

**“POLA KOMUNIKASI KELOMPOK PADA KOMUNITAS ARMY”**  
*(Proses komunikasi kelompok dalam kegiatan ARMY with LUV “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING”)*

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**REXY DIAJENG YOVANCA ALSABIRIN**

**NPM 168530055**



**PROGRAM STUDI S-1 ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**MEDAN**

**2022**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 29/12/22

Access From (repository.uma.ac.id)29/12/22

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Penelitian : Pola Komunikasi Kelompok Pada Komunitas ARMY di kota Medan (*Proses Komunikasi Kelompok Pada Komunitas ARMY di kota Medan Dalam Kegiatan ARMY with LUV "BTS 6th Anniversary Gathering"*)

Nama Mahasiswa : Rexy Diajeng Yovanca Alsabirin

NPM : 168530055


Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Disetujui Oleh:  
Komisi Pembimbing

  
Dr. H. Nina Siti S. Siregar, M.Si

Pembimbing I


  
Agung Suharyanto, S.Sn., M.Si

Pembimbing II



  
Dr. Elmiati Juliana Hasibuan, M.Si

Dekan

  
Agnita Yolanda, B.Comm, M.Sc

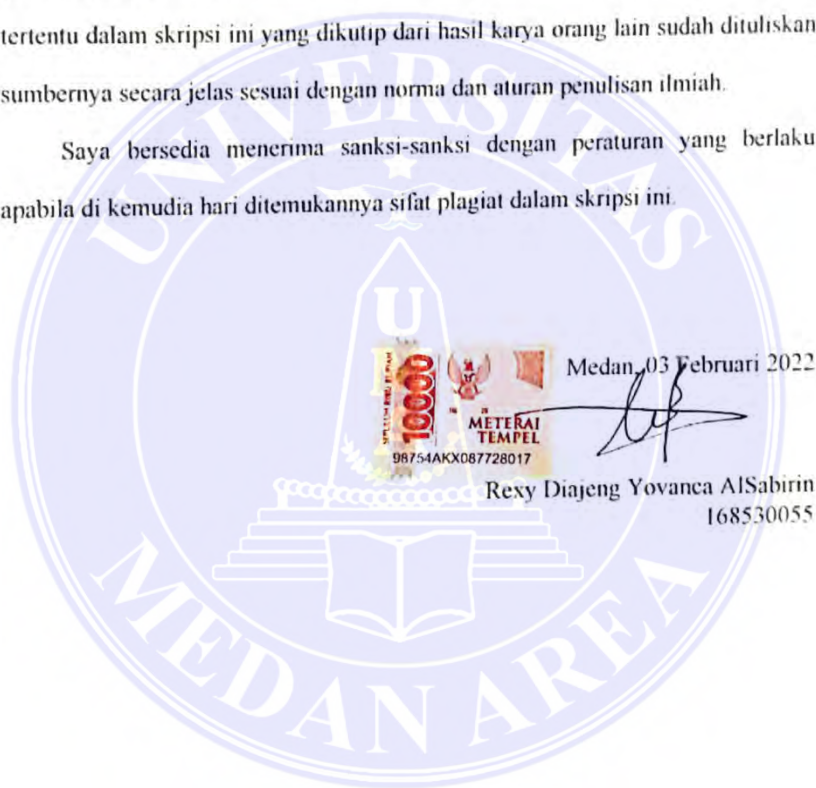
Ka Prodi

Tanggal Lulus :

### LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam skripsi ini yang dikutip dari hasil karya orang lain sudah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma dan aturan penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi-sanksi dengan peraturan yang berlaku apabila di kemudian hari ditemukannya sifat plagiat dalam skripsi ini.



Medan, 03 Februari 2022

Rexy Diajeng Yovanca Alsabirin  
168530055

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademis Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rexy Diajeng Yovanca Alsabirin  
NPM : 16.853.0055  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jenis Karya : Tugas Akhir / Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free-Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "Pola Komunikasi Kelompok Pada Komunitas ARMY di kota Medan (*Proses Komunikasi Kelompok Pada Komunitas ARMY di kota Medan Dalam Kegiatan ARMY with LUV "BTS 6th Anniversary Gathering"*)". Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Medan Area dapat menyimpan, mengalih media / formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasi tugas akhir / skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pemilik hak cipta.  
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 03 Februari 2022

Yang Menyatakan,  
  
Rexy Diajeng Yovanca Alsabirin



ii

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang semakin canggih membuat kita dapat mengakses kemana pun keseluruh penjuru dunia terkhusus ke Korea Selatan. Kpop atau budaya *Korean Pop* merupakan budaya yang berasal dari Korea Selatan yang saat ini banyak di gemari oleh kaum milenial sampai lanjut usia di seluruh dunia terkhusus di Indonesia. Maraknya *boy band* dan *girl band* yang berasal dari Korea Selatan ditandai dengan hadirnya *fansclub* atau kelompok penggemar mereka. Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui Pola komunikasi kelompok dan proses komunikasi kelompok dalam kegiatan ARMY *with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” dengan teori pola komunikasi menurut onong uchjana effendy dan proses komunikasi menurut menurut Alvin A. Goldberg dan Carl E. Larson. Pengumpulan data dalam penelitian ini dengan wawancara dan dokumentasi. Dengan menggunakan teknik informan purposive dan memiliki empat informan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pola komunikasi yang dilakukan komunitas ARMY dalam kegiatan ARMY *with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” menggunakan pola komunikasi Primer, pola komunikasi Skunder dan Sirkular dan dengan proses komunikasi secara timbal balik atau respon saat pesan / informasi dikirim oleh pemberi ke penerima. ARMY Medan juga berhasil memberikan dampak yang positif bagi orang awam mengenai komunitas KPop dengan cara memberikan donasi ke UNICEF Indonesia dari hasil uang yang dikumpulkan melalui penjualan tiket kegiatan tersebut.

**Kata kunci :** Pola Komunikasi, Proses Komunikasi, Komunitas ARMY

## **ABSTRACT**

*The development of increasingly sophisticated technology allows us to access anywhere in the world, especially to South Korea. Kpop or Korean Pop culture is a culture originating from South Korea which is currently favored by millennials to the elderly around the world, especially in Indonesia. The rise of boy bands and girl bands from South Korea is marked by the presence club or fan group. The focus of this research is to determine the pattern of group communication and the process of group communication in the ARMY with LUV "BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING" with the theory of communication patterns according to Onong Uchjana Effendy and the communication process according to Alvin A. Goldberg and Carl E. Larson. Collecting data in this study by interview and documentation. By using purposive informant technique and has four informants. The results of this study indicate that the communication pattern carried out by the ARMY community in the ARMY with LUV "BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING" uses Primary communication patterns, Secondary and Circular communication patterns and with a reciprocal communication process or response when messages / information are sent by the giver to the recipient. . ARMY Medan has also succeeded in making a positive impact on ordinary people regarding the KPop community by donating to UNICEF Indonesia from the money collected through ticket sales for the activity.*

**Keywords:** *Communication Pattern, Communication Process, ARMY Community*

## RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Lengkap Rexy Diajeng Yovanca AlSabirin yang biasa dipanggil Ajeng lahir di Medan pada tanggal 16 April 1999. Penulis merupakan anak tunggal dari pasangan Alm. Ade Azhar Sabirin dan Almh. Sri Wachyuni.

Penulis adalah seorang mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area pada tahun 2016. Aktif di organisasi Kampus seperti Imajinasi Fisip UMA sebagai Sekretaris Bidang Media Massa pada tahun 2018-2019, aktif di organisasi Pemerintahan Mahasiswa FISIP UMA sebagai Anggota Pengembangan dan Pemberdayaan Sumber Daya Manusia pada tahun 2018-2019, aktif di organisasi luar kampus seperti Ikatan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Indonesia sebagai Bendahara Bidang Pengabdian Masyarakat pada tahun 2018-2019. Pada tahun 2018, penulis melaksanakan KKL (Kuliah kerja Lapangan) di Telkom Regional 1 Sumatera sebagai *assistant* sekretaris DEVP (*Deputy Executive Vice President*) Sumatera. Bulan Januari 2022 penulis melaksanakan penelitian skripsi pada Komunitas ARMY di kota Medan.

Bermodal semangat dan penuh tekad, akhirnya penulis telah berhasil menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi saya sendiri dan orang lain.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang diwajibkan kepada mahasiswa Universitas Medan Area Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik pada Program Studi Ilmu Komunikasi untuk memperoleh gelar sarjana.

Dalam menyusun skripsi ini peneliti mengalami berbagai kendala dan hambatan baik dalam penelitian, kurangnya literatur, dan penyusunan kata-kata. Namun, berkat bantuan dan bimbingan serta arahan yang sangat berharga dari berbagai pihak, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebagaimana mestinya. Adapun judul yang diajukan dalam penyusunan skripsi ini adalah “Pola Komunikasi Kelompok Pada Komunitas Army Di Kota Medan” (*Proses Komunikasi Dalam Kegiatan ARMY with LUV “Bts 6th Anniversary Gathering”*).

Maka dengan segala kerendahan hati serta penghargaan yang tulus dan ikhlas, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan sedalam-dalamnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan Rahmat, Karunia dan Hidayah-Nya
2. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M. Sc, selaku Rektor Universitas Medan Area
3. Ibu Dr Effiati Juliana Hasibuan, MSi, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.



4. Ibu Agnita Yolanda, B.Comm, M.Sc, Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
5. Ibu Dr. Dra. Nina Siti Salmaniah Siregar, Msi, selaku Dosen Pembimbing 1
6. Bapak Agung Suharyono S.Sos. Msi , selaku Dosen Pembimbing 2
7. Ibu An Nisa Dian Rahma S.Sos, M.I.kom selaku Sekretaris
8. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, khususnya dosen-dosen program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area;
9. Kedua orang tua saya alm. Ade Sabirin dan Almh. Sri Wachyuni, Alm. Opa dan Oma saya, Bulek Nancy, Sepupu saya Dinda Meysi Chandra dan seluruh keluarga besar saya yang telah memberikan kasih sayang, dukungan, serta doa yang tulus sehingga skripsi ini dapat terselesaikan
10. Kepada teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi '16 terkhusus kepada Nesa, Ningsih, Siska, Santi, Keyza, Annisa Daulay, Amirul Adha, Alfi Atika, Cindy Nabila, Tirza Shafira, Jihan Haura, Miftah Sari Lubis, Natasha Anhadhani, Desy Winda Hasni, Widya Eka Putri, Fiqih, Mardella, Putri Ayu, Umay dan Leni yang telah memberikan saya semangat agar dapat menyelesaikan skripsi ini
11. Kepada Komunitas ARMY MEDAN yang sudah membantu saya selama penelitian
12. *Last but not least, i wanna thank me. i wanna thank me for believing in me, i wanna thank me for doing all this hard work, i wanna thank me for having no days off*

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iv</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>102</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	12
C. Tujuan Penelitian .....	12
D. Manfaat Penelitian .....	13
1. Manfaat Teoritis .....	13
2. Manfaat Praktis .....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>14</b>
A. Definisi Komunikasi .....	14
B. Pola Komunikasi .....	17
C. Definisi Komunikasi Kelompok .....	19
D. Proses Komunikasi Kelompok .....	21
E. Kpop .....	24
F. Komunitas ARMY Medan .....	27
G. Kegiatan ARMY <i>with LUV</i> “ <i>BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING</i> ” ..	30
H. Penelitian Terdahulu .....	31
I. Kerangka Pemikiran .....	36

<b>BAB III PENYAJIAN DATA .....</b>	<b>37</b>
A. Metode Penelitian .....	37
B. Sumber Data.....	37
1. Data Primer.....	38
2. Data Skunder .....	38
C. Informan Penelitian .....	39
D. Lokasi Penelitian .....	40
E. Fokus Penelitian .....	40
F. Teknik Pengumpulan Data .....	40
G. Teknik Analisis Data .....	42
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>44</b>
A. Gambaran Umum Komunitas ARMY Medan .....	44
B. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	46
C. Gambaran Umum Informan .....	48
D. Hasil Penelitian.....	55
E. Pembahasan .....	65
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>77</b>
A. Kesimpulan.....	77
B. Saran .....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>82</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1.</b> Kpop Cafe di Surabaya membuka Kpop <i>event</i> bertajuk Rictusempra untuk merayakan ulang tahun salah satu dari mantan member <i>boygroup</i> wannaone yaitu Kang Daniel. IDN TIMES, 9 Desember 2018 .....	4
<b>Gambar 1.2.</b> <i>fans</i> Kpop memberikan bantuan kebutuhan pokok bagi para korban banjir yang ada di Jakarta. Bantuan ini dikumpulkan dari hasil donasi yang berjumlah 15 juta. DetikHot, 20 maret 2022.....	5
<b>Gambar 1.3.</b> total donasi yang dikumpulkan oleh SM stand yang diberikan kepada orang-orang yang terkena dampak covid19 di Indonesia, Twitter @SMTownUnionINA. 20 Maret 2022 .....	5
<b>Gambar 1.4.</b> BTS di UNICEF. InsertLive, 17 Maret 2022 .....	8
<b>Gambar 1.5.</b> saat BTS memberikan pidato pada sidang PBB yang ke 73 di New York, Amerika Serikat. POPBELA.com, 20 maret 2022 .....	9
<b>Gambar 2.1.</b> saat ARMY Medan mengadakan kegiatan nonton bareng BURN THE STAGE. (diambil dari instagram @armymedan, 18 November 2018) .....	29
<b>Gambar 2.2</b> saat ARMY Medan menyerahkan donasi ke Yayasan Onkologi Anak Medan (YOAM) saat perayaan ulang tahun dari member BTS yaitu taehyung dan jin. diambil dari instagram @armymedan, 12 Maret 2018).....	29
<b>Gambar 2.3.</b> <i>Flyer</i> BTS 5th Anniversary Gathering and Mini Exhibition diambil dari instagram @armymedan 24 Juni 2018.....	30
<b>Gambar 4.1.</b> ARMY Medan mengadakan acara kumpul bareng. diambil dari instagram @armymedan, 26 juni 2019 .....	45
<b>Gambar 4.2.</b> Informan Pertama.....	48
<b>Gambar 4.3.</b> Informan kedua .....	50
<b>Gambar 4.4.</b> Informan ketiga .....	52
<b>Gambar 4.5.</b> Informan ke empat .....	54

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 4.1.</b> Jadwal Penelitian Informan 1 .....	49
<b>Tabel 4.2.</b> Jadwal Penelitian Informan 2 .....	51
<b>Tabel 4.3.</b> Jadwal Penelitian Informan 3 .....	53
<b>Tabel 4.4.</b> Jadwal Penelitian Informan 4 .....	55



## DAFTAR BAGAN

<b>Bagan 2.1.</b> Bagan pola komunikasi primer.....	17
<b>Bagan 2.2.</b> Bagan pola komunikasi sekunder.....	18
<b>Bagan 2.3.</b> Bagan pola komunikasi linier.....	18
<b>Bagan 2.4.</b> Bagan pola komunikasi sirkular.....	19
<b>Bagan 2.5.</b> Kerangka Pemikiran.....	36
<b>Bagan 4.1.</b> Bagan pola komunikasi primer dalam Kegiatan ARMY <i>with LUV</i> “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING”.....	67
<b>Bagan 4.2.</b> Bagan pola komunikasi primer dalam Kegiatan ARMY <i>with LUV</i> “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING”.....	68
<b>Bagan 4.3.</b> Bagan pola komunikasi primer dalam Kegiatan ARMY <i>with LUV</i> “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING”.....	69



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran I</b> Draf Wawancara .....	7
<b>Lampiran II</b> Hasil Wawancara .....	91
<b>Lampiran III</b> Dokumentasi Selama Wawancara .....	115
<b>Lampiran IV</b> Dokumentasi Selama Kegiatan.....	117



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Sebagai makhluk sosial, manusia saling berinteraksi satu sama lain seperti contohnya menanyakan pendapat, bertukar informasi, berbagi pengalaman, bekerjasama dengan oranglain untuk memenuhi kebutuhan satu sama lain dan sebagainya. Interaksi-interaksi tersebut menandakan makhluk sosial yang membutuhkan orang lain.

Manusia adalah makhluk sosial yang berinteraksi dengan manusia yang lain, baik dalam hal menanyakan pendapat, bertukar informasi, berbagi pengalaman, bekerjasama dengan oranglain untuk memenuhi kebutuhan satu sama lain dan sebagainya. Interaksi sosial tersebut menandakan, bahwa manusia sebagai makhluk sosial, sedemikian membutuhkan orang lain.

Manusia mudah berinteraksi dengan sesamanya dalam interaksi yang luas di era globalisasi sekarang. Saat ini manusia membutuhkan teknologi dalam berinteraksi contohnya seperti Internet yang menjadi bagian tidak terpisahkan dengan dunia luar dan agar mengetahui perkembangan dunia di luar dan lingkungannya.

Di era globalisasi ini perkembangan teknologi semakin canggih dan dapat diakses kemanapun ke seluruh penjuru dunia. Hanya dengan mengakses internet kita dapat mengetahui informasi-informasi dari negara lain. Dengan adanya hal tersebut membuat kemajuan internet di dunia menjadikan perpindahan informasi yang tak terbatas.



Dengan begitu kita dapat mengetahui perkembangan di setiap – setiap negara khususnya Korea Selatan. Korea selatan sendiri identik dengan musik nya atau disebut dengan Kpop (*Korean Pop*). Kpop atau budaya *Korean pop* merupakan budaya yang berasal dari Korea Selatan yang banyak di gemari oleh kaum milenial sampai lanjut usia di seluruh dunia. Inilah yang membedakan dengan lagu korea dengan lagu dari beberapa negara lainnya, karena mereka tetap dalam bahasa korea, namun secara cepat meraih popularitas hingga sekarang.

