

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Perkembangan teknologi saat ini terus meningkat, khususnya di era globalisasi. Hal ini mempermudah akses terhadap berbagai informasi domestik maupun internasional, termasuk informasi budaya. Tersebarinya akan Beragam nilai serta budaya di seluruh dunia yang disebut sebagai *world culture*.<sup>1</sup>

Canggihnya suatu teknologi informasi serta berperannya media massa meningkatkan lalu lintas budaya internasional dalam kehidupan masyarakat modern. Selain itu kebudayaan secara kompleks menjadi suatu sejarah yang dianggap sebagai bagian dari pinjam-meminjam, bertukar, juga mempengaruhi. Menurut Raymond Williams, “budaya” (*culture*) ialah salah suatu kata yang kompleks dalam kosakata bahasa Inggris yang mengacu pada beragam konsep di berbagai sistem pemikiran serta bidang penelitian dimana budaya secara spesifik menjadi cara berkehidupan yang dipercaya secara individu, masa, serta komunitas tertentu. Dengan demikian, dapat didefinisikan bahwa dari batasan itu, budaya ialah secara spesifik dipercaya suatu komunitas dalam masyarakat. Misalnya, Budaya dijabarkan sebagai serangkaian perilaku spesifik yang dimiliki generasi muda di suatu negara

---

<sup>1</sup> Olivia M Kaparang, “Analisa Gaya Hidup Remaja Dalam Mengimitasi Budaya Pop Korea Melalui Televisi,” *Jurnal Acta Diurna* 2, no. 2 (2013). (2013). hlm, 2.

yang tidak disadari oleh generasi tua, seperti budaya mengapresiasi musik Korea.<sup>2</sup>

Budaya populer adalah hasil dari pertumbuhan budaya-budaya yang dikenal secara luas di seluruh dunia, didorong oleh peran teknologi informasi dan media. Ini mengacu pada budaya yang disukai oleh banyak orang. Tercakupnya budaya ini keseharian hidup, yaitu dimulai dari gaya berpakaian, olahraga, memasak, dunia hiburan, dan lainnya.<sup>3</sup>

Budaya pop Korea, terkadang disebut sebagai K-Pop, *Hallyu Wave*, atau *Korean Wave*, adalah salah satu budaya yang saat ini berdampak pada banyak negara lain. Fenomena ini menggambarkan bagaimana budaya Korea menjadi semakin populer di luar negeri dan memberikan akses terhadap bentuk-bentuk hiburan Korea terbaru, termasuk musik pop, game, animasi, drama, dan film. Penyebaran budaya ini terjadi melalui berbagai media massa, seperti internet dan televisi yang terus mengupdatenya, sehingga Indonesia juga terkena dampaknya.<sup>4</sup>

Idola K-pop BTS sangat digemari dan sukses di bisnis musik termasuk Indonesia. Prestasi BTS sebelumnya, seperti kemenangan beruntun mereka selama lima tahun dalam kategori Artis Sosial Teratas di *American Billboard Music Awards*, menjadi buktinya. Selain itu, BTS telah menerima dua nominasi *Grammy Award*. Sedangkan salah satu grup yang membantu BTS dan menambah popularitas boyband tersebut adalah ARMY atau fanbase

---

<sup>2</sup> Puspitasari dan Hermawan, "Gaya Hidup Penggemar K-Pop (Budaya Korea) Dalam Mengekspresikan Kehidupannya Studi Kasus K-Pop Lovers Di Surakarta." (2013). hlm, 2-3.

<sup>3</sup> Puspitasari dan Hermawan . "Gaya Hidup Penggemar K-Pop (Budaya Korea) Dalam Mengekspresikan Kehidupannya Studi Kasus K-Pop Lovers Di Surakarta." . hlm, 3.

<sup>4</sup> Puspitasari dan Hermawan, loc. cit.

