komunikasi *Army* di Kota Bandung sebagai penggemar *Boy Group* BTS.

1.3.2 Tujuan Penelitian

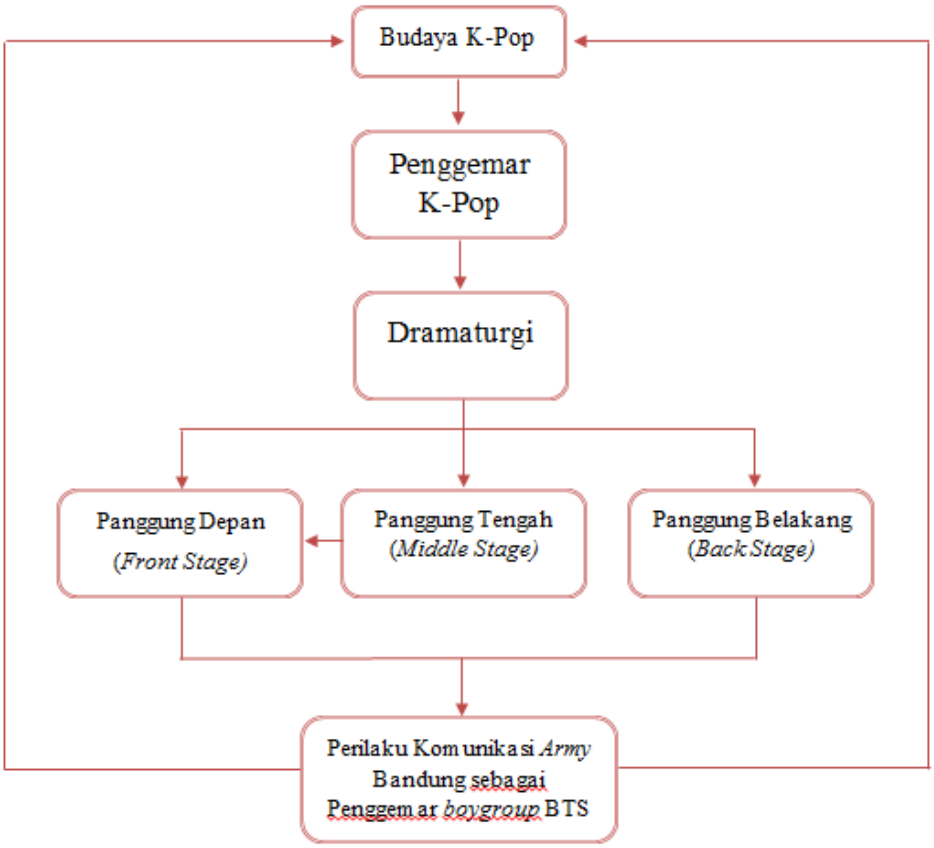
1. Untuk mengetahui kehidupan *Front Stage* (Panggung Depan) *Army* di Kota Bandung sebagai penggemar *Boy Group* BTS.
2. Untuk mengetahui kehidupan *Middle Stage* (Panggung Tengah) *Army* di Kota Bandung sebagai penggemar *Boy Group* BTS.
3. Untuk mengetahui kehidupan *Back Stage* (Panggung Belakang) *Army* di Kota Bandung sebagai penggemar *Boy Group* BTS.

2. Kerangka Pemikiran

Karena pengaruh budaya K-Pop yang menyebar di seluruh Indonesia akibat dari kemajuan teknologi yang menyediakan beragam informasi menjadi salah satu yang melatarbelakangi meningkatnya kelompok penggemar K-Pop di Bandung. Salah satu kelompok penggemar dengan jumlah terbanyak adalah *Army* yang merupakan sebutan bagi seseorang yang menyukai *boygroup* BTS. Jumlah *Army* yang meningkat menjadi dasar bagi peneliti untuk menjadikan *Army* sebagai subjek dalam penelitian ini.