Menurut Wahyudi (2012 : 201) dalam buku *East Asian Pop Culture: Analyzing the Korean Wave* penyebarannya budaya Korea seolah-olah menghipnotis kaum milenial di Indonesia untuk mulai menikmati dan menggemari apa saja yang terkait dengan Korea Selatan. Mulai dari *fashion, make up*, gaya hidup, makanan, drama korea nya, terutama *boygroup & girlgroup* nya. Proses penyebaran budaya pop Korea ke seluruh dunia inilah yang kemudian dikenal dengan istilah *hallyu*.

Fenomena *hallyu* atau *Korean Wave* adalah sebuah istilah yang diberikan untuk tersebarnya atau gelombang Korea secara global diberbagai negara di dunia, dapat dikategorikan sebagai suatu fenomena (Robertson, 1992: 87). Pesatnya perkembangan budaya Kpop (*Korean pop*) di dunia menghantarkan negara Korea Selatan menjadi salah satu budaya baru yang cukup mendominasi belakangan ini. Budaya Kpop (*Korean pop*) mulai dilirik dan digandrungi hampir setiap negara di seluruh dunia terutama di negara-negara Asia, salah satunya adalah Indonesia.

Seiring dengan tersebarnya musik KPop seluruh penjuru dunia, geliat Kpop belakangan menampilkan pesona dan pengaruh mereka. Penggemar Kpop semakin merajalela di belahan dunia manapun. Menurut kedutaan besar Republik Korea untuk Republik Indonesia, terdapat 987 jumlah komunitas penggemar budaya pop

Korea yang dikenal sebagai *hallyu* atau *Korean Wave* pada juli 2013 dengan anggotanya berjumlah 9 juta orang di seluruh dunia. Mayoritas dari komunitas tersebut merupakan *club* penggemar Kpop. Diakses pada tanggal 24 Februari 2020 pukul 14.13 WIB ([http://overseas.mofa.go.kr/id-id/wpge/m\\_2741/contents.do](http://overseas.mofa.go.kr/id-id/wpge/m_2741/contents.do))

Tidak terkecuali di Indonesia, masyarakat Indonesia pun sama dengan masyarakat di belahan dunia lainnya. Para penggemar KPop di Indonesia pun khususnya di Medan membentuk berbagai komunitas penggemar KPop. Mereka membentuk komunitas penggemar KPop berdasarkan *idol* yang mereka sukai. Jumlah penggemar KPop di kota Medan yang sangatlah banyak. Penyebutan sangat banyak bisa dilihat dari kemunculan beberapa kelompok penggemar yang tumbuh, terutama di dunia maya dilihat dari beberapa akun instagram komunitas penggemar Kpop domisili Medan contohnya seperti @armymedan yang mempunyai 5,367 pengikut (<https://www.instagram.com/armymedan/>), @nctzen\_medan yang mempunyai 1,632 pengikut ([https://www.instagram.com/nctzen\\_medan/](https://www.instagram.com/nctzen_medan/)), @exol\_medan yang mempunyai 3,510 pengikut ([https://www.instagram.com/exol\\_medan/](https://www.instagram.com/exol_medan/)), dan @buddymedan yang mempunyai 803 pengikut (<https://www.instagram.com/buddymedan/>)

Sejak tahun 2010, *fans* KPop di Indonesia mulai terlihat aktif dalam berbagai kegiatan-kegiatan *fans*, baik dunia maya (bermunculan banyak sekali forum atau komunitas *fans* grup *whatsapp*, *telegram*, atau *facebook*) dan juga dunia nyata contohnya seperti mengadakan *event* ulang tahun dari *member boy group/girl group* tersebut, *event anniversary* dari *boy group/girl group*, *event anniversary* komunitas penggemar *group/girl group*.

Sebelum Covid19 mewabah ke seluruh dunia terkhusus ke Indonesia komunitas Kpop sering mengadakan kegiatan-kegiatan hiburan berkumpul-kumpul dengan sesama anggota ataupun mengadakan kegiatan tahunan contohnya seperti kegiatan *anniversary* dari *boy group/girl group* tersebut tidak hanya itu saja, tetapi komunitas Kpop juga sering mengadakan kegiatan-kegiatan sosial dengan membawa nama komunitas mereka masing-masing. Contohnya seperti membangun sekolah dasar, menggalang donasi saat bencana alam di Indonesia, menggalang donasi untuk membantu penanganan wabah virus covid19 di Indonesia, melakukan penanaman kembali pada hutan gundul atau penghijauan.



(Gambar 1.1. Kpop Cafe di Surabaya membuka Kpop event bertajuk Rictusempra untuk merayakan ulang tahun salah satu dari mantan member *boygroup* wannaone yaitu Kang Daniel. IDN TIMES, 9 Desember 2018

<https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/10-foto-serunya-kpop-cafe-event-perayaan-ultah-kang-daniel-di-surabaya/1>)



(Gambar 1.2. fans Kpop memberikan bantuan kebutuhan pokok bagi para korban banjir yang ada di Jakarta. Bantuan ini dikumpulkan dari hasil donasi yang berjumlah 15 juta. DetikHot, 20 maret 2022 <https://hot.detik.com/kpop/d-2479661/fans-kpop-di-indonesia-kumpulkan-rp-15-juta-untuk-korban-banjir-jakarta> )



(Gambar 1.3. total donasi yang dikumpulkan oleh SM stand yang diberikan kepada orang-orang yang terkena dampak covid19 di Indonesia, Twitter @SMTownUnionINA. 20 Maret 2022, [https://twitter.com/SMTownUnionINA/status/1249623809990123520?ref\\_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1249623809990123520%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1\\_%2Ffeature%2Ffans-kpop-kompak%2F](https://twitter.com/SMTownUnionINA/status/1249623809990123520?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1249623809990123520%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_%2Ffeature%2Ffans-kpop-kompak%2F) )

Burgoon dalam Wiryanto (2005: 33) mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang

telah diketahui seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecah masalah yang mana anggota-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat. Kelompok penggemar tersebut terbagi berdasarkan *idol* yang mereka sukai. Bagi orang-orang yang menyukai KPop, fandom KPop adalah sesuatu yang besar. Mereka memiliki nama masing-masing, warna tertentu untuk menunjukkan identitas mereka, dan bahkan diakui secara resmi oleh label atau manajemen yang menaungi idola kesayangan mereka.

Maraknya fenomena Kpop dapat mempengaruhi psikologi penggemarnya baik positif maupun negatif. Walgito (2010 : 15) menjelaskan bahwa dinamika psikologis merupakan suatu kekuatan yang terdapat pada diri manusia yang mempengaruhi mental atau psikisnya untuk mengalami perkembangan dan perubahan dalam pikiran, perasaan, maupun tingkah lakunya, Sedangkan menurut Halloway dkk, istilah dinamika psikologis digunakan untuk menerangkan keterkaitan berbagai aspek psikologis yang ada dalam diri individu dalam hubungannya dengan kondisi masyarakat.

Banyak penggemar yang memaknai Kpop sebagai daya tarik untuk mempelajari berbagai macam hal dan kebudayaan Korea. Tidak sulit bagi penggemar untuk mempelajari *hangeul* (tulisan korea) dan bahasa korea. Selain itu banyak penggemar yang menjadi lebih percaya diri untuk menunjukkan bakat mereka mulai dari membuat dance *cover* tarian Kpop, menyanyi, dan lain-lain. Kpop juga banyak mengajarkan orang-orang tentang perjuangan mewujudkan cita-cita dan kedisiplinan. Perilaku *fangirl* juga mendorong seseorang untuk berinteraksi dengan orang baru dan saling bertukar informasi mengenai idolanya masing-

masing. Tidak hanya itu saja para penggemar Kpop menganggap Kpop sebagai *self healing* bagi mereka yang sedang banyak masalah atau depresi.

Saat ini *boyband* BTS alias Bangtan Sonyeondan (방탄소년단), sedang diperbincangkan oleh masyarakat diseluruh penjuru belahan dunia. BTS merupakan *boyband* bentukan dari *agensi* BitHit Entertainment. BTS mempunyai 7 orang personil yakni RM (Kim Nam-joon) sebagai *Leader* atau pemimpin dari *group* BTS, Jungkook (Jeon Jeong-guk), V (Kim Taehyung), J-Hope (Jung Ho Seok), Suga (Min Yoon gi), Jun (Kim Seok Jin). BTS memulai debutnya pada tahun 2013 dengan membawakan lagu yang berjudul *No More Dream*. Tahun 2016 adalah tahun dimana puncak kesuksesan karir dari BTS. Saat BTS merilis album *Trilogy The Most Beautiful Moment in Life* serta album *Wings*, BTS mampu menjual hingga lebih dari 1 juta kopi dalam waktu 1 tahun.

Kesuksesan BTS tidak terlepas dari kerja sama mereka dan dukungan kelompok penggemar mereka diseluruh dunia. Banyak sekali penghargaan-penghargaan yang didapatkan oleh BTS mulai dari *Top Social Artist* di Billboard Music Awards tahun 2019 dan 2021, *Best International Group* di BBC Radio1 Teen Award tahun 2018, *Album Of The Year* dari Mnet Asia Music Award, nominasi kategori *Duo/Group Pop Performance* lewat lagu "Dynamite" di Grammy Award tahun 2021, dan masih banyak lagi penghargaan-penghargaan yang diraih oleh BTS dalam dunia musik. Diakses pada tanggal 17 Maret 2022 pukul 22:00 WIB ([https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar\\_penghargaan\\_dan\\_nominasi\\_yang\\_diterima\\_oleh\\_BTS](https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_penghargaan_dan_nominasi_yang_diterima_oleh_BTS))

Dibalik kesuksesan mereka di dunia musik, BTS juga memiliki jiwa sosial yang tinggi. BTS mendonasikan tujuh ton beras sebagai kegiatan amal untuk

pembukaan acara K-Star Road di Apgujeong-dong tahun 2015. Tahun 2016 BTS mengumpulkan donasi untuk LISA, sebuah badan amal untuk memberantas kebutaan lewat penelitian pengobatan penyakit retina degeneratif. Acara yang bertajuk “*Lets Share The Hearts*” bertujuan untuk meningkatkan kesadaran sosial terhadap gangguan penglihatan. Diakses pada tanggal 17 Maret 2022 pukul 22.00 WIB (<https://www.insertlive.com/korea/20190221163617-191-4623/tak-hanya-terkenal-bts-ternyata-juga-berjiwa-sosial>)

Selain itu, mereka juga bekerja sama dengan UNICEF. UNICEF merupakan lembaga atau organisasi yang membantu keberlangsungan hidup anak-anak di negara-negara berkembang untuk mengkampanyekan “*Love My Self*”, yang didedikasikan untuk membantu dan melindungi anak korban kekerasan fisik dan seksual di seluruh dunia. Bahkan 3% dari penjualan album seri *Love Your Self*, didonasikan untuk kampanye tersebut.



(Gambar 1.4. BTS di UNICEF. InsertLive, 17 Maret 2022  
<https://www.insertlive.com/korea/20190221163617-191-4623/tak-hanya-terkenal-bts-ternyata-juga-berjiwa-sosial>)

BTS ditunjuk langsung oleh presiden Korea Selatan yaitu Moon Jae In sebagai utusan khusus Presiden dalam bidang Generasi dan Budaya Masa Depan. BTS juga berkesempatan untuk berpidato di Sidang Umum PBB yang ke 73. Mereka

diundang sebagai duta dari UNICEF dan *leader* dari BTS yaitu RM memberikan pidato mewakili rekan-rekannya. RM menyampaikan pidato yang bertemakan "*Love Myself*" dimana cinta sejati diawali dengan mencintai diri sendiri.

*"No matter who you are, where you are from, your skin color, your gender identity, just speak yourself, find your name and find your voice by speaking yourself"* ucap RM

Pidato tersebut berhasil menyentuh banyak orang dan tentunya membuat para penggemar dari BTS bangga. Diakses pada tanggal 20 maret 2022 pukul 16.00 WIB (<https://www.wowkeren.com/berita/tampil/00225511.html> )



(Gambar 1.5. saat BTS memberikan pidato pada sidang PBB yang ke 73 di New York, Amerika Serikat. POPBELA.com, 20 maret 2022, [popbela.com/career/inspiration/ajenk-rama/bts-jadi-utusan-khusus-presiden-di-sidang-umum-pbb-tahun-ini-1/full](http://popbela.com/career/inspiration/ajenk-rama/bts-jadi-utusan-khusus-presiden-di-sidang-umum-pbb-tahun-ini-1/full))

Dibalik kehebatan BTS yang mendunia, terdapat kekuatan penggemar yang tidak pernah hilang. Nama penggemar BTS yaitu ARMY merupakan singkatan dari *Adorable Representative MC for Youth*. ARMY bukanlah *fandom* atau kelompok penggemar KPop biasa seperti lainnya, tetapi mereka adalah komunitas penggemar KPop terbesar didunia dilihat dari jumlah pengikut instagram mereka



@bts.bighitofficial menyentuh angka 65juta. (<https://www.instagram.com/bts.bighitofficial/>). BTS sendiri bahkan telah menciptakan gagasan sendiri terhadap komunitas KPop dan memperkuat status BTS dalam musik melalui dukungan para ARMY.

Tidak hanya BTS saja yang memiliki jiwa sosial yang tinggi tetapi penggemar mereka sendiri juga memiliki jiwa sosial yang tinggi. ARMY berhasil menggalang dana sebesar US\$1,04 juta atau sekitar Rp14,49 miliar untuk gerakan *#BlackLivesMatter*. Para ARMY di seluruh dunia bergerak mengumpulkan dana tersebut untuk dialokasikan untuk hal-hal yang berhubungan dengan Black Lives Matter, seperti uang penjamin para pendemo Black Lives Matter yang ditangkap secara brutal, mendukung organisasi advokasi orang kulit hitam, dan berjuang melawan ketidakadilan sistem masyarakat. Nggak hanya itu, uang yang terkumpul ini juga akan digunakan untuk menunjang kesehatan fisik dan mental komunitas orang kulit hitam. Dalam mengumupulkan donasi ini ARMY hanya butuh waktu satu hari saja untuk mencapainya. (Diakses pada tanggal 18 Agustus 2022 pukul 20:52 WIB <https://www.popbela.com/career/inspiration/firly-fenti/ikuti-bts-army-berhasil-galang-1-juta-dolar-untuk-blacklivesmatter/full>)

Inila yang membuat orang-orang menyukai BTS selain penampilan mereka yang sangat bagus, mereka rajin melakukan aksi sosial, BTS juga mempunyai perjalanan karir yang sangat hebat. Dari awal karirnya BTS harus melewati banyak kesulitan, mulai dari kekurangan biaya karena mereka dari agensi kecil, tinggal diapartemen yang kecil tetapi itu tidak menjadi halangan bagi mereka untuk terus berkarya sampai menghasilkan lagu yang sangat inspiratif dan bisa mendapatkan penghargaan sampai ke ajang *internasional*, tidak hanya itu saja tetapi musik-musik

yang mereka ciptakan sendiri banyak mengandung makna yang membuat para ARMY saat mendengarkan lagunya menjadi *self healing* atau pengobatan untuk dirinya sendiri.

ARMY Indonesia sering mengadakan kegiatan-kegiatan sosial contohnya mengadakan kegiatan program vaksinasi covid19 gratis buat 10 ribu orang yang diperoleh dari pemerintah Indonesia. Hal ini dilakukan untuk memutus rantai penyebaran Covid19 di Indonesia. Program besar ini membuat Direktur Jenderal (Dirjen) Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) Tedros Adhanom Ghebreyesus memuji ARMY Indonesia yang sudah menggelar kegiatan sosial ini. (Diakses pada tanggal 18 Agustus 2022 pukul 21:33 WIB <https://www.suara.com/health/2021/08/04/094937/dirjen-who-puji-bts-army-indonesia-yang-gelar-vaksinasi-covid-19-gratis-buat-10-ribu-orang>)

Tidak hanya itu saja pada tanggal 15 Maret 2021 ARMY Indonesia menggalang donasi untuk korban bencana Sulawesi Barat dan Kalimantan Selatan. Donasi tersebut menyentuh angka 637 juta rupiah. Donasi yang terkumpul akan disalurkan untuk membantu kebutuhan masyarakat di sana seperti makanan, pakaian dan kebutuhan lainnya. Diakses pada tanggal 18 Agustus 2022 pukul 21:33 WIB (<https://ussfeed.com/fans-bts-indonesia-galang-donasi-untuk-korban-bencana-sulbar-dan-kalsel-jumlahnya-tembus-rp-600-juta/pop-culture/>)

Banyak penggemar BTS (ARMY) yang tersebar di Indonesia salah satunya komunitas ARMY Medan. Komunitas ARMY Medan merupakan komunitas penggemar dari *boy group* BTS yang berasal dari kota Medan. Komunitas KPop ini merupakan yang sangat aktif mengadakan kegiatan-kegiatan, sehingga yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu tentang bagaimana pola dan proses komunikasi

kelompok komunitas ARMY di Kota Medan dalam kegiatan ARMY *with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING”.

Setiap komunitas tentunya memiliki cara masing-masing untuk berkomunikasi di dalam kelompok baik dalam memecahkan masalah dalam kelompok ataupun ketika sedang membuat suatu *event* dengan komunitas-komunitas Kpop yang lain. Dengan adanya permasalahan ini maka peneliti tertarik untuk meneliti pola dan proses komunikasi kelompok komunitas ARMY di Kota Medan dalam kegiatan ARMY *with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” yang diselenggarakan oleh ARMY Medan

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pola komunikasi kelompok komunitas ARMY di Kota Medan dalam kegiatan ARMY *with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING”
2. Bagaimana proses komunikasi kelompok komunitas ARMY di Kota Medan dalam kegiatan ARMY *with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING”

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Mendeskripsikan pola komunikasi kelompok komunitas ARMY di Kota Medan dalam kegiatan ARMY *with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING”
2. Mendeskripsikan proses komunikasi kelompok komunitas ARMY di Kota Medan dalam kegiatan ARMY *with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING”

## **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini dilihat dari tiga aspek, yaitu: manfaat teoritis dan praktis.