BTS<sup>5</sup>. ARMY siap untuk melakukan lebih dari yang diharapkan untuk memenuhi tujuannya dan mempertahankan dukungan mereka untuk BTS. Dukungan ARMY mencakup penetapan tujuan streaming baru untuk musik dan pembelian album BTS atau produk terkait. Meningkatnya popularitas musik K-Pop khususnya di Indonesia dapat disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk basis penggemar boyband BTS.<sup>6</sup>

Untuk memperoleh seputar informasi mengenai K-Pop diperlukan komunikasi yang efektif. Berdasarkan banyaknya orang yang terlibat di dalam prosesnya, ada berbagai kategori komunikasi, termasuk komunikasi massa, publik, kelompok, dan interpersonal.<sup>7</sup> Menurut Onong Uchjana Effendy, komunikasi kelompok adalah komunikasi yang terjadi secara langsung untuk memberikan umpan balik antara komunikator dengan sekelompok orang yang terdiri dari dua orang atau lebih.<sup>8</sup> Dalam hal ini, di Indonesia terdapat beberapa kelompok yang para anggotanya merupakan penggemar budaya Korea yang mengonsumsi budaya populer Korea. Kelompok ini dikenal sebagai K-Pop Lovers atau K-Popers, terutama pada fans (penggemar) BTS atau juga dikenal sebagai ARMY.

ARMY Kediri dibentuk sejak 24 Januari 2024 yang anggotanya berasal dari Kota Kediri dan sekitarnya, jumlah anggota pada tahun 2024 sebanyak 84 orang yang terdiri dari para remaja maupun dewasa. ARMY dibentuk sebagai platform untuk berbagi informasi tentang *Bangtan*

---

<sup>5</sup> Putri dan Zulfiningrum, "Budaya Penggemar BTS dalam Komunitas bts\_armysemarang." (2022). hlm, 5725.

<sup>6</sup> Ibid. hlm, 5731.

<sup>7</sup> Syarif Maulana, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Bandung: YRAMA WIDYA, 2022). (Bandung: YramaWidya, 2022). hlm, 59.

<sup>8</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu komunikasi: teori dan praktek* (Bandung: Rosda Karya, 2011). (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011). hlm, 115.

*Sonyeondan* (BTS). Di Kota Kediri, ARMY aktif mengadakan berbagai *event* atau proyek, baik untuk komunitas ARMY maupun untuk penggemar K-pop secara umum, baik di tingkat lokal maupun nasional di Indonesia. ARMY Kediri memiliki akun resmi Instagram dengan *username* @armykediri\_official yang dapat diakses oleh publik. Para penggemar ini sering mengekspresikan cinta dan obsesi mereka terhadap bintang K-Pop yang mereka idolakan, bahkan sampai pada tingkat posesif, obsesif, dan kadang-kadang delusional.<sup>9</sup> Para penggemar yang aktif dapat memantau kehidupan sehari-hari idola mereka melalui akun media sosial yang dimilikinya.

Menurut Wilbur Schramm dinamika komunikasi merupakan suatu proses pengiriman pesan yang memberikan pengaruh pada komunikan dan komunikator. Dinamika komunikasi kelompok adalah proses di mana dua orang atau lebih saling berkomunikasi secara langsung atau tidak langsung, dengan memperhatikan keberadaan anggota lain dalam kelompok, dan memiliki tujuan bersama untuk mencapai kesepakatan. Melalui interaksi dan transformasi pesan, informasi atau pesan dipindahkan dari satu individu ke individu lain dalam kelompok, membentuk pola atau jaringan komunikasi di mana garis-garis komunikasi tersebut terbuka dan terdefinisi. dalam arus pesan yang disampaikan dalam kelompok<sup>10</sup>. Sebagai contoh, terdapat penggemar yang suka mencari berita terkini mengenai idol sehingga dalam hal ini, penggemar antusias untuk mengikuti perkumpulan grup dan acara K-Pop untuk mengetahui informasi terkini mengenai idol yang disukai.

---

<sup>9</sup> Mukmin dan Marhani, "Remaja Akhir Penggemar K-Pop : *Celebrity Worship* dan *Self Concept*." (2023). hlm, 601.

<sup>10</sup> Putri, Santosa, dan Yusriana, "Analisis Dinamika Komunikasi Kelompok Penggemar K-Pop Generasi Ke-4 (STAY, ATINY, Dan MOA) Dalam Menanggapi Fanwars Di Media Sosial Twitter." (2022). hlm, 7.

