

KONSTRUKSI PENGGEMAR *BANGTAN BOYS* DALAM KOMUNITAS *ADORABLE REPRESENTATIVE M.C. FOR YOUTH* DI SURABAYA TENTANG NASIONALISME

Riski Darma Santi

(PPKn, FISH, UNESA), riski.18018@mhs.unesa.ac.id

Sarmini

(PPKn, FISH, UNESA), sarmini@unesa.ac.id

Abstrak

Komunitas *Adorable Representative M.C. for Youth* (ARMY) Surabaya merupakan salah satu komunitas penggemar grup K-Pop BTS di Surabaya. Berbeda dengan komunitas penggemar pada umumnya, dalam komunitas ini penggemar memiliki pemahaman tentang nasionalisme yang menarik untuk diteliti. Penelitian dicermati dengan teori konstruksi sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckmann untuk menganalisis konstruksi nasionalisme dan faktor dominan yang mempengaruhinya. Penelitian ini menggunakan desain studi kasus dengan merujuk pada gagasan yang dikemukakan oleh Robert K. Yin. Subjek dalam penelitian ini yaitu penggemar BTS sebanyak tiga orang. Lokasi penelitian berada di Kota Surabaya tepatnya pada komunitas ARMY Surabaya. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi partisipan dan wawancara mendalam. Data yang ditemukan dilapangan kemudian dianalisis dengan model Miles dan Huberman yang dikaitkan dengan teori konstruksi sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konstruksi penggemar BTS dalam komunitas ARMY Surabaya tentang nasionalisme terjadi dalam tiga momen. Pertama pada momen internalisasi, penggemar memperoleh sosialisasi baik secara primer maupun sekunder. Kedua pada momen objektivasi, penggemar memiliki pengetahuan yang dipahami bersama terkait nasionalisme melalui proses pembiasaan dan pelembagaan. Ketiga, pada momen eksternalisasi konstruksi penggemar tentang nasionalisme dicurahkan dalam tiga bentuk yaitu sebagai komunikasi yang berlangsung secara harmonis, apresiasi terhadap identitas nasional, serta taat terhadap peraturan. Dari ketiga bentuk konstruksi tersebut, nasionalisme cenderung dipahami penggemar sebagai komunikasi yang berlangsung secara harmonis dan apresiasi terhadap identitas nasional.

Kata Kunci: konstruksi, nasionalisme, penggemar.

Abstract

Adorable Representative M.C. for Youth (ARMY) Surabaya is a fan community for the K-Pop BTS group in Surabaya. In contrast to fan communities in general, in this community fans have an understanding of nationalism that is interesting to study. The research is examined by the social construction theory of Peter L. Berger and Thomas Luckmann to analyze the construction of nationalism and the dominant factors that influence it. This study uses a case study design with reference to the ideas put forward by Robert K. Yin. The subjects in this study were three BTS fans. The research location is in the city of Surabaya, precisely in the ARMY Surabaya community. Data collection techniques used were participant observation and in-depth interviews. Data found in the field were then analyzed using Miles and Huberman's model which is associated with social construction theory. The results of the study show that the construction of BTS fans in the ARMY Surabaya community about nationalism occurs in three moments. First, at the moment of internalization, fans get socialization both primary and secondary. Second, at the moment of objectification, fans have shared knowledge about nationalism through a process of habituation and institutionalization. Third, at the moment of externalization of the fans' construction of nationalism it is poured out in three forms, namely as communication that takes place in harmony, appreciation of national identity, and obedience to regulations. Of the three forms of construction, nationalism tends to be understood by fans as a harmonious communication and appreciation of national identity.

Keywords: construction, nationalism, fans.

PENDAHULUAN

Bangsa Indonesia dibangun atas dasar nasionalisme setiap warga negaranya dalam mencintai dan mempertahankan bangsa dari ancaman bangsa lain (Rusmulyani, 2020:13). Nasionalisme bangsa Indonesia berpedoman pada lima esensi nasionalisme yang bersifat mutlak. Lima esensi tersebut yaitu Pancasila sebagai dasar negara yang bersifat mutlak, Undang-Undang

Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 sebagai sumber dari segala sumber hukum, rasa nasionalisme dan patriotisme, rasa persatuan dan kesatuan, serta wawasankebangsaan (Werdingingsih, 2018:5). Kelima esensi tersebut menjadi dasar bagi masyarakat untuk menerapkan nilai-nilai nasionalisme dalam kehidupan sehari-hari.

Nasionalisme memiliki peran yang penting dalam sebuah negara. Nilai-nilai nasionalisme berperan dalam

mempertahankan kedaulatan dan memperkenalkan identitas sebuah negara (Kahin, 2013:4; Hastuti dkk., 2020:254). Selain itu, nasionalisme juga berperan sebagai senjata ampuh dalam menghadapi arus globalisasi, serta menjaga jati diri bangsa dari serangan budaya asing (Hamid, 2012:42). Nilai-nilai nasionalisme berperan sebagai filter yang membentengi bangsa Indonesia dari budaya dan nilai-nilai asing yang tidak sesuai. Dengan sedemikian pentingnya nilai-nilai nasionalisme maka seluruh masyarakat harus memperkuat rasa nasionalisme dalam dirinya tidak terkecuali generasi muda.

Sejak dekade 90-an, keberadaan nasionalisme di berbagai negara telah diragukan (Syamsurijal, 2019:144). Kenichi Ohmae menyebutkan bahwa nasionalisme sebuah bangsa sudah berakhir (Herdiawanto dkk., 2019:104). Terdapat dua faktor yang menyebabkan luntarnya rasa nasionalisme yaitu faktor internal dan faktor eksternal (Widiastuti, 2021:84). Globalisasi merupakan salah satu faktor eksternal yang mempengaruhi perubahan pola pikir dan nasionalisme generasi muda.

Generasi muda memiliki karakteristik yang cenderung mengikuti kebaruan dan arus globalisasi sehingga mereka lebih terbuka dalam menerima budaya dan nilai-nilai baru yang ditransmisikan melalui teknologi (Istiqomah, 2020:19). Akibatnya budaya populer menjadi tren terutama di kalangan anak muda salah satunya yaitu budaya pop Korea.

Musik pop Korea adalah salah satu bentuk budaya Korea yang digemari anak muda di Indonesia. Kemunculan musik pop Korea mendapatkan penerimaan positif dari penggemar Indonesia. Keberadaan budaya pop Korea dapat mengakibatkan luntarnya jati diri bangsa sehingga generasi muda mengalami keraguan dalam merepresentasikan identitas nasionalnya (Istiqomah, 2020). Akibatnya para penggemar cenderung mendukung kelompok budaya mayoritas atau lebih memprioritaskan identitasnya sendiri daripada identitas nasional. Hal tersebut dibuktikan dengan perilaku penggemar yang menggantikan etnis Korea dalam menunjukkan nasionalisme di luar perbatasan Korea (Jin, 2021:36). Perilaku tersebut perlu diantisipasi terlebih bagi generasi muda di Indonesia sebab dapat mengurangi kecintaan terhadap bangsa dan negara sendiri.

Nasionalisme pada penggemar pop Korea merupakan sebuah imajinasi yang dibayangkan melalui budaya populer Korea khususnya pada idola yang dicintai (Jin, 2021:40). Nasionalisme tersebut didasarkan atas rasa solidaritas, loyalitas, dan kesamaan komunitas penggemar. Penggemar akan meluangkan seluruh waktu dan energi untuk melindungi dan membela idola dari semua jenis kritik dan konflik, mempromosikan semangat

dan nilai idola, serta mendukung idola untuk mencapai prestasi dan impian (Jin, 2021:43; Utami dan Winduwati, 2020:672). Akibatnya penggemar menjadi fanatic hingga rela melakukan apapun termasuk berperilaku negatif demi idolanya.