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini merupakan wadah untuk memperkenalkan komunitas ARMY Medan kepada masyarakat agar komunitas ARMY dikota Medan dapat dikenal oleh masyarakat luas tidak hanya dikalangan komunitas KPop saja tetapi dikalangan *non* Kpop saling mendukung dalam berbagai macam kegiatan salah satunya kegiatan ARMY *with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING”

### **2. Manfaat Praktis**

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan yang bermanfaat dalam melakukan komunikasi yang baik dalam organisasi. Penelitian ini secara khusus dijadikan bahan informasi bagi pihak komunitas terkait dengan komunikasi kelompok.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Definisi Komunikasi

Komunikasi menjadi bagian yang tidak dapat terlepas dari kehidupan manusia. Setiap proses interaksi yang terjadi dalam aktivitas manusia baik secara vertikal dengan tuhan, maupun secara horizontal dengan sesamanya dapat disebut sebagai komunikasi. Komunikasi menyangkut suatu proses yang terjadi antara sumber dengan penerima. Menurut Widjaja (2000 : 5) komunikasi diartikan sebagai hubungan atau kegiatan-kegiatan yang ada kaitannya dengan hubungan. Komunikasi juga dapat diartikan saling menukar pikiran atau pendapat.

Menurut Suranto (2010: 2) kata komunikasi berasal dari bahasa Latin *communicare* yang artinya memberitahukan. Kata tersebut kemudian berkembang dalam bahasa Inggris *communication* yang artinya proses pertukaran informasi, konsep, ide, gagasan, perasaan dan lain-lain antara dua orang atau lebih. Secara sederhana dapat dikemukakan pengertian komunikasi, yaitu proses pengiriman pesan atau simbol-simbol yang mengandung arti dari seorang sumber atau komunikator kepada seorang penerima atau komunikan dengan tujuan tertentu.

Komunikasi sangat penting bagi kehidupan sehari-hari karena komunikasi mempunyai banyak makna di antaranya adalah komunikasi sebagai proses sosial, komunikasi sebagai peristiwa, komunikasi sebagai ilmu dan komunikasi sebagai keterampilan. Komunikasi begitu penting karena berkaitan dengan konsep ilmu komunikasi manusia merupakan makhluk sosial, seperti pergaulan dalam lingkungan keluarga, tetangga, sekolah, tempat kerja, organisasi sosial dan lain-

lainnya. Menurut Liliweri (1997 : 11) komunikasi juga dipengaruhi oleh derajat keintiman, frekuensi pertemuan, jenis relasi, mutu interaksi, diantara mereka, terutama faktor sejauh mana keterlibatan dan saling mempengaruhi.

Menurut West dan Turner (2008 : 5-8) komunikasi (*communication*) adalah proses sosial dimana individu-individu menggunakan simbol-simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan mereka. Istilah yang digunakan dalam mendefinisikan komunikasi, yaitu:

#### 1. Sosial (*Social*)

Komunikasi adalah suatu proses sosial. Ketika menginterpretasikan komunikasi secara sosial (*Social*), maksudnya adalah komunikasi selalu melibatkan manusia serta interaksi. Artinya komunikasi selalu melibatkan dua orang, pengirim dan penerima. Keduanya memainkan peran yang penting dalam proses komunikasi. Ketika komunikasi dipandang secara sosial, komunikasi selalu melibatkan dua orang yang berinteraksi dengan berbagai niat, motivasi, dan kemampuan.

#### 2. Proses

Di dalam berkomunikasi juga bersifat kesinambungan dan tidak memiliki awalan dan akhiran yang jelas. Banyak sekali yang terjadi didalam proses berkomunikasi dari awal hingga akhir disebuah pembicaraan. Orang – orang dapat memiliki sikap yang sama sekali berbeda ketika sebuah diskusi dimulai. Hal ini dapat menjelaskan konflik sering terjadi antara keluarga, teman sekamar, pasangan suami istri. Walaupun percakapan dimulai dengan bahasa yang kaku dan tidak fleksibel, konflik tersebut dapat diselesaikan melalui kompromi. Semua hal ini terjadi dalam hitungan menit

### 3. Simbol (*Symbol*)

Simbol adalah sebuah label representasi dan fenomena. Kata adalah simbol untuk konsep dan benda. Misalnya, kata cinta merepresentasikan sebuah ide mengenai cinta; kata kursi merepresentasikan benda yang kita duduki. Label dapat bersifat ambigu, dapat berupa verbal dan non verbal, dan dapat terjadi dalam komunikasi tatap muka dan komunikasi menggunakan media. Simbol biasanya disepakati bersama dalam sebuah kelompok, tetapi mungkin saja tidak dimengerti di luar lingkup kelompok tersebut.

### 4. Makna

Makna juga memegang penting dalam definisi komunikasi. Makna adalah yang diambil oleh orang satu persatu. Dalam berkomunikasi, pesan dapat memiliki lebih dari satu makna dan bahkan berlapis-lapis makna.

### 5. Lingkungan

Lingkungan (*environment*) adalah situasi atau konteks dimana komunikasi terjadi. Lingkungan terdiri dari beberapa elemen, seperti waktu, tempat, periode sejarah relasi, dan latar belakang budaya pembicara dan pendengar.

Menurut Richard & Lynn (2008 : 5-8) lingkungan juga dapat dihubungkan. Maksudnya, komunikasi dapat terjadi dengan adanya bantuan dari teknologi. Sangatlah mungkin bahwa beberapa orang telah berkomunikasi dalam lingkungan yang difasilitasi oleh media; misalkan saja melalui *e-mail*, *chat room*, atau internet. Lingkungan-lingkungan yang terhubung akan mempengaruhi komunikasi antara dua orang karena dalam menjalin hubungan secara elektronik, kita tidak dapat memperhatikan mata atau perilaku lawan bicara dan mendengarkan karakter vokalnya.

## B. Pola Komunikasi

Pola komunikasi merupakan model dari proses komunikasi, sehingga dengan adanya berbagai macam model komunikasi dan bagian dari proses komunikasi akan dapat ditemukan pola yang cocok dan mudah digunakan dalam berkomunikasi. Pola komunikasi identik dengan proses komunikasi, karena pola komunikasi merupakan bagian dari proses komunikasi. Dari proses komunikasi, akan timbul pola, model, bentuk dan juga bagian-bagian kecil yang berkaitan erat dengan proses komunikasi. Kategori pola komunikasi yaitu; pola komunikasi primer, pola komunikasi sekunder, pola komunikasi linier, dan pola komunikasi sirkular. Pola komunikasi ini didasari atas model sederhana yang dibuat Aristoteles, sehingga mempengaruhi Harold D. Lasswell, seorang sarjana politik Amerika yang kemudian membuat model komunikasi yang dikenal dengan formula Lasswell pada tahun 1984. Wiryanto (2005 : 17). Menurut Harold D. Lasswell, yaitu :

1. Pola komunikasi primer merupakan suatu proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu simbol sebagai media atau saluran. Dalam pola ini terbagi menjadi dua lambang yaitu lambang verbal dan lambang non verbal. (Effendi, 1993 : 31)

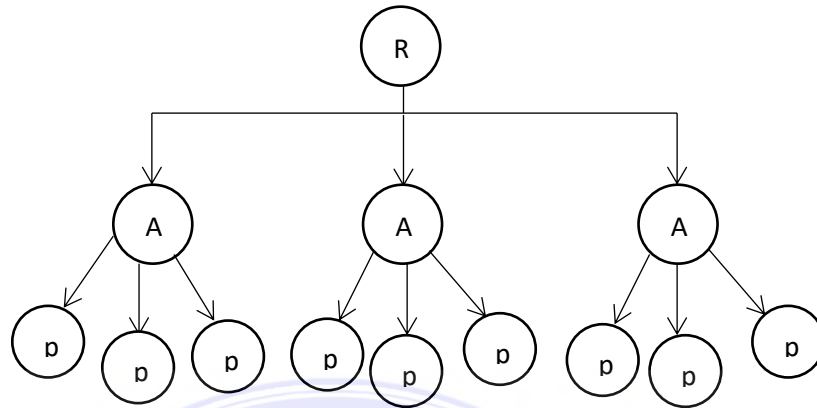


Bagan 2.1. Bagan pola komunikasi primer

2. Pola komunikasi sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media ke dua setelah memakai lambang pada media pertama. Komunikator menggunakan



media kedua ini karena menjadi sasaran komunikasi yang jauh atau banyak jumlahnya. Menurut Dedy (2010 : 260-261)



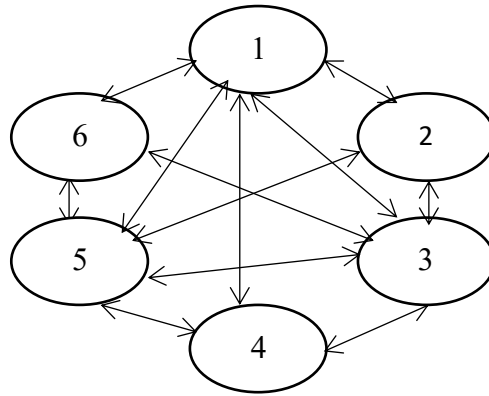
Bagan 2.2. Bagan pola komunikasi sekunder

3. Pola komunikasi linier. Linier disini mengandung makna lurus yang berarti perjalanan dari suatu titik ke titik lain secara lurus, yang berarti penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal. Jadi dalam proses komunikasi ini biasanya terjadi dalam berkomunikasi tatap muka tetapi juga adakalanya komunikasi bermedia. Menurut Dedy (2010 : 38)



Bagan 2.3. Bagan pola komunikasi linier

4. Pola komunikasi sirkular. Sirkular secara harafiah berarti bulat, bundar atau keliling. Dalam proses sirkular itu terjadinya feedback atau umpan balik, yaitu terjadinya arus dari komunikan ke komunikator, sebagai penentu utama keberhasilan komunikasi. Menurut Dedy (2010 : 39)



Bagan 2.4. Bagan pola komunikasi sirkular

### C. Definisi Komunikasi Kelompok

Menurut Burgoon dan Micheal Ruffner dalam bukunya *Human Communication, A Revision of Approaching Speech / Communication*, yang dikutip oleh Rismawaty dan kawan-kawan dalam bukunya yang berjudul *Pengantar Ilmu Komunikasi* (2014 : 182) mengatakan :

“Komunikasi kelompok sebagai interaksi tatap muka dari tiga atau lebih individu guna memperoleh maksud atau tujuan yang dikehendaki seperti berbagi informasi, pemeliharaan diri atau pemecahan masalah sehingga semua anggota kelompok dapat menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya dengan akurat”

Menurut Sendjaja (1994: 89) menyatakan bahwa komunikasi dalam kelompok merupakan bagian dari kegiatan keseharian orang. Sejak lahir orang-orang juga sudah mulai bergabung dengan kelompok primer yang paling dekat yaitu keluarga. Kemudian seiring dengan perkembangan usia dan kemampuan intelektual kita masuk dan terlibat dalam kelompok-kelompok sekunder seperti sekolah, lembaga agama, tempat bekerja, dan kelompok sekunder lainnya sesuai dengan minat dan keterampilan kita. Maksudnya disini kelompok merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia, karena melalui kelompok kemungkinan kita bisa berbagi informasi, pengalaman dan pengetahuan dengan kelompok lainnya.

Sifat-sifat komunikasi kelompok sebagai berikut:

1. Kelompok berkomunikasi melalui tatap muka
2. Kelompok memiliki sedikit partisipan
3. Kelompok bekerja dibawah arahan seorang pimpinan
4. Kelompok membagi tujuan atau sasaran bersama
5. Anggota kelompok memiliki pengaruh atas sama lain

Menurut Sendjaja (2008: 33) Komunikasi kelompok dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

1. Komunikasi kelompok kecil (*micro group*), yaitu kelompok komunikasi yang disaat mendapat kesempatan untuk memberi tanggapan secara verbal atau dalam komunikator dapat melakukan komunikasi antar pribadi dengan salah seorang anggota kelompok, seperti pada saat diskusi, kelompok tugas, dan lain-lain. Umpan balik yang diterima dalam komunikasi kelompok kecil ini biasanya bersifat rasional, serta diantara anggota yang terkait dapat menjaga perasaan masing-masing dan norma-norma yang ada.

Dengan kata lain, antara komunikator dengan setiap komunikan dapat terjadi dialog atau tanya jawab. Komunikan dapat menanggapi uraian komunikator, bisa bertanya jika tidak mengerti dan dapat menyangkal jika tida setuju dan lain sebagainya.

2. Komunikasi kelompok besar, yaitu sekumpulan orang-orang yang sangat banyak dan komunikasi antar pribadi jauh lebih kurang atau susah untuk dilaksanakan, karena terlalu banyaknya orang yang berkumpul. Contohnya seperti pada acara kampanye, tabligh akbar, dan lain-lain. Anggota kelompok besar apabila memberikan tanggapan kepada komunikator, biasanya bersifat emosional, yang

tidak dapat mengontrol emosinya. Lebih-lebih jika komunikasi heterogen, beragam dalam usia, pekerjaan, tingkat, pendidikan, agama, pengalaman, dan sebagainya.

Kelompok yang baik adalah kelompok yang dapat mengatur kapan waktunya tatap muka yang intensif diantara anggota-anggota kelompok dan tatap muka itu pula yang akan mengatur sirkulasi makna komunikasi diantara anggota kelompok, sehingga mereka mampu melahirkan sentimen-sentimen kelompok serta kerinduan diantar anggota-anggota kelompok.

#### **D. Proses Komunikasi Kelompok**

Proses komunikasi pada dasarnya sama dengan komunikasi pada umumnya. Komponen dasar yang digunakan dalam berkomunikasi adalah komunikator, komunikator (*sender*), pesan (*message*), media (*channel*) dan respon (*affect*). Akan tetapi dalam komunikasi kelompok proses komunikasi berlangsung secara tatap muka, dengan lebih mengintensifkan tentang komunikasi dengan individu antar individu dan individu dengan *personal structural* (formal), ketika seluruh orang yang terlibat dalam komunitas atau kelompok tersebut berkomunikasi diluar forum, maka komunikasi yang terjadi antar individu berlangsung secara pribadi dan bahasa yang digunakan cenderung tidak formal. Akan tetapi jika individu tersebut bertemu dalam satu forum yang dihindari anggota kelompok atau komunitas tersebut, maka komunikasi yang berlangsung akan cenderung menggunakan bahasa yang lebih formal. Menurut Goldberg (1985: 24), proses komunikasi kelompok dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Komunikator (*sender*), Komunikator merupakan orang yang mengirim pesan yang berisi ide, gagasan, opini dan lain-lain untuk disampaikan kepada seseorang (komunikan) dengan harapan dapat dipahami oleh orang yang menerima pesan sesuai dengan yang dimaksudnya. Pengurus dan anggota yang ada didalam suatu kelompok atau komunitas bisa menjadi komunikator ketika mereka melakukan proses komunikasi dalam proses tersebut
2. Pesan (*Message*), adalah informasi yang akan disampaikan atau di ekspresikan oleh pengirim pesan. Pesan dapat verbal atau non verbal dan pesan akan efektif jika di organisir secara baik dan jelas. Materi pesan yang disampaikan dapat berupa informasi, ajakan, rencana kerja, pertanyaan dan lain sebagainya. Pada tahap ini pengirim pesan membuat kode atau simbol sehingga pesannya dapat dipahami oleh orang lain. Tujuan menyampaikan pesan adalah untuk mengajak, membujuk, mengubah sikap, perilaku atau menunjukkan arah tertentu.
3. Media (*Channel*), adalah alat untuk menyampaikan pesan seperti Tv, radio, surat kabar, papan pengumuman, telepon dan media jejaring sosial. Media yang terdapat dalam komunikasi kelompok bermacam-macam, seperti rapat, seminar, pameran, diskusi panel, workshop, dan lain-lain. Media dapat dipengaruhi oleh isi pesan yang disampaikan, jumlah penerima pesan, situasi dan *vested of interest*
4. Mengartikan kode atau isyarat. Setelah pesan di terima melalui indra (telinga, mata dan seterusnya) maka si penerima pesan harus dapat mengartikan simbol atau kode dari pesan tersebut, sehingga dapat dimengerti atau dipahami. Komunikasi kelompok mempunyai suatu simbol, kode atau syarat tersendiri

yang menjadi ciri khas suatu kelompok yang hanya dimengerti oleh kelompok atau komunitas itu sendiri.

5. Komunikatif, adalah orang yang menerima pesan yang dapat memahami isi pesan dari si pengirim meskipun dalam bentuk kode atau isyarat tanpa mengurangi arti atau pesan yang dimaksud oleh pengirim. Dalam komunikasi kelompok komunikatif bertatap muka dan bertemu langsung dengan komunikatornya, sehingga seseorang bisa berkomunikasi secara langsung.
6. Respon, adalah isyarat atau tanggapan yang berisi kesan dari penerima pesan dalam bentuk verbal maupun non verbal. Tanpa respon seseorang, pengirim pesan tidak akan tahu dampak pesannya terhadap si penerima pesan. Hal ini penting bagi pengirim pesan untuk mengetahui apakah pesan sudah diterima dengan pemahaman yang benar dan tepat. Respon yang disampaikan oleh penerima pesan pada umumnya merupakan respon langsung yang mengandung pemahaman atas pesan tersebut sekaligus merupakan apakah pesan itu akan dilaksanakan atau tidak. Respon bermanfaat untuk memberikan informasi, saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan dan membantu untuk menumbuhkan kepercayaan serta keterbukaan di antara komunikatif, serta dapat memperjelas persepsi.

Dalam komunikasi kelompok respon atau tanggapan yang dihasilkan oleh anggota dan pengurus dalam komunitas tersebut berbeda-beda, usulan atau keputusan dalam komunikasi tersebut didukung, diperbaiki, dijelaskan, dirangkum, atau disetujui, maupun yang mengakibatkan tanggapan yang menyenangkan atau bahkan meragukan.