Sesuai dengan teori dramaturgi tersebut, peneliti membagi ke dalam tiga poin, yaitu panggung depan (*front stage*), panggung tengah (*middle stage*)

dan panggung belakang (*back stage*) untuk mendapatkan hasil yaitu perilaku komunikasi *Army* sebagai penggemar *Boy Group* BTS.



3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi dramaturgi. Deddy Mulyana dalam bukunya "Metode Penelitian Kualitatif" mengatakan bahwa:

> "Metode penelitian kualitatif dalam arti penelitian kualitatif tidak mengandakan bukti berdasarkan logika matematis, prinsip angka, atau metode statistik. Penelitian kualitatif bertujuan mempertahankan bentuk

dan isi perilaku manusia dan menganalisis kualitas-kualitasnya, alih-alih mengubah menjadi entitas-entitas kuantitatif." (Mulyana, 2008: 150)

Goffman berpendapat, kehidupan sosial dibagi menjadi "wilayah depan" (*front region*) dan "wilayah belakang" (*back region*). Wilayah depan termasuk kepada peristiwa sosial yang memungkinkan individu bergaya atau menampilkan peran formalnya. Mereka seperti sedang memainkan suatu peran di atas panggung sandiwara di hadapan khalayak penonton. Sedangkan, wilayah belakang merujuk kepada tempat dan peristiwa yang memungkinkannya mempersiapkan perannya di wilayah depan. Wilayah depan ibarat panggung sandiwara bagian depan (*front stage*) yang ditonton khalayak penonton, sedangkan wilayah belakang ibarat tempat pemain sandiwara bersantai, mempersiapkan diri, atau berlatih untuk memainkan perannya di panggung depan. (Mulyana, 2008: 114).

Peneliti menggunakan konsep dari Deddy Mulyana tentang dramaturgi yang memiliki tiga panggung pertunjukan dengan mengadopsi dari Erving Goffman. Ketiga panggung tersebut yaitu Panggung Depan (*front stage*), Panggung Tengah (*middle stage*) dan Panggung Belakang (*back stage*).

4. Pembahasan

Peneliti dapat menganalisa mengenai Perilaku Komunikasi *Army* Bandung dengan melibatkan 3 (tiga) orang sebagai informan kunci dan 2 (dua) orang informan pendukung sebagai pelengkap dari penelitian ini. Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber atau informan, maka peneliti dapat menganalisa Perilaku Komunikasi Penggemar K-Pop di Kota Bandung (Studi Dramaturgi Mengenai Perilaku Komunikasi *Army* di Kota Bandung Sebagai Penggemar *Boy Group* BTS) yang meliputi:

4.1 Kehidupan *Front Stage* (Panggung Depan) *Army* di Kota Bandung Sebagai Penggemar *Boy Group* BTS

Panggung depan bagi seorang *Army* adalah ketika ia berada dengan *Army* lain dalam suatu waktu yang sama. Di panggung inilah seorang *Army* berusaha menampilkan kesukaannya pada *boygroup* BTS dengan karakter yang berbeda dengan kepribadian aslinya. Di panggung ini seorang *Army* berusaha menampilkan peran yang ia mainkan di hadapan orang-orang dengan karakter atau peran berbeda dengan kepribadian mereka sehari-hari.

Dalam menampilkan perannya di hadapan umum, seorang *Army* berusaha menampilkan sosok sebagai penggemar BTS lengkap dengan atribut, pernak-pernik, hingga ucapan-ucapan yang mereka lakukan ketika berkumpul dengan *Army* lainnya.

Ketika para *Army* berkumpul, terdapat ucapan khusus yang hanya dimengerti oleh kalangan *Army* saja. mereka lebih sering menyebutnya dengan istilah *fanchant*. *Fanchant* adalah jargon atau yel-yel penyemangat yang disuarakan ketika BTS sedang tampil di atas panggung. Namun tidak hanya ketika konser BTS saja para *Army* menyerukan *fanchant* itu, juga ketika berada di acara *cover dance* yang menampilkan cover BTS.