Ketertarikan berlebih penggemar terhadap budaya pop Korea memunculkan stigma terkait rasa nasionalisme (Lyan, 2019:3775). Pertama, karena penggemar ketika sedang berkomunikasi menyelipkan kata-kata dari bahasa seperti kata *ommo*, *daebak*, dan *jinjja*, (Nisrina dkk., 2020:85). Kedua, para penggemar membeli berbagai produk dari Korea seperti album, *photocard*, *lighstick*, baju, kipas, boneka, dan lainnya (Nisrina dkk., 2020:85). Ketiga, penggemar mengimitasi gaya hidup idola mereka mulai dari cara berpenampilan hingga makanan yang dikonsumsi. Keempat, para penggemar yang fanatic cenderung terlibat dalam perselisihan dengan penggemar lain.

Disisi lain tidak semua yang berkaitan dengan K-Pop berakibat negatif. Justru melalui K-pop penggemar dapat meniru dan menampilkan nilai-nilai positif yang berkiblat pada idolanya tersebut. Salah satunya yaitu semangat positif yang ditebarkan BTS baik melalui pesan dalam lagunya maupun setiap kampanye yang dilakukan. Dari segi musik, beberapa lagu BTS yang mengandung pesan-pesan positif diantaranya lagu *School of Tears* yang mengomentari kekerasan di sekolah, lagu *Silver Spoon* membahas kesulitan ekonomi, dan lagu *Am I Wrong* yang mengajak anak muda untuk tidak apatis terhadap isu politik (Mc Laren dan Jin, 2020:111). Pesan-pesan positif tersebut tidak hanya sarat nilai kemanusiaan namun juga nilai demokrasi.

Sementara itu, dari segi kampanye yang dilakukan pesan-pesan positif yang disampaikan BTS diantaranya penolakan atas kekerasan dan perundungan bagi anak-anak muda di seluruh dunia; pemberdayaan diri, cinta dan motivasi kepada orang-orang dalam menghadapi pandemi; inklusivitas dan representasi orang Asia, keberagaman, diskriminasi, dan kebencian anti Asia (Miranti dan Rachmawati, 2019:590). Kampanye tersebut menyadarkan penggemar tentang pentingnya saling mencintai terhadap sesama manusia tanpa memandang adanya perbedaan.

Semangat positif yang disebarkan BTS melalui musik dan kampanyenya mengandung nilai-nilai universal yang relevan dengan nilai-nilai Pancasila (Zainab dan Dewi, 2021:3). Nilai-nilai positif tersebut menginspirasi penggemar melakukan tindakan yang dikampanyekan idolanya. Dengan demikian, secara tidak langsung penggemar mengimplementasikan nilai-nilai Pancasila dalam kehidupannya. Implementasi tersebut menunjukkan bahwa nasionalisme dalam diri penggemar

tetap ada, dan terus berkembang sesuai dengan tuntutan zaman dengan tidak melupakan identitas bangsa (Hasanah, 2020:444). Meskipun demikian, para penggemar masih mendapatkan stigma terkait rasa nasionalismenya.

Sesungguhnya menggeneralisasi pemahaman nasionalisme setiap penggemar bukan tindakan yang tepat. Nasionalisme bukan sesuatu yang terjadi dengan sendirinya akan tetapi dikonstruksi secara sosial (Hastuti, 2020:256). Nasionalisme dikenali, dibentuk, dan dibangun dengan cara-cara baru sehingga pandangan antar generasi bahkan antar individu mengenai nasionalisme pun akan berbeda (Syamsurijal, 2019:143). Pandangan tersebut menjadi dasar untuk bertindak dan memahami nasionalisme.

Kota Surabaya merupakan ibukota provinsi Jawa Timur. Bersumber pada hasil sensus penduduk tahun 2020, Kota Surabaya ditinggali sekitar 2.874.314 jiwa (Badan Pusat Statistik, 2021). Tercatat bahwa sekitar 1.788.351 penduduk di Kota Surabaya termasuk dalam generasi muda dalam kategori milenial, Z, dan generasi alfa (Badan Pusat Statistik, 2021). Besanya jumlah penduduk yang berusia muda di Kota Surabaya menyebabkan bermunculannya berbagai komunitas penggemar musik pop Korea di Surabaya seperti *ARMY*, *EXO-L*, *ELF*, dan *NCTzen*.

Komunitas *Adorable Representative M.C. for Youth* (*ARMY*) Surabaya merupakan salah satu komunitas penggemar grup K-Pop BTS di Surabaya yang didirikan sejak 31 Januari 2015. Komunitas ini beranggotakan 16 orang dengan rata-rata usia anggota sekitar 20 hingga 30 tahun. Berbeda dengan stigma yang menyatakan bahwa penggemar K-Pop tidak memiliki rasa nasionalisme, komunitas ini justru aktif melakukan tindakan untuk membangun nilai-nilai nasionalisme disamping menjalankan hobinya sebagai penggemar BTS. Bahkan penggemar menegaskan meskipun menjadi penggemar K-Pop khususnya BTS mereka masih memiliki rasa nasionalisme.

Bentuk keaktifan penggemar dalam membangun nilai-nilai nasionalisme diantaranya dengan sikap saling menghormati dan menghargai diantara sesama penggemar yang berasal dari wilayah berbeda, merayakan hari ulang tahun Republik Indonesia, menerapkan permainan tradisional Indonesia, dan mengadakan donasi pada masyarakat yang membutuhkan.

Dengan adanya permasalahan tersebut maka perlu untuk mengetahui bagaimana konstruksi penggemar budaya pop Korea khususnya penggemar *Bangtan Boys* tentang nasionalisme dan faktor dominan yang mempengaruhi konstruksi tersebut. Berbagai studi

tentang penggemar budaya pop Korea telah dilakukan beberapa peneliti dari perspektif yang berbeda. Perspektif budaya dicermati oleh Penelitian Jin (2021) dan Lyan (2019). Dalam perspektif tersebut penggemar budaya pop Korea dicermati dari aspek pembentukan nasionalisme. Sedangkan penelitian Abrar (2020), Alfaruqy dan Masykur (2014), dan Jena (2013) mencermati generasi muda dari perspektif sosial. Dalam perspektif tersebut generasi muda dicermati dari aspek pandangannya tentang nasionalisme.

Perbedaan mendasar dari penelitian di atas terletak pada teori dan pendekatan yang digunakan. Jin (2021) mencermati aspek nasionalisme dengan berlandaskan pada gagasan komunitas imajiner Ben Anderson. Lyan (2019) mencermati dari aspek budaya dengan teori fandom transkultural Chin dan Morimoto. Abrar (2020) mencermati dari aspek konstruksi nasionalisme dengan teori konstruksi sosial Berger dan Luckmaan namun dengan subyek mahasiswa. Alfaruqy dan Masykur (2014) mencermati dari aspek nasionalisme dengan menggunakan teori identitas sosial Hogg dan Abram. Jena (2013) mencermati aspek nasionalisme dengan berlandaskan pada gagasan Ernest Gellner, Eric Hobsbawn, dan Anthony Smith.

Berbeda dengan penelitian Abrar (2020) yang mencermati konstruksi nasionalisme *net generation*, penelitian ini mencermati konstruksi penggemar budaya populer Korea yaitu BTS tentang nasionalisme dari aspek komunikasi yang berlangsung secara harmonis, apresiasi terhadap identitas nasional, serta taat terhadap peraturan. Permasalahan tersebut dikaji dengan menggunakan teori konstruksi sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckmann (1966). Asumsi dasar dari teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann ini adalah perilaku dibimbing oleh pengetahuan.

Berger dan Luckmann menyatakan bahwa realitas terjadi melalui tiga momen yakni internalisasi, objektivasi, dan eksternalisasi (Berger dan Luckmann, 2013:176). Internalisasi adalah pemahaman atau interpretasi langsung dari suatu peristiwa objektif sebagai pengungkapan makna, yaitu sebagai manifestasi dari proses subjektif orang lain yang menjadi bermakna subjektif bagi diri sendiri (Berger dan Luckmann, 2013:177). Proses internalisasi ini didahului oleh sosialisasi primer dan sekunder. Internalisasi dalam penelitian ini mencermati sosialisasi yang dialami oleh penggemar baik yang berasal dari keluarga maupun lingkungan sehingga mempengaruhi pengetahuannya tentang nasionalisme.

