

## BAB II

### KERANGKA TEORI

#### 2.1 Pendahuluan

Dalam mengkaji penelitian ini, penulis menggali informasi dari penelitian-penelitian sebelumnya sebagai bahan perbandingan baik dari segi kekuatan maupun kelemahan yang ada. Selain itu, penulis juga mencari informasi dari buku, skripsi, beserta jurnal untuk memperoleh informasi yang ada tentang teori yang terkait dengan judul yang digunakan untuk memperoleh landasan teori ilmiah. Pada Bab II ini penulis akan membahas teori yang berhubungan dengan Fanatisme dan Perilaku Penggemar.

#### 2.2 Tinjauan Pustaka

Berikut adalah penelitian yang dijadikan referensi penulis dalam karya tulis ini.

Rujukan pertama ialah penelitian oleh Nada May Zakiyah dalam skripsinya yang berjudul: Representasi Fanatisme Penggemar *K-pop* Dalam Drama *그녀의 사생활* (*Geunyoel Sasarnghwal*) yang dipublikasikan pada tahun 2021. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat analitik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk aktivitas fanatik dan ciri-ciri fanatik yang direpresentasikan oleh tokoh utama Sung Deok Mi dalam drama tersebut. Teori yang digunakan adalah teori oleh Thorne dan Bruner karakteristik fanatisme, dan perilaku penggemar. Hasil penelitian ini membahas bagaimana bentuk aktivitas dan karakteristik fanatisme penggemar pada tokoh utama dalam drama *Geunyoel Sasaenghwal* (*그녀의 사생활*).

Terdapat 7 (tujuh) aktivitas fanatisme seperti datang ke konser, mendatangi jumpa fans atau *fanmeeting*, mengumpulkan *merchandise*, dan datang ke airport untuk menjadi *photographer fan-site*. Dan menjelaskan tiga karakteristik fanatisme penggemar serta dampak yang timbul yang direpresentasikan oleh tokoh utama Sung Deok Mi.

Rujukan pustaka kedua penelitian yang dibuat oleh Asfira Rachmad Rinata & Sulih Indra Dewi dengan judul: *Fanatisme Penggemar K-pop Dalam Bermedia Sosial Di Instagram* yang dipublikasikan pada tahun 2019. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, deskriptif dimana pengumpulan data melalui wawancara dengan teknik purposive sampling. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengklasifikasi fanatisme penggemar *K-pop* di instagram dan bagaimana penggemar *K-pop* menanggapi berita palsu dan informasi negatif tentang idola mereka. Dalam jurnal penelitian ini menjelaskan bagaimana mulai tersebarnya *Korean Wave* melalui berbagai cara, menjelaskan tentang fenomena fanatisme yang sedang menyebar di Indonesia. Serta menunjukkan penggemar yang antusias di instagram, seperti berburu, mengumpulkan dan membangun pengetahuan melalui aktivitas penggemar seperti penciptaan makna, berbagi makna dalam bentuk memaknai postingan *idol K-pop* sebagai motivasi.

Rujukan ketiga ialah penelitian oleh Galuh Kinanthi Herhayu Adi dalam skripsinya dengan judul: *Korean Wave (Studi Tentang Pengaruh Budaya Korea Pada Penggemar K-pop di Semarang)* dipublikasikan pada tahun 2019. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, observasi partisipan dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara mendalam, dokumentasi, tinjauan pustaka dan pendekatan fenomenologi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami penyebaran *Korean wave* di dunia dari Indonesia hingga Semarang, dan untuk

menjelaskan pengaruh budaya Korea pada penggemar *K-pop* khususnya di Semarang. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori difusi dan tiga fenomena budaya. Penelitian ini menjelaskan bagaimana *Korea wave* bisa masuk ke Indonesia dengan seiring perkembangan dan teknologi yang sudah canggih sekarang dan pengaruh budaya *K-pop* yang berdampak pada subjek yang diteliti. Subjek yang diteliti dalam skripsi ini menunjukkan bahwa memiliki sikap fanatisme penggemar, dimana subjek mampu mengeluarkan uang banyak untuk kepuasan sendiri yaitu menonton konser *idol K-pop* langsung di Korea Selatan