Cover dance adalah sebuah grup *dance* yang mengcover atau menirukan *dance* dari sebuah *boygrup* atau *girlgrup* Kpop. Biasanya grup tersebut menirukan lengkap dengan kostum dan *makeup* yang mirip, juga *lipsing* dari lagu yang dibawakan. Seperti hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, terdapat satu grup *cover* bernama GSWAG yang menjadi bintang tamu di suatu acara yang saat itu peneliti melakukan observasi.

Dari beberapa grup *cover dance* BTS yang peneliti temukan, terdapat beberapa di antaranya adalah perempuan. Mereka menirukan gerakan BTS, dan seolah-olah mereka adalah BTS sungguhan, sehingga

mereka tampak terlihat tomboi ketika berada di atas panggung karena tuntutan mereka adalah menirukan BTS semirip mungkin.

4.2 Kehidupan *Middle Stage* (Panggung Tengah) *Army* di Kota Bandung Sebagai Penggemar *Boy Group* BTS

Panggung tengah merupakan sebuah panggung di antara panggung depan (*front stage*), dan panggung inilah segala perlengkapan *Army* dipersiapkan. Pada panggung ini *Army* mempersiapkan atribut, penampilan (*outfit*), hingga berdiskusi dengan sesama *Army* lainnya. Pada panggung ini mereka berkomunikasi dengan orang-orang yang berasal dari panggung depan atau pendukung panggung depan.

Dalam panggung ini para *Army* sudah siap membawakan karakternya untuk ditampilkan di hadapan umum dan di depan kumpulan *Army* lainnya. Untuk menampilkan diri sebagai penggemar BTS, seorang *Army* tentunya memiliki persiapan-persiapan yang harus dilakukan agar penampilan dirinya menjadi maksimal.

Pada panggung tengah, *Army* mempersiapkan segala sesuatu yang akan ditampilkan di panggung depan (*front stage*), seperti mempersiapkan atribut, penampilan (*outfit*), hingga berdiskusi dengan sesama Army lainnya. Ketika di panggung tengah, *Army* telah merubah karakternya menjadi karakter mereka saat di panggung depan. Di panggung tengah inilah para *Army* memperlihatkan diri sebagai seorang penggemar BTS yang siap ditunjukan pada penggemar kpop lainnya dengan atribut yang dikenakan dan karakter yang juga meniru BTS.

4.3 Kehidupan *Back Stage* (Panggung Belakang) *Army* di Kota Bandung Sebagai Penggemar *Boy Group* BTS

Di area panggung inilah seorang *Army* cenderung menunjukkan sifat aslinya, kontras dari sifat ketika mereka berada di panggung depan. *Army* adalah individu yang tidak berbeda dengan individu lain serbagai warga di lingkungan tempat tinggalnya. Di panggung belakang inilah seorang aktor bersikap lebih bijaksana dan menghilangkan kesan sama seperti ketika ia berada di panggung depan.

Pada panggung ini *Army* menjadi diri mereka sendiri tanpa ada paksaan dari pihak luar. Di panggung belakang ini tidak ada persiapan apapun yang dilakukan karena mereka bebas menunjukkan diri sendiri. Mereka tidak memperhatikan penampilan mereka di panggung belakang karena mereka bebas menentukan sendiri mereka, tidak meniru penampilan orang lain menjadi pribadi biasa yang apa adanya.

Bila saat berada di panggung depan setiap *Army* menampilkan kecintaannya pada BTS dengan segala atribut yang dibawa dan dikenakan namun saat berada di panggung belakang mereka cenderung menjadi pribadi yang sederhana dan menjadi diri mereka sendiri tanpa adanya tuntutan dari pihak manapun sehingga mereka lebih bebas dan tidak merasa dikekang oleh orang lain.