Objektivasi adalah proses dimana produk-produk aktivitas manusia yang dieksternalisasi mencapai karakter objektivitas (Berger dan Luckmann, 2013:83).

Objektivitas tersebut dapat tercapai melalui interaksi sosial dalam dunia intersubjektif. Objektivasi dalam penelitian ini mencermati proses penggemar memperoleh pengetahuan yang dimiliki bersama-sama melalui pembiasaan dan pelembagaan yang terjadi dalam komunitas ARMY Surabaya.

Eksternalisasi adalah proses manusia memproyeksikan keberadaannya sendiri ke dalam kenyataan (Berger dan Luckmann, 2013:141). Eksternalisasi, dalam penelitian ini mencermati perilaku penggemar dalam komunitas yang dipengaruhi oleh pengetahuannya tentang nasionalisme. Perilaku tersebut merupakan bentuk pencurahan diri penggemar ke dalam aktivitas fisik dan mental secara terus-menerus.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan, menjadi referensi dalam penelitian, serta melengkapi kekurangan pada penelitian terdahulu khususnya tentang nasionalisme yang dicermati dengan teori konstruksi sosial. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah dalam merancang kebijakan yang tepat guna memperkuat nasionalisme terutama di kalangan generasi muda.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus berdasarkan argumen yang dikemukakan oleh Robert K. Yin yang mempertanyakan bagaimana dan mengapa terjadinya fenomena kontemporer dalam ranah kehidupan sebenarnya dimana peneliti berpeluang kecil mengontrol peristiwa-peristiwa yang diteliti (Yin, 2009:2). Dasar pertimbangan menggunakan desain studi kasus sebab terdapat kasus masa kini yakni pentingnya untuk mengetahui bagaimana pandangan penggemar budaya pop Korea khususnya *Bangtan Boys* dalam memaknai nasionalisme dari aspek komunikasi yang berlangsung secara harmonis, apresiasi terhadap identitas nasional, serta taat terhadap peraturan.

Penelitian ini dilakukan di Kota Surabaya pada komunitas ARMY Surabaya dimana subyek tergabung didalamnya. Komunitas ARMY Surabaya beranggotakan 16 orang dengan rentang usia antara 16-31 tahun. Namun, subyek dalam penelitian ini berjumlah tiga orang yang ditentukan dengan teknik *snowball sampling* sebab peneliti memiliki keterbatasan untuk mengakses informan di dalam komunitas. Informan awal dari penelitian ini merupakan humas yang kemudian merekomendasikan ketua dan sie acara komunitas. Subyek penelitian tersebut dapat mewakili konstruksi penggemar dalam komunitas tentang nasionalisme secara menyeluruh dengan pertimbangan bahwa ketiganya telah bergabung dalam komunitas sejak 2015-2016 dan hingga kini tetap aktif

dan memegang peran penting dalam komunitas. Berikut ini karakteristik dari ketiga subyek dalam penelitian ini:

1. Senja berusia 28 tahun berasal dari Lamongan. Senja telah menjadi penggemar BTS sejak akhir tahun 2015 dan kemudian bergabung dengan komunitas ARMY Surabaya pada tahun 2015. Dalam komunitas, Senja berperan sebagai ketua.
2. Nikki berusia 29 tahun berasal dari Sidoarjo. Nikki telah menjadi penggemar BTS sejak akhir tahun 2015 dan kemudian bergabung dengan komunitas ARMY Surabaya pada tahun 2016. Dalam komunitas, Nikki berperan sebagai humas.
3. Rena berusia 24 tahun berasal dari Surabaya dan saat ini berdomisili di Malang. Rena telah menjadi penggemar BTS sejak akhir tahun 2015 dan kemudian bergabung dengan komunitas ARMY Surabaya pada tahun 2015 akhir. Dalam komunitas, Rena berperan sebagai sie acara.

Fokus penelitian ini menjelaskan konstruksi penggemar tentang nasionalisme. Konstruksi sosial merupakan sebuah sudut pandang yang tercipta melalui tindakan dan interaksi individu secara terus-menerus (Karman, 2015:13). Sedangkan nasionalisme merupakan paham untuk mencintai bangsanya sendiri. Nasionalisme merupakan salah satu dari lima nilai karakter utama dalam gerakan PPK. Nilai nasionalisme terdiri atas beberapa indikator antara lain apresiasi budaya bangsa sendiri, menjaga kekayaan budaya bangsa, rela berkorban, unggul, dan berprestasi, cinta tanah air, menjaga lingkungan, taat hukum, disiplin, menghormati keragaman budaya, suku, dan agama.

Dalam penelitian ini konstruksi penggemar tentang nasionalisme dibedakan menjadi tiga bentuk antara lain komunikasi yang berlangsung secara harmonis, apresiasi terhadap identitas nasional, serta taat terhadap peraturan. Ketiga bentuk konstruksi penggemar tersebut telah mencakup beberapa indikator nasionalisme. Akan tetapi terdapat beberapa indikator nasionalisme yang belum dikonstruksi penggemar secara komprehensif yaitu unggul dan berprestasi serta menjaga lingkungan. Kondisi tersebut disebabkan karena masih terbatasnya aktivitas yang mendorong prestasi penggemar serta lokasi kegiatan yang tidak pasti dan berpindah-pindah.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik observasi partisipan dan wawancara mendalam. Observasi partisipan dilakukan secara luring dimana peneliti terlibat langsung dalam kegiatan penggemar yang diselenggarakan pada bulan April 2022. Observasi partisipan ini digunakan untuk mengamati komunikasi, aktivitas, dan simbol yang digunakan penggemar dalam komunitas.

Sedangkan wawancara mendalam dilaksanakan pada bulan Juni-Juli 2022 secara hybrid sebab terdapat subyek yang sedang menempuh pendidikan dan bekerja di luar kota. Wawancara mendalam secara daring dilakukan terhadap Senja (28 tahun) dan Rena (24 tahun) melalui *Zoom* dengan durasi kurang lebih satu jam. Adapun wawancara mendalam secara luring dilakukan terhadap Nikki (29 tahun) dengan durasi yang sama. Teknik ini diterapkan untuk menggali data terkait komunikasi yang berlangsung secara harmonis, apresiasi terhadap identitas nasional, serta taat terhadap peraturan.

Data yang dikumpulkan tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan model Miles dan Huberman. Model analisis data Miles dan Huberman terdiri atas empat tahapan yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan (Miles dan Huberman, 1994:12). Tahap pengumpulan data dalam penelitian dilakukan melalui wawancara mendalam dan observasi partisipan. Tahap reduksi dilakukan dengan mengkategorisasi data yang telah terkumpul ke dalam tema-tema antara lain 1) komunikasi yang harmonis, 2) apresiasi terhadap identitas nasional, serta 3) taat terhadap peraturan. Tema-tema tersebut kemudian disajikan dalam bentuk teks narasi. Tahap penarikan kesimpulan dilakukan dengan menganalisis keterkaitan antara data yang diperoleh dengan teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann sesuai dengan tema-tema yang telah direduksi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunitas ARMY Surabaya merupakan kelompok penggemar grup musik BTS yang berdomisili di Surabaya dan sekitarnya. Penggemar K-Pop pada umumnya diidentikkan dengan pemahaman tentang nasionalisme yang kurang. Pemahaman yang demikian disebabkan karena penggemar K-Pop menggemari budaya asing yang berasal dari Korea Selatan tersebut. Meskipun demikian, terdapat pula penggemar K-Pop yang memahami nasionalisme dengan cara yang unik sebagai komunikasi yang berlangsung secara harmonisasi, apresiasi terhadap identitas nasional, serta taat terhadap peraturan.

