

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada konstruksi identitas kolektif pada anggota *fandom*, dengan mengambil subjek penelitian yakni anggota *fandom* Receh, yang merupakan nama dari penggemar grup *dance cover* K-Pop COiN di Yogyakarta. Penelitian dilakukan dengan tujuan mengetahui bagaimana konstruksi identitas kolektif anggota *fandom* melalui kegiatan dan rutinitas yang dilakukan selama berada dalam *fandom*. Penelitian ini menggunakan konsep identitas kolektif dari Melucci dan Corrigall-Brown dihubungkan dengan budaya populer khususnya pada ranah K-Pop *fandom* pada masa kini. Metode penelitian yang digunakan adalah etnografi komunikasi dengan teknik pengumpulan data melalui observasi partisipatif dan wawancara mendalam. Informan penelitian terdiri dari lima orang yakni satu koordinator Receh, dan empat orang lainnya merupakan anggota aktif. Hasil penelitian yang telah dilakukan, konstruksi identitas kolektif anggota terbentuk melalui aktivitas dan kegiatan rutin yang dilakukan *fandom* secara kolektif, seperti proyek *fanchant*, *dresscode*, *banner*, dan *fankit* melibatkan kolektivitas yang besar dari anggota Receh. Interaksi dan komunikasi yang dilakukan anggota untuk terhubung satu sama lain melalui *online* juga mendorong ikatan emosional antara anggota tetap terjaga, maka dari itu mereka saling membutuhkan dan mengutamakan kebersamaan kelompok. Pengakuan yang didapatkan anggota baik dari internal Receh maupun dari luar merupakan salah satu faktor besar munculnya identitas kolektif, karena kebutuhan untuk diakui sebagai bagian dari kelompok.

Kata Kunci: identitas kolektif, budaya *fandom*, K-Pop, COiN Receh Yogyakarta.

ABSTRACT

This study focuses on constructing the collective identity of fandom members, by taking the subject of the study, the members of the Receh's fandom, which is the name of a K-Pop dance cover fan group "COiN" in Yogyakarta. The study was conducted with the aim of knowing how the construction of the collective identity of fandom members through activities and routines carried out while in fandom. This study uses the concept of collective identity from Melucci and Corrigall-Brown associated with popular culture, especially in the realm of K-Pop fandom today. The research method used is communication ethnography with data collection techniques through participatory observation and in-depth interviews. The research informants consisted of five people, one from Co-ordinator, and four as active members. As a result of the research that has been carried out, the construction of members' collective identities is formed through routine activities and activities carried out collectively by fandom, such as the fanchant, dresscode, banner, and fankit projects involving a large collectivity from Receh member. Interaction and communication by members to connect with each other through online also encourages emotional ties between members to be maintained, therefore they need each other and prioritize group togetherness. Recognition obtained by members from both internal and external in Receh is one of the major factors in the emergence of collective identity, because of the need to be recognized as part of a group.

Keywords: collective identity, fandom culture, K-Pop, Receh COiN Yogyakarta.