4.4 Perilaku Komunikasi Penggemar K-Pop di Kota Bandung

Dalam perspektif dramaturgis, kehidupan ini ibarat teater, interaksi sosial yang mirip dengan pertunjukan di atas panggung, yang menampilkan peran-peran yang dimainkan para aktor.

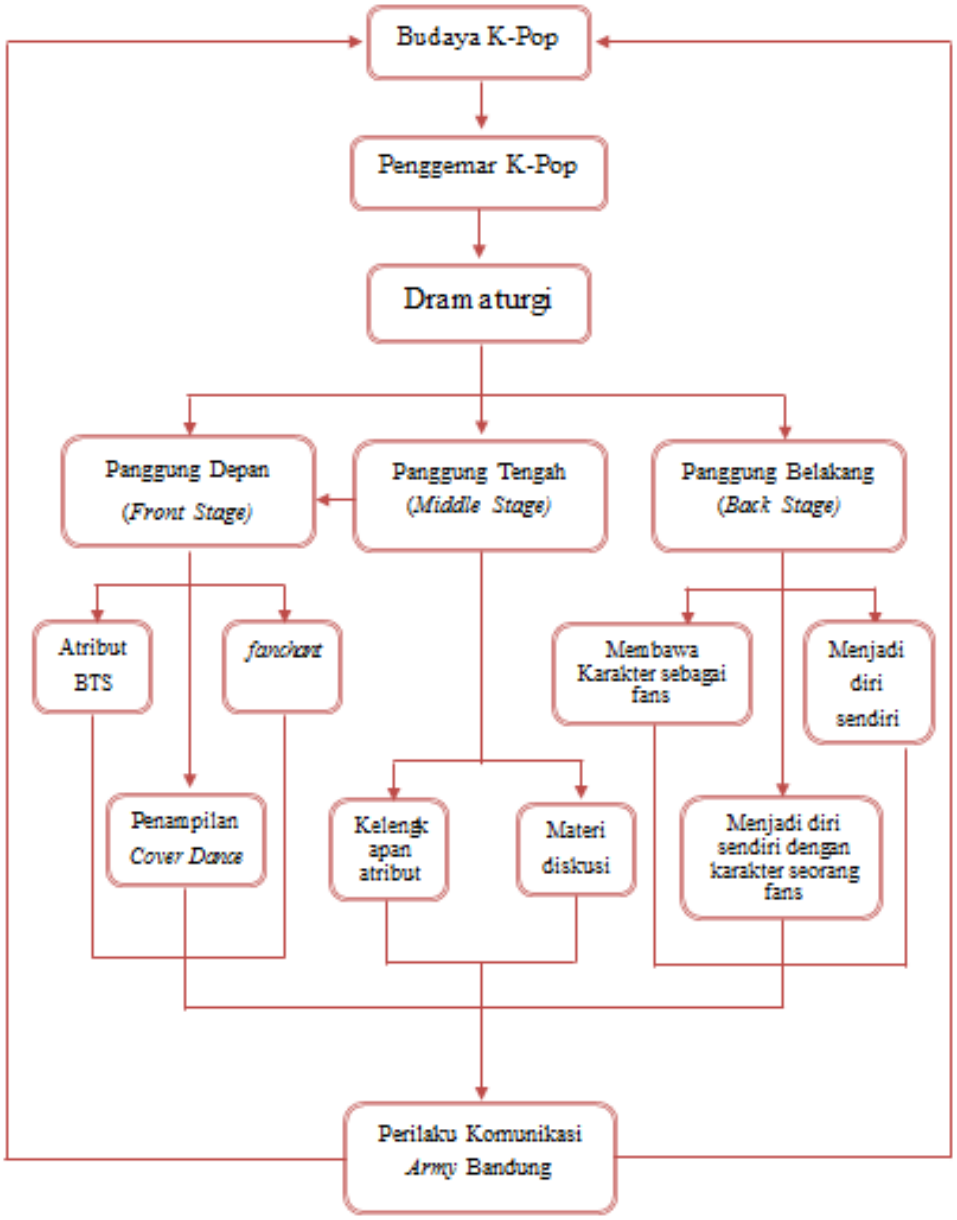
Kehidupan sosial itu dibagi menjadi 3 wilayah, panggung depan, panggung dan panggung belakang. Panggung depan bagi seorang *Army*