### E. Kpop (*Korean pop*)

Kpop kepanjangan dari *Korean Pop* merupakan budaya yang berasal dari Korea Selatan yang saat ini sangat populer dari kalangan remaja dan dewasa, baik perempuan ataupun pria, dari usia belasan tahun hingga puluhan tahun. Kpop atau *Korean Pop* adalah jenis musik populer yang berasal dari Korea Selatan. Banyak *idol group* Korea yang sudah menembus pasar dalam negeri dan luar negeri. Inilah yang membedakan lagu Korea dengan lagu-lagu dari negara lain yaitu karena mereka tetap menggunakan lirik dalam bahasa Korea walaupun lagu mereka sudah tersebar ke seluruh dunia, namun secara cepat meraih popularitas hingga sekarang. Hal yang tidak bisa dipatahkan oleh Jepang (J-Pop), Amerika Latin yang populer oleh Telenovela, ataupun India. Korea (selatan) secara perlahan meraih popularitas yang tidak mudah tergantikan, bahkan semakin lama semakin mengakar. Terbukti dari *fansclub* mereka yang tetap eksis sampai sekarang dan penggemar mereka yang terus bertambah, menyentuh berbagai kalangan, tidak lagi bergantung pada Televisi. Dengan kata lain internet membuat gelombang Hallyu memperoleh tempat tersendiri (Anwar, 2018: 2)

Merebaknya akan musik Kpop membuat berbagai produk budaya Korea mulai dari drama, film, *fashion*, gaya hidup hingga produk industri mulai mewarnai kehidupan masyarakat di berbagai belahan dunia. Budaya Korea berkembang begitu pesatnya dan meluas serta diterima publik sampai menghasilkan sebuah fenomena demam *Hallyu (Korean Wave)* termasuk Indonesia sehingga menghipnotis kaum milenial di Indonesia untuk menikmati dan menggemari apa saja yang berhubungan dengan Korea Selatan. Wahyudi (2012 : 201)

Pada dasarnya Korean Wave atau Gelombang Korea adalah terjemahan dari istilah 한류 (*Hallyu*) dalam bahasa Korea yang artinya adalah “arus Han”. 한 “Han” ini sendiri mengacu pada Hankuk atau Korea. Sedangkan 류 berarti “arus, aliran”. Istilah ini yang menciptakan adalah media massa dari Cina tempat asal muasal semua hallyu ini terjadi (Ri'aeni, dkk, 2019 : 6-7). Menurut Robertson (1992 : 87) *Hallyu (Korean Wave)* merupakan istilah dari gelombang atau demam Korea secara global di berbagai negara di dunia termasuk di Indonesia, dilihat dari pengertian di atas maka *Korean Wave* dapat dikategorikan sebagai suatu fenomena.

Pesatnya perkembangan budaya Kpop (*Korean Pop*) di dunia menghantarkan negara Korea Selatan yang terkenal dengan budaya Kpop (*Korean Pop*) yang dimilikinya menjadi salah satu budaya baru yang cukup mendominasi belakangan ini. KPop sendiri adalah singkatan dari *Korean Pop* atau “musik pop Korea” yang kini telah menjadi candu bagi penggemar setia penyanyi dari Korea Selatan. Dengan bantuan *Korean Wave*, KPop menjadi mudah mewabah dimana-mana. Penggemar K-pop yang atau kepanjangan dari *Korean Pop* ini semakin merajalela di belahan dunia manapun. Menurut kedutaan besar Republik Korea untuk Republik Indonesia, terdapat 987 jumlah komunitas penggemar budaya pop Korea yang dikenal sebagai *hallyu* atau *Korean Wave* pada Juli 2013 dengan anggotanya berjumlah 9 juta orang diseluruh dunia ([http://overseas.mofa.go.kr/id-id/wpge/m\\_2741/contents.do](http://overseas.mofa.go.kr/id-id/wpge/m_2741/contents.do), Diakses pada tanggal 24 Februari 2020).

Tidak terkecuali di Indonesia, masyarakat Indonesia pun enggan kalah dengan masyarakat belahan dunia lainnya yang terkena demam Korea sudah terlihat di layar-layar televisi, majalah, dan juga internet. Semua media sekarang belomba-



lomba untuk menayangkan atau menginformasikan seputar berita-berita Korea Selatan. Di televisi Indonesia bahkan sudah banyak menayangkan tayangan-tayangan hiburan setiap harinya yang berhubungan dengan Korea contohnya seperti konser musik *boygroup/girlgroup* korea yang diadakan di Indonesia lalu disiarkan ulang di beberapa stasiun tv, drama korea, film korea, dan *infotainment* yang berhubungan dengan artis korea. Dari sini kita tidak bisa pungkiri bahwa televisi menjadi sarana masyarakat Indonesia untuk mendapatkan informasi yang berhubungan dengan dengan Korea Selatan, tidak hanya itu internet dan majalah di Indonesia juga sering menuliskan berita tentang seputaran Korea Selatan dan masyarakat Indonesia juga dapat mengakses film, drakor (drama korea), *music video* dari artis-artis korea yang mereka gemari, serta informasi-informasi tentang budaya Korea melalui media elektronik.

Para penggemar KPop di Indonesia pun khususnya di Medan membentuk berbagai komunitas penggemar KPop. Mereka membentuk komunitas penggemar baik berdasarkan artis masing-masing maupun KPop secara keseluruhan. Jumlah *fans* KPop di kota Medan yang sangat banyak. Penyebutan sangat banyak bisa dilihat dari kemunculan beberapa kelompok penggemar yang tumbuh, terutama di dunia maya. Sejak tahun 2010, fans KPop di Indonesia mulai terlihat aktif dalam berbagai kegiatan-kegiatan *fans*, baik dunia maya (bermunculan banyak sekali forum atau komunitas *fans* grup Indonesia) dan juga dunia nyata (banyak diadakannya *gathering-gathering*).

#### **F. Komunitas ARMY Medan**

Kuatnya pengaruh budaya korea / *Korean Wave* di Indonesia dapat dilihat dari banyaknya kelompok-kelompok penggemar Korea di Indonesia. Seperti contohnya

komunitas Elf Indonesia (komunitas *fanclub* dari *idol* Super Junior) yang memiliki 8.683 pengikut di instagram @elfindonesiacom, komunitas Army Indonesia (komunitas *fanclub* dari *idol* BTS) yang memiliki 138rb pengikut di instagram @army.indonesia\_01, komunitas Buddy Indonesia (komunitas *fanclub* dari *idol* GFriend) yang memiliki 65,5rb pengikut di instagram @gfriend\_indonesia, komunitas NCTzen Indonesia (komunitas *fanclub* dari *idol* NCT) yang memiliki 225ribu pengikut di instagram @wownctzen.id

Ketertarikan mereka akan KPop dapat terlihat dari semakin aktifnya mereka menggunakan sosial media. Karena sosial media merupakan wadah mereka untuk mengakses perkembangan dari *idol-idol* mereka dan banyak juga diantara mereka yang menabung uang jajannya hanya untuk membeli *lightstick*, *photobooks*, *postcard* dan album *original* dari *idol-idol* mereka dengan hahrga yang cukup mahal. Biasanya komunitas Kpop tidak hanya melakukan kegiatan berkumpul biasa, terkadang mereka juga melakukan kegiatan *gathering* yang didalam terdapat acara perlombaan *dance cover* (menari), *sing cover* (menyanyi) dan *games* yang bertema tentang Kpop.

Sama dengan *idol* Korea lainnya, ARMY sebutan dari penggemar BTS alias Bangtan Sonyeondan (방탄소년단). ARMY merupakan singkatan dari *Adorable Representative M.C for Youth*. Dalam bahasa inggris ARMY diartikan sebagai tentara atau militer. Sedangkan BTS sendiri berarti para pria yang mengenakan rompi anti peluru. Rompi anti peluru sendiri sangat lekat dengan tentara yang artinya BTS harus selalu ada untuk melindungi ARMY dan ARMY akan selalu aman jika mengenakan rompi anti peluru tersebut.

(<https://www.tokopedia.com/blog/profil-bts-army/> diakses pada tanggal 17 juli 2021 pukul 14:00 WIB)

Saat ini nama BTS tidak henti-hentinya diperbincangkan oleh para penggemar mereka yang tak kenal usia dan tersebar diseluruh dunia. *Boygroup* yang berasal dari Korea Selatan ini selalu membuat takjub para penggemarnya dari BTS menjadi pembicara di sidang PBB, mencetak rekor dari segi penjualan album, penghargaan-penghargaan lainnya yang membuat nama Korea Selatan menjadi dikenal di seluruh dunia.

Komunitas ARMY Medan merupakan komunitas penggemar BTS yang berasal dari Medan. Komunitas ini dibentuk oleh Ella Monica atau biasa dipanggil Ica pada tanggal 15 januari 2016. Komunitas *fanclub* ini merupakan salah satu komunitas Kpop yang diisi oleh kalangan remaja sampai orang dewasa yang merupakan penggemar *boygroup* BTS berasal dari Medan.

Tujuan utama dibentuknya ARMY Medan ini sebagai wadah bagi penggemar BTS untuk berkumpul, berbagi informasi dan berita mengenai *boygroup* yang mereka gemari yaitu BTS. Selain menjadi wadah, ARMY Medan juga dijadikan tempat sebagai untuk bersilaturahmi dan menambah teman sesama ARMY. Tidak heran jika sesama anggota ARMY Medan sudah terlihat sebagai saudara. Karena lama-kelamaan ketika beretemu mereka tidak hanya bercengkrama tentang BTS saja, tetapi juga tentang kehidupan pribadi mereka. Sebelum pandemi covid19, ARMY Medan merupakan salah satu komunitas yang aktif mengadakan *event* contohnya seperti *event* perayaan ulangtahun dari member BTS, *event* perayaan *anniversary* dari BTS, tidak hanya perayaan *anniversary* saja ARMY Medan juga

sering mengadakan *gathering*, nonton bareng dan juga kegiatan donasi yang mereka lakukan.



SESI 2

Gambar 2.1 saat ARMY Medan mengadakan kegiatan nonton bareng BURN THE STAGE. (diambil dari instagram @armymedan, 18 November 2018)



Gambar 2.2. saat ARMY Medan menyerahkan donasi ke Yayasan Onkologi Anak Medan (YOAM) saat perayaan ulang tahun dari member BTS yaitu taehyung dan jin. diambil dari instagram @armymedan, 12 Maret 2018)



Gambar 2.3. Flyer BTS 5th Anniversary Gathering and Mini Exhibition (diambil dari instagram @armymedan 28 Juni 2018)

Kegiatan *ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” merupakan kegiatan terakhir yang di selenggarakan oleh Army Medan sebelum adanya Covid19. Kegiatan ini merupakan kegiatan tahunan yang diadakan oleh komunitas ARMY Medan untuk merayakan perayaan ulang tahun BTS yang ke 6 tahun. Nama *ARMY with LUV* diambil dari lagu BTS yang berjudul *BOY with Luv* merupakan lagu dari album “Map Of The Soul: Persona”.

Kegiatan ini sangat berkesan bagi para Army dan para panitia-panitia yang menyelenggarakan kegiatan ini. Selain untuk menghibur dan mempererat tali silaturahmi antar sesama Army yang ada di kota Medan, kegiatan ini sekaligus kegiatan sosial dengan mendonasikan sebagian dana dari tiket tersebut di sumbangkan Unicef Indonesia. Unicef Indonesia merupakan organisasi yang membantu keberlangsungan hidup, kesehatan anak-anak, perlindungan anak, gizi

dan kebijakan sosial dari anak-anak yang ada di Indonesia. Jadi setiap orang yang membeli tiket *ARMY with Luv "BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING"* sudah termasuk ikut menyumbang ke Unicef Indonesia.

Harga tiket kegiatan *ARMY with Luv "BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING"* adalah 100.000 rupiah / tiket itu sudah termasuk makan siang, *goodies, lucky draw*, donasi untuk Unicef Indonesia. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Minggu, 30 Juni 2019 pukul 10.00 WIB – Selesai di UNILAND Plaza lantai 8. Kegiatan ini diikuti oleh 402 peserta. Kegiatan ini dibuat sekaligus untuk berbagi kepada yang membutuhkan dan ingin menunjukkan kepada orang-orang awam bahwa orang-orang yang menyukai Kpop bukan berarti untuk senang-senang saja tetapi bisa memberikan hal yang baik bagi orang lain termasuk kepada orang-orang yang membutuhkan.

## H. Penelitian Terdahulu

Untuk mempermudah proses pengkajian tema yang terkait, peneliti akan mencantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu sebagai bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, untuk menghindari adanya kesamaan dengan penelitian ini. Maka dalam kajian pustaka ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

Tasbihatul Fikriya (2018) "Komunikasi Kelompok Komunitas Army Surabaya". Masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah bagaimana komunikasi kelompok komunitas Army Surabaya dan bagaimana pola komunikasi komunitas Army Surabaya. Hasilnya adalah komunikasi kelompok pada komunitas Army Surabaya terbagi menjadi dua perantara lewat komunikasi langsung dan tidak

langsung. Komunikasi langsung ini berupa komunikasi yang dilakukan saat pelaksanaan event. Sedangkan komunikasi tidak langsung dalam komunitas ini dilakukan melalui media maya, berupa *group chat* dan *official account* (OA). Serta pola komunikasi dalam komunitas Army Surabaya terbagi menjadi tiga pola, yaitu pola satu arah seperti komunikasi lewat pamflet dan MC di *event* Army Surabaya, pola komunikasi dua arah seperti saat anggota dan admin saling berbicara mengenai *event*, dan pola komunikasi multi arah seperti saat anggota komunitas saling mengungkapkan pendapatnya mengenai suatu topik. Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian penulis terdapat pada lokasi penelitian dan juga penelitian terdahulu ini dengan penulis mempunyai kesamaan yang sama yaitu sama-sama memakai komunitas ARMY sebagai objek penelitian.

Nur Afni Rachman (2013) “Komunikasi Kelompok Penggemar *Korean Pop* di Surabaya dan Malang”. Masalah yang diteliti dari penelitian ini adalah proses komunikasi internal kelompok penggemar Kpop di Surabaya dan Malang dan proses komunikasi antar kelompok penggemar Kpop di Surabaya dan Malang. Hasilnya adalah (1) Korean Pop baik di Surabaya dan Malang merupakan komunikasi kelompok besar atau *large group communication*, (2) jarang sekali terjadi komunikasi langsung atau tatap muka atau dapat dikatakan bahwa terjadi hubungan informal (3) Proses komunikasi internal kelompok berlangsung melalui ketua kelompok yang kemudian menyebarkan informasi-informasi kepada anggota kelompoknya melalui media komunikasi baik secara formal maupun informal, begitupula dengan proses komunikasi antar kelompok berlangsung dengan alur yang sama. Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian penulis yaitu terdapat pada objek penelitiannya, lokasi

penelitiannya dan teori penelitiannya. Walaupun sama-sama memakai nama Kpop tetapi penelitian terdahulu ini memakai objek penelitian penggemar Kpop yang ada di Surabaya dan Malang yang mana objek penelitian itu jangkauannya sangatlah luas.

Ayulia Hasanah Pratami (2018) “Pola Komunikasi Kelompok dalam Komunitas Perempuan”. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa WomanDiri merupakan komunitas perempuan berusia 24-28 tahun dengan latar keluarga menengah ke atas, latar pendidikan tinggi, serta memiliki sejumlah pekerjaan dan usaha yang digelutinya (*womenpreneurs*). Isu yang dibangun dalam WomanDiri adalah perempuan dalam berbagai pendekatan/perspektif dan disuarakan melalui kegiatan diskusi tatap muka dan media sosial, dengan tujuan agar WomanDiri menjadi wadah berkolaborasi dan pemberdayaan perempuan. WomanDiri mengalami sejumlah hambatan, yakni belum dibentuknya struktur pengurus dan keanggotaan serta kurangnya intensitas tatap muka, meskipun para anggota sangat setia dan merasa saling memiliki dalam tali persaudaraan (*sisterhood*). Penelitian terdahulu ini dengan penelitian penulis perbedaannya tidaklah jauh beda, terdapat pada objek komunitasnya yang beda menggunakan komunitas perempuan yang ada di kota Medan.