Konstruksi penggemar tentang nasionalisme dipengaruhi oleh berbagai faktor yang mendominasi. Faktor-faktor tersebut meliputi keluarga, lingkup pertemanan, lingkungan masyarakat, dan lingkungan kerja. Konstruksi dan faktor yang mempengaruhi tersebut dijelaskan melalui teori konstruksi sosial oleh Berger dan Luckmann yang terjadi dalam tiga momentum yaitu internalisasi, objektivasi dan eksternalisasi.

Komunikasi Yang Harmonis sebagai Langkah Awal dalam Memperkuat Nasionalisme

Komunikasi merupakan penyampaian pesan baik berupa ide, gagasan, maupun simbol dari pengirim kepada penerima. Komunikasi yang dilakukan penggemar dalam komunitas ARMY Surabaya berlangsung secara luring dan daring. Komunikasi secara luring (luar jaringan) berlangsung tanpa perlu terhubung dengan jaringan komputer dan internet. Jenis komunikasi ini merujuk pada pertemuan secara langsung. Sedangkan komunikasi daring (dalam jaringan) berlangsung dengan terhubung jaringan komputer dan internet. Jenis komunikasi ini memanfaatkan aplikasi media sosial seperti *Whatsapp*, *Intagram*, *Telegram*, *Twitter* sebagai perantara.

Komunikasi secara luring terjadi ketika penggemar akan mengadakan rapat dan pada saat *fans gathering*. Untuk melangsungkan pertemuan secara tatap muka umumnya para penggemar memilih *BG Junction* (BGJ) dengan pertimbangan lokasi strategis yang mudah diakses dan dapat menampung penggemar dalam jumlah besar. Komunikasi secara luring ini intens dilakukan penggemar sebelum terjadi pandemi. Rena (24 tahun) menuturkan,

“...Sebelum pandemi itu kita masih sering rapat secara luring misalnya ketemuan di BGJ. Apalagi kalau akan mengadakan acara, biasanya kita rutin ketemu setiap minggu. Ketika bertemu yang kita komunikasikan seputar tentang pengadaan acara misalnya ulang tahun anggota BTS atau ARMY Surabaya dan isu-isu BTS...” (Wawancara, 5 Juli 2022)

Komunikasi secara luring merupakan bentuk dari komunikasi konvensional yang tidak membutuhkan media. Komunikasi jenis ini lebih menitikberatkan pada tatap muka secara langsung. Oleh karena itu, komunikasi secara luring efektif untuk meningkatkan solidaritas diantara sesama penggemar. Namun komunikasi ini tidak efektif jika ditinjau dari segi waktu dan biaya yang dibutuhkan.

Berbeda dengan komunikasi luring yang berlangsung tanpa memanfaatkan media sebagai perantara, pada komunikasi daring media sosial khususnya grup *Whatsapp* digunakan sebagai perantara dalam berkomunikasi. Komunikasi secara daring ini menjadi pilihan penggemar terutama di masa pandemi ketika penggemar memiliki keterbatasan dalam beraktivitas di luar ruangan. Nikki (29 tahun) menuturkan,

“...Kita komunikasi secara luring dan daring. Akan tetapi sejak pandemi berlangsung komunikasi kita lebih fokus secara online terutama lewat *Whatsapp*. Kita ada grup *Whatsapp* khusus admin ARMY Surabaya. Jadi misalnya kalau kita mau mengadakan rapat kita bisa saling bicara di grup itu...” (Wawancara, 3 Juli 2022)

Dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, keberadaan media sosial khususnya *Whatsapp* sangat mempengaruhi aktivitas penggemar dalam berkomunikasi terutama di masa pandemi. Komunikasi antarpenggemar menjadi lebih efektif dan efisien dengan adanya fitur mengirim pesan, panggilan, dan panggilan video dalam *Whatsapp*. Terlebih dengan adanya fitur grup *Whatsapp* yang mampu mendukung komunikasi antarpenggemar yang bersifat lebih personal. Melalui aplikasi tersebut, penggemar tidak perlu bertatap muka secara langsung untuk melakukan komunikasi. Maka dari itu, penggemar dituntut mampu menguasai aplikasi tersebut dan aktif dalam menggunakannya agar komunikasi tetap berjalan dengan baik.

a. Saling Membantu

Dalam berkomunikasi penggemar menyampaikan substansi yang bersifat positif dan mengarah pada terwujudnya keharmonisan yaitu dengan saling membantu dan meminimalisir konflik. Kedua perilaku tersebut secara implisit mengandung implementasi nilai kemanusiaan dan persatuan dalam Pancasila. Implementasi nilai-nilai Pancasila tersebut menjadi langkah awal penggemar untuk memperkuat nasionalisme.

Bentuk komunikasi harmonis antar penggemar dengan saling membantu satu sama lain timbul karena adanya rasa kebersamaan dan kekeluargaan yang terjalin kuat sehingga ketika terdapat penggemar dalam keadaan terpuruk maka penggemar lain akan saling membantu salah satunya dalam bentuk pemikiran dengan memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi atau dengan memotivasi. Nikki (29 tahun) menjelaskan,

“...Curhat biasanya ke siapa yang dekat dengan kita. Tapi tetap ketika ada teman yang curhat dan kita tahu masalahnya apa, sebisa mungkin admin pasti ikut bantu untuk mencari solusi. Kalau tidak, kita hanya sekedar berbagi cerita saja dan mencoba untuk menenangkan orang yang memiliki masalah supaya lebih nyaman...” (Wawancara, 3 Juli 2022)

Tindakan memberikan bantuan dalam bentuk pemikiran dan motivasi pada umumnya bersifat personal sehingga hanya ditujukan kepada orang-orang yang saling memiliki kedekatan emosional. Kedekatan emosional antar penggemar dalam komunitas didasari oleh rasa kekeluargaan dan perasaan senasib. Rasa kekeluargaan dalam komunitas ARMY Surabaya tersebut kemudian menjadi pendorong bagi penggemar untuk saling peduli dan saling membantu terhadap sesama penggemar. Lebih lanjut, bentuk bantuan yang diberikan penggemar juga berupa tenaga dengan saling bergotong-royong dalam mengadakan kegiatan Rena (24 tahun) menuturkan,

“...Kalau mengadakan acara biasanya kita berbagi tugas yang jelas tidak berat sebelah. Setiap admin itu ada uraian tugasnya masing-masing. Tergantung tugasnya dan perannya apa. Misalnya ada teman yang senggang dan pekerjaannya sudah selesai pasti bantu teman-teman yang lain contohnya bantu angkat-angkat barang tanpa kita minta...” (Wawancara, 5 Juli 2022)

Tindakan penggemar memberikan bantuan dalam bentuk tenaga merupakan wujud dari gotong royong. Menurut Kaelan gotong royong mencerminkan cita-cita kerakyatan, kebersamaan dan solidaritas sosial untuk bersatu (Handitya, 2019:18). Gotong-royong yang dilakukan penggemar bertujuan untuk meringankan beban pekerjaan penggemar lain sehingga kegiatan dapat terlaksana dengan baik serta mampu mempererat persatuan dan kesatuan diantara penggemar dalam komunitas.

