

**ANALISIS GAYA HIDUP KONSUMTIF PADA PEMBELIAN MERCH KPOP
SEBAGAI BENTUK KOMUNIKASI DAN FANATISME PENGGEMAR
KEPADA IDOLA
(Studi pada Kpopers BTS di Media Sosial X)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Skripsi
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh :

Nama: Asyfa Rembulan Zhahrah Arinta

NIM: 202010040311286

Dosen Pembimbing : Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M.Med.Kom

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2024**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

ANALISI GAYA HIDUP KONSUMTIF PADA PEMBELIAN MERCH KPOP
SEBAGAI BENTUK KOMUNIKASI DAN FANATISME PENGGEMAR
KEPADA IDOLA
(Studi pada Kpopers BTS di Media Sosial X)

Diajukan Oleh :

ASYFA REMBULAN ZHAHRAH ARINTA
202010040311286

Telah disetujui
Rabu, 19 Maret 2025

Pembimbing I



Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M.Med.Kom

Wakil Dekan I



Nasrullah, M.Si.
Nasrullah, M.Si.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

ASYFA REMBULAN ZHAHRAH ARINTA
202010040311286

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi
Rabu, 19 Maret 2025
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos., M.Si ()
2. Zen Amirudin, S.Sos., M.Med.Kom ()
3. Aditya Dwi Putra, S.Sn., M.Med.Kom ()

Mengetahui
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Najamuddin Kholiqur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

SURAT KETERANGAN SIAP UJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/(bulan daftar sidang dalam
romawi)/(tahun daftar sidang)

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Asyfa Rembulan Zhahrah Arinta
No. Induk Mahasiswa : 202010040311286
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : ANALISIS GAYA HIDUP KONSUMTIF PADA PEMBELIAN
MERCH KPOP SEBAGAI BENTUK KOMUNIKASI DAN FANATISME PENGGEMAR KEPADA
IDOLA (Studi pada Kpopers BTS di Media Sosial X)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan
banyak terima kasih

Malang , 11 Februari 2025

Dosen Pembimbing

Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M. Med.Kom



Kampus I
Jl. Babarsari 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 293 (Hunting)
F. +62 341 860 435

Kampus II
Jl. Bendulungan Sutani No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 562 660

Kampus III
Jl. Raya Tigapines No 248 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 463 435
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Asyfa Rembulan Zhahrah Arinta

NIM : 202010040311286

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi : ANALISIS GAYA HIDUP KONSUMTIF PADA PEMBELIAN MERCH KPOP
SEBAGAI BENTUK KOMUNIKASI DAN FANATISME PENGGEMAR KEPADA IDOLA (Studi
pada Kpopers BTS di Media Sosial X)

Disetujui,
Pembimbing

Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M. Med.Kom

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I
Jl. Ransong 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bembelangan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 050

Kampus III
Jl. Glaya Tugimus No 246 Malang Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 460 415
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Asyfa Rembulan Zhahrah Arinta
NIM : 202010040311286
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

ANALISIS GAYA HIDUP KONSUMTIF PADA PEMBELIAN MERCH KPOP SEBAGAI BENTUK KOMUNIKASI DAN FANATISME PENGGEMAR KEPADA IDOLA (Studi pada Kpopers BTS di Media Sosial X)

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA

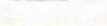
PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 11 Februari 2025

Yang Menyatakan,



Kampus I
Jl. Bardeng 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 252 (Hunting)
F. +62 341 466 435

Kampus II
Jl. Bondongan Sukani No. 15R Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 562 085

Kampus III
Jl. Raya Togomas No. 248 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 219 (Hunting)
F. +62 341 459 435
E. webmaster@umma.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN

DETEKSI PLAGIASI

ANALISIS GAYA HIDUP KONSUMTIF PADA PEMBELIAN MERCH KPOP SEBAGAI
BENTUK KOMUNIKASI DAN FANATISME PENGGEMAR KEPADA IDOLA (Studi pada
Kpopers BTS di Media Sosial X)

Oleh:

Nama : Asyfa Rembulan Zhahrah Arinta

NIM : 202010040311286

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 11 Februari 2025

Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M. Med.Kom

NIP. 190918081988



Kampus I
Jl. Bundaran 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Tondongan Sukarno No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 587 060

Kampus III
Jl. Raya Tumpang No. 240 Uluwang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 463 435
E. webmaster@umim.ac.id

TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : ASYFA REMPALANA

NIM : 2020100410311286

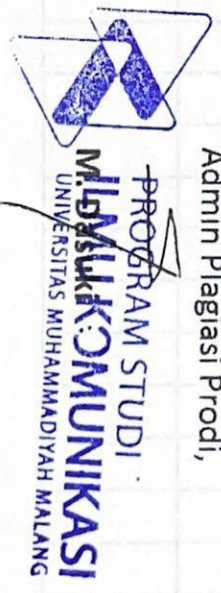
Hasil Plagiasi : $\frac{10}{3}$

BAB I	6				
BAB II	6				
BAB III	10				

$\frac{10}{3}$

BAB IV	1				
BAB V	0				
BAB VI	5				

Malang, 10 MARET 2025
Admin Plagiasi Prodi,



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Asyfa Rembulan Zhahrah Arinta
2. NIM : 202010040311286
3. program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Penelitian : ANALISIS GAYA HIDUP KONSUMTIF PADA PEMBELIAN MERCH KPOP SEBAGAI BENTUK KOMUNIKASI DAN FANATISME PENGGEMAR KEPADA IDOLA (Studi pada Kpopers BTS di Media Sosial X)
6. Pembimbing : Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M. Med.Kom
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
27/05/24	Pengajuan dan Konsultasi Judul Skripsi	
15/06/24	ACC judul penelitian "ANALISIS GAYA HIDUP KONSUMTIF PADA PEMBELIAN MERCH KPOP SEBAGAI BENTUK KOMUNIKASI DAN FANATISME PENGGEMAR KEPADA IDOLA (Studi pada Kpopers BTS di Media Sosial X)"	
01/07/24	Presentasi Proposal	
26/07/24	Konsultasi Bab I, II, III	
02/08/24	Acc Melanjutkan Penelitian	
04/11/24	Konsultasi Bab IV dan V	
14/11/24	Konsultasi Bab VI	
27/11/24	Seminar Hasil	
05/12/24	Acc Sidang Skripsi	

Malang, 11 Februari 2025

Dosen Pembimbing,

Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M.

Med.Kom



Kampus I
Jl. Bawendang 1 Malang, Jawa Timur
P +62 341 551 252 (Hunting)
F +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bawendang-Sitani No 198 Malang, Jawa Timur
P +62 341 551 149 (Hunting)
F +62 341 582 650

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 746 Malang, Jawa Timur
P +62 341 464 318 (Hunting)
F +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

Pada hari Jumat, 27 November 2024
Pukul 19.00
Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

Nama Peneliti	Asyfa Rembulan Zhahrah Arinta
NIM	202010040311286
Konsentrasi Studi	Ilmu Komunikasi
Fakultas	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	"ANALISIS GAYA HIDUP KONSUMTIF PADA PEMBELIAN MERCH KPOP SEBAGAI BENTUK KOMUNIKASI DAN FANATISME PENGGEMAR KEPADA IDOLA (Studi pada Kpopers BTS di Media Sosial X)"
Pembimbing	Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M. Med.Kom.
Dosen Penguji 1	Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos., M.Si.

Seminar Hasil dilakukan secara daring (Online) melalui platform Zoom Meeting

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji 1 dan sejumlah 12 Mahasiswa (Daftar Hadir terlampir). Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS/ TIDAK LULUS

Malang, 11 Februari 2025

Dosen Pembimbing,

Dosen Penguji,

Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M. Med.Kom.

Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos., M.Si.

Mengetahui,
Kaprod/Sekprodi Ilmu Komunikasi,

Nasrullah, M.Si.