Rujukan keempat ialah penelitian oleh Thorne and Gordon C. Bruner dalam judul penelitiannya: *An Exploratory Investigation of The Characteristic of Consumer Fanaticism* yang dipublikasikan pada tahun 2006. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui hasil wawancara untuk memperoleh hasil yang diinginkan sesuai dengan penelitiannya. Teori yang di pakai yaitu teori tentang fanatisme dan mengidentifikasi 4 karakteristik fanatisme yaitu, keterlibatan internal, keterlibatan eksternal, keinginan memperoleh dan interaksi sosial. Dalam penelitian ini menganalisis perilaku konsumen yang terlibat kedalam sebuah aktivitas fanatisme dan juga menjelaskan karakteristik yang dapat mempengaruhi dari perilaku penggemar.

Rujukan kelima ialah penelitian oleh Erlyani Fachrosi, dkk dalam jurnalnya yang berjudul: *Dinamika Fanatisme Penggemar K-pop Pada Komunitas BTS-Army Medan*, yang dipublikasikan pada tahun 2020. Penelitian ini menggunakan kualitatif dengan metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap 2 responden dan melakukan observasi dengan tipe partisipan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui fanatisme komunitas *Bts-Army* khususnya penggemar di

kota Medan. Teori yang digunakan adalah fanatisme dan aspek fanatisme menjadi penggemar. Hasil penelitian ini menunjukkan fanatisme terhadap budaya Korea dipengaruhi oleh musik boyband *BTS-Army* yang dimana pengaruh media terhadap konsumsi, serta budaya Korea dipengaruhi oleh perilaku individu yang mencerminkan hubungan loyalitas, dedikasi dan kecintaan terhadap penampilan idolanya.

## 2.3 Landasan Teori

### 2.3.1 Fanatisme

Fanatisme adalah suatu keyakinan atau suatu pandangan tentang sesuatu yang positif atau negatif, tanpa alasan atau kenyataan tetapi, berakar begitu dalam sehingga sulit untuk dikoreksi atau diubah. Oleh karena itu, fanatisme sering dianggap sebagai perilaku yang tidak rasional dan tidak memungkinkan untuk menerima pendapat orang lain. Ada berbagai macam pengertian tentang fanatisme menurut beberapa ahli, yaitu sebagai berikut :

1. Thorne dan Bruner (2006) menggambarkan bahwa fanatisme ialah sebagai rutinitas sehari-hari. Ia menjelaskan fanatisme sebagai pengembangan pendapat juga sebuah perasaan ekstrim terhadap sesuatu yang dapat memiliki resiko merugikan orang lain.
2. Menurut Mackellar (dalam Aysel, Kadir, 2016) fanatisme adalah istilah subjektif, yaitu kekaguman yang dikembangkan untuk memiliki tujuan tertentu.
3. Scammon (dalam Aysel, Kadir 2016) menyatakan fanatisme adalah kesetiaan yang mendalam.

4. Holbrook (dalam Aysel, Kadir, 2016) mendefinisikan fanatisme sebagai mendapatkan aktivitas konsumsi yang lebih kuat daripada konsumen lainnya.

### 2.3.1.1 Aspek-aspek Yang Mempengaruhi Fanatik

Menurut Goddard aspek-aspek yang mempengaruhi fanatisme yaitu sebagai berikut :

- a. Besarnya minat dan kecintaan pada satu jenis kegiatan.

Fanatisme terhadap satu kegiatan tertentu adalah hal yang wajar. Dengan memiliki sikap fanatisme, seseorang akan mudah memotivasi dirinya sendiri untuk lebih meningkatkan usahanya dalam mendukung klub favoritnya,

- b. Sikap pribadi maupun kelompok terhadap kegiatan tersebut.

Ini adalah esensi yang sangat penting, mengingat ini adalah jiwa yang memulai sesuatu yang sedang dilakukan.

- c. Lamanya individu menekuni satu jenis kegiatan tertentu.

Ketika anda melakukan sesuatu, anda harus memiliki rasa senang dan bangga atas apa yang telah anda capai.