Selain itu, komunikasi yang harmonis juga terjalin antara penggemar dengan masyarakat disekitarnya dengan memberikan bantuan dalam bentuk materi. Berdasarkan pengamatan peneliti tepatnya di media sosial *Instagram* komunitas ARMY Surabaya menunjukkan bahwa komunitas tersebut aktif dalam memberikan bantuan diantaranya untuk korban gempa Lombok; ojek online, yatim, dan dhuafa; donasi masker dan *hand sanitizer* untuk tenaga kesehatan, kurir, dan ojek online; dan penggalangan dana pada Yayasan Kasih Anak Kanker Indonesia (YKAKI) Surabaya. Hasil pengamatan tersebut diperkuat oleh penuturan Senja (28 tahun) yang menyatakan,

“...Kita menggalang donasi untuk siapa saja yang membutuhkan misalnya tenaga medis dan korban bencana. Tujuan kita selain untuk merayakan ulang tahunnya anggota BTS juga berbagi kepada sesama. Karena ketika ada saudara kita yang tertimpa musibah bukan mereka saja yang merasakan, tapi kita juga ikut merasakan kesedihannya...” (Wawancara, 14 Juni 2022)

Tindakan penggemar menggalang donasi dalam bentuk materi merupakan representasi dari sila ke-2 Pancasila yang mengandung nilai kemanusiaan. Nilai kemanusiaan menitikberatkan pada karakter warga negara Indonesia yang beradab dengan menjunjung harkat dan martabat sesama manusia (Sugito dkk., 2020: 179). Nilai kemanusiaan tersebut tercermin dengan sikap penggemar yang tidak membedakan dalam menyalurkan donasi. Penggemar menegaskan bahwa tindakan memberikan bantuan harus didasari oleh keikhlasan dari pihak donatur. Dengan demikian nasionalisme penggemar berdasarkan rasa solidaritas yang kuat antar sesama warga Negara Indonesia.

b. Meminimalisir Konflik

Komunikasi yang berlangsung harmonis antar penggemar dalam komunitas, sekalipun dapat mengarah

pada terjadinya konflik. Konflik disebabkan oleh perbedaan pandangan, nilai, dan keyakinan antara penggemar yang satu dengan penggemar yang lain. Konflik dapat berlangsung antar penggemar, beda penggemar, dan dengan bukan penggemar. Konflik antar penggemar umumnya disebabkan oleh perbedaan latar belakang kebudayaan individu terutama dalam bahasa dan cara berbicara sehingga menimbulkan kesalahpahaman ketika berkomunikasi. Nikki (29 tahun) menuturkan,

“...Konflik penggemar di dalam komunitas ini lebih sering karena salah paham misalnya dari segi bahasa yang kita tidak saling mengerti ketika berkomunikasi atau karena ada teman yang kelihatannya kalem ternyata setelah bertemu cara bicarannya agak kasar...” (Wawancara, 3 Juli 2022)

Sedangkan konflik beda penggemar disebabkan oleh perbedaan idola sehingga penggemar yang berbeda idola tersebut saling menghina, menghujat, dan menjelek-jelekan idola lain. Senja (28 tahun) menyatakan,

“...Kita sebagai anak K-Pop itu rentan dibully juga dengan sesama penggemar yang beda idola dan ketika dibully kita bela mati-matian idol kita. Jadi ada pemikiran kalau ada idol yang dihina, dihujat, atau dijelek-jelekan pasti akan dibalas juga seperti itu juga oleh penggemarnya. Akhirnya bisa jadi saling serang antar penggemar yang beda idola itu...” (Wawancara, 14 Juni 2022)

Sementara itu, konflik dengan bukan penggemar disebabkan oleh perbedaan pandangan antarindividu sehingga yang bukan penggemar menghakimi setiap tindakan atau perilaku penggemar. Rena (24 tahun) menuturkan,

“...Orang-orang itu tergesa-gesa menghakimi bahwa penggemar K-Pop itu fanatik, suka melakukan hal diluar kemampuannya, hanya berfokus dengan idolanya, dan sering berkonflik dengan teman lain yang bukan sesama penggemar K-Pop. Kita sering dikotak-kotakkan sebagai K-popers yang seperti itu dan sering kali merugikan kita. Padahal setiap orang punya latar belakang yang berbeda-beda. Banyak juga K-Popers yang dewasa dan sopan...” (Wawancara, 5 Juli 2022)

Perbedaan dari segi latar belakang sosial budaya, pandangan, hingga tindakan yang dilakukan sebagai penggemar menjadi faktor dominan yang memicu konflik. Perbedaan-perbedaan tersebut tidak dapat diterima oleh lingkungan di sekitar sehingga penggemar mendapatkan label negative dari masyarakat. Sementara itu, dari sisi penggemar terdapat dua pilihan atas adanya label tersebut yaitu tidak menanggapi dan tetap menjalin komunikasi dengan masyarakat atau menanggapinya sehingga timbul konflik. Pilihan yang diambil tersebut menggambarkan bagaimana pola pikir penggemar dalam membangun nasionalisme.

Menyadari bahwa keberadaan konflik dapat mengakibatkan retaknya persatuan dan kesatuan yang telah dibangun oleh karena itu penggemar mengusahakan untuk menyelesaikan konflik-konflik tersebut. Konflik yang terjadi antar penggemar dalam komunitas diselesaikan dengan cara saling berkomunikasi dan tidak mudah terbawa perasaan. Dalam konteks ini, penggemar saling memahami perbedaan dari segi cara berkomunikasi untuk meminimalisir kesalahpahaman. Seperti yang dituturkan oleh Nikki (29 tahun),

“...Kita saling memahami dan saling menjaga khususnya kalau itu memang pembawaannya. Jangan sampai kita sakit hati kemudian terbawa perasaan. Lalu kalau ada bahasa yang kita kurang mengerti bisa kita tanyakan langsung supaya tidak salah paham...” (Wawancara, 3 Juli 2022)

Kemudian konflik beda penggemar diselesaikan dengan cara menghindari satu sama lain dan menguatkan solidaritas kelompok. Rena (24 tahun) menjelaskan,

“...Sekarang aku belajar untuk lebih dewasa. Jadi kalau ada perselisihan berupaya untuk saling menguatkan sesama ARMY dan tidak mudah terpancing untuk ikut konflik dengan penggemar lain...” (Wawancara, 5 Juli 2022)

Serupa dengan cara penyelesaian dalam konflik beda penggemar, konflik yang terjadi pada bukan penggemar juga diatasi dengan saling menghindari satu sama lain. Nikki (29 tahun) menuturkan,

“...Sudah tidak peduli sekarang. Kalau dulu waktu awal-awal jadi penggemar masih menggebu-gebu dan mudah terbawa perasaan jadi aku ikut menanggapi...” (Wawancara, 3 Juli 2022)

Penyelesaian konflik yang dilakukan penggemar baik secara kooperatif maupun non kooperatif tersebut menunjukkan bahwa perbedaan pandangan antar penggemar tidak diarahkan untuk meningkatkan konflik dan permusuhan. Sebaliknya perbedaan pandangan tersebut diarahkan pada kesatuan dalam hidup bersama dengan saling menghargai satu sama lain dan meminimalisir konflik (Irawan, 2020:140).Tindakan tersebut menunjukkan bahwa nasionalisme penggemar berdasarkan nilai persatuan.

Konstruksi penggemar tentang nasionalisme dipengaruhi oleh adanya sosialisasi yang dilakukan di lingkungan sekitar khususnya keluarga dan teman. Sosialisasi tersebut mendorong penggemar melakukan komunikasi secara harmonis untuk membangun hubungan satu sama lain. Dengan demikian, penggemar dalam komunitas ARMY Surabaya belajar menerima dan memahami perbedaan satu sama lain sehingga meningkatkan relasi antarpenggemar. Nikki (29 tahun) menjelaskan,

“...Waktu kuliah aku bertemu bermacam-macam pendatang. Dari situ aku mulai mempelajari bahwa

mereka darimana, kebiasaannya seperti apa, bahasanya seperti apa. Bahkan dikeluarga juga ada beberapa yang asalnya beda-beda. Dengan bertemu banyak orang pemahamanku lebih terbuka bahwa orang-orang itu memiliki perbedaan karakter satu sama lain ...” (Wawancara, 3 Juli 2022)

Pernyataan tersebut diperkuat oleh Rena (24 tahun) yang menegaskan pengaruh sosialisasi yang dilakukan oleh teman,

“...Ketika aku masuk ke kampus ke universitas lingkungan itu mengubah cara berpikir aku kalau ternyata banyak perbedaan itu dapat menimbulkan kericuhan atau problem. Hanya bagaimana cara kita mentolerir dan menerima perbedaan tersebut serta bagaimana caranya agar kita bisa tetap berbuat baik karena dari situ aku belajar Bhinneka Tunggal Ika itu...” (Wawancara, 5 Juli 2022)

Jika dicermati dari teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann, perilaku penggemar didasarkan atas pengetahuan yang dimiliki. Pengetahuan tersebut diperoleh melalui proses sosialisasi baik yang berlangsung secara primer maupun sekunder. Sosialisasi primer terjadi ketika keluarga mengajarkan tentang perbedaan dan bagaimana mengatasi perbedaan tersebut. Penggemar menyampaikan kondisi keluarga yang berasal dari daerah serta kebiasaan yang berbeda menjadikannya belajar untuk saling toleransi dan menerima perbedaan tersebut. Melalui proses tersebut, penggemar menyerap pengetahuan keluarga sebagai sebuah kebenaran. Hal tersebut tampak dari perilaku penggemar yang mengupayakan untuk meminimalisir konflik antar penggemar.

