

ABSTRAK

Agresi militer Israel dan genosida yang terjadi di Palestina mulai Oktober 2023 menyita perhatian publik global, termasuk fan BTS (ARMY). Fan yang mulai mencium keterlibatan Zionis dalam karya-karya BTS akhirnya mengunggah informasi-informasi terkait hal tersebut yang kemudian berubah menjadi aktivisme fan dengan tajuk #HYBEDivestFromZionism. Melalui unggahan di media sosial X, para fan mendorong keterlibatan fans lain dalam aksi boikot, *mass tweet*, hingga petisi daring. Dengan konsep *participatory culture* dan *consumer boycott behaviour*, penelitian ini menganalisis pesan-pesan aktivisme yang terkandung pada konten-konten aktivisme oleh BTS ARMY Indonesia menggunakan metode analisis isi kualitatif. Hasil analisis menunjukkan bahwa para fan menggunakan seluruh elemen *participatory culture* pada konten sebagai alat untuk mendorong aksi aktivisme tersebut. Selain itu, konten aktivisme yang dibuat memiliki pesan strategis untuk mencapai tujuan bersama, yaitu tekanan divestasi terhadap HYBE Label. Konten aktivisme tersebut menunjukkan partisipasi dan resistensi oleh fan yang secara kolektif dilakukan untuk isu sosial politik global.

Kata kunci: fandom, aktivisme, boikot, media sosial, BTS ARMY

ABSTRACT

Israel's military aggression and genocide in Palestine beginning in October 2023 caught the attention of the global public, including BTS fans (ARMY). Fans who began to suspect Zionist involvement in BTS's work eventually posted information related to this, which then turned into fan activism under the hashtag #HYBEDivestFromZionism. Through posts on social media platform X, fans encouraged other fans to participate in boycotts, mass tweets, and online petitions. Using the concepts of participatory culture and consumer boycott behavior, this study analyzes the messages of activism contained in the activist content created by BTS ARMY Indonesia using qualitative content analysis. The results of the analysis show that fans use all elements of participatory culture in the content as a tool to encourage activism. Additionally, the activist content created carries strategic messages aimed at achieving a common goal: pressuring HYBE Label to divest. This activist content demonstrates the collective participation and resistance of fans in addressing global socio-political issues.

Keywords: fandom, activism, boycott, social media, BTS ARMY