- d. Motivasi yang datang dari keluarga juga mempengaruhi seseorang terhadap bidang kegiatannya.

### 2.3.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Fanatisme

Menurut Andar Ismail (dalam, Prakoso 2013) faktor-faktor yang dapat mempengaruhi sikap fanatisme adalah sebagai berikut :

a. Antusiasme yang berlebihan

Orang dengan antusiasme berlebihan tidak didasarkan pada akal sehat, tetapi pada emosi yang tidak terkendali. Kurangnya akal sehat ini memudahkan orang yang memiliki sikap fanatik untuk melakukan hal-hal yang bertentangan dengan apa yang ingin mereka capai.

b. Pendidikan

Seseorang yang berpendidikan serta berwawasan luas dapat menunjukkan sikap fanatik dalam artian positif, begitu juga sebaliknya apabila memiliki pengajaran serta wawasan yang sempit dapat mengakibatkan sikap fanatik cenderung mengarah ke negatif. Seseorang yang memiliki pendidikan yang tinggi serta wawasan yang luas terhadap pengetahuan, maka akan muncul rasa simpati yang ada dalam diri orang tersebut.

### 2.3.1.3 Ciri-Ciri Fanatik

Menurut Wolman (dalam, Prakoso 2013) fanatisme adalah suatu antusiasme pada satu pandangan yang bersifat fanatik dan diwujudkan dalam intensitas emosi yang bersifat ekstrim. Ciri-Ciri sikap fanatisme ialah sebagai berikut :

a. Kurang rasional.

Orang yang mengambil tindakan atau mengambil keputusan cenderung mengutamakan emosi tanpa berpikir rasional.

b. Memiliki pandangan yang sempit.

Mereka cenderung menyalahkan kelompok lain karena seseorang lebih peduli dengan kelompoknya dan menganggap semua yang ada dalam kelompok itu benar.

c. Bersemangat untuk mengejar tujuan tertentu,

Mereka memiliki semangat yang sangat tinggi untuk mencapai tujuan tersebut, karena ada tujuan yang penting untuk dicapai.

Berdasarkan hal tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa sikap fanatisme bisa terjadi kepada siapapun yang memiliki keyakinan terhadap suatu pandangan yang membuat perubahan sikap juga tingkah laku seseorang.

#### 2.3.1.4 Karakteristik Fanatisme

Thorne and Brune mendeskripsikan karakteristik fanatisme berdasarkan empat hal yaitu adanya keterlibatan internal (*internal involvement*), keterlibatan eksternal (*external involvement*), keinginan memperoleh (*a desire to acquire*), dan interaksi sosial (*social interaction*).

##### 1. Keterlibatan Internal (*internal involvement*)

Keterlibatan internal ialah aktivitas penggemar yang memfokuskan waktu, tenaga, dan perhatian pada hal-hal tertentu yang menarik. Keterlibatan ini berupa loyalitas, ketertarikan emosional dengan idolanya, serta pengorbanan dalam segi waktu yang telah penggemar lakukan untuk idolanya.

##### 2. Keterlibatan Eksternal (*external involvement*)

Keterlibatan eksternal adalah aktivitas penggemar yang menunjukkan keterlibatan dirinya dalam suatu aktivitas yang terkait dengan idolanya. Keinginan penggemar untuk menunjukkan keterlibatan eksternal memanifestasikan dirinya dalam berbagai cara tergantung pada tingkat kefanatikannya. Seperti menghadiri konser ataupun acara perkumpulan

kelompok penggemar dimana dapat membentuk hobi atau kebiasaan baru dari kegiatan pengidolaan.

### 3. Keinginan Memperoleh (*a desire to acquire*)

Penggemar cenderung mengekspresikan keinginan yang kuat untuk memiliki objek material yang berhubungan dengan idolanya. Ada beberapa alasan untuk karakteristik ini yaitu, keinginan untuk menggunakan benda fisik sebagai penghubung dengan idola, selama beraktivitas dengan idola, dengan tujuan merasakan kesenangan yang diperoleh dari memiliki barang yang tidak dimiliki orang lain.

### 4. Interaksi sosial (*Social Interaction*)

Interaksi sosial merupakan karakteristik mengacu pada perilaku fanatisme dalam komunikasi sosial yang dimana sikap ini dapat muncul baik secara individu maupun berkelompok. Berinteraksi dengan orang lain yang memiliki kegemaran atau kesukaan yang sama akan menjadi sesuatu hal yang menyenangkan bagi para penggemar. Penggemar saling berinteraksi dengan penggemar lain dapat melalui sosial media, ataupun suatu acara baik yang diadakan secara langsung oleh idola maupun yang dibuat para penggemar itu sendiri.

## 2.3.3 Perilaku Penggemar

Thorne dan Bruner (2006) menjelaskan bahwa penggemar merupakan seseorang yang sangat menyukai atau tertarik pada orang, kelompok, *trend*, karya seni atau ide tertentu. Perilaku penggemar biasanya dianggap oleh orang lain sebagai hal yang tidak biasa tetapi tidak melanggar aturan dan norma sosial. Di kalangan dunia K-



*pop* penyebutan penggemar disebut sebagai *fandom*. Penggemar sering dilabelkan sebagai orang yang memiliki perilaku yang berbeda dengan masyarakat pada umumnya dan juga banyak pandangan orang yang mengatakan bahwa penggemar seolah memiliki dunianya sendiri yang didasari dari fantasi atau imajinasi.

Thorne dan Bruner membuat beberapa tingkatan konsep penggemar yang membedakan mereka, yaitu :

1. Penggemar biasa, yaitu perilaku penggemar yang dibatasi oleh waktu dan adanya dorongan sosial.
2. Penggemar berdedikasi, yaitu penggemar yang menyesuaikan gaya hidupnya agar bisa melakukan kegiatan *fangirling* seperti mengkoleksi mulai dari merchandise hingga barang-barang yang berkaitan dengan sang idola mereka.
3. Penggemar setia, yaitu perubahan gaya hidup penggemar untuk mengejar sebuah objek fanatisme secara aktif. Meningkatkan keterlibatan dalam objek fanatismenya agar diakui oleh banyak orang sebagai penggemar.
4. Penggemar tidak normal, yaitu penggemar yang biasanya melanggar norma seperti adanya kekerasan, anti sosial, menguntit atau mata-mata, serta stalking atau biasa disebut sebagai *sasaeng* dalam arti dunia *K-pop*.

Penggemar *K-pop* didominasi oleh generasi muda atau lebih ke kalangan muda. Dalam dunia *K-pop* penggemar memiliki peran yang esensial terkait dengan kegiatan mereka. Dalam *K-pop* terdapat beberapa pengkelompokan penggemar, yaitu sebagai berikut :

1. Penggemar sejati

Penggemar yang tergolong dalam kategori ini ialah seorang penggemar yang telah mengikuti idolanya sejak awal debut dan membangun sebuah nama fandom bersama yang dianggap sebagai investasikan seluruh waktu dan uang mereka hanya untuk satu group idola dan tumbuh berkembang bersama dengan idolanya.

2. Multi-Fan

Penggemar yang bergabung dalam banyak fandom diwaktu yang bersamaan. Maksudnya seseorang yang menganggap dirinya menyukai idolanya lebih dari satu group.

3. Penggemar fanatik

Penggemar pada kategori ini cenderung perilakunya melanggar suatu aturan atau norma di masyarakat. Dengan kata lain sudah diluar toleransi dan tindakannya sudah tidak wajar. Penggemar yang fanatik, cenderung sering dianggap tidak memikirkan keadaan dan keselamatan di sekitarnya, ia hanya memfokuska untuk mengejar atau melakukan sesuatu yang dia sukai.

## 2.4 Keaslian Penelitian

Setelah melakukan peninjauan terhadap penelitian terdahulu penulis menyimpulkan persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama menganalisis tentang penggemar *idol K-pop* yang memiliki sikap fanatisme dan juga menggunakan metode yang sama. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjek dan objek yang diteliti.

Penelitian pertama adalah skripsi Nada May Zakiyah (2021) yang berjudul: Representasi Fanatisme Penggemar K-pop Dalam Drama *그녀의 사생활* (*Geunyoetul Sasaenghwal*). Persamaan dari kedua penelitian ini ialah membahas tentang fenomena *hallyu K-pop* khususnya tentang fanatisme dimana menganalisis aktivitas fanatik yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari sebagai penggemar *idol K-pop*. Sedangkan perbedaan kedua penelitian ini ialah subjek yang di bahasnya berbeda, pada penelitian saudara Nada yang menjadi subjek penggemar fanatismenya ialah tokoh Sung Deok Mi pada drama *Her Private Life*. Sedangkan dalam penelitian ini yang menjadi subjeknya adalah penggemar fanatik *Seventeen* mahasiswa/I program studi Bahasa Korea Universitas Nasional.

Penelitian kedua adalah jurnal dari Asfira Rachmad Rinata & Sulih Indra Dewi (2019) dengan judul: *Fanatisme Penggemar kpop Dalam Bermedia Sosial Di Instagram*. Persamaan dengan penelitian penulis terletak pada metode yang digunakan yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif menggunakan pendekatan deskriptif dengan mengambil data melalui hasil wawancara. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjek penelitian, dimana penelitian dahulu yang berfokus kepada penggemar dalam bermedia sosial di *instagram* sedangkan subjek penelitian yang sedang diteliti ialah penggemar *Seventeen* mahasiswa/I bahasa Korea Universitas Nasional.

Penelitian ketiga adalah skripsi dari Galuh Kinanthi Herhayu Adi (2019) dengan judul: *Korean Wave (Studi Tentang Pengaruh Budaya Korea Pada Penggemar K-pop di Semarang)*. Persamaan kedua penelitian ini adalah subjek yang diamati sama-sama terpengaruh karena adanya budaya populer Korea atau *Korean Wave* hingga dapat memicu subjek tersebut menjadi fanatik. Dari hasil penelitian pada skripsi Galuh

menunjukkan bahwa subjek yang diteliti memiliki sikap fanatisme dimana ada beberapa bukti berupa foto bahwa dia mengkoleksi berbagai macam album yang jumlahnya tak sedikit dan menonton konser *K-pop*. Sedangkan perbedaannya dari kedua penelitian ini ialah pada objek yang di bahas dimana disini lebih memfokuskan pada *Korean Wave* sedangkan penelitian penulis adalah fanatisme penggemar *Seventeen*..

Penelitian keempat adalah jurnal dari Thorne and Gordon C. Bruner (2006) dengan judul: *An Exploratory Investigation Of Characteristics Of Consumer Fanaticism*. Dalam jurnal ini menganalisis bentuk dari karakteristik fanatisme penggemar. Persamaan kedua penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang fanatisme yang dilakukan seorang penggemar *idol K-pop* dan sama menggunakan metode kualitatif dengan cara memperoleh data dengan melakukan wawancara. Dalam penelitian ini juga membahas fenomena fanatisme terhadap penggemar dimana menjabarkan penggemar yang pergi ke event konser, membeli barang dll. Sedangkan perbedaan kedua penelitian ini ialah cara melakukan wawancara yang berbeda, dan memfokuskan fanatisme dalam konsumen, sedangkan penelitian ini memfokuskan pada faktor yang melatarbelakangi sikap fanatisme penggemar *Seventeen* beserta aktivitas yang dilakukan dalam kehidupan sehari-harinya sebagai penggemar.

Penelitian kelima adalah jurnal dari Erlyani Fachrosi, dkk. (2020) dengan judul: *Dinamika Fanatisme Penggemar K-pop Pada Komunitas BTS-Army Medan*. Persamaan kedua penelitian ini adalah sama-sama membahas bagaimana perilaku penggemar *idol K-pop* itu bisa menjadi fanatik, dan dalam penelitian ini juga sama-sama menggunakan metode kualitatif dengan metode data wawancara kepada subjek. Sedangkan perbedaannya dari kedua penelitian ini ialah pada subjek yang di bahas,

dimana dalam jurnal ini menggunakan subjek fans *Bts-Army*. Sedangkan peneliti yang sedang diteliti ini menggunakan subjek nya adalah mahasiswa/I bahasa program studi Korea Universita Nasional.