Kampus I

Jl. Babarsari 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 293 (Pusat)
F. +62 341 460 435

Kampus II

Jl. BendaLingsi-Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Pusat)
F. +62 341 582 583

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No. 346 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Pusat)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@urvm.ac.id

ABSTRAK

ABSTRAK

ASYFA REMBULAN ZHAHRAH ARINTA, 202010040311286, ANALISIS GAYA HIDUP KONSUMTIF PADA PEMBELIAN MERCH KPOP SEBAGAI BENTUK KOMUNIKASI DAN FANATISME PENGGEMAR KEPADA IDOLA (Studi pada Kpopers BTS di Media Sosial X)

Globalisasi dan perkembangan teknologi telah mendorong budaya populer, termasuk fenomena K-Pop, menyebar luas hingga ke Indonesia. Fanatisme penggemar terhadap idol K-Pop seperti BTS tidak hanya memengaruhi interaksi sosial tetapi juga perilaku konsumtif dalam pembelian merchandise idola. Penelitian bertujuan untuk menganalisis dan menemukan bagaimana pembelian merchandise sebagai tindakan konsumsi dan bentuk komunikasi solidaritas serta fanatisme di kalangan penggemar dengan artis favoritnya dan juga sesama penggemar yang terhubung melalui media sosial X. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap beberapa penggemar BTS (ARMY) yang aktif di media sosial X. Analisis data dilakukan dengan teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi utama dalam pembelian merchandise adalah dorongan fanatisme, pencarian identitas, serta keinginan mendapatkan pengakuan sosial di kalangan sesama penggemar. Media sosial X berperan dalam membangun komunitas penggemar yang solid dan memperkuat keterikatan emosional serta solidaritas. Selain sebagai bentuk dukungan, penggemar lebih mengonsumsi nilai simbolik merchandise dibanding fungsi sebenarnya, yang semakin menguatkan perilaku konsumtif. Faktor lain yang mempengaruhi adalah strategi pemasaran industri hiburan Korea, tren di media sosial, dan sistem pre-order yang membentuk eksklusivitas barang. Perilaku konsumtif penggemar BTS dalam membeli merchandise didorong oleh faktor emosional, sosial, dan strategi pemasaran yang cermat dari industri hiburan Korea.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Konsumtif, KPOP, Merch

Dosen Pembimbing



Aditya Dwi Putra Bhakti, S. Sn., M.Med.Kom.

Penulis



Asyfa Rembulan Zhahrah Arinta

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan segala pertolongan, rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang. Dengan judul “ANALISIS GAYA HIDUP KONSUMTIF PADA PEMBELIAN MERCH KPOP SEBAGAI BENTUK KOMUNIKASI DAN FANATISME PENGGEMAR KEPADA IDOLA (Studi pada Kpopers BTS di Media Sosial X)”.

Selama proses penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak yang berada di lingkungan sekitar penulis. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan banyak rasa syukur dan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Puji syukur kepada Allah SWT dengan segala Kuasa dan Rahmat-Nya yang telah memberikan saya kekuatan serta kemudahan dalam setiap langkah pengerjaan penelitian ini.
2. Keluarga Tercinta. Kedua orang tua penulis, Naning Sulistyani sebagai pintu surgaku, sosok wanita yang mendukung peneliti dengan sangat hebat, penuh dengan kasih sayang dan kebaikan serta sosok wanita sangat kuat yang peneliti temui dan miliki. Kepada kepala keluarga, Buyung Andiara sebagai sosok ayah yang selalu menyayangi hingga penulis sebesar ini tanpa pamrih dan tiada hentinya memberikan doa di setiap langkah penulis. Tidak lupa juga kepada saudara kandung saya, Gaha Aswad Irinta yang telah memberikan dukungan setiap malamnya saat penulis mengerjakan penelitian ini dan menjadi sosok teman di keluarga.
3. Bapak Nasrullah, S.Sos., M.Si. Selaku Kepala Program Studi Komunikasi sebagai sosok yang membantu banyak mahasiswa termasuk saya dalam perkuliahan