Felintya Fellicya (2015) “Pola Komunikasi Komunitas Penggemar Kpop (*Korean Pop*) Melalui Media Sosial (*Twitter*)”. Dari hasil penelitian yang didapat anggota komunikasi penggemar Kpop yang berinteraksi dalam *twitter* memiliki ciri khas mereka masing-masing didalam menuliskan sebuah *tweet*, ketika mereka berinteraksi biasanya akan didahulukan dengan perkenalan baru



melanjutkan interaksi atau sebaliknya, mereka memiliki simbol-simbol yang mereka buat dari hasil penggambungan huruf dan angka dalam *keyboard* untuk mengekspresikan perasaan mereka ke dalam sebuah *tweet*, mereka juga memiliki kata-kata slang yang mereka ambil dari bahasa Korea dan kemudian mereka pelajari dan mereka tuliskan ke dalam sebuah *tweet*. Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian penulis yaitu terdapat pada objek penelitiannya dan pembahasannya. Penelitian terdahulu ini menggunakan objek aplikasi media sosial yaitu Twitter untuk melihat bagaimana pola komunikasi penggemar Kpop yang terjadi di media sosial tersebut, bagaimana interaksinya dan bagaimana ciri khas mereka dalam berinteraksi di aplikasi Twitter. Sedangkan penelitian penulis sama-sama menggunakan pola komunikasi komunitas Kpop sebagai objek penelitiannya tetapi penulis mengambil yang lebih spesifiknya yaitu komunitas ARMY yang ada di Kota Medan

Farisa Amanda Harahap (2019) “Studi Deskriptif Kualitatif Konsep Diri Anggota Komunitas Kpop *Chijeuline* Medan”. Dari hasil penelitian ini yaitu (1) Konsep diri yang dimiliki oleh para informan dominan konsep diri positif. Konsep diri yang terbentuk pada keempat informan dominan positif daripada negatif, (2) Alasan keempat informan yang merupakan anggota komunitas Kpop *Chijeuline* untuk tetap bergabung dalam komunitas Kpop *Chijeuline* adalah rasa nyaman, kedekatan, rasa diterima, dan keinginan untuk terus menambah pengalaman-pengalaman baru. Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian penulis terdapat pada pembahasannya yang berbeda. Penelitian terdahulu ini mengambil pembahasan tentang konsep diri pada

anggota komunitas Kpop *Chijeuline* yang ada di kota Medan. Bagaimana konsep diri ini terbentuk pada informan yang positif dari pada negatif. Sedangkan penulis membahas tentang pola komunikasi dan proses komunikasi dalam kegiatan ARMY *with Luv* “BTS 6th Anniversary Gathering”

Dari kelima penelitian terdahulu yang telah dijelaskan di atas, terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh penulis, persamaannya yaitu empat dari lima penelitian terdahulunya sama-sama memakai objek komunitas Kpop sebagai bahan penelitiannya. Perbedaannya yaitu skripsi pertama, meneliti tentang Komunikasi Kelompok Komunitas Army Surabaya sedangkan peneliti meneliti komunikasi kelompok Army di Kota Medan. Skripsi ke dua, meneliti tentang Komunikasi Kelompok Penggemar *Korean Pop* di Surabaya dan Malang. Masalah yang diteliti dalam skripsi ke dua yaitu proses komunikasi internal kelompok penggemar Kpop di Surabaya dan Malang dan bagaimana proses komunikasi antar kelompok penggemar Kpop tersebut. Skripsi ke tiga, meneliti tentang Pola Komunikasi Kelompok dalam Komunitas Perempuan. Skripsi ke empat, meneliti tentang Pola Komunikasi Penggemar Kpop (*Korean Pop*) melalui Media Sosial (*Twitter*). Skripsi ke lima, meneliti tentang Studi Deskriptif Kualitatif Konsep Diri Anggota Komunitas Kpop *Chijeuline* Medan.

Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis yaitu mengenai “Pola Komunikasi Kelompok Pada Komunitas Army Di Kota Medan pada Komunitas Army di Kota Medan Dalam Kegiatan *Boy With Luv* “BTS 6th Anniversary Gathering”

## I. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan suatu bentuk keseluruhan dari proses penelitian dari awal hingga akhir. Kerangka pikir digunakan untuk mengukur variabel bagaimana pola komunikasi kelompok komunitas ARMY di Kota Medan dalam kegiatan ARMY *with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING”.

Berikut adalah bagan kerangka pikir penelitian :



Bagan 2.5. Kerangka Pemikiran

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Metode Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Taylor dan Bogdan dalam Moleong (2000: 3-4) mendefinisikan kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghadirkan data deskriptif beberapa kata-kata tertulis atau dari orang-orang atau pelaku yang diamati. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau *sampling* bahkan populasi atau *sampling*nya sangat terbatas. Riset ini bersifat subjektif dan hasilnya lebih kakuistik bukan untuk digeneralisasikan (Kriyantono, 2010: 56).

Penelitian kualitatif ini, digunakan untuk menentukan cara mencari, mengumpulkan, mengolah dan menganalisis data hasil penelitian. Penelitian kualitatif ini dapat digunakan untuk memahami interaksi sosial, misalnya dengan wawancara mendalam sehingga ditemukan pola-pola yang jelas dari tujuan penelitian ini, yaitu untuk mendeskripsikan dan memahami pola komunikasi kelompok komunitas ARMY di kota Medan dalam kegiatan *ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” pada hari minggu tanggal 30 juni 2019.

#### B. Sumber Data

Menurut Lofland dan Lofland sebagaimana dikutip oleh Moleong (2000: 112), bahwa sumber data utama penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan, selebihnya berupa data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Berkaitan dengan

hal itu pada bagian ini jelas datanya dibagi ke dalam kata-kata dan tindakan.

Adapun jenis-jenis data dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Data primer

Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber yang aslinya dan tidak melalui media perantara. Data premier yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dengan cara wawancara kepada pihak yang bersangkutan. Dan yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dari pengurus atau panitia dari kegiatan *ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” dan anggota komunitas *ARMY* Medan yang mengikuti *event* tersebut yang berkaitan dengan pola dan proses komunikasi kelompok komunitas *ARMY* dikota Medan dalam kegiatan *ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” pada hari minggu tanggal 30 Juni 2019 pukul 10.30 WIB – selesai di UNILAND PLAZA lantai 8 yang di ikuti oleh 402 orang dengan harga tiket 100ribu perorang sudah termasuk makan siang, minuman, *goodies*, *lucky draw* dan donasi untuk UNICEF Indonesia.

#### 2. Data Skunder

Data skunder yaitu sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung atau melalui media perantara untuk melengkapi informasi yang diperoleh dari data primer seperti: buku-buku, jurnal dan skripsi yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu mendeskripsikan dan memahami pola dan proses komunikasi kelompok komunitas *ARMY* dikota Medan dalam kegiatan *ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING”.

### C. Informan Penelitian

Informan Penelitian Informan penelitian yang dipilih dengan menggunakan teknik purposive, yaitu dengan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan.

Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga memudahkan peneliti menjelajahi objek/situasi sosial yang diteliti. (Sugiyono, 2012:54).

Pada penelitian ini informan dipilih secara sengaja dengan pertimbangan mampu memberikan data yang dibutuhkan peneliti. Penulis juga sangat memperhatikan kriteria apa saja yang digunakan untuk tercapainya tujuan dari penelitian ini. Berikut merupakan beberapa kriteria untuk dijadikan informan untuk mendeskripsikan dan memahami pola dan proses komunikasi kelompok komunitas ARMY di kota Medan dalam kegiatan kegiatan ARMY *with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING”, yaitu:

1. Tercatat sebagai anggota aktif komunitas ARMY di kota Medan sejak bergabung di *group line* ARMY Medan dari tahun 2019
2. Usia 18 – 30 tahun
3. Pernah mengikuti *event ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” pada tahun 2019
4. Bersedia untuk dijadikan informan dan bersedia diambil data dan diwawancarai

#### **D. Fokus Penelitian**

Pada penelitian ini peneliti berfokus kepada bagaimana pola komunikasi yang terjadi didalam komunitas tersebut dan bagaimana proses komunikasi yang terjadi dalam kegiatan ARMY *with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” pada hari Minggu tanggal 30 juni 2019.

## E. Lokasi Penelitian

Kota Medan adalah ibu kota provinsi Sumatra Utara, Indonesia. Kota ini merupakan kota terbesar ketiga di Indonesia setelah DKI Jakarta dan Surabaya, serta kota terbesar di luar pulau Jawa. Kota Medan merupakan pintu gerbang wilayah Indonesia bagian barat dengan keberadaan Pelabuhan Belawan dan Bandar Udara Internasional Kuala Namu yang merupakan bandara terbesar kedua di Indonesia. Akses dari pusat kota menuju pelabuhan dan bandara dilengkapi oleh jalan tol dan kereta api. Medan adalah kota pertama di Indonesia yang mengintegrasikan bandara dengan kereta api. Berbatasan dengan Selat Malaka, Medan menjadi kota perdagangan, industri, dan bisnis yang sangat penting di Indonesia. Pada tahun 2020, kota Medan memiliki penduduk sebanyak 2.524.321 jiwa, dan kepadatan penduduk 9.522,22 jiwa/km. Wikipedia. Diakses Diakses pada tanggal 15 November 2020 pada pukul 16.20 WIB

([https://id.wikipedia.org/wiki/Kota\\_Medan](https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Medan))

## F. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa wawancara (*interview*) adalah suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara

pewawancara (*interviewer*) dan sumber informasi atau orang yang di wawancarai (*interviewee*) melalui komunikasi langsung Yusuf (2014: 372)

Metode wawancara/*interview* merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara bertatap muka dan tanya jawab antara pewawancara dengan responden atau orang yang di wawancarai. Dalam wawancara tersebut biasa dilakukan secara individu maupun dalam bentuk kelompok sehingga mendapatkan data informatik yang orientik. Dalam penelitian ini, penulis akan mewawancarai pengurus atau panitia ARMY *with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” dan peserta yang hadir ke *event* tersebut melalui tatap muka secara langsung guna untuk mendapatkan data yang lebih mendalam untuk mendeskripsikan dan memahami pola dan proses komunikasi kelompok komunitas ARMY dikota Medan dalam kegiatan ARMY *with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING”

## 2. Dokumentasi

Selain melalui wawancara dan observasi, menurut Sugiyono (2015: 329) dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk menelusuri data historis dan untuk memperoleh informasi lewat fakta yang tersimpan dalam bentuk catatan, surat, arsip foto, arsip video, catatan kegiatan, dan sebagainya.

Dalam penelitian ini, nantinya peneliti akan mengambil dokumentasi berupa foto dan video saat wawancara dengan informan untuk mendeskripsikan dan memahami pola dan proses komunikasi kelompok komunitas ARMY dikota Medan dalam kegiatan ARMY *with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING”

## G. Teknik Analisis Data



Menurut Sugiyono (2017: 244) analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Model analisis data dalam penelitian ini mengikuti konsep yang diberikan Miles, Huberman dan Saldana. Miles, Huberman dan Saldana (2014:14) mengungkapkan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus pada setiap tahapan penelitian sehingga sampai tuntas. Komponen dalam analisis data, yaitu:

#### 1. Reduksi data (*data reduction*)

Reduksi data yaitu merangkum, memilah hal-hal pokok, dicari tema dan polanya. Tahapan reduksi data yang dilakukan oleh peneliti dilakukan dengan merangkum semua data yang telah diperoleh dilapangan dan memfokuskan pada hal-hal yang penting untuk dicari tema dan polanya melalui transformasi kata-kata dan kalimat yang panjang menjadi suatu kalimat yang ringkas dan penggolongan data dilakukan melalui pengelompokan data sejenis dan mencari polanya dengan ditulis atau diketik dalam bentuk uraian sesuai dengan mendeskripsikan dan memahami pola dan proses komunikasi kelompok komunitas ARMY di kota Medan dalam kegiatan ARMY *with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING”

#### 2. Penyajian Data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi yang disusun, sehingga memberikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Data diperoleh dari hasil

wawancara dan dokumentasi dianalisis kemudian disajikan dalam bentuk catatan wawancara, catatan lapangan dan catatan dokumentasi sehingga memudahkan untuk melihat kesimpulannya sudah tepat atau tidak. Dengan adanya penyajian data ini dapat membantu penulis untuk mendeskripsikan dan memahami pola dan proses komunikasi kelompok komunitas ARMY dikota Medan dalam kegiatan ARMY *with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING”

### 3. Penarikan Kesimpulan

Upaya penarikan kesimpulan sementara dari informasi yang didapat dari lapangan bersifat sementara dan akan berubah kalau tidak ditemukannya bukti-bukti yang dapat mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel dari deskripsi dan pemahaman akan pola dan proses komunikasi kelompok komunitas ARMY dikota Medan dalam kegiatan ARMY *with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING”

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hal dari penelitian dan pembahasan pada bab IV, maka penelitian mengenai Pola Komunikasi Kelompok Pada Komunitas Army Di Kota Medan dalam kegiatan *ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pola komunikasi yang dilakukan sesama paniti atau panitia dengan peserta yang hadir dengan menggunakan 3 katagori pola komunikasi, yaitu:

1. Pola Komunikasi Primer

Panitia-panitia dari ARMY Medan menggunakan pola komunikasi primer dengan lambang verbal dan non verbal. Panitia-panitia dari kegiatan *ARMY with Luv* “BTS 6th Anniversary Gathering” yang menjadi komunikator berbicara dengan bahasa yang digunakan sehari-hari sehingga pesan yang disampaikan ke komunikan dapat diterima dan juga mereka berbicara dengan bahasa yang korea contohnya seperti sapaan “*annyeong*”, cara memanggil teman-teman ARMY “*ARMY Deul*” atau kata-kata yang dipopulerkan oleh V BTS “*Borahae*” . Kalau non verbal, mereka menggunakan atribut-atribut seperti memakai pakaian, topi, *lighstick* BTS yang menunjukkan jati dirinya sehingga orang-orang dapat mengetahui kalau mereka bagian dari komunitas atau *fandom* ARMY. Tidak hanya peserta yang hadir saja, panitia-panitia di kegiatan *ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” juga banyak yang memakai atribut BTS

dan juga atribut kepanitiaan yang menandakan kalau mereka bagian dari kepanitiaan di kegiatan ini.

## 2. Pola Komunikasi Skunder

Panitia ARMY *with Luv* “BTS 6th Anniversary Gathering” memberikan informasi-informasi dengan lengkap terkait dengan kegiatan ini melalui sosial media sebagai media kedua. Informasi yang disebar mulai dari kapan kegiatannya diselenggarakan, harga tiketnya, keuntungan apa saja yang didapat, informasi pendaftarannya, dan tata cara pendaftarannya secara online yang membuat peserta tinggal mengikuti intruksi cara pendaftarannya melalui *form* yang ada di instagram @armymedan dan tiketnya akan ditukarkan saat hari pelaksanaan kegiatan ini. Tidak hanya itu panitia-panitia yang lain juga mempunyai *group line* khusus panitia agar panitia-panitia yang tidak bisa hadir saat diskusi secara tatap muka dapat mengetahui informasi apa saja mengenai kegiatan tersebut dan tidak ketinggalan informasi.

## 3. Pola Komunikasi Sirkular

Setiap panitia di kegiatan ini mempunyai kebebasan untuk berkomunikasi, memberikan pendapatnya atau masukannya. Interaksi-interaksi yang terjadi selama kepanitiaan memberikan umpan balik sehingga menimbulkan interaksi terbuka antar anggota. Para panitia saling memberikan informasi atau berdiskusi satu sama lain agar menghindari terjadinya *miss communication* antar sesama panitia demi keberhasilan kegiatan ini.

2. Proses komunikasi kelompok komunitas ARMY di kota Medan dalam kegiatan ARMY *with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” yaitu:

1. Komunikator (*Sender*)

Komunikator atau sender dalam data tersebut adalah semua panitia yang tergabung didalam kepanitiaan kegiatan ARMY *with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING”. Begitu juga dengan panitia kepada peserta yang hadir dikegiatan ini antara panitia dengan peserta yang akan hadir dikegiatan ini bisa menjadi komunikator ketika mereka melakukan proses komunikasi

2. Pesan

Pesan didalam proses komunikasi antar sesama panitia berupa informasi atau kendala-kendala yang terjadi mengenai proses kegiatan ARMY *with Luv* “BTS 6th Anniversary Gathering” ini. Kalau panitia kepada peserta yang hadir dikegiatan ini pesannya berupa ajakan untuk ikut kegiatan ini atau informasi mengenai kegiatan ini.

3. Media

Media yang digunakan oleh panitia adalah aplikasi media sosial yaitu *group line*. Tetapi kepada peserta yang hadir, mereka menggunakan aplikasi instagram sebagai alat informasi mengenai kegiatan ini dan Google Form sebagai formulir pengisian data sebelum membeli tiketnya.

4. Mengartikan kode atau isyarat.

Kode atau isyarat saat kegiatan ini dilaksanakan adalah pada saat MC “*Annyeong ARMY Deul*” yang artinya “Hallo teman-teman ARMY” dan para peserta ARMY Medan yang hadir balas dengan mengatakan

“*Annyeong*” yang artinya “Hai atau Hallo juga” dan juga kata yang menjadi ciri khas ARMY yaitu “*Borahae*”. Tidak hanya kode saja tetapi saat kegiatan ini dilaksanakan banyak ARMY yang membawa atribut-atribut *official* BTS yang menandakan kalau mereka bagian dari penggemar BTS

#### 5. Komunikasikan

Komunikasikan dikegiatan ini adalah seluruh panitia dan peserta yang hadir dikegiatan ARMY *with Luv* “BTS 6th Anniversary Gathering” ini yang saling berinteraksi satu sama lain.

#### 6. Respon

Respon yang diberikan oleh sesama panitia sangatlah baik. Setiap panitia mengerjakan *jobdesk* nya masing-masing sesuai dengan arahan yang diberikan oleh ketua panitia. Begitu juga dengan peserta ARMY Medan yang hadir dikegiatan ini responnya sangatlah luar biasa apalagi saat panitia kegiatan ARMY *WITH LUV* “BTS 6th Anniversary Gathering” menginformasikan kegiatan ini sekaligus kegiatan sosial antusias nya sangat luar biasa terbukti dengan 402 tiket yang *sold out*.

### B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan dan jawaban-jawaban dari narasumber, maka saran yang penulis berikan adalah sebagai berikut:

1. Disarankan kepada ARMY Medan untuk tetap menjadi komunitas yang kompak yang bisa menjadi tempat bagi teman-teman ARMY yang ada di kota Medan untuk saling berkenalan atau berteman satu sama lain

2. Semoga setelah pandemi covid19 berakhir komunitas ARMY Medan dapat menyelenggarakan kegiatan-kegiatan yang rutin digelar saat sebelum pandemi agar teman-teman ARMY bisa bersilaturahmi kembali



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Bimo Walgito. 2010. Pengantar Psikologi Umum. Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta
- Derry, Sharon J. dkk. 2005. *Interdisciplinary Collaboration: an Emerging Cognitive Science*. New Jersey: Lawrence Erlbaum
- Djamarah, Bahri Syaiful. 2004. *Pola Komunikasi Orang Tua & Anak Dalam keluarga*. Jakarta: PT. Reneka Cipta.
- Effendy, Onong Uchjana. 1993. *Dinamika komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Golberg, Alvin A & Larson, Carl E. 2006. *Komunikasi Kelompok*. Jakarta: Universitas Indonesia (UI- PRESS)
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Liliweri, Alo. 1997. *Komunikasi Antar-Pribadi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- LittleJohn, Stephen W. 1996. *Theories of Human Communication – Fifth Edition*. Terjemahan edisi Indonesia 1 (Chapter 1-9) dan edisi Indonesia 2 (Chapter 10-16). Jakarta: Salemba Humanika
- LittleJohn, Stephen W & Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi*, edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika
- Miles, M.B, Huberman, A.M, dan Saldana, J. 2014. *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook*, Edition 3. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press.
- Moleong, Lexy J. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosda Karya.
- Mulyana, Deddy. 2006. *Human Communication*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Mulyana, Dedy. 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Richard West, Lynn H. Turne. 2009. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Rismawaty, Desayu Eka Surya, dan Sangra Juliano P. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Rekayasa Sains.



