

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL (Bahasa Inggris).....	ii
HALAMAN JUDUL (Bahasa Indonesia)	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN MOTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.4. Tinjauan Pustaka	6
1.5. Kerangka Pemikiran	12
1.5.1. Konsep Budaya Penggemar.....	12
1.5.2. Konsep Komunitas Virtual	15
1.5.3. Konsep Glokalitas	18
1.6. Metode Penelitian	19
1.6.1. Lokasi Penelitian	19
1.6.2. Pemilihan Informan	19
1.6.3. Pengumpulan Data.....	20

1.6.3.1. Observasi Partisipatif.....	21
1.6.3.2. Wawancara	22
1.6.3.3. Etnografi Virtual.....	22
1.6.3.4. Pengumpulan Dokumen dan Data Sekunder	24
1.6.4. Analisis Data	24
BAB II: POTRET BUDAYA POP KOREA DALAM PANGGUNG	
GLOBAL: HALLYU, K-POP DAN BTS.....	25
2.1. <i>Hallyu</i> : Sebuah Pusat Baru Kebudayaan Populer	25
2.1.1. Gelombang <i>Hallyu</i> dan Korea Selatan.....	27
2.1.2. <i>Hallyu 2.0</i> di Era Digital	28
2.2. Menelusuri ‘Dunia’ K-Pop	29
2.2.1. Musik Pop ala Korea.....	30
2.2.2. Agensi Musik dan Talenta yang Diciptakan	32
2.2.3. <i>Idol</i> , Penggemar dan Fandom	35
2.2.4. Perkembangan K-pop di Indonesia	38
2.3. Profil <i>Boy Band</i> BTS	41
2.3.1. Sekelumit Cerita Perjalanan Karier BTS	42
2.3.2. Efek Domino dan Sorotan Global	49
BAB III: DESKRIPSI FANDOM ARMY DAN KOMUNITAS	
VIRTUAL BTS ARMY INDONESIA AMINO	52
3.1. Fandom ARMY	52
3.1.1. Hubungan antara BTS dan ARMY	53
3.1.2. Praktik Penggemar dalam Fandom ARMY	55
3.2. Komunitas Virtual “BTS ARMY Indonesia Amino”	57
3.2.1. Profil BAIA	58
3.2.2. Menjadi Anggota BAIA	59
3.2.3. <i>Leader</i> dan <i>Curator</i>	62
3.3. Fitur-Fitur dalam BAIA	63
3.4. Menciptakan Identitas Penggemar dalam Ruang Virtual	72
3.5. Kelompok Regional BAIA Jogja.....	76

BAB IV: PARTISIPASI AKTIF DAN EKSPRESI DIRI DALAM KOMUNITAS VIRTUAL BTS ARMY INDONESIA AMINO	80
4.1. Interaksi antar Anggota Komunitas Virtual BAIA.....	80
4.2. <i>Bloggng</i> sebagai Bentuk Kreativitas Penggemar	86
4.3. Glokalitas di dalam Praktik Penggemar Komunitas Virtual BAIA	94
4.4. Kedudukan Komunitas Virtual BAIA di dalam Kehidupan Anggotanya.....	103
BAB V: KESIMPULAN	107
DAFTAR PUSTAKA	111