

INTISARI

Gejala kepublikan di Indonesia saat ini diperlihatkan oleh pergeseran domain pemerintah menjadi ranah publik dimana gerakan sosial dari masyarakat sebagai aktor non-pemerintah hadir untuk turut serta dalam mengatasi persoalan publik. Dengan pendekatan kualitatif dan menggunakan jenis penelitian studi kasus, peneliti menggambarkan kapasitas sipil dari aktivisme penggemar sebagai “pemain baru” aktor non-pemerintah. Peneliti menggunakan BTS AHC Indonesia dan ARMY INA Fest yang peneliti identifikasi sebagai Asosiasi Sukarela ARMY Indonesia dalam peristiwa pandemi Covid-19 dan tragedi Kanjuruhan. Hasil penelitian menunjukkan aktivisme penggemar yang dilakukan diantaranya penggalangan dana (*charity-based activism*), digitalisasi informasi (melalui webinar), dan advokasi pembentukan posko pendampingan korban (*advocacy-based activism*) dengan dominasi proyek berupa penggalangan dana. Dalam dinamikanya, kedua Asosiasi Sukarela ARMY Indonesia memiliki perbedaan berdasarkan dua peristiwa dalam bentuk keragaman aktivisme dan cara mempersuasi penggemar, sedangkan persamaan dari dua peristiwa adalah kesamaan faktor terjadinya aktivisme, penggunaan media sosial, dan struktur yang digunakan. Penelitian ini menegaskan media sosial bukan menjadi pusat kegiatan aktivisme penggemar, tetapi sebagai wadah komunikasi proses dan interaksi antar penggemar Asosiasi Sukarela ARMY Indonesia yang menciptakan aktivisme penggemar dalam kegiatan nyata. Dalam aktivisme penggemar Asosiasi Sukarela ARMY Indonesia, timbul budaya partisipatif melalui identitas ARMY yang kemudian mencampur konten yang mereka miliki untuk mengembangkan infrastruktur dan praktik komunikasi secara terbuka yang menimbulkan modal sosial. Modal sosial membentuk keterlibatan warga negara dan menghasilkan keluaran sebagai individu warga negara yang berbeda antar dua peristiwa. Keterlibatan warga negara Asosiasi Sukarela ARMY Indonesia juga membentuk dua respon krisis yang berpengaruh pada perbedaan nilai publik yang tercipta.

Kata Kunci: *aktivisme penggemar, keterlibatan warga negara, budaya partisipatif, nilai publik, asosiasi sukarela.*

ABSTRACT

The shift in the government sphere currently shows publicity symptoms in Indonesia into the public sphere, where social movements from the community as non-governmental actors are present to participate in overcoming public problems. With a qualitative approach and using a case study type of research, the researcher describes the civic capacity of activist fans as a "new player" of non-governmental actors. Researchers used BTS AHC Indonesia and ARMY INA Fest, identified as the Indonesian ARMY Voluntary Association during the Covid-19 pandemic and the Kanjuruhan tragedy. The results of the research show that the fan hypothesis that has been carried out includes fundraising (charity-based activism), digitalization of information (through webinars), and advocacy for the establishment of victim assistance posts (advocacy-based activism), with projects dominating in the form of fundraising. In terms of dynamics, the two Indonesian ARMY Volunteer Associations have differences based on the two events in the form of the diversity of activism and ways to persuade fans. In contrast, the similarities between the two events are the similarities in the factors of activism, the use of social media, and the structure used. This research states that social media is not a center for fan activism activities but a forum for communication and interaction between fans of the Indonesian ARMY Voluntary Association, creating fan activism in actual actions. In the fan activism of the Indonesian ARMY Voluntary Association, a participatory culture arises through the ARMY identity, which then mixes its content to develop infrastructure and open communication practices that generate social capital. Social capital shapes citizen involvement and produces outputs as individual citizens that differently on the two events. The involvement of Indonesian ARMY Voluntary Association also shaped two crisis responses that affected the difference in public value created.

Keywords: *fan activism, civic engagement, participatory culture, public value, voluntary association.*