- Robertson, Roland. 1992. *Globalization: Social Theory and Global Culture*. SAGE
- Sendjaja, S. Djuarsa. 1994. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka
- Sendjaja, Sasa Djuarsa. 2008. *Modul Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Sugiyono 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suranto, AW. 2010. *Komunikasi Sosial Budaya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- West, Richard dan Turner, Lynn H. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi (Buku 2) (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Widjaja, A.W. 2000. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Wiryanto. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Gramedia Wiasarana Indonesia.
- Yusuf, A Muri. 2014. *Kualitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana
- Jurnal
- Anwar, Rosalyn Citra. 2018. *Mahasiswa dan K-Pop (Studi Interaksi Simbolik K-Popers di Makassar)*. Jurnal Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jatim No 1 Vol. 1. Surabaya.
- Ri'aeni, ida. Suci, Musiam. Pertiwi, Mega. dan Sugiarti, Tias. 2019. Pengaruh Budaya Korea (K-Pop) Terhadap Remaja Di Kota Cirebon. *Jurnal Communications* 1(1), hal 6-7
- P. Tommy Y. S. Suyasa, Julia A. Coawanta. 2004. Sikap Terhadap Budaya Organisasi dan Komitmen Organisasi. *Jurnal Psikologi* 2(1), hal 3
- Suminar, Dwi Rini Intern. Sumadi, Dilla. La, Iba. 2019. Kepercayaan Masyarakat Kota Kendari Terhadap Informasi Pemilihan Presiden 2019 di Grup *Facebook Sultra Watch*. *Jurnal Online Jurnalistik* 1(1), hal 4-5
- Wahyudi, Akmaliah Muhammad. 2013. Memahami Fenomena Hallyu. *Jurnal Masyarakat dan Budaya*. 1(14), hal 201

#### Skripsi

Fellicya, Felintya. 2015. *Pola Komunikasi Komunitas Penggemar Kpop (Korean pop) Melalui Media Sosial (Twitter)*. Skripsi. Universitas Multimedia Nusantara.

Fikriya, Tasbihatul. 2018. *Komunikasi Kelompok Komunitas Army Surabaya*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Harahap, Farisa Amanda. 2018. *Studi Deskriptif Kualitatif Konsep Diri Anggota Komunitas K-Pop Chijeuline Medan*. Skripsi. Universitas Sumatera Utara.

Pratami, Ayulia Hasanah. 2018. *Pola Komunikasi Kelompok dalam Komunitas Perempuan*. Skripsi. Universitas Sumatera Utara.

Rachman, Nur Afni. 2013. *Komunikasi Kelompok Penggemar Korean pop di Surabaya dan Malang*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

#### Internet

DetikHot. Diakses pada tanggal 20 maret 2022 pukul 10:30 WIB

(<https://hot.detik.com/kpop/d-2479661/fans-kpop-di-indonesia-kumpulkan-rp-15-juta-untuk-korban-banjir-jakarta>)

IDN TIMES. Diakses pada tanggal 9 Desember 2018 pukul 08:10 WIB

(<https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/10-foto-serunya-kpop-cafe-event-perayaan-ultah-kang-daniel-di-surabaya/1>)

InsertLive. Diakses pada tanggal 17 Maret 2022 pukul 22.00 WIB

(<https://www.insertlive.com/korea/20190221163617-191-4623/tak-hanya-terkenal-bts-ternyata-juga-berjiwa-sosial>)

Instagram. Diakses pada tanggal 2 Agustus 2021 pukul 12:09 WIB

(<https://www.instagram.com/armymedan/>,

[https://www.instagram.com/nctzen\\_medan/](https://www.instagram.com/nctzen_medan/),

[https://www.instagram.com/exol\\_medan/](https://www.instagram.com/exol_medan/),

<https://www.instagram.com/buddymedan/>)

(<https://www.instagram.com/bts.bighitofficial/>).

Kedutaan Besar Republik Korea untuk Republik Indonesia. Diakses pada tanggal 24 Februari 2020 pukul 14.13 WIB.

([http://overseas.mofa.go.kr/id-id/wpge/m\\_2741/contents.do](http://overseas.mofa.go.kr/id-id/wpge/m_2741/contents.do))

POPBELA.com. Diakses pada tanggal 20 maret 2022 pukul 20:52 WIB

([popbela.com/career/inspiration/ajenk-rama/bts-jadi-utusan-khusus-presiden-disidang-umum-pbb-tahun-ini-1/full](http://popbela.com/career/inspiration/ajenk-rama/bts-jadi-utusan-khusus-presiden-disidang-umum-pbb-tahun-ini-1/full))

POPBELA.com. Diakses pada tanggal 18 Agustus 2022 pukul 20:52 WIB

(<https://www.popbela.com/career/inspiration/firly-fenti/ikuti-bts-army-berhasil-galang-1-juta-dolar-untuk-blacklivesmatter/full>)

Suara.com. Diakses pada tanggal pada tanggal 18 agustus 2022 pukul 21:33 WIB

(<https://www.suara.com/health/2021/08/04/094937/dirjen-who-puji-bts-army-indonesia-yang-gelar-vaksinasi-covid-19-gratis-buat-10-ribu-orang>)

Tokopedia. Diakses pada tanggal 17 juli 2021 pukul 14:00 WIB  
(<https://www.tokopedia.com/blog/profil-bts-army/>)

Twitter @SMTownUnionINA. Diakses pada tanggal 20 Maret 2022, pukul 14:00 WIB

([https://twitter.com/SMTownUnionINA/status/1249623809990123520?ref\\_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1249623809990123520%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1\\_%26ref\\_url=https%3A%2F%2Fwww.hipwee.com%2Ffeature%2Ffans-kpop-kompak%2F](https://twitter.com/SMTownUnionINA/status/1249623809990123520?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1249623809990123520%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_%26ref_url=https%3A%2F%2Fwww.hipwee.com%2Ffeature%2Ffans-kpop-kompak%2F))

Wikipedia. Diakses Diakes pada tanggal 15 November 2020 pada pukul 16.20 WIB

([https://id.wikipedia.org/wiki/Kota\\_Medan](https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Medan))

WowKeren.com. Diakses pada tanggal 20 maret 2022 pukul 16.00 WIB

(<https://www.wowkeren.com/berita/tampil/00225511.html>)

# DAFTAR LAMPIRAN



## Lampiran I – Draf Wawancara

### DRAF WAWANCARA

#### I. Identitas Informan

- A. Nama :
- B. Usia :
- C. Jenis Kelamin :
- D. Alamat :
- E. Pendidikan :
- F. Pekerjaan :
- G. Tahun Mengenal Kpop :
- H. Tahun menjadi ARMY :
- I. Tanggal Wawancara :

#### II. Pertanyaan

##### A. KPOP

1. Bagaimana awal pertama kali anda mengenal Kpop?
2. Apa yang membuat anda tertarik dengan Kpop?
3. Bagaimana awal anda mengenal lalu menyukai BTS?

##### B. ANGGOTA KOMUNITAS ARMY MEDAN & PESERTA YANG HADIR DI KEGIATAN *ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING”

1. Apa saja yang anda ketahui tentang ARMY Medan?
2. Apa alasan anda bergabung dengan ARMY Medan ?
3. Bagaimana proses anda masuk dalam keanggotaan ARMY Medan?

4. Bagaimana hubungan komunikasi antar sesama anggota komunitas ARMY Medan?
5. Apakah anda mengikuti kegiatan *ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” ?
6. Bagaimana anda mengetahui kegiatan *ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” ? apakah dari sosial media atau dari teman sesama ARMY?
7. Kalau anda mengetahui kegiatan ini melalui sosial media, apakah informasi yang diberikan panitia kegiatan *ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” sudah jelas dan dapat dipahami?
8. Apa yang membuat anda tertarik mengikuti *event ARMY with LUV* BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” ?
9. Menurut anda apakah *event* nya menyenangkan?
10. Bagaimana tanggapan anda mengenai harga tiket *event ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” ?
11. Menurut anda apakah kegiatan ini berjalan sesuai dengan apa yang anda harapkan?
12. Apa harapan anda dalam *event ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” ?

### **C. ADMIN ARMY MEDAN DAN PANITIA DARI KEGIATAN *ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING”**

1. Apa alasan anda untuk membentuk ARMY Medan ? (Khusus *Founder*)

2. Apa alasan anda untuk menjadi *admin* ARMY Medan ? (Khusus Admin)
3. Mengapa ARMY Medan terfikir untuk mengadakan *event ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” ini?
4. Kapan kegiatan ini diselenggarakan?
5. Dimana kegiatan ini diselenggarakan?
6. Apa respon masyarakat umum khususnya penggemar BTS saat ARMY Medan menyelenggarakan *event ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” ini?
7. Mengapa anda berfikir untuk membuat project donasi ke UNICEF Indonesia dari hasil penjualan tiket tersebut, berapa harga tiketnya dan apa saja keuntungannya?
8. Seperti apa pola komunikasi yang dilakukan ARMY Medan dalam proses penyelenggaraan *event* besar ini?
9. Bagaimana proses komunikasi dilakukan sesama panitia kegiatan *ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” dalam mensukseskan kegiatan besar ini?
10. Bagaimana proses komunikasi dilakukan panitia dengan peserta yang hadir di kegiatan *ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” ?
11. Bagaimana kalian memberikan informasi dengan sesama panitia dan dengan peserta yang hadir di kegiatan *ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” ?
12. Bagaimana cara mencari panitia untuk *event* ini?

13. Bagaimana cara nya mencari peserta ?
14. Apa saja hambatan atau kesulitan yang sering terjadi saat proses sebelum penyelenggaraan *event* ini?
15. Apa saja hambatan atau kesulitan yang sering terjadi saat *event* ini berlangsung?
16. Seperti apa solusi yang dilakukan ketika anda mengalami hambatan atau kesulitan saat proses sebelum *event* berlangsung dan saat berlangsung?
17. Apa harapan anda setelah mengadakan *event ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” ?





## Lampiran II Hasil Wawancara

### DRAF WAWANCARA

#### I. Identitas Informan

- A. Nama : Christine
- B. Usia : 22 Tahun
- C. Jenis Kelamin : Perempuan
- D. Alamat : Jln. Angsa No. 14
- E. Pendidikan : Kuliah
- F. Pekerjaan : Freelance
- G. Tahun Mengenal Kpop: 2012
- H. Tahun menjadi ARMY: 2014
- I. Tanggal Wawancara : 29 Januari 2022
- J. Status : Sebagai Peserta yang hadir di kegiatan *ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING”

#### Pertanyaan

##### A. KPOP

1. Bagaimana awal pertama kali anda mengenal Kpop?

**“Awalnya mengenal K-pop dikarenakan abang saya juga suka K-pop. Dikomputernya terdapat lagu-lagu dan juga MV dari boyband BIGBANG.”**

2. Apa yang membuat anda tertarik dengan Kpop?

**“Musiknya yang paling utama. Style mereka juga.”**

3. Bagaimana awal anda mengenal lalu menyukai BTS?

**“Pada saat itu juga BTS beberapa kali menyebut Bigbang di *chennel YouTube Bighit* (agensi dari BTS) sebagai idol yang mereka sukai. Akhirnya saya penasaran lah dan mencari tau mengenai BTS dan**

saat itu saya juga dikenalin dengan teman yang sudah duluan menjadi seorang Army. Salah satu member yang saya sukain adalah Jimin”

## **B. ANGGOTA KOMUNITAS ARMY MEDAN & PESERTA YANG HADIR DI KEGIATAN *ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING**

1. Apa saja yang anda ketahui tentang ARMY Medan?

**“ARMY Medan dapat dikatakan sebagai sebuah wadah untuk semua ARMY yang ada dikota Medan ini. Komunitas dari fandom ARMY yang menyelenggarakan berbagai kegiatan untuk kesenangan ARMY dan beberapa kali kegiatan sosial.”**

2. Apa alasan anda bergabung dengan ARMY Medan ?

**“Untuk memperbanyak teman ARMY, untuk bersenang-senang bersama juga, dan menemukan orang dengan kesenangan yang sama.”**

3. Bagaimana proses anda masuk dalam keanggotaan ARMY Medan?

**“Awalnya fangirling sendirian, hingga suatu hari tidak sengaja berkenalan dengan salah satu anggota ARMY Medan juga kemudian dia menawarkan untuk meet up bersama yang lain.”**

4. Bagaimana hubungan komunikasi antar sesama anggota komunitas ARMY Medan?

**“komunikasinya bagus, walaupun kami baru kenal tetapi karena berada di ruang lingkup yang sama jadi pembahasannya pun tetap sama”**

5. Apakah anda mengikuti kegiatan *ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” ?

**“Tentu saja.”**

6. Bagaimana anda mengetahui kegiatan *ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” ? apakah dari sosial media atau dari teman sesama ARMY?

**“Saya tau kegiatan ini melalui sosial media setelah itu dikabari oleh teman-teman saya yang sesama ARMY”**

7. Kalau anda mengetahui kegiatan ini melalui sosial media, apakah informasi yang diberikan panitia kegiatan *ARMY with LUV* “*BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING*” sudah jelas dan dapat dipahami?

**“Informasi yang di berikan panitia di sosial media instagram @armymedan sangatlah terinci. Mulai dari kapan kegiatan itu dilaksanakan, kapan pendaftarannya dibuka, bagaimana cara mengikuti kegiatan ini, bagaimana cara mendaftarnya, semua dijelaskan di *instastory* instagram @armymedan”**

8. Apa yang membuat anda tertarik mengikuti *event ARMY with LUV* “*BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING*”?

**“Setiap event ARMY Medan selalu menarik. Selain memang sangat ramai peminatnya.. kegiatan didalamnya juga selalu dirindukan. Seperti Fanchant bersama, teriak bersama, nyanyi, menari, lompat, bahkan nangis bersama. Banyak giveaway juga beberapa hadiahnya official merchandise haha!. Harga tiketnya juga sudah termasuk donasi ke unicef”**

9. Menurut anda apakah *event* nya menyenangkan?

**“TENTU!”**

10. Bagaimana tanggapan anda mengenai harga tiket *event ARMY with LUV*

**“*BTS 6TH ANNIVERSARY GATHERING*” ?**

**“Bagus dong dengan mengeluarkan uang 100 ribu rupiah kita bisa menikmati *event* nya, dapat makan siang juga, dapat *lucky draw*, diselenggarakan ditempat yang besar juga dan yang paling penting sebagian uangnya di sumbangkan ke Unicef Indonesia jadi *eventnya* ga hanya buat senang senang tapi bisa bermanfaat buat orang lain juga dan bisa membuat nama Kpop terkhususnya nama Army tidak dipandang sebelah mata sama orang lain.”**

11. Menurut anda apakah kegiatan ini berjalan sesuai dengan apa yang anda harapkan?

**“Iyaaaa sangat sesuai dengan apa yang saya harapkan bisa bertemu dan berkenalan dengan teman-teman sesama ARMY.”**

12. Apa harapan anda dalam *event* BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING ?

**“Agar dalam mengumpulkan lebih banyak lagi ARMY di Medan ini. Kegiatannya lebih seru lagi!”**

### **C. ADMIN ARMY MEDAN DAN PANITIA DARI KEGIATAN ARMY with LUV “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING”**

1. Apa alasan anda untuk membentuk ARMY Medan ?

*(Khusus Founder)*

2. Apa alasan anda untuk menjadi *admin* ARMY Medan ? *(khusus admin)*

3. Mengapa ARMY Medan terfikir untuk mengadakan *event* BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING ini?

4. Kapan kegiatan ini diselenggarakan?

5. Dimana kegiatan ini diselenggarakan?

6. Apa respon masyarakat umum khusus nya penggemar BTS saat ARMY Medan menyelenggarakan *event* BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING ini?

7. Mengapa anda berfikir untuk membuat project donasi ke UNICEF Indonesia dari hasil penjualan tiket tersebut, berapa harga tiketnya dan apa saja keuntungannya?

8. Seperti apa pola komunikasi yang dilakukan ARMY Medan dalam proses penyelenggaraan *event* besar ini?

9. Bagaimana proses komunikasi dilakukan sesama panitia kegiatan *ARMY with LUV “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING”* dalam mensukseskan kegiatan besar ini?
10. Bagaimana proses komunikasi dilakukan panitia dengan peserta yang hadir di kegiatan *ARMY with LUV “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING”* ?
11. Bagaimana kalian memberikan informasi dengan sesama panitia dan dengan peserta yang hadir di kegiatan *ARMY with LUV “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING”* ?
12. Bagaimana cara mencari panitia untuk *event* ini?
13. Bagaimana cara nya mencari peserta ?
14. Apa saja hambatan atau kesulitan yang sering terjadi saat proses sebelum penyelenggaraan *event* ini?
15. Apa saja hambatan atau kesulitan yang sering terjadi saat *event* ini berlangsung?
16. Seperti apa solusi yang dilakukan ketika anda mengalami hambatan atau kesulitan saat proses sebelum *event* berlangsung dan saat berlangsung?
17. Apa harapan anda setelah mengadakan *event ARMY with LUV “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING”* ?

