

ABSTRAK

Naily Arini Izzati Rohmah. 210521100032. Program Studi Sosiologi. Jurusan Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya. Universitas Trunojoyo Madura. K-POP DAN GERAKAN SOSIAL BARU:STUDI PADA FANDOM ARMY GRUP MUSIK BANGTAN SONYEONDAN (BTS).

Penggemar *K-pop* selalu dimaknai sebagai komunitas musik yang fanatik. Namun, dilihat dari sudut pandang yang berbeda aktivitas *fandom K-pop* bukan hanya tentang preferensi musik atau idola mereka, melainkan *fandom K-Pop* ini khususnya ARMY juga terlibat dalam isu kemanusiaan dan gerakan sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gerakan sosial baru pada *fandom* ARMY grup musik *Bangtan Sonyeondan*. Penelitian ini menggunakan teori gerakan sosial baru dari Alain Touraine sebagai pisau analisis.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan netnografi, melalui enam tahap yaitu inisiasi, investigasi, interaksi, imersi, integrasi, dan inkarnasi. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pemilihan informan pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Keabsahan data pada penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan gerakan sosial baru pada *fandom* ARMY memiliki tiga motif utama yaitu pengaruh idola (BTS), adanya rasa peduli dan kemanusiaan, serta untuk memperbaiki citra *fandom*. Penelitian ini juga menemukan bentuk aksi nyata model gerakan sosial baru melalui penggalangan dana dan kampanye boikot di media sosial X. Pada aksi penggalangan dana dilakukan dengan memobilisasi *fandom* melalui kolaborasi, dan melakukan *counter-narasi* dengan penggunaan simbol "*I Purple You*". Pada kampanye boikot dimulai dengan mengkampanyekan hashtag dan narasi. Hasil dari kampanye boikot telah memperlihatkan gerakan sosial baru yang disisi lain menimbulkan perbedaan pendapat (pro-kontra) di kalangan *fandom* ARMY

Kata Kunci: Gerakan sosial baru, *K-pop*, *Fandom*, ARMY

ABSTRACT

Naily Arini Izzati Rohmah. 210521100032. Sociology Study Program. Department of Social Sciences and Cultural Sciences. Trunojoyo University of Madura. K-POP AND NEW SOCIAL MOVEMENTS: A STUDY ON ARMY FANDOM OF BANGTAN SONYEONDAN (BTS) MUSIC GROUP.

K-pop fans are often perceived merely as a fanatical music community. However, from a different perspective, K-pop fandom activities are not only about musical or idol preferences, rather, this fandom particularly ARMY is also engaged in humanitarian issues and social movements. This research aims to examine the new social movement within the ARMY fandom of Bangtan Sonyeondan. This study employs Alain Touraine's new social movement theory as the analytical framework.

This research uses a qualitative method with a netnographic approach, carried out through six stages: initiation, investigation, interaction, immersion, integration, and incarnation. Data collection techniques in this study include observation, interviews, and documentation. Informants were selected using purposive sampling. Data validity was ensured using source triangulation techniques.

The results of this study indicate that the new social movement within the ARMY fandom has three main motives: the influence of the idol (BTS), a sense of care and humanity, and an effort to improve the fandom's image. This study also reveals concrete forms of the new social movement through fundraising activities and boycott campaigns on the social media platform X. Fundraising was carried out by mobilizing the fandom through collaboration and conducting counter-narratives using the symbol "I Purple You". The boycott campaign started by promoting hashtags and narratives. The results of the boycott campaign have demonstrated a new social movement which, on the other hand, has also sparked differing opinions (pro and contra) within the ARMY fandom.

Keywords: *New social movement, K-pop, fandom, ARMY*