UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Resepsi Budaya K-Pop Melalui Gaya Hidup Penggemar dalam Komunitas ARMY (Fandom Bangtan Boys) Yogyakarta
Adiza Zahra Putri Fauzia, Dr. Phil. Arie Setyaningrum, S.Sos., M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

Daftar Isi vii
Motto ii
Halaman Persembahan iii
Kata Pengantar iv
Daftar Isi vi
Daftar Gambar vii
Daftar Diagram ix
Glosarium x
Abstraksi xi
abstract xii
BAB I Pendahuluan 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 5
1.3 Pertanyaan Penelitian 6
1.4 Tujuan Penelitian 6
1.5 Manfaat Penelitian 6
1.6 Tinjauan Pustaka 7
1.7 Kerangka Teori 8
1.7.1 Analisis Resepsi Sebagai Kajian Khalayak Aktif 8
A. Decoding Pesan 9
B. Pola Pemikiran Khalayak 10
I.7.2 Teori Fetisisme Komoditas 10
I.7.3 Praktik Cultural Intermediaries 11
I.8 Kerangka Berpikir 13
I.9 Metodologi Penelitian 13
I.9.1 Pendekatan dan Metode Penelitian 13
I.9.2 Unit Analisa 14
I.9.3 Teknik Pengumpulan data 14

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Resepsi Budaya K-Pop Melalui Gaya Hidup Penggemar dalam Komunitas ARMY (Fandom Bangtan Boys) Yogyakarta
Adiza Zahra Putri Fauzia, Dr. Phil. Arie Setyaningrum, S.Sos., M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

I.9.4 Teknik Analisis Data 16

I.9.5 Batasan/Limitasi Penelitian 16

BAB II. Deskripsi Objek Penelitian 18

II.1 Musik Populer Korea 18

II.1.1 Latar Belakang Hallyu atau Korean Wave 18

II.1.2 Sejarah Musik K-Pop 20

II.1.3 Persebaran musik Kpop di Indonesia 23

II.1.4 Penggemar Musik K-Pop 25

II.2 Boyband Korea BTS 29

II.2.1 Tentang BTS 29

II.2.2 Karya-karya BTS : *Full-Pack Inspiration For Young Generation* 31

II.2.3 BTS *Road to Billboard and Love Myself Project* 36

II.2.4 BTS *Merchandise, Products* 38

II.3 Fandom ARMY 40

II.3.1 BTS ARMY Indonesia 40

II.3.2 Komunitas ARMY Yogyakarta 41

II.3.2.1 Terbentuknya Komunitas ARMY Yogyakarta 41

II.3.2.2 Aktivitas Komunitas ARMY Yogyakarta 42

BAB III. Proses Pemaknaan Budaya K-Pop Oleh Penggemar (Analisis Resepsi) 47

III. 1 Komoditas Budaya K-Pop di media Sosial 47

III.2 Persepsi, Pemikiran, Interpretasi Penggemar terhadap tayangan K-Pop (Proses Decoding) 49

III.3 Pola Pemikiran Penggemar : Menjadi Penggemar BTS 53

III.2.1 To be Dominant Reading 54

III.2.2 To be Negotiated Reading 58

BAB IV Penerimaan Budaya K-Pop melalui Gaya Hidup Penggemar 68

IV.1 Konsumsi dan produksi penggemar sebagai penggemar K-Pop 68

IV.2 Praktik Cultural Intermediares pada BTS Fandom 73

IV.3 Gaya Adalah Komoditi yang Bernilai 76

IV.3.1 Fetisisme Komoditi Produk Fashion Korea 78

Analisis Resepsi Budaya K-Pop Melalui Gaya Hidup Penggemar dalam Komunitas ARMY (Fandom Bangtan Boys) Yogyakarta
Adiza Zahra Putri Fauzia, Dr. Phil. Arie Setyaningrum, S.Sos., M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Bab V Penutup 84

V.1 Kesimpulan 84

V.2 Daftar Pustaka 88

V.3 Lampiran 91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 ARMY Bomb 38

Gambar 2 Album Love Yourself 39

Gambar 3 Karakter BT21 40

Gambar 4 *Event Birthday Party* dan *Anniversary* 43

Gambar 5 Donasi (C*harity*) 44

Gambar 6 *Fanbase Patner* 45

Gambar 7 *Ghatering* 46

Gambar 8 #kpopstyle di media sosial Instagram 48

Gambar 9 Informan Pertama, Alvira Meikarani 55

Gambar 10 Informan kedua Moza Putri RF 57

Gambar 11 Informan ketiga, Ulya Maharani 58

Gambar 12 Informan keempat Wahyu Gilang 60

Gambar 13 Informan Kelima, Herda Yanfa Salsabila 62

Gambar14 Informan Keenam, Ratri Yanfa Salsabila 63

Gambar 15 Informan Keetujuh, Muhammad Iqbal Hidayatulloh 65

Gambar 16 Informan Kedelapan, Ganesha Gildamega 66

Gambar 17 Gambar 3.9 : *Merchandise* BTS 69

Gambar 18 *Dance Cover Competition* 70

Gambar 19 *Sing Cover* 71

Gambar 20 *Fan Art* 72

Ganbar 21 *Fanfiction* 72

Gambar 22 Jualan stuff BTS 73

Analisis Resepsi Budaya K-Pop Melalui Gaya Hidup Penggemar dalam Komunitas ARMY (Fandom Bangtan
Boys) Yogyakarta
Adiza Zahra Putri Fauzia, Dr. Phil. Arie Setyaningrum, S.Sos., M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Gambar 23 Foto Ketika Konser BTS 75

Gambar 24 Iklan Puma dan VT Cosmetics yang dibintangi oleh BTS.....77

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1, Hasil Survei Popularitas K-Pop 3