## DRAF WAWANCARA

## II. Identitas Informan

- A. Nama : Karoline Adelia
- B. Usia : 20 tahun
- C. Jenis Kelamin : Perempuan
- D. Alamat : -
- E. Pendidikan : S1 Ekonomi
- F. Pekerjaan : Travel Consultan
- G. Tahun Mengenal Kpop: 2009
- H. Tahun menjadi ARMY: 2013
- I. Tanggal Wawancara : 29 Januari 2022
- J. Status : Sebagai Peserta yang hadir di kegiatan *ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING”

## Pertanyaan

### A. KPOP

1. Bagaimana awal pertama kali anda mengenal Kpop?

**“Pertama kali mengenal Kpop itu gara-gara kaka saya yang memperlihatkan video-video MV Kpop dari salah satu *girl group* Korea Selatan yaitu SNSD”**

2. Apa yang membuat anda tertarik dengan Kpop?

**“Ga munafik sih awalnya saya suka Kpop karena *visual(center didalam sebuah group)* nya cantik-cantik banget dari MV yang mereka tampilkan, tarian-tarian mereka yang bagus, tidak hanya itu saja tetapi lagu-lagu dari SNSD berjudul *Gee* yang menaikkan *mood* saya dan lagu *Into New The World* yang membuat saya bersemangat sama seperti judulnya. SNSD adalah alasan aku kenapa aku bisa sesuka itu sama Kpop selain karena *visual* nya yang cantik-cantik banget, lagu-lagu mereka yang bagus, mereka**

**juga sangat berbakat. Tidak hanya SNSD saja tetapi banyak kok *boy group* dan *girl group* yang sangat berbakat-berbakat.”**

3. Bagaimana awal anda mengenal lalu menyukai BTS?

**“Awal pertama kali aku mengenal BTS sampai menyukai nya itu. Aku ga sengaja melihat MV BTS di *YouTube* yang berjudul *no more dream* dan mendengarkan beberapa lagu BTS yang lain. lain dan ternyata lagu-lagu nya enak-enak semua. Apalagi lagu-lagu yang mereka buat itu beberapa nya ciptaan sendiri. Salah satu member yang aku sukain yaitu Jhope (Jung Ho Seok).”**

## **B. ANGGOTA KOMUNITAS ARMY MEDAN & PESERTA YANG HADIR DI KEGIATAN *BOY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING**

1. Apa saja yang anda ketahui tentang ARMY Medan?

**“Menurut saya Army Medan merupakan sebuah platform untuk mengenal teman-teman baru untuk berdiskusi tentang kesukaan atau idola yang disenangin yaitu BTS, membahas drama korea, membahas tentang hal-hal yang sedang *viral* dikalangan Kpopers, membahas kegiatan yang keseharian, sampai membahas impian atau cita-cita mereka yang sangat ingin pergi liburan ke Korea Selatan.”**

2. Apa alasan anda bergabung dengan ARMY Medan ?

**“Karena disini saya menemukan teman-teman yang menyukai hal yang sama seperti saya yaitu BTS”**

3. Bagaimana proses anda masuk dalam keanggotaan ARMY Medan?

**“Melalui *group* dari aplikasi Line”**

4. Bagaimana hubungan komunikasi antar sesama anggota komunitas ARMY Medan?

**“Awal-awal kenal sama mereka saya tuh canggung banget karena baru pertama kali gabung di komunitas-komunitas kaya gini tetapi**

**lama-lama sudah ga canggung lagi karena saya sering mengikuti kegiatan-kegiatan yang dibuat oleh ARMY Medan dan mereka juga sangat aktif di *group line*. Dari yang ga kenal akhirnya jadi dekat, dari bahas tentang BTS sampai bahas tentang hal-hal viral hahaha”**

5. Apakah anda mengikuti kegiatan BTS 6th *ANNIVERSARY GATHERING* ?

**“Iya”**

6. Bagaimana anda mengetahui kegiatan *ARMY with LUV “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING”* ? apakah dari sosial media atau dari teman sesama ARMY?

**“Saya tau kegiatan ini dari *group line* ARMY Medan**

7. Kalau anda mengetahui kegiatan ini melalui sosial media, apakah informasi yang diberikan panitia kegiatan *ARMY with LUV “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING”* sudah jelas dan dapat dipahami?

**“Saya taunya dari *group line* ARMY Medan. Di *group* itu dijelaskan jika ingin ikut kegiatan ini liat informasi nya di *instagram* ARMY Medan.**

8. Apa yang membuat anda tertarik mengikuti *event* BTS 6th *ANNIVERSARY GATHERING*?

**“Yang membuat saya tertarik mengikuti *event-event* Army Medan karena setiap kegiatan yang diadakan oleh ARMY Medan selalu ramai sekali yang ikut dan sangat seru. Kita semua berkumpul disini sama-sama menyukai hal yang sama membuat kami tidak ragu-ragu untuk berkenalan satu sama lain. Yang awalnya tidak saling kenal akhirnya kami bisa menjadi teman dekat. Apalagi saat *event* *BTS 6th Anniversary Gathering* yang ikut ramai banget. Banyak *giveaway* nya dan juga harga tiketnya**



**sebagian didonasikan ke Unicef Indonesia. Walaupun saat itu saya sedang sibuk saya sempat-sempatkan untuk hadir hahaha”**

9. Menurut anda apakah *event* nya menyenangkan?

**“Sangat menyenangkan sekali”**

10. Bagaimana tanggapan anda mengenai harga tiket *event ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” ?

**“Menurut saya bagus sih, karena uang yang kita keluarkan bukan hanya untuk diri sendiri tapi menguntungkan untuk orang lain lagi juga lewat donasi. Walaupun harga tiketnya 100 ribu itu sudah termasuk ke dalam makan siang, *lucky draw* dan donasi ke *Unicef* Indonesia. Terbukti dari peserta-peserta lain yang hadir sangatlah banyak ada sekitar ratusan orang yang hadir.”**

11. Menurut anda apakah kegiatan ini berjalan sesuai dengan apa yang anda harapkan?

**“kegiatan ini sangatlah memenuhi ekspektasi saya. Apalagi kegiatan ini sudah termasuk ke kegiatan sosial yang bisa membuat nama ARMY tidak dipandang sebelah mata oleh orang awam yang tidak menyukai KPop**

12. Apa harapan anda dalam *event ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” ?

**“Harapan saya dengan adanya kegiatan ini semoga setelah pandemi selesai ARMY Medan dapat melakukan atau melanjutkan lagi kegiatan-kegiatan atau *gathering-gathering* selanjutnya, karena *event* ini sangatlah membantu untuk mengenal teman-teman baru, relasi baru dari berbagai kalangan”**

### **C. ADMIN ARMY MEDAN DAN PANITIA DARI KEGIATAN ARMY with LUV “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING”**

1. Apa alasan anda untuk membentuk ARMY Medan ? (Khusus *Founder*)
2. Apa alasan anda untuk menjadi *admin* ARMY Medan ? (Khusus *Admin*)
3. Mengapa anda berfikir untuk mengadakan *event* BTS 6th *ANNIVERSARY GATHERING* ini?
4. Kapan kegiatan ini diselenggarakan?
5. Dimana kegiatan ini diselenggarakan?
6. Apa respon masyarakat umum khususnya penggemar BTS saat ARMY Medan menyelenggarakan *event* BTS 6th *ANNIVERSARY GATHERING* ini?
7. Mengapa anda berfikir untuk membuat project donasi ke UNICEF Indonesia dari hasil penjualan tiket tersebut, berapa harga tiketnya dan apa saja keuntungannya?
8. Seperti apa pola komunikasi yang dilakukan ARMY Medan dalam proses penyelenggaraan *event* besar ini?
9. Bagaimana proses komunikasi dilakukan sesama panitia kegiatan *ARMY with LUV "BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING"* dalam mensukseskan kegiatan besar ini?
10. Bagaimana proses komunikasi dilakukan panitia dengan peserta yang hadir di kegiatan *ARMY with LUV "BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING"* ?

11. Bagaimana kalian memberikan informasi dengan sesama panitia dan dengan peserta yang hadir di kegiatan *ARMY with LUV* “BTS 6th *ANNIVERSARY GATHERING*” ?
12. Bagaimana cara mencari panitia untuk *event* ini?
13. Bagaimana cara nya mencari peserta ?
14. Apa saja hambatan atau kesulitan yang sering terjadi saat proses sebelum penyelenggaraan *event* ini?
15. Apa saja hambatan atau kesulitan yang sering terjadi saat *event* ini berlangsung?
16. Seperti apa solusi yang dilakukan ketika anda mengalami hambatan atau kesulitan saat proses sebelum *event* berlangsung dan saat berlangsung?
17. Apa harapan anda setelah mengadakan *event ARMY with LUV* “BTS 6th *ANNIVERSARY GATHERING*” ?

## DRAF WAWANCARA

### III. Identitas Informan

- A. Nama : Stephanie
- B. Usia : 26
- C. Jenis Kelamin : Perempuan
- D. Alamat : -
- E. Pendidikan : S-1 Akuntansi
- F. Pekerjaan : Pegawai swasta
- G. Tahun Mengenal Kpop : 2007
- H. Tahun menjadi ARMY : 2015
- I. Tanggal Wawancara : 29 Januari 2022
- J. Status : Sebagai admin dari ARMY Medan dan Panitia dari kegiatan *ARMY with LUV "BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING"*

### Pertanyaan

#### A. KPOP

1. Bagaimana awal pertama kali anda mengenal Kpop?

**“Berawal dari lagu kpop yang diputar oleh salah seorang teman yang berjudul sorry sorry sorry dari salah satu *boy group* Korea Selatan yaitu Super Junior karena lagunya asyik jadi akhirnya jadi mencari tahu lebih dalam lagi.”**

2. Apa yang membuat anda tertarik dengan Kpop?

**“Kpop itu 1 paket komplit di *packing* semenarik mungkin, dari lagu, *dance, performance, MV, variety show*, makanan-makanannya, bahkan dari situ juga saya banyak mendapatkan wawasan akan budaya di Korea Selatan”**

3. Bagaimana awal anda mengenal lalu menyukai BTS?

“Awalnya saya iseng-iseng buka *YouTube* mau nonton video yang seru buat ditonton. Kebetulan muncul MV BTS yang berjudul *i need u* di *section recommendation* video, aku coba nonton eh pada nada pertama “*fall*” langsung kepincut dalam hati “eh lagunya bagus juga” bermula dari situ aku jadi suka lagu-lagu mereka dan mencari tau lebih dalam lagi tentang BTS. Kalau bias (member yang disukai) awal-awal aku suka nya Jungkook terus berangsur-angsur aku jadi suka semua member BTS.”

**B. ANGGOTA KOMUNITAS ARMY MEDAN & PESERTA YANG HADIR DI KEGIATAN *ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING**

1. Apa saja yang anda ketahui tentang ARMY Medan?
2. Apa alasan anda bergabung dengan ARMY Medan ?
3. Bagaimana proses anda masuk dalam keanggotaan ARMY Medan?
4. Bagaimana hubungan komunikasi antar sesama anggota komunitas ARMY Medan?
5. Apakah anda mengikuti kegiatan BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING ?
6. Bagaimana anda mengetahui kegiatan *ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” ? apakah dari sosial media atau dari teman sesama ARMY?
7. Kalau anda mengetahui kegiatan ini melalui sosial media, apakah informasi yang diberikan panitia kegiatan *ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” sudah jelas dan dapat dipahami?

8. Apa yang membuat anda tertarik mengikuti *event ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” ?
9. Menurut anda apakah *event* nya menyenangkan?
10. Bagaimana tanggapan anda mengenai harga tiket *event ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” ?
11. Menurut anda apakah kegiatan ini berjalan sesuai dengan apa yang anda harapkan?
12. Apa harapan anda dalam *event ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” ?

### C. ADMIN ARMY MEDAN DAN PANITIA DARI KEGIATAN *ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING”

1. Apa alasan anda untuk membentuk ARMY Medan ?  
(Khusus *Founder*)
2. Apa alasan anda untuk menjadi *admin* ARMY Medan ? (Khusus Admin)  
**“Awalnya karena hanya ingin membantu teman , kebetulan teman saya selaku founder lumayan kewalahan karena harus balas reply teman” army yang begitu banyak”**
3. Mengapa anda berfikir untuk mengadakan *event ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” ini?  
**“Yang pertama sudah pasti karena ini merayakan anniversary BTS, kemudian juga karena ingin menyenangkan para ARMY yang ada di Medan. Kami berharap bisa mengumpulkan teman” untuk bisa saling bersilahturami dan merayakan anniversary BTS bersama”**
4. Kapan kegiatan ini diselenggarakan?

**“Kegiatan ini diselenggarakan pada hari Minggu, tanggal 30 Juni 2019 pukul 10.00 WIB – Selesai”**

5. Dimana kegiatan ini diselenggarakan?

**“Kegiatan ini diselenggarakan di UNILAND Plaza lantai 8”**

6. Apa respon masyarakat umum khusus nya penggemar BTS saat ARMY Medan menyelenggarakan *event ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” ini?

**“Respon nya sangatlah bagus, teman-teman ARMY Medan sangat excited saat tau ada kegiatan ini apalagi kegiatan ini sekaligus kegiatan sosial”**

7. Mengapa anda berfikir untuk membuat project donasi ke UNICEF Indonesia dari hasil penjualan tiket tersebut, berapa harga tiketnya dan apa saja keuntungannya?

**“Karena kami ingin berbagi kepada sesama yang membutuhkan, selain untuk juga ingin menunjukkan terutama kepada orang bahwa penyuka Kpop bukan hanya bisa happy” saja namun kita juga bisa memberikan hal yang baik. Dengan harga tiket 100ribu sudah mendapatkan hadiah, makan siang, minuman, *lucky draw*, dan sudah termasuk ke donasi yang akan di sumbangkan ke Unicef Indonesia”**

8. Seperti apa pola komunikasi yang dilakukan ARMY Medan dalam proses penyelenggaraan *event* besar ini?

**“Pola komunikasi yang terjadi saat proses penyelenggaraan *event* besar ini yaitu setiap anggota panitia mempunyai *job desk* nya masing-masing. Setiap *job desk* nya mempunyai kepala koordinator. Jadi setiap ada kendala-kendala anggota wajib memberitahukan kepada kepala koordinator, lalu kepala koordinator memberitahukan kepada ketua panitia agar dicari jalan keluar nya”**

9. Bagaimana proses komunikasi dilakukan sesama panitia kegiatan *ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” dalam mensukseskan kegiatan besar ini?

**“Proses komunikasi kami sesama panitia dengan cara berdiskusi secara tatap muka dan melalui *group* line karena beberapa kali kami mengadakan diskusi ada saja beberapa panitia yang tidak hadir karena terkendala dengan waktu jadi nya kami sering mengadakan diskusi melalui kedua nya *group* line atau pun secara tatap muka.”**

10. Bagaimana proses komunikasi dilakukan panitia dengan peserta yang hadir di kegiatan *ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” ?

**“Proses komunikasi kami dengan peserta yang hadir kebanyakan melalui sosial media. Tetapi sebelumnya kami sudah membuat pengumuman mengenai kegiatan ini, memberikan informasi mengenai kapan dan dimana acara ini diselenggarakan, cara pendaftarannya, dan informasi-informasi lainnya mengenai kegiatan ini secara terinci agar dapat dipahami oleh peserta yang ingin mengikuti kegiatan ini.”**

11. Bagaimana kalian memberikan informasi dengan sesama panitia dan dengan peserta yang hadir di kegiatan *ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” ?

**“Kami selalu memberikan informasi apa saja mengenai kegiatan ini melalui sosial media. Tetapi berbeda pada saat hari kegiatan, panitia-panitia memberikan informasi melalui kertas informasi yang di tempelkan di beberapa titik yang ada di gedung UNILAND Plaza beserta panitia nya contohnya seperti tempat pintu masuknya, informasi pengambilan konsumsi, informasi penukaran tiketnya, dan lain-lain. agar peserta yang hadir di**



kegiatan *ARMY with LUV* “*BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING*” tidak bingung dan juga setiap panitia mempunyai bet nama yang menandakan mereka sebagai panitia.”

12. Bagaimana cara mencari panitia untuk *event* ini?

“Melalui pengumuman di *group* Line komunitas ARMY Medan”

13. Bagaimana cara nya mencari peserta ?

“Melalui flayer-flayer yang kami sebar di Instagram”

14. Apa saja hambatan atau kesulitan yang sering terjadi saat proses sebelum penyelenggaraan *event* ini?

“Mencari *venue*, dekorasi, *packing goodies*, mencari pihak pihak yang ingin bekerja sama dengan kita”

15. Apa saja hambatan atau kesulitan yang sering terjadi saat *event* ini berlangsung?

“Setiap kegiatan pasti ada hambatan-hambatan kecil yang terjadi tapi Syukur nya saat acara berlangsung semua nya berjalan dengan lancar”

16. Seperti apa solusi yang dilakukan ketika anda mengalami hambatan atau kesulitan saat proses sebelum *event* berlangsung dan saat berlangsung?

“Untungnya ARMY Medan punya teman” panitia yang solid, kami saling gotong royong untuk menyelesaikan segalanya”

17. Apa harapan anda setelah mengadakan *event* ARMY with LUV “*BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING*” ?

“Harapan saya semoga pandemi ini dapat segera berakhir dan semua orang tentunya ARMY Medan dapat menyelenggarakan *event* dan berkumpul lagi dengan teman” ARMY”

## DRAF WAWANCARA

### IV. Identitas Informan

- A. Nama : E. Monica (Ica)
- B. Usia : 28 tahun
- C. Jenis Kelamin : Perempuan
- D. Alamat : -
- E. Pendidikan : Diploma
- F. Pekerjaan : Pegawai swasta
- G. Tahun Mengenal Kpop : 2009
- H. Tahun menjadi ARMY : 2015
- I. Tanggal Wawancara : 29 Januari 2022
- J. Status : Sebagai *founder* sekaligus admin dari ARMY Medan dan Panitia dari kegiatan *ARMY with LUV "BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING"*

### Pertanyaan

#### A. KPOP

1. Bagaimana awal pertama kali anda mengenal Kpop?

**“Awalnya saya ga sengaja nonton siaran indosiar ternyata ada drama Korea *boys over flowers*. Memang saat itu *boys over flowers* sedang terkenal-terkenalnya makanya saya nonton, ternyata dramanya enak juga dan pemeran-pemerannya ganteng-ganteng dan cantik semua apalagi Kim Bum dan Kim Hyun-Joong ganteng kali. Lalu saya warnet (warung internet) untuk mencari tau lebih dalam lagi tentang pemeran-pemeran *boys over flowers* ternyata salah satu pemerannya ada yang anggota dari *boy group SS501*. Dari situ saya**

tau kalau ternyata diKorea Selatan itu mempunyai banyak *boy group* dan *girl group*.”