Sosialisasi primer tersebut kemudian dilanjutkan dengan sosialisasi sekunder sebab sosialisasi yang berlangsung dalam momen internalisasi tidak pernah tuntas (Berger dan Luckmann⁷, 2013:188). Sosialisasi sekunder yang turut mewarnai pengetahuan penggemar tentang nasionalisme salah satunya yaitu lingkup pertemanan ketika menempuh pendidikan. Dua dari tiga informan yang menempuh jenjang pendidikan hingga perguruan tinggi yaitu Nikki (29 tahun) dan Rena (24 tahun) menjelaskan bahwa kehidupan kampus yang mempertemukan mereka dengan orang dari berbagai daerah dengan karakter yang berbeda-beda turut berperan dalam memperkaya pengetahuan tentang perbedaan setiap individu dan cara untuk saling menghargai perbedaan tersebut. Melalui proses tersebut manusia merupakan produk dari masyarakat.

Selanjutnya pada momen objektivasi, para penggemar yang mengalami proses internalisasi yang berbeda satu sama lain saling berinteraksi dalam komunitas. Interaksi tersebut kemudian melahirkan realita intersubjektif yaitu nilai yang disepakati atau dijunjung bersama oleh penggemar di dalam komunitas (Berger dan Luckmann,

2013:33). Nilai yang disepakati bersama tersebut yaitu nilai kemanusiaan dan persatuan yang menjadi dasar bagi penggemar untuk saling membantu dan meminimalisir konflik. Melalui nilai-nilai tersebut diharapkan agar tercapai keharmonisan dalam hubungan antar sesama. Proses tersebut akan berlangsung secara terus menerus berdasarkan nilai yang telah disepakati bersama. Apabila muncul perilaku yang bertentangan dengan nilai yang telah disepakati bersama maka akan dianggap melanggar.

Nilai-nilai tersebut dapat disepakati bersama oleh seluruh penggemar dalam komunitas karena adanya proses pembiasaan dan pelembagaan. Proses pembiasaan tampak dari komunikasi antar penggemar yang dilakukan secara berkala. Setelah pembiasaan terjadi proses pelembagaan. Pada proses pelembagaan, komunitas ARMY memiliki kewenangan untuk mengendalikan perilaku penggemar Berger dan Luckmann, 2013:74). Bentuknya yaitu mengatur penyelenggaraan kegiatan membantu dalam bentuk donasi, *fans gathering*; melarang penggemar menjelek-jelekan idol atau fandom lain serta berbicara terkait SARA. Melalui momen objektivasi ini, perilaku penggemar yang saling membantu dan meminimalisir konflik dapat diterima sebagai kenyataan.

Nilai-nilai yang disepakati bersama tersebut selanjutnya dieksternalisasi oleh penggemar secara terus-menerus melalui aktivitas berupa fisik dan mental (Berger dan Luckmann, 2013:71). Aktivitas fisik dan mental terwujud melalui saling membantu dalam bentuk pemikiran, materi, dan tenaga, serta meminimalisir konflik dengan sesama, berbeda, maupun bukan penggemar yang dilakukan secara berulang kali. Dengan adanya eksternalisasi tersebut, tatanan sosial merupakan hasil dari aktivitas manusia (Berger dan Luckmann, 2013:71). Artinya komunitas ARMY dan segala tatanan didalamnya terbentuk akibat aktivitas penggemar.

Pemahaman tentang nasionalisme sebagai suatu komunikasi yang berlangsung harmonis dipengaruhi oleh peran keluarga dan lingkup pertemanan penggemar. Keluarga dan teman berperan dalam mentransferkan pengetahuan tentang saling menghargai dan toleran terhadap perbedaan karakter, daerah, kebiasaan setiap individu. Tidak hanya itu, bahkan BTS turut mempengaruhi pemaknaan mereka terkait komunikasi yang berlangsung secara harmonis. Salah satu penggemar, Rena (24 tahun) menjelaskan bahwa BTS mengajarkan mereka untuk mencintai diri sendiri dan sesama. Pengetahuan tersebut kemudian diwujudkan penggemar dalam bentuk perilaku saling membantu dan meminimalisir konflik. Dalam taraf ini penggemar telah memahami untuk saling membantu ketika terdapat teman sesama penggemar atau orang lain yang tertimpa musibah

serta tidak berkonflik karena dapat menimbulkan perpecahan.

Apresiasi Terhadap Identitas Nasional: dari Menggunakan Simbol Merah Putih hingga Merayakan HUT RI

Apresiasi didefinisikan sebagai penghargaan atau penghormatan secara positif terhadap sesuatu. Apresiasi terhadap identitas nasional dimaknai sebagai penghargaan atau penghormatan secara positif terhadap jati diri bangsa meliputi bahasa, bendera, lambang negara, semboyan, lagu kebangsaan, falsafah, hukum, bentuk Negara dan budaya.

Identitas nasional bangsa Indonesia yang patut diapresiasi diantaranya Bahasa Indonesia, Bendera Merah Putih, lagu Indonesia Raya, lambang Negara Garuda Pancasila, semboyan Bhinneka Tunggal Ika, Pancasila, Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, bentuk Negara Kesatuan Republik Indonesia, serta kebudayaan yang dimiliki (Arief dkk., 2021:2555).

Apresiasi terhadap identitas nasional merupakan bentuk representasi dari nasionalisme. Perilaku tersebut menunjukkan kepribadian dan identitas bangsa yang nasionalis sehingga masyarakatnya memiliki harga diri, rasa kebangsaan, dan rasa sayang terhadap kepribadian serta identitas bangsa. Dengan mengapresiasi identitas nasional artinya warga telah menjaga keberadaan dan eksistensi bangsa Indonesia serta melindungi jati diri bangsa dan negara Indonesia seiring dengan adanya tantangan globalisasi.

Apresiasi penggemar terhadap identitas nasional dapat dicermati dari aspek verbal dan non verbal. Secara verbal apresiasi penggemar terhadap identitas nasional diungkapkan dalam bentuk lisan dengan menggunakan kata-kata dan bahasa. Sedangkan secara non verbal, apresiasi penggemar terhadap identitas nasional diungkapkan dalam bentuk sikap, tindakan dan simbol yang digunakan.

Menggunakan Bahasa Indonesia

Dalam bentuk verbal apresiasi penggemar terhadap identitas nasional diwujudkan dengan penggunaan bahasa Indonesia dalam berkomunikasi. Bahasa Indonesia sendiri memiliki kedudukan sebagai bahasa nasional dan bahasa negara. Kedudukan bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional diperkuat dengan ikrar Sumpah Pemuda pada tanggal 28 Oktober 1928. Sedangkan kedudukan bahasa Indonesia sebagai bahasa negara diperkuat dengan bunyi pasal 36 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang berbunyi "Bahasa negara ialah Bahasa Indonesia".