adalah ketika ia berada dengan *Army* lain dalam suatu waktu yang sama. Di panggung inilah seorang *Army* berusaha menampilkan kesukaannya pada boygroup BTS dengan karakter yang berbeda dengan kepribadian aslinya. Panggung tengah merupakan sebuah panggung di antara panggung depan *(front stage*), dan panggung inilah segala perlengkapan *Army* dipersiapkan. Di area panggung belakang seorang *Army* cenderung menunjukkan sifat aslinya, kontras dari sifat ketika mereka berada di panggung depan.

Ketika di wilayah panggung depan, yaitu ketika para *Army* berkumpul, *Army* berusaha menampilkan sosok sebagai penggemar BTS lengkap dengan atribut, pernak-pernik, juga terdapat ucapan khusus yang hanya dimengerti oleh kalangan *Army* saja. mereka lebih sering menyebutnya dengan istilah *fanchant*. *Fanchant* adalah jargon atau yel-yel penyemangat yang disuarakan ketika BTS sedang tampil di atas panggung. Namun tidak hanya ketika konser BTS saja para *Army* menyerukan *fanchant* itu, juga ketika berada di acara *cover dance* yang menampilkan cover BTS.

Dalam panggung tengah para Army sudah siap membawakan karakternya untuk ditampilkan di hadapan umum dan di depan kumpulan *Army* lainnya. Untuk menampilkan diri sebagai penggemar BTS, seorang *Army* tentunya memiliki persiapan-persiapan yang harus dilakukan agar penampilan dirinya menjadi maksimal.

Pada panggung belakang *Army* menjadi diri mereka sendiri tanpa ada paksaan dari pihak luar. Di panggung belakang ini tidak ada persiapan apapun yang dilakukan karena mereka bebas menunjukkan diri sendiri. Mereka tidak memperhatikan penampilan mereka di panggung belakang karena mereka bebas menentukan sendiri mereka, tidak meniru penampilan orang lain menjadi pribadi biasa yang apa adanya.



5. Kesimpulan

Berdasarkan dari pembahasan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

5.1 Panggung Depan

Tidak semua panggung depan bertolak belakang dengan panggung belakang, seperti beberapa *Army* yang mengembangkan karakter panggung belakang untuk dibawakan di panggung depan. Pada panggung depan *Army* harus menjadi seseorang yang menunjukan bahwa mereka adalah penggemar grup BTS. Penampilan yang mereka tampilkan haruslah mencirikan seorang penggemar terhadap idolanya, seperti contohnya mengenakan pakaian serba BTS.

5.2 Panggung Tengah

Pada panggung ini merupakan panggung transisi para *Army*. Panggung ini bisa disebut jembatan antara panggung depan dengan panggung belakang. Pada panggung ini *Army* sudah membawakan karakter mereka di panggung depan. Pada panggung tengah menjadi batasan karakter ketika memasuki panggung depan agar mereka lebih menampilkan sosok seorang penggemar yang menyukai idolanya.

5.3 Panggung Belakang

Pada panggung ini *Army* merasa bebas menjadi diri sendiri tanpa adanya tuntutan dari pihak luar mereka sebagai *fans*. Beberapa *Army* terlihat bahwa karakter asli mereka sangat berbeda dengan karakter yang mereka tunjukan di panggung depan. Namun beberapa berbeda dari *Army* lainnya. Karena karakter panggung belakang beberapa *Army* hampir sama dengan karakter yang *Army* tampilkan di panggung depan.