2. Apa yang membuat anda tertarik dengan Kpop?

“Banyak banget yang membuat saya tertarik dengan Kpop lagunya, *dance* nya juga bagus-bagus semua. Memang awalnya terasa aneh apalagi dengan bahasa yang berbeda selain bahasa inggris tapi setelah didengar lebih dalam lagunya enak, personil setiap *boy group* atau *girl group* nya punya berbagai bakat. Mereka tidak hanya mengandalkan wajah yang cantik atau ganteng tetapi suara mereka juga bagus, mereka juga bisa akting, ada juga yang berbakat dibidang sutradara dan komposer. Banyak dari anggota *boy group* atau *girl group* yang terjun juga didunia akting atau dunia teater musikal. Itulah yang membuat saya tertarik dengan Kpop”

3. Bagaimana awal anda mengenal lalu menyukai BTS?

“Pada saat itu saya cuma iseng-iseng aja buka *YouTube* terus muncul video The Ark nge *cover dance* nya BTS yang berjudul *Boy In Luv*. Terus jadi penasaran sama si pemilik *dance* nya. Cari tau eh lama-lama jadi suka sampai sekarang. Member yang aku suka awalnya Jin (Kim Seok-jin) terus nambah jadi Jungkook lama-lama suka sama ketujuh member BTS”

## **B. ANGGOTA KOMUNITAS ARMY MEDAN & PESERTA YANG HADIR DI KEGIATAN *ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING”**

1. Apa saja yang anda ketahui tentang ARMY Medan?
2. Apa alasan anda bergabung dengan ARMY Medan ?
3. Bagaimana proses anda masuk dalam keanggotaan ARMY Medan?
4. Bagaimana hubungan komunikasi antar sesama anggota komunitas ARMY Medan?

5. Apakah anda mengikuti kegiatan *ARMY with LUV "BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING"* ?
6. Bagaimana anda mengetahui kegiatan *ARMY with LUV "BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING"* ? apakah dari sosial media atau dari teman sesama ARMY?
7. Kalau anda mengetahui kegiatan ini melalui sosial media, apakah informasi yang diberikan panitia kegiatan *ARMY with LUV "BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING"* sudah jelas dan dapat dipahami?
8. Apa yang membuat anda tertarik mengikuti *event ARMY with LUV "BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING"* ?
9. Menurut anda apakah *event* nya menyenangkan?
10. Bagaimana tanggapan anda mengenai harga tiket *event ARMY with LUV "BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING"* ?
11. Menurut anda apakah kegiatan ini berjalan sesuai dengan apa yang anda harapkan?
12. Apa harapan anda dalam *event ARMY with LUV "BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING"* ?

### **C. ADMIN ARMY MEDAN DAN PANITIA DARI KEGIATAN *ARMY with LUV "BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING"***

1. Apa alasan anda untuk membentuk ARMY Medan ? (Khusus *Founder*)  
**"Karena ingin mempunyai teman-teman yang sama-sama menyukai BTS agar bisa saling berbagi info, bisa *hype* bareng-bareng dan bisa mengadakan *event-event* yang bertema BTS."**
2. Apa alasan anda untuk menjadi *admin* ARMY Medan ? (Khusus Admin)

3. Mengapa ARMY Medan terfikir untuk mengadakan *event ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” ini?

**“Event ini diselenggarakan untuk merayakan anniversary dari BTS setiap tahun nya. Alhamdulillah respon seluruh Army sangat baik sehingga kami sangat semangat membuat *event* ini dengan tujuan menyenangkan para Army sekalian bersilaturahmi dan berkenalan dengan teman-teman Army yang ada di Kota Medan”**

4. Kapan kegiatan ini diselenggarakan?

**“Kegiatan ini diselenggarakan pada hari Minggu, tanggal 30 Juni 2019 pukul 10.00 WIB – Selesai”**

5. Dimana kegiatan ini diselenggarakan?

**“Kegiatan ini diselenggarakan di UNILAND Plaza lantai 8”**

6. Apa respon masyarakat umum khusus nya penggemar BTS saat ARMY Medan menyelenggarakan *event ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” ini?

**“Saat pertama kali kami menyebarkan Flyer kegiatan ini di instagram ARMYMEDAN teman-teman ARMY Medan sangat antusias sekali”**

7. Mengapa anda berfikir untuk membuat project donasi ke UNICEF Indonesia dari hasil penjualan tiket tersebut, berapa harga tiketnya dan apa saja keuntungannya?

**“Saat pertama kali kami menyebarkan Flyer kegiatan ini di instagram ARMYMEDAN teman-teman ARMY Medan sangat antusias sekali apalagi di flyer tersebut ada keterangan harga tiket 100k sudah termasuk makan siang, minuman, hadiah, *lucky draw* dan donasi ke Unicef Indonesia terbukti dari 402 tiket yang *sold out*. Dengan kami membuat kegiatan ini sekaligus kegiatan sosial kami ingin menunjukkan bahwa penggemar Kpop tidak hanya untuk membahagiakan diri sendiri tetapi mempunyai jiwa sosial**

**yang tinggi dan berdampak baik bagi orang lain apalagi kepada orang-orang yang membutuhkan agar nama Kpop tidak dipandang sebelah mata sama orang lain”**

8. Seperti apa pola komunikasi yang dilakukan panitia ARMY Medan dalam proses penyelenggaraan *event* besar ini?

**“Setiap kepala koordinator wajib *breafing* kepada anggota-anggota panitia yang sudah mendapatkan *job desk* nya masing-masing. Saat ada kendala sekecil pun anggota akan melaporkan kepada kepala koordinator lalu kepala koordinator akan mendiskusikan langsung ke ketua panitia untuk setiap pengambilan keputusan.”**

9. Bagaimana proses komunikasi dilakukan sesama panitia kegiatan *ARMY with LUV “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING”* dalam mensukseskan kegiatan besar ini?

**Proses komunikasi kami secara tatap muka dan melalui sosial media juga, berdiskusi dengan sesama panitia.**

10. Bagaimana proses komunikasi dilakukan panitia dengan peserta yang hadir di kegiatan *ARMY with LUV “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING”* ?

**“Kami memberitahukan melalui sosial media dengan secara jelas, kalau masih belum paham juga biasanya peserta akan bertanya mengenai kegiatan tersebut melalui DM (*Direct Message*) ke instagram kami.”**

11. Bagaimana kalian memberikan informasi dengan sesama panitia dan dengan peserta yang hadir di kegiatan *ARMY with LUV “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING”* ?

**“kami memberikan informasi melalui sosial media yaitu instagram ARMYMEDAN”**

12. Bagaimana cara mencari panitia untuk *event* ini?

**“Para admin dari komunitas ARMY Medan mencari panitia 5 bulan sebelum perayaan *anniversary* BTS yang ke 6 tahun melalui *group* ARMY Medan yang ada di aplikasi Line. Dari 150 anggota, terpilihlah 25 orang panitia.”**

13. Bagaimana cara nya mencari peserta ?

**“Cara kami mencari peserta melalui pengumuman flayer yang ada di post di instagram ARMY Medan 2 bulan sebelum perayaan *anniversary* BTS yang ke 6 tahun. Setelah itu 1 bulan sebelum perayaan nya panitia menyatakan kalau tiket sudah *sold out*.**

14. Apa saja hambatan atau kesulitan yang sering terjadi saat proses sebelum penyelenggaraan *event* ini?

**“Banyak sekali kendala-kendala yang terjadi saat sebelum proses penyelenggaraan *event* ini mulai dari mencari *venue*, membuat dekorasi, mencari *souvenir*, membuat *rundown* acara, menghubungi pihak-pihak yang bekerjasama dengan kita, dan pastinya *miss communication* antar sesama panitia membuat kami semakin sering untuk mengadakan pertemuan diskusi dimana pun dan kapan pun. Setiap apapun yang kami diskusi kan akan kami *share* di *group line* panitia agar panitia-panitia yang tidak hadir dapat mengetahui apa saja yang di diskusi kan. Walaupun dengan ada nya kendala kendala yang terjadi *event* ini tetap berjalan dengan lancar dan dibantu oleh panitia-panitia yang sangat kompak dalam menyelesaikan *job desk* nya masing-masing dan saling membantu satu sama lain.”**

15. Apa saja hambatan atau kesulitan yang sering terjadi saat *event* ini berlangsung?

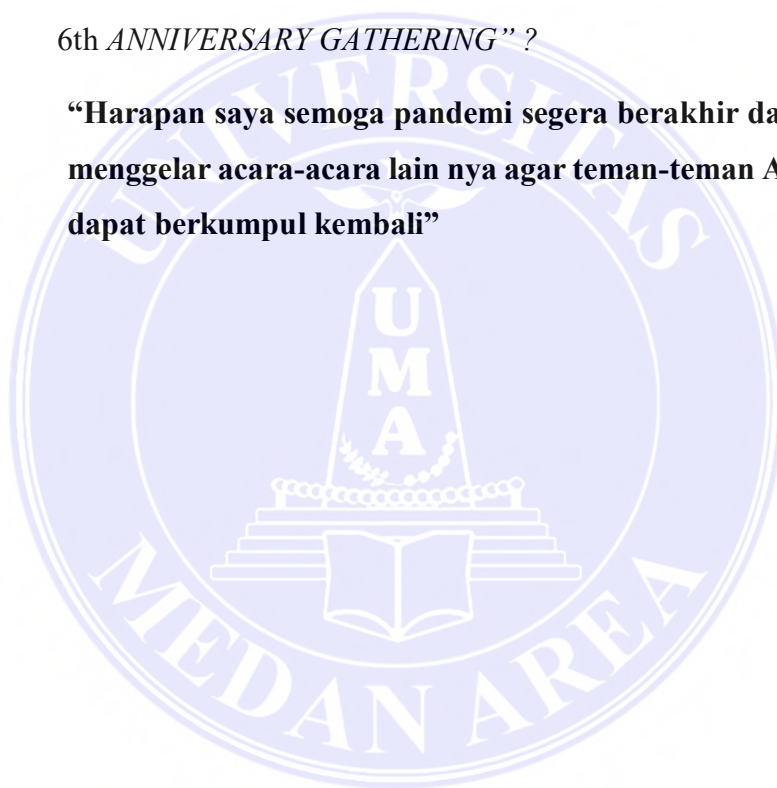
**“Saat *event* ini berlangsung ada kendala kecil yang terjadi yaitu *rundown* yang kurang sesuai dengan jadwal yang seharusnya karena faktor keadaan tetapi syukurlah acara dapat berjalan dengan lancar.”**

16. Seperti apa solusi yang dilakukan ketika anda mengalami hambatan atau kesulitan saat proses sebelum *event* berlangsung dan saat berlangsung?

**“Solusi nya kami menurunkan ego masing-masing dan memahami setiap acara / *rundown* yang dibuat agar saat acara berlangsung kami paham apa saja yang harus kami lakukan dengan *job desk* kami masing-masing.”**

17. Apa harapan anda setelah mengadakan *event ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING” ?

**“Harapan saya semoga pandemi segera berakhir dan kami dapat menggelar acara-acara lain nya agar teman-teman ARMY Medan dapat berkumpul kembali”**





### LAMPIRAN III – Dokumentasi Selama Wawancara



Wawancara bersama informan komunitas ARMY Medan, Sabtu (23/01/2022)

Sumber : Dokumentasi Pribadi



Wawancara bersama informan Christine anggota komunitas ARMY Medan dan peserta yang hadir di kegiatan ARMY with LUV “BTS 6th Anniversary Gathering”, Sabtu (23/01/2022)

Sumber : Dokumentasi Pribadi



Wawancara bersama informan Karoline anggota komunitas ARMY Medan dan peserta yang hadir di kegiatan ARMY with LUV “BTS 6th Anniversary Gathering”, Sabtu (23/01/2022)

Sumber : Dokumentasi Pribadi



Wawancara bersama informan Ica pendiri dari komunitas ARMY Medan sekaligus panitia dalam kegiatan ARMY with LUV “BTS 6th Anniversary Gathering”, Sabtu (23/01/2022)

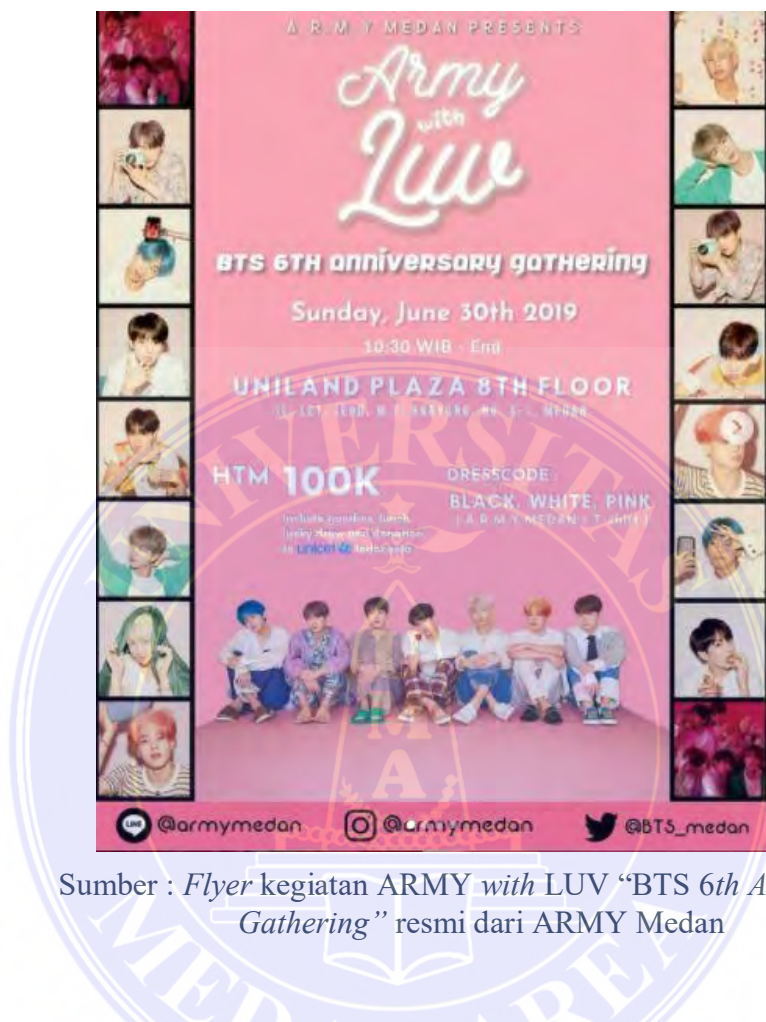
Sumber : Dokumentasi Pribadi



Wawancara bersama informan Stephanie pendiri dari komunitas ARMY Medan sekaligus panitia dalam kegiatan *BTS 6th Anniversary Gathering*, Sabtu (23/01/2022)

Sumber : Dokumentasi Pribadi

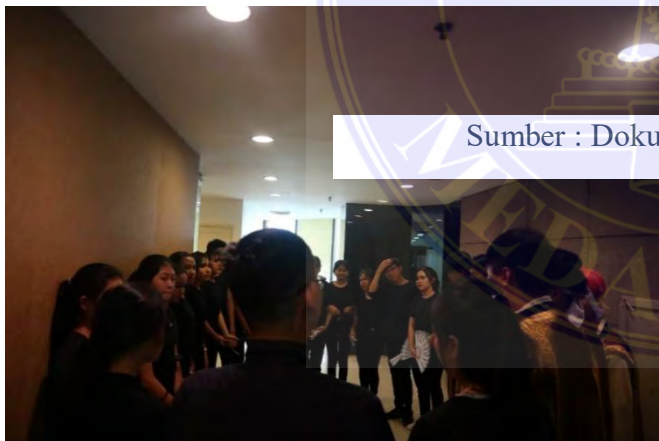
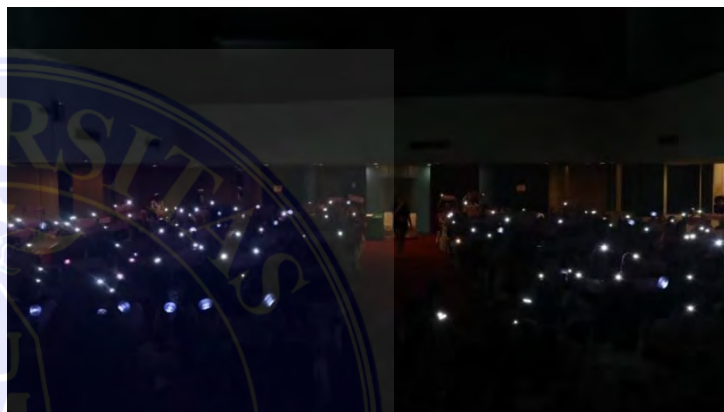
LAMPIRAN III – Dokumentasi selama kegiatan *ARMY with LUV* “BTS 6th ANNIVERSARY GATHERING



Sumber : Flyer kegiatan *ARMY with LUV* “BTS 6th Anniversary Gathering” resmi dari ARMY Medan



Sumber : Dokumentasi Pribadi ARMY Medan



Sumber : Dokumentasi Pribadi ARMY Medan



Sumber : Dokumentasi Pribadi ARMY Medan



Sumber : Instagram @armymedan