Dalam observasi ini, terdapat beberapa faktor masalah, seperti penggemar yang memiliki karakteristik sifat yang berlebihan dan terlalu ekstrim terhadap idol. Penggemar ini, yaitu memiliki sifat antusias dalam mengendalikan perilaku hal yang berbau K-Pop dan reaksi emosional ketika seseorang mengkritik atau mengejek idola mereka, sering kali memicu perdebatan antara para penggemar (lihat gambar 1.1).



Gambar 1. 1 war antara ARMY dengan EXO-L

Kemudian, apabila bepergian keluar menggunakan gaya berpakaian ala idol yang disukai sehingga terlihat *fashionable* dan menarik perhatian ketika dilihat (lihat gambar 1.2).



Gambar 1. 2 Penggunaan gaya style ala idol BTS

Selain itu, komunitas ARMY Kediri juga sering mengadakan *event*, misalnya *event* ulang tahun member BTS, yaitu J-Hope dan Suga, diselenggarakan di Headquarter Kediri sehingga komunitas ini terlihat sangat

solid dan tingkat kebersamaannya tinggi untuk dapat mengembangkan komunikasi dan solidaritas bersama (lihat gambar 1.3).



Gambar 1. 3 *Event Sope ARMY Kediri di Headquarter Kediri*

Selanjutnya, di Kota Kediri pada tahun 2021, tersedia BTS Meal, yang merupakan kolaborasi antara McDonald's dan grup idola asal Korea Selatan BTS. Menu ini terdiri dari paket *McChicken Nugget, French Fries, Coca-Cola*, lengkap dengan dua jenis saus, dan diluncurkan perdana di seluruh gerai McDonald's. Gerai tersebut ada promo menarik, terutama bagi para penggemar BTS. Dengan adanya BTS Meal tersebut bisa menyebabkan antrean panjang berkerumunan yang akhirnya Polres Kediri Kota memutuskan untuk menutup restoran cepat saji tersebut selama tiga hari setelah terjadi kerumunan karena promosi BTS Meal. (lihat gambar 1.4). Antusias penggemar BTS dalam membeli segala sesuatu yang berkaitan dengan

idolanya menjadikan alasan yang menarik untuk dijadikan penelitian yang berfokus pada Dinamika Komunikasi Komunitas ARMY di Kota Kediri.



Gambar 1. 4 Polres Kediri Kota menutup restoran akibat promo BTS Meal

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, fokus dari skripsi ini termasuk:

1. Bagaimana proses dinamika komunikasi intrapersonal komunitas ARMY di Kota Kediri?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian di atas maka dapat dirumuskan dalam pembuatan skripsi ini antara lain:

1. Untuk mengetahui tentang proses dinamika komunikasi intrapersonal komunitas ARMY di Kota Kediri

## **D. Manfaat Penelitian**

Besarnya manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian menentukan nilainya. Keuntungan berikut diharapkan dari temuan penelitian ini:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Ikut serta dalam kemajuan ilmu-ilmu sosial dan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu komunikasi

- b. Menambah wawasan mengenai budaya populer Korea
- c. Menambah wawasan tentang dinamika komunikasi
- d. Dapat dijadikan referensi bagi penelitian serupa di masa mendatang

## 2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mereka yang ingin mengkaji budaya populer Korea di kalangan pelajar dan mahasiswa
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman tentang Dinamika Komunikasi Komunitas ARMY di Kota Kediri.

## E. Definisi Operasional

Berdasarkan judul tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji dinamika komunikasi dalam komunitas ARMY di Kota Kediri.

### 1. Dinamika Komunikasi

Menurut, Wilbur Schramm dinamika komunikasi merupakan suatu proses pengiriman pesan yang memberikan pengaruh pada komunikan dan komunikator. Dinamika komunikasi kelompok adalah proses di mana dua orang atau lebih saling berkomunikasi, baik secara langsung maupun tidak langsung, dan memahami adanya anggota lain dalam kelompok. Proses ini melibatkan kesadaran akan kepentingan bersama yang diungkapkan sebagai tujuan untuk mencapai kesepakatan bersama.<sup>11</sup> Sebagai contoh, terdapat penggemar yang suka mencari berita terkini mengenai idol sehingga dalam hal ini, penggemar antusias untuk bergabung perkumpulan grup idol dan merayakan acara yang berkaitan