Dengan kedudukannya sebagai bahasa nasional, bahasa Indonesia berfungsi sebagai lambang kebanggaan nasional, jati diri nasional, alat pemersatu suku bangsa, serta alat penghubung antardaerah dan budaya (Ansoriyah, 2019:17). Sedangkan sebagai bahasa resmi kenegaraan, pengantar dalam dunia pendidikan, perhubungan tingkat nasional, serta pengembang kebudayaan, ilmu pengetahuan, dan teknologi (Ansoriyah, 2019:18). Dengan kedua kedudukan tersebut menunjukkan peran penting bahasa Indonesia sebagai salah satu identitas nasional bangsa Indonesia.

Penggunaan bahasa Indonesia terutama oleh generasi muda masih dipandang sebelah mata. Generasi muda umumnya lebih tertarik terhadap bahasa asing seperti bahasa Inggris, Korea, Jepang dengan pertimbangan mampu meningkatkan prestise dan rasa percaya diri. Oleh sebab itu, eksistensi bahasa Indonesia di kalangan generasi muda semakin berkurang.

Berbeda dengan persoalan tersebut, dalam komunitas ARMY Surabaya penggunaan bahasa Indonesia terus dilakukan terutama pada pertemuan yang melibatkan banyak penggemar dari berbagai daerah seperti pada saat kegiatan *fans gathering*. Tujuan penggunaan bahasa Indonesia pada kegiatan *fans gathering* tersebut adalah agar penggemar dapat saling berkomunikasi dengan efektif sebab tidak seluruh penggemar memahami satu bahasa daerah yang sama. Rena (24 tahun) menuturkan, "...Dalam berkomunikasi biasanya menggunakan bahasa Jawa dan bahasa Indonesia juga. Kalau kita mengadakan acara, kita pasti menggunakan bahasa Indonesia. Sedangkan bahasa Korea itu untuk pemanis saja jadi jarang diterapkan. Karena kita bahasa ibunya bahasa Indonesia jadi agar sama-sama paham dalam berkomunikasi kita tetap menggunakan bahasa Indonesia..." (Wawancara, 5 Juli 2022)

Penggunaan bahasa Indonesia dalam berkomunikasi menyiratkan penggemar menempatkan bahasa Indonesia sebagai pilihan utama dalam berkomunikasi disamping bahasa daerah. Bagi penggemar bahasa Indonesia sangat efektif dan efisien digunakan ketika berkomunikasi pada pertemuan yang melibatkan banyak orang terutama yang belum memiliki kedekatan seperti pada kegiatan *fans gathering*. Sedangkan bahasa Jawa digunakan pada pertemuan yang melibatkan sedikit orang, sudah memiliki kedekatan, dan sama-sama memahami bahasa tersebut misalnya antar admin. Adapun bahasa Korea hanya digunakan sebagai tambahan dalam berkomunikasi sehingga jarang dituturkan oleh penggemar.

Bahasa Indonesia dan Bahasa Jawa merupakan bahasa yang dipelajari dan dituturkan oleh penggemar sejak kecil. Oleh karena itu, penggemar dapat menuturkannya secara fasih. Kondisi ini berbeda dengan bahasa Korea

yang baru dipelajari sejak menjadi penggemar K-Pop sehingga penggemar tidak terlalu fasih menuturkannya. Kenyataan ini juga disadari oleh penggemar bahwa bahasa Indonesia merupakan bahasa ibunya sehingga tetap menjadi bahasa yang dominan digunakan dalam berkomunikasi.

Menggunakan Simbol Merah Putih

Dalam bentuk non verbal apresiasi penggemar terhadap identitas nasional diwujudkan dalam bentuk simbol dan tindakan, dan sikap. Pertama, penggemar menggunakan simbol. Merah Putih merupakan warna dari Bendera Indonesia. Warna merah memiliki arti keberanian dalam melawan penjajahan. Sedangkan warna putih memiliki arti keinginan suci untuk memperjuangkan kemerdekaan Indonesia. Dengan filosofi yang mendalam tersebut warna merah putih menjadi simbol nasionalisme.

Dalam komunitas ARMY Surabaya penggunaan simbol merah putih yang dimaksud merupakan *template* pada postingan *Instagram* komunitas di bulan Agustus yang didesain dengan nuansa merah putih. Penggunaan simbol merah putih oleh penggemar tersebut bertujuan untuk memperingati Hari Ulang Tahun Republik Indonesia. Nikki (29 tahun) menuturkan,

“...Saat itu bulan Agustus bertepatan dengan hari ulang tahun Indonesia jadi kita ikut merayakan dan berpartisipasi walaupun *fanbasenya* idol Korea tapi kita tetap orang Indonesia. Tujuannya yang pertama pasti sebagai rasa syukur karena diusianya yang semakin bertambah bangsa Indonesia semakin banyak perubahan. Kedua yang pasti ada harapan semoga Indonesia lebih baik dari sebelum-sebelumnya...” (Wawancara, 3 Juli 2022)

Postingan *Instagram* komunitas ARMY Surabaya dengan nuansa merah putih dimulai pada tanggal 4 Agustus hingga 27 Agustus 2019. Postingan yang berawal dan berakhir di bulan Agustus dapat dimaknai sebagai simbol menyemarakkan bulan kemerdekaan. Postingan diawali dengan ucapan “*respect to Independence August*”. Kata-kata tersebut dapat dimaknai sebagai bentuk penghormatan penggemar kepada para pahlawan sehingga Indonesia dapat mencapai kemerdekaan. Kemudian postingan selanjutnya berisi tentang BTS dan kegiatan komunitas pada umumnya namun tetap dengan latar belakang merah putih.

Dari postingan tersebut dapat dipahami bahwa motif utama penggemar menggunakan simbol tersebut adalah menunjukkan partisipasi dalam menyemarakkan hari ulang tahun Republik Indonesia. Disisi lain terdapat pula motif tersirat yaitu untuk menegaskan bahwa penggemar yang mengidolakan BTS dan tergabung dalam komunitas ARMY masih memiliki nasionalisme. Simbol tersebut menjadi media penyampaian pesan kepada masyarakat

yang memandang penggemar sebelah mata dengan label tidak memiliki nasionalisme.

Merayakan HUT RI

Kedua, penggemar melakukan tindakan berupa merayakan hari ulang tahun Republic Indonesia pada tanggal 16 Agustus. Pada acara tersebut penggemar yang datang diwajibkan mengenakan pakaian sesuai dengan aturan berpakaian (*dress code*) yang ditetapkan. Aturan berpakaian tersebut yaitu mengenakan seragam sekolah dengan berbagai opsi yang bisa dipilih penggemar antara lain hitam atau putih-tartan, merah-putih, putih-abu-abu, dan seragam pramuka. Menariknya, berdasarkan hasil pengamatan peneliti di *Instagram* komunitas ARMY Surabaya pada umumnya penggemar mengenakan pakaian dengan kombinasi warna merah atau putih.

Kegiatan yang dilakukan penggemar dalam perayaan HUT RI tersebut yaitu dengan memainkan permainan seperti lomba-lomba dalam peringatan 17 Agustus pada umumnya dengan penggemar lain. Beberapa permainan yang dimainkan oleh penggemar antara lain makan krupuk, bermain kelereng, dan lain sebagainya. Kegiatan tersebut pun terasa lebih menonjolkan ciri khas penggemar karena dilakukan bersamaan dengan perayaan ulang tahun anggota BTS yaitu Namjoon, Jimin, dan Jungkook. Senja (28 tahun) menuturkan,

“...*Birthday partynya* Jungkook, Namjoon, sama Jimin itu kan diadakan tanggal 16 Agustus mendekati perayaan HUT RI juga jadi waktu itu kita diacaranya mengadakan lomba-lomba tradisionalnya Indonesia seperti lomba 17-an ada main kelereng, makan krupuk...” (Wawancara, 14 Juni 2022)

Perayaan HUT RI yang dilakukan secara bersamaan dengan ulang tahun anggota BTS menunjukkan cara kerja dan pemikiran penggemar yang mengedepankan efektivitas dan efisiensi terutama dalam aspek tenaga, waktu, dan biaya. Dengan penggabungan tersebut penggemar dapat mencapai dua tujuan sekaligus yaitu merayakan HUT RI dan ulang tahun idola.