4. Bapak Rahadi, M.Si. Selaku Dosen Wali yang membantu penulis dalam memutuskan dan memberi masukan kepada peneliti mengenai segala permasalahan pada perkuliahan.
5. Bapak Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M.Med.Kom. Selaku Dosen Pembimbing dalam mata kuliah Seminar Hasil dan Skripsi yang saya ambil. Sosok yang banyak membantu, membimbing dan memudahkan penulis saat menyusun skripsi dari awal hingga akhir.
6. Seluruh dosen Prodi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama masa studi.
7. *Boy group* BTS yang telah memberikan motivasi hidup saya melalui musik dan semangat mereka yang luar biasa sepanjang perjalanan ini dan seluruh ARMY, komunitas yang penuh dengan dukungan dan energi positif, solidaritas yang ditunjukkan oleh ARMY selalu menjadi pengingat bagi saya untuk terus berusaha sehingga penulis bisa memilih penelitian ini dalam bidang yang peneliti tekuni sejak tahun 2020.
8. Fitra Biastarisa dan Fiero Afriza, teman perkuliahan saya yang menemani proses penyelesaian penelitian.
9. Aufaa Ryant, Fitra Biastarisa, Azzahrah Rasya, Gusti, Anggia Anjelita selaku sahabat penulis yang telah memberikan banyak support dan menemani penulis dalam susah maupun senang.
10. Joshua Anindita Gantari selaku orang terkasih, yang mendampingi dan memberikan dukungan selama proses penulisan skripsi ini. Terimakasih atas kesabaran, cinta, pengertian yang selalu diberikan kepada penulis dan Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan penulis.
11. Teman-teman Tuku dan Allen Rahadian selaku teman bersosialisasi peneliti, menghibur serta menemani peneliti disaat sedih maupun senang.
12. Teman-teman lainnya yang belum saya sebutkan, terimakasih telah membuat saya tidak merasa kesepian dan teman-teman mahasiswa Ilmu Komunikasi
13. atas kerjasamanya selama peneliti menempuh studi di Universitas Muhammadiyah Malang.

Sebagai penutup, saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat saya harapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang *Kopers*. Semoga karya ini dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan bermanfaat bagi pembaca.

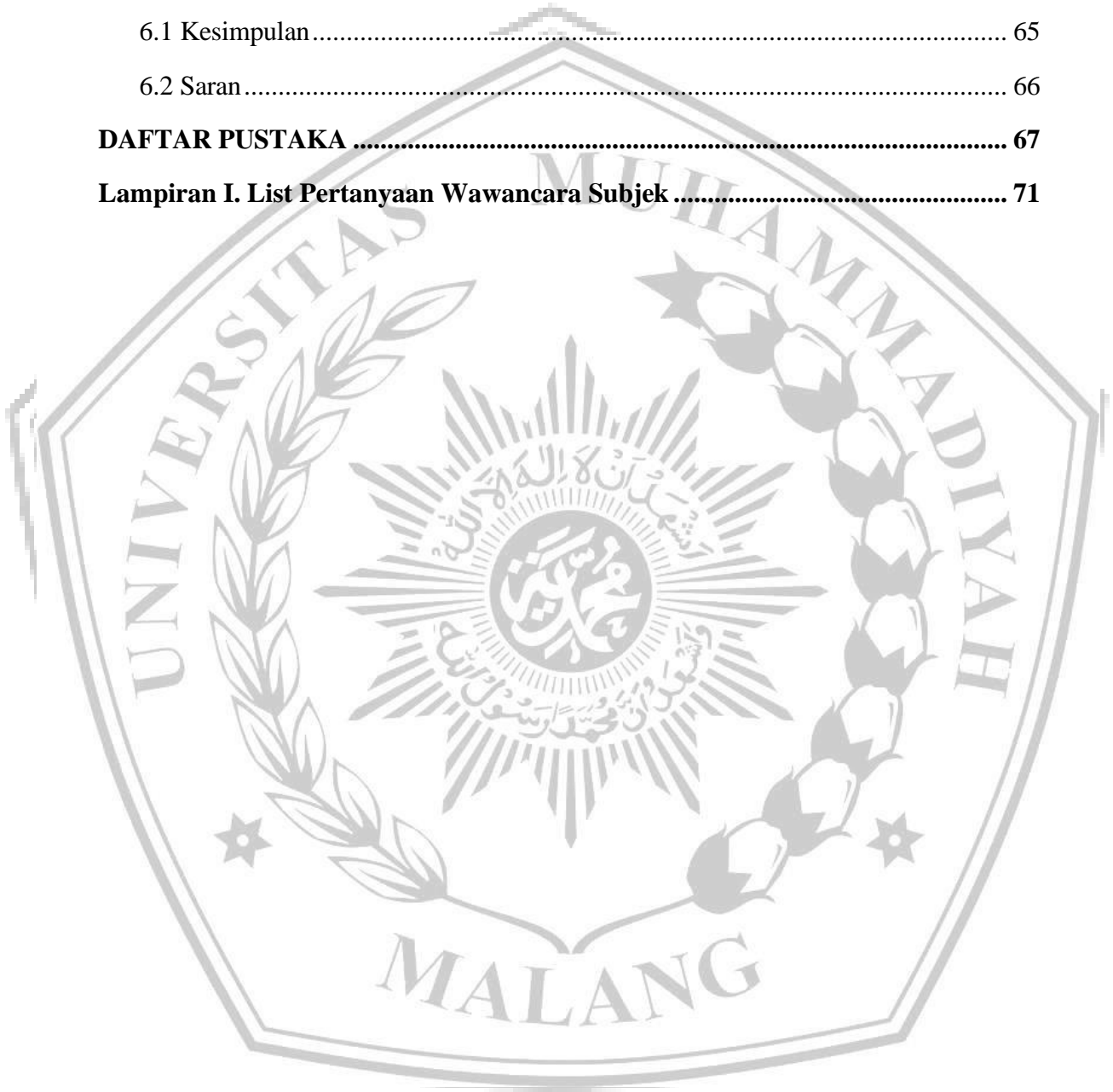


DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	
SURAT KETERANGAN SIAP UJI	i
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	iv
TANDA TERIMA PLAGIASI.....	v
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	vi
BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	
DAFTAR GAMBAR.....	
DAFTAR LAMPIRAN	
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori	20
2.2.1 Perkembangan Teknologi Komunikasi.....	20
2.2.2 Globalisasi	21
2.2.3 Budaya populer.....	22

2.2.4 Pengertian K-pop.....	23
2.2.5 Remaja.....	23
2.2.6 Fanatisme.....	25
2.2.7 Pola Hidup Konsumtif.....	26
2.2.8 Loyalitas penggemar.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Pendekatan Penelitian.....	28
3.2 Tipe Penelitian.....	28
3.3 Teori Penelitian.....	29
3.4 Subjek Penelitian.....	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.5.1 Data Primer.....	31
3.5.2 Data Sekunder.....	31
3.6 Teknik Analisis Data.....	31
3.6.1 Reduksi Data.....	32
3.6.2 Penyajian Data.....	32
3.6.3 Penarikan Kesimpulan.....	32
3.7 Keabsahan Data.....	33
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK.....	34
4.1 Profil Sosial Media X.....	34
4.1.1 Visi dan Misi Sosial Media X.....	35
4.1.2 Fitur yang dimiliki X.....	35
4.1.3 Kebiasaan kpopers BTS saat menggunakan aplikasi X.....	36
BAB V HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN.....	39
Motivasi Remaja Kpopers Dalam Pembelian Merchandise.....	39
Perilaku Konsumtif Penggemar.....	45

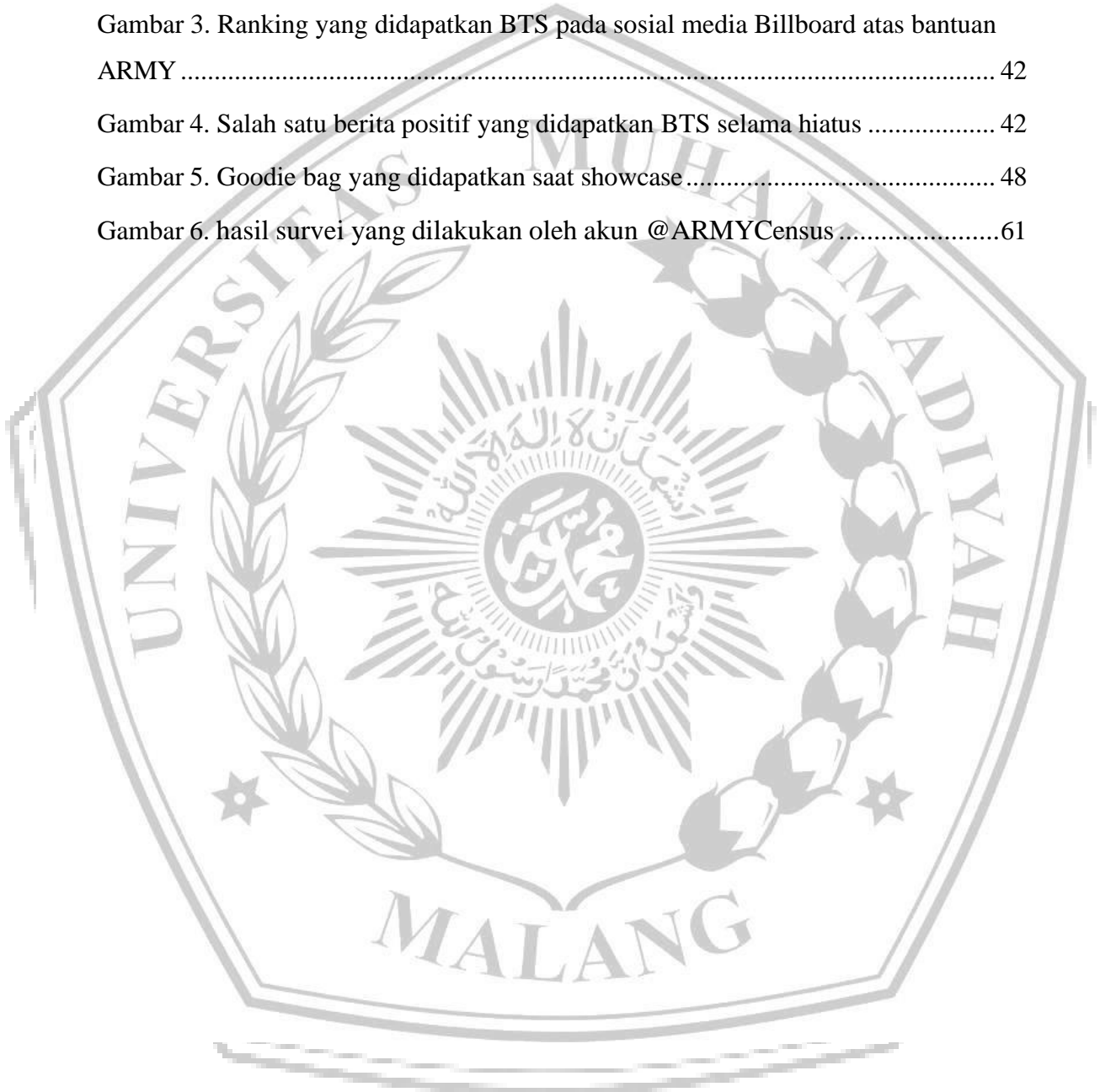
Kepuasan Penggemar Dalam Pembelian Merchandise	53
Sarana komunikasi sesama Kpopers pada akun sosial media X	58
BAB VI PENUTUP.....	65
6.1 Kesimpulan.....	65
6.2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	67
Lampiran I. List Pertanyaan Wawancara Subjek.....	71





DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. ARMY melakukan donasi sebagai bentuk kepedulian sosial	38
Gambar 2. Hasil donasi yang didapatkan dari para ARMY	38
Gambar 3. Ranking yang didapatkan BTS pada sosial media Billboard atas bantuan ARMY	42
Gambar 4. Salah satu berita positif yang didapatkan BTS selama hiatus	42
Gambar 5. Goodie bag yang didapatkan saat showcase	48
Gambar 6. hasil survei yang dilakukan oleh akun @ARMYCensus	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. List Pertanyaan Wawancara Subjek..... 71



DAFTAR PUSTAKA

Alila, T. S., Dewi, D. K. (2024). *Profil Perilaku Konsumtif pada Penggemar Idola K-Pop di Jawa Timur. Jurnal Fenomena*, 33(1), 41-56.

Anthony Reid (1974). *The Indonesian National Revolution, 1945-1950 Studies in contemporary Southeast Asia*, ISBN 0582710464, 9780582710467

Anthony Reid (1988). *Southeast Asia in the Age of Commerce, 1450-1680: The lands below the winds, Volume 1*

Volume 1 dari Southeast Asia in the Age of Commerce, 1450-1680, Anthony Reid, ISBN 0300065167, 9780300065169

Southeast Asia in the age of commerce, 1450-1680: The lands below the winds, Anthony Reid

Azima, N. S., Furnamasari, Y. F., & Dewi, D. A. (2021). *Pengaruh masuknya budaya asing terhadap nasionalisme bangsa indonesia di era globalisasi. Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 7491-7496.

Albert Bandura (1977). *Social Learning Theory, Michigan University*, ISBN 0138167443, 9780138167448

Christi, R. Y. (2016). *Gambaran fanatisme anggota fans Club Inter Milan Indonesia Regional Jember (Undergraduate thesis, Universitas Muhammadiyah Jember)*.

Ciptaningtyas, P., & Prasetyo, A. R. (2022). *Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pembelian merchandise pada remaja penggemar grup k-pop NCT (neo culture technology) di indonesia. Jurnal Empati*, 11(6), 381-385.

CNN (2023) *Bts Army Indonesia Galang Dana Rp1,02 M untuk Palestina Dalam 4 Hari*

<https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20231022153012-227-1014492/bts-army-indonesia-galang-dana-rp102-m-untuk-palestina-dalam-4-hari>.

Danuri, M. (2019). *Perkembangan dan transformasi teknologi digital. Jurnal Ilmiah Infokam*, 15(2)

Deveci, G., & Ercis, A. (2017). *Determining the influence of fanatical tendencies on consumption styles based on lifestyles. Marketing and Branding Research*, 4, 33-49.

Dewi, T. N. (2022). *Perilaku Komunikasi Komunitas Kpopers Palangka Raya dalam Loyalitas pada Idola. Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4(1), 78-88.

Fernandez, C. (2020, September 24). *Koreaboo.com: 5 Most Popular K-Pop Groups in Indonesia, According to Twitter. <https://www.koreaboo.com/lists/5-popular-kpop-groupsindonesia-according-twitter/>*

Hayati, S. D. Y., Prabowo, A., & Hijrianti, U. R. (2022). *Kebijaksanaan (wisdom) dan fanatisme pada penggemar K-Pop. Cognicia*, 10(1), 42-50.

Handayani, M. S., Kuncahyono, T., Fayyadl, M. A., Maarif, S., Hardiman, F. B., Chandra, X., ... & Alexander, M. (2018). *Prosiding Simposium Nasional VI: Membongkar rezim fanatisme Surabaya, 5 Mei 2018.*

Hastika, D. (2019). *Pengaruh intensitas mengakses instagram Korean pop terhadap perilaku fanatisme pada mahasiswa Dirasat Islamiyah UIN Jakarta (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).*

Hidayati, N., & Indriana, Y. (2022). *Hubungan antara fanatisme dengan perilaku konsumtif pada remaja penggemar Kpop di Semarang. Jurnal EMPATI*, 11(01), 56-60.

Jatmiko, B. P. (2015, Agustus 8). *Ojk: orang Indonesia makin konsumtif. Kompas. <https://ekonomi.kompas.com/read/2015/08/08/110746226/OJK.Orang.Indonesia.Makin.Konsumtif>*

Joseph S. Nye (2004). *Soft Power: The Means To Success In World Politics*
Soft Power: The Means to Success in World Politics, Joseph S. Nye, ISBN 1586482254, 9781586482251

Kumalaningrum, W. S. (2021). *Strategi diplomasi publik Pemerintah Korea Selatan terhadap Indonesia melalui Hallyu. Indonesia Berdaya*, 2(2), 141-148

Purwaningwulan, M. M., & Prayogo, H. (2017). *Aktivitas Komunikasi Tari Kanjet Anyam Tali Suku Dayak Kenyah*. *Jurnal Common*, 1(1).

Muhammad, W. A. (2013). *Fenomena Hallyu (Gelombang Korean-Pop/K-Pop) dan Dampaknya di Indonesia*. *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, 15(1), 201-212.

Nasution, D. (2023). *Dukungan Pemerintah Korea Selatan Terhadap Penyebaran Korean Wave*. *Journal of Global Perspective*, 1(1), 01-12.

Omma Mutaali, W., & Pratisti, W. D. (2019). *Fanatisme Pada Penikmat Musik Metal (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta)*

Pratita, P. B., & Yuliana, N. (2023). *FENOMENA BUDAYA K-POP TERHADAP KEHIDUPAN SOSIAL REMAJA*. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 2(8), 95-105.

Praundrianagari, S. B., & Cahyono, H. (2021). *Pola Konsumsi Mahasiswa K-popers yang Berhubungan dengan Gaya Hidup K-pop Mahasiswa Surabaya*. *INDEPENDENT: Journal Of Economics*, 1(2), 33-40.

Putri, I. P., Liany, F. D. P., & Nuraeni, R. (2019). *K-Drama dan penyebaran Korean wave di Indonesia*. *ProTVF*, 3(1), 68-80.

Putri, K. A., Amirudin, A., & Purnomo, M. H. (2019). *Korean Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z*. *Nusa: Jurnal Ilmu Bahasa dan Sastra*, 14(1), 125-135.

Praundrianagari, S. B., & Cahyono, H. (2021). *Pola Konsumsi Mahasiswa K-popers yang Berhubungan dengan Gaya Hidup K-pop Mahasiswa Surabaya*. *INDEPENDENT: Journal Of Economics*, 1(2), 33-40.

Sari, R. P. (4 Februari, 2021). *Kompas.com: Twitter ungkap Indonesia berada di posisi pertama twit K-Pop terbanyak di dunia*. <https://www.kompas.com/hype/read/2021/02/04/101053166/twitter-ungkap-indonesia-ada-di-posisi-pertama-twit-kpop-terbanyak-di-dunia>

Shilvina Widi (23 Februari, 2023). *8 Merchandise Kpop Termahal di Dunia, Ada Album Lee So Man*. <https://dataindonesia.id/varia/detail/8-merchandise-kpop-termahal-di-dunia-ada-album-lee-soo-man#>

Solin, N. F. (2024). *Perubahan Budaya: Dampak Westernisasi Melalui Media Sosial pada Anak Muda*. *Jurnal Insan Pendidikan dan Sosial Humaniora*, 2(1), 123-130.

Sumarto, S. (2018). *Budaya, pemahaman dan penerapannya: "Aspek sistem religi, bahasa, pengetahuan, sosial, kesenian dan teknologi"*. *Jurnal Literasiologi*, 1(2), 16-16.

Tanjung, I. P., & Aritonang, N. N. (2023). *Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Penggemar K-Pop di Kota Medan*. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 7361-7373.

Utami, L. S. S. (2022). *Pengaruh Penyebaran Isu Standar Kecantikan Korea Selatan Melalui Media Sosial terhadap Perilaku Imitasi Penggemar K-Pop*. *Kiwari*, 1(3), 511-518.