---

<sup>11</sup> Putri, Santosa, dan Yusriana, “Analisis Dinamika Komunikasi Kelompok Penggemar K-Pop Generasi Ke-4 (STAY, ATINY, Dan MOA) Dalam Menanggapi Fanwars Di Media Sosial Twitter.” (2022). hlm, 7.

dengan idol. Michael Burgoon dan Michael Ruffner dalam bukunya “*Human Communication, A Revision of Approaching Speech/Communication*” mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi tatap muka antara tiga atau lebih individu untuk mencapai tujuan yang diinginkan, seperti berbagi informasi, pemeliharaan diri, atau pemecahan masalah. Interaksi ini memungkinkan semua anggota untuk memahami karakteristik pribadi anggota lainnya dengan akurat.

*“The face-to faceinteraction of three or more individuals, for a recognized purpose such as information sharing, self-maintenance, or problem solving, such that the members are able to personal characteristics of the other members accurately.”*<sup>12</sup>

Dengan demikian, pengembangan karakter pribadi tersebut dapat menimbulkan obsesi terhadap selebriti pada ARMY Kediri.

## 2. ARMY Kediri

ARMY dibentuk sebulan setelah BTS memulai debut mereka, tepatnya pada 9 Juli 2013. ARMY merupakan singkatan dari *Adorable Representative M.C. for Youth*. Makna ARMY sesungguhnya ialah bahwa Fans BTS merupakan *Representative* atau gambaran dari generasi muda yang menyenangkan, bersemangat dan penuh dengan *passion*. ARMY bukan sekadar penggemar biasa, melainkan merupakan salah satu fandom yang unik dan terorganisir dengan basis penggemar terbesar di dunia.

Berdasarkan data dari hasil sensus ARMY BTS 2020, Indonesia memiliki salah satu basis penggemar BTS terbesar di dunia, menempati peringkat ketiga dengan 38.453 penggemar. Para penggemar ini

---

<sup>12</sup> Wonodihadrjo, “Komunikasi Keompok Yang Mempengaruhi Konsep Diri Dalam Komunitas Cosplay ‘Cosura’ Surabaya.” (2014). hlm, 2.

umumnya membentuk komunitas di media sosial hingga tingkat kota. Contohnya, penggemar BTS di Kota Kediri membentuk komunitas penggemar di Instagram dengan akun bernama *bts.kediri* yang memiliki 6.161 pengikut. Komunitas yang terbentuk melalui media sosial ini tidak terlepas dari perkembangan teknologi yang semakin maju, yang memudahkan penggemar untuk memperoleh informasi, menonton, dan mendengarkan konten-konten BTS seperti video musik, konser live *streaming*, lagu, serta konten hiburan lainnya. Kemudahan akses terhadap konten-konten tersebut membuat para penggemar merasa lebih dekat dan semakin menyukai BTS. Kegemaran yang berlebihan ini dapat menimbulkan obsesi terhadap selebriti.

## F. Penelitian Terdahulu

Tujuan dari penelitian sebelumnya adalah untuk mengumpulkan data referensi dan perbandingan. Oleh karena itu, peneliti menyertakan temuan-temuan dari penelitian sebelumnya dalam tinjauan literatur ini:

1. Hasil penelitian Yoseph Riang, Mikhael R. Bataona, dan Didimus Dedi Dhosa yang dipublikasikan dalam Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial dan Informasi tahun 2023

Para peneliti Yoseph Riang, Mikhael R. Bataona, dan Didimus Dedi Dhosa melakukan studi tentang bagaimana komunikasi dalam organisasi mempengaruhi proses pengambilan keputusan dalam implementasi *E-Government* di Pemerintahan Kota Kupang.<sup>13</sup> Studi ini

---

<sup>13</sup> Yoseph Riang, Mikhael R Bataona, dan Didimus Dedi Dhosa, "Dinamika Komunikasi Organisasi Dalam Proses Pengambilan Keputusan Implementasi *E-Government* Di Pemerintahan Kota Kupang" 9, no. 1 (2024), hlm 60–72.

merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang menggunakan metode studi kasus. Fokus utama penelitian ini adalah untuk menyelidiki secara rinci bagaimana komunikasi organisasi mempengaruhi proses pengambilan keputusan dalam implementasi *e-government* di Pemerintahan Kota Kupang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pengambilan keputusan dalam implementasi inovasi *E-Government* di Pemerintahan Kota Kupang sebagian besar mengikuti teori Rogers. Namun, dalam setiap tahapan pengambilan keputusan masih terdapat beberapa hambatan komunikasi seperti perbedaan persepsi, gangguan semantik dan teknis, keterbatasan dalam praktik berbagi informasi, kurangnya umpan balik, dan rendahnya tingkat motivasi di antara anggota organisasi terkait implementasi inovasi *E-Government*.<sup>14</sup>

Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada objek dan lokasi penelitian. Studi yang dilakukan oleh Yoseph Riang, Mikhael R. Bataona, dan Didimus Dedi Dhosa berfokus pada dinamika komunikasi organisasi dalam proses pengambilan keputusan implementasi *E-Government* di Pemerintahan Kota Kupang. Sementara itu, penelitian yang akan saya tulis akan mengkaji dinamika komunikasi dalam komunitas ARMY di Kota Kediri.

2. Para peneliti Asri Dewi, Rahmad Hidayat, Mmiftah F. Widhagda, dan Wahyu Purwanto melakukan penelitian yang dipublikasikan dalam Jurnal Kebijakan Publik tahun 2020.

---

<sup>14</sup> Riang, Bataona, dan Dhosa. *Ibid.*.

Penelitian yang dilakukan oleh Asri Dewi, Rahmad Hidayat, Miftah F. Widhagda, dan Wahyu Purwanto membahas tentang dinamika komunikasi dalam resolusi konflik sosial.<sup>15</sup> Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi partisipatif. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mendalami dinamika komunikasi yang terlibat dalam program CSR Kampung Gambut Berdikari oleh PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit II* dalam konteks pengembangan masyarakat untuk mengatasi konflik sosial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dinamika komunikasi dalam kelompok Tani Tunas Makmur yang dibina oleh CSR PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit II* Sungai Pakning dalam menangani konflik sosial dipengaruhi oleh tujuh konsep kunci dalam komunikasi organisasi Goldhaber, yaitu proses komunikasi, pesan yang disampaikan, jaringan komunikasi, ketergantungan saling, hubungan antar anggota, lingkungan komunikasi, dan tingkat ketidakpastian. Komunikasi di dalam kelompok ini juga didukung oleh kedekatan budaya (*cultural proximity*) antara anggota kelompok.<sup>16</sup>

Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada objek dan lokasi penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh Asri Dewi, Rahmad Hidayat, Mmiftah F. Widhagda, dan Wahyu Purwanto mengkaji dinamika komunikasi dalam resolusi konflik sosial secara umum, sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan akan fokus pada dinamika komunikasi dalam program CSR Kampung Gambut

---

<sup>15</sup> Asri Dewi, dkk., "Dinamika Komunikasi Dalam Resolusi Konflik Sosial," *Jurnal Kebijakan Publik* 11, no. 1 (April 16, 2020), hlm 33.

<sup>16</sup> Dewi, dkk. *Ibid.*.

Berdikari oleh PT Pertamina (Persero) Refinery Unit II dalam menangani konflik sosial di lokasi spesifik. Sedangkan penelitian yang akan ditulis akan membahas mengenai dinamika komunikasi komunitas ARMY di Kota Kediri.

### 3. Hasil Penelitian Riskha Dora Candra Dewi pada Jurnal Ilmu Komunikasi tahun 2021

Penelitian yang dilakukan oleh Riskha Dora Candra Dewi berjudul "Tinjauan Pustaka: Dinamika Komunikasi Kesehatan selama dan Setelah Pandemi COVID-19 serta Pemberian Vaksin".<sup>17</sup> Penelitian ini memakai metode Studi ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan mengumpulkan data dari hasil tinjauan literatur dari berbagai sumber jurnal nasional dan internasional yang relevan. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi dinamika komunikasi kesehatan selama dan setelah pandemi COVID-19, khususnya terkait dengan vaksinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi publik memiliki dampak signifikan terhadap pemahaman masyarakat tentang COVID-19, yang kemudian mempengaruhi tingkat disiplin dan kesadaran dalam mematuhi himbauan dan kebijakan dari pemerintah dan lembaga kesehatan global. Selain itu, dalam era digital yang didukung oleh perkembangan teknologi yang cepat, media sosial menjadi salah satu alat yang digunakan oleh pemangku kepentingan untuk menyebarkan informasi terkait COVID-19, termasuk program vaksinasi.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Riskha Dora Candra Dewi, "Literatur Review: Dinamika Komunikasi Kesehatan Di Masa Pandemi dan Pasca Vaksin COVID-19," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, no. 2 (2021), hlm 206.

<sup>18</sup> Dewi. *Ibid.*.

Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada objek dan lokasi penelitian. Studi yang dilakukan oleh Riskha Dora Candra Dewi membahas tentang dinamika komunikasi kesehatan selama dan setelah pandemi COVID-19, khususnya terkait dengan vaksinasi, sedangkan penelitian yang akan saya tulis akan mengkaji dinamika komunikasi dalam komunitas ARMY di Kota Kediri.

#### 4. Hasil Penelitian Yulia Etikasari pada Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan dan Konseling tahun 2018

Penelitian yang dilakukan oleh Yulia Etikasari berjudul "Self-Control among Teenage K-Pop Fans (Study on K-Pop Fans in Yogyakarta)".<sup>19</sup> Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk memberikan deskripsi yang mendalam mengenai kontrol diri pada remaja penggemar K-Pop (K-Popers) di Yogyakarta.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat subjek sebagai penggemar K-Pop (K-Popers) aktif dalam mencari berita tentang idola mereka, menonton drama Korea, mengunduh video dan lagu, mengikuti kegiatan dan acara K-Pop, serta membeli merchandise terkait. Ketika idola mereka menjadi bahan ejekan, keempat subjek mengalami kesulitan untuk menahan reaksi emosional mereka. Meskipun demikian, mereka mampu secara cermat mempertimbangkan fakta tentang idola mereka, menunjukkan kontrol kognitif yang kuat. K-Pop menjadi prioritas utama bagi keempat subjek dibandingkan dengan topik lainnya. Selain itu, subjek

---

<sup>19</sup> Yulia Etikasari, "The Self-Controll Among Teenager of K-POP LOVERS (K-POPERs)," *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan dan Konseling* 4, no. 3 (2018). (2018). hlm, 1-3.

cenderung mengabaikan keselamatan dan berperilaku tidak stabil saat menghadiri acara K-Pop larut malam. keselamatan dan berperilaku tidak menentu saat berada di acara K-Pop larut malam.

Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada subjek dan lokasi penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh Yulia Etikasari membahas tentang kontrol diri pada remaja penggemar K-Pop (K-Popers) di Yogyakarta, sedangkan penelitian yang akan saya tulis akan mengkaji dinamika komunikasi dalam komunitas ARMY di Kota Kediri.

5. Hasil Penelitian Astri Prabawati Laksono dan Afra Hafny Noer pada Jurnal Psikologi tahun 2021

Penelitian yang dilakukan oleh Astri Prabawati Laksono dan Afra Hafny Noer berjudul "*Idolaku, Sumber Intimacy-ku: Dinamika Celebrity Worship dan Tugas Perkembangan Dewasa Awal Pecinta Kpop*" menggunakan pendekatan kualitatif. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi bagaimana *Celebrity Worship* mempengaruhi pelaksanaan tugas perkembangan dewasa awal bagi para pecinta Kpop.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dinamika *Celebrity Worship* sangat memengaruhi aspek hubungan sosial dan romantis. Pada tingkat *Celebrity Worship* rendah dan sedang, fenomena ini bisa membantu subjek dalam memenuhi tugas perkembangan dengan memberikan ruang untuk eksplorasi dan alternatif pemenuhan *intimacy*. Namun, pada tingkat *Celebrity Worship* yang tinggi, hal ini justru dapat menghambat dewasa awal dengan memicu fantasi berlebihan, perilaku obsesif, dan pemisahan

diri dari kehidupan nyata, yang berujung pada krisis emosional seperti kesepian dan perasaan terisolasi.<sup>20</sup>

Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada subjek penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh Astri Prabawati Laksono dan Afra Hafny Noer membahas tentang dinamika *Celebrity Worship* dan tugas perkembangan dewasa awal pecinta Kpop secara umum, sementara penelitian yang akan saya tulis akan mengkaji dinamika komunikasi dalam komunitas ARMY di Kota Kediri.

#### 6. Hasil Penelitian Ranti Helin dan Yerah Melita pada Jurnal Ilmiah INSANI tahun 2022

Penelitian Ranti Helin dan Yerah Melita berjudul “Dinamika Komunikasi Orang Tua dan anak yang Kecanduan *Gadget*”.<sup>21</sup> Penelitian ini ialah penelitian yang memakai metode kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji mengenai dinamika komunikasi orang tua dengan anak yang kecanduan *gadget*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dinamika komunikasi antara orang tua dan anak berkaitan dengan totalitas, orang tua dan anak ataupun sebaliknya sangat bergantung satu sama lain, dan mereka tidak dapat sendiri-sendiri, karena mereka satua kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Konradiksi, bahwa komunikasi yang terjadi antara orang tua dengan anaak sering diwarnai dengan kontradiksi, pertentangan ataupun konflik, karena setiap individu memiliki kepentingan masing-masing. Dalam

---

<sup>20</sup> Astri Prabawati Laksono dan Afra Hafny Noer, “Idolaku, Sumber Intimacy-ku : Dinamika Celebrity Worship dan Tugas Perkembangan Dewasa Awal Pecinta Kpop,” *Jurnal Psikologi* 17, no. 2 (1 Desember 2021), hlm 139.

<sup>21</sup> Ranti Helin dan Yerah Melita, “Dinamika Komunikasi Orang Tua dan Anak yang Kecanduan *Gadget*,” *Jurnal Ilmiah INSANE* 9, no. 1 (n.d.), hlm 25.

berkomunikasi perlu ada keputusan yang diambil, orangtua mempunyai peran atau andil yang besar dalam mengambil keputusan.<sup>22</sup>

Perbedaan penelitian dengan penelitian yang akan dilaksanakan ialah objek penelitian dan lokasi penelitian dan masalah yang diteliti. Penelitian Ranti Helin dan Yerah Melita berjudul “Dinamika Komunikasi Orang Tua dan anak yang Kecanduan *Gadget*”. Sedangkan penelitian yang akan ditulis akan membahas mengenai dinamika komunikasi komunitas ARMY di Kota Kediri.

#### 7. Hasil Penelitian Yera Yulista pada Jurnal Dakwah dan Pengembangan Diri Sosial tahun 2021

Penelitian Yera Yulista berjudul “Dinamika Komunikasi Keluarga di Tengah Isu Pandemi COVID-19”.<sup>23</sup> Penelitian ini ialah penelitian yang memakai metode kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan secara mendalam tentang dinamika komunikasi keluarga di tengah isu pandemi COVID-19.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jenis keluarga dengan ciri-cirinya masing-masing akan menentukan pola komunikasi mereka. Pola-pola ini pada dasarnya dibentuk oleh persetujuan pasangan, yang mungkin telah ditetapkan secara eksplisit dalam bentuk komunikasi tersebut atau secara tersirat saat mereka memutuskan untuk hidup bersama. Pada akhirnya, pola-pola ini berkembang dan menjadi kebiasaan yang akan membedakan keluarga. Selain itu, penting untuk diingat bahwa dalam

---

<sup>22</sup> Helin dan Melita. *Ibid.*.

<sup>23</sup> Yera Yulista, “Dinamika Komunikasi Keluarga di Tengah Isu Pandemi COVID-19,” *Jurnal Dakwah dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan* 12, no. 1 (30 Juni 2021), hlm 82–100.

menciptakan komunikasi keluarga yang efektif, terutama ditengah masalah COVID-19, dinamika seperti bentuk komunikasi dan keterampilan komunikasi harus selalu ada digunakan seefektif mungkin hal ini agar tujuan dari komunikasi efektif dengan mudah maka akan tercapai.<sup>24</sup>

Penelitian yang akan dilakukan dan subjeknya berbeda dari penelitian yang akan dilakukan. Penelitian Yera Yulista berjudul "Dinamika Komunikasi Keluarga di Tengah Isu Pandemi COVID-19", dan penelitian yang akan datang akan membahas dinamika komunikasi komunitas ARMY di Kota Kediri.

---

<sup>24</sup> Yulista. *Ibid.*.