Selain itu, kegiatan tersebut menunjukkan gagasan atau ide kreatif penggemar. Ide kreatif penggemar tersebut terletak dari penggabungan keduanya yang merupakan sesuatu yang baru dan belum pernah ditemukan dalam komunitas penggemar K-Pop lain. Kreativitas penggemar tersebut terlihat semakin menarik dengan diadakannya permainan-permainan khas perayaan 17 Agustus dan ditetapkannya *dress code* seragam sekolah oleh panitia. Kedua aspek tersebut mampu mengingatkan kembali ingatan penggemar tentang nuansa perayaan HUT RI pada masa kanak-kanak. Hal tersebut menjadikan tema perayaan hari ulang tahun Republik Indonesia oleh penggemar terlihat semakin menarik dan memberikan kesan berbeda.

d. Memperkenalkan Indonesia Kepada Idola

Ketiga, penggemar menunjukkan apresiasi dengan adanya keinginan untuk memperkenalkan kekayaan yang dimiliki Indonesia mulai dari segi pakaian tradisional, makanan khas, serta wilayah beserta tempat wisata kepada idolanya. Cara tersebut dapat dilakukan penggemar dengan memberikan hadiah kepada idola pada saat konser atau *fan meeting* dan mengirimkan hadiah tersebut. Akan tetapi, keinginan penggemar tersebut tidak dapat terwujud karena agensi idolanya yaitu BTS melarang kegiatan tersebut. Nikki (29 tahun) menuturkan,

“...Setahuku itu pernah ada idol K-Pop *Super Junior* dapat hadiah baju batik. Dari situ aku ada keinginan juga untuk mengenalkan baju-baju tradisional ke BTS seperti baju beskap gitu karena kalau batik itu sudah biasa. Cuma sayangnya memberikan kado berupa barang ke BTS itu sudah dihentikan. Mungkin karena ada ketakutan terhadap *sasaeng* atau fans yang terlalu fanatik yang meneror idol. Itu kan berbahaya sekali...” (Wawancara, 3 Juli 2022)

Pernyataan Nikki (29 tahun) tersebut diperkuat oleh Rena (24 tahun) yang menuturkan,

“...Karena kita orang Indonesia jadi yang kita kenalkan tetap Indonesia. Aku ada keinginan untuk mengenalkan makanan Indonesia. Kalau makanan Indonesia itu banyak selain nasi goreng. Selain itu juga ingin mengenalkan tempat-tempat wisata di Indonesia tapi bukan yang umum seperti Bali...” (Wawancara, 5 Juli 2022)

Apresiasi penggemar yang tercermin dari keinginan penggemar menunjukkan dan memperkenalkan identitas bangsanya agar dikenal idola. Keinginan tersebut timbul karena rasa bangga dan percaya diri penggemar terhadap kekayaan yang dimiliki oleh bangsa Indonesia dari berbagai aspek termasuk sosial budaya. Sikap bangga dan percaya diri tersebut membuat penggemar tidak merasa inferior atau dari bangsa lain. Disisi lain penggemar juga memiliki tujuan tersendiri yaitu menunjukkan kecintaan terhadap idola dengan memberikan hadiah. Pemberian hadiah terutama khas Indonesia membuat penggemar lebih dekat dengan idolanya karena kelokalannya.

Pemaknaan penggemar tentang nasionalisme sebagai tindakan mengapresiasi identitas nasional dipengaruhi oleh sosialisasi yang dilakukan di lingkungan keluarga dan juga masyarakat. Bentuk sosialisasi tersebut ditunjukkan dengan pengibaran bendera merah putih di setiap rumah untuk memperingati HUT RI serta penggunaan pakaian tradisional dalam setiap kegiatan seremonial. Tidak hanya itu, lingkungan kerja juga turut mempengaruhi konstruksi penggemar tentang nasionalisme. Nikki (29 tahun) menuturkan,

“...Selama bekerja yang jelas aku tidak pernah absen upacara. Jadi setiap ada acara-acara besar

seperti hari Pancasila, 17 Agustus itu pasti ikut. cukup sering sih pakai baju batik atau kebaya. Terus aku juga sering pakai baju batik ketika kerja karena di kantor itu ada aturan setiap minggu harus pakai baju adat atau baju-baju tradisional ...” (Wawancara, 5 Juli 2022)

Dicermati dari teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann, pada momen internalisasi individu memahami langsung peristiwa objektif sebagai pengungkapan makna (Berger dan Luckmann, 2013:177). Sebelum itu, individu akan terlebih dahulu mendapatkan sosialisasi. Sosialisasi primer dialami oleh penggemar ketika keluarga mereka mengajarkan untuk mengapresiasi identitas sejak dini. Nikki (29 tahun) dan Rena (24 tahun) menjelaskan bahwa orang tuanya memberikan contoh dengan mengibarkan bendera Merah Putih setiap tanggal 17 Agustus. Pengetahuan telah yang disosialisasikan tersebut kemudian diterima sebagai kenyataan sehingga penggemar kemudian mengimplementasikannya dalam kehidupan sehari-hari.

Proses sosialisasi yang tidak pernah tuntas kemudian membawa konsekuensi yaitu adanya sosialisasi lanjutan yang disebut sosialisasi sekunder. Sosialisasi sekunder dilakukan dengan berlandaskan lembaga (Berger dan Luckmann, 2013:188). Nikki (29 tahun) menjelaskan bahwa sosialisasi sekunder turut memperkaya pengetahuannya tentang nasionalisme. Sejak bekerja dalam salah satu instansi perguruan tinggi di Surabaya ia mengaku tidak pernah absen dalam kegiatan upacara dan rutin mengenakan batik saat bekerja. Sementara itu, Rena (24 tahun) menyebutkan bahwa penggunaan kebaya untuk menghadiri undangan di lingkungan masyarakat membuatnya bangga terhadap bangsa Indonesia. Melalui proses internalisasi manusia merupakan produk dari masyarakat.

Selanjutnya, pada momen objektivasi penggemar saling berinteraksi dengan penggemar lain dalam komunitas sehingga membentuk realita intersubjektif. Realita intersubjektif yaitu pemahaman yang telah disepakati bersama oleh seluruh penggemar di dalam komunitas melalui rutinitas dalam kehidupan sehari-hari (Berger dan Luckmann, 2013:33). Penggemar memahami bahwa meskipun ARMY Surabaya merupakan komunitas berbasis K-Pop namun mereka tetap masyarakat Indonesia yang harus berpartisipasi dalam mengapresiasi identitas nasional. Pemahaman tersebut menunjukkan bahwa nasionalisme penggemar memiliki kecenderungan yang memungkinkan untuk tetap terbuka terhadap budaya asing namun tetap disertai dengan loyalitas terhadap negara (Nugraha dan Fitriasia, 2022:6).

Pemahaman tersebut dapat diterima begitu saja oleh penggemar sebagai kenyataan karena adanya proses pembiasaan dan pelembagaan yang dilakukan oleh

komunitas. Bentuk pembiasaan tampak dari rutinitas penggemar dalam menggunakan bahasa Indonesia dalam berkomunikasi. Sedangkan menggunakan simbol merah putih dan merayakan HUT RI merupakan tindakan incidental yang dilakukan pada waktu tertentu yaitu pada bulan Agustus. Setelah pembiasaan terjadi proses pelembagaan. Pelembagaan dalam komunitas tercermin dengan adanya kewenangan komunitas ARMY dalam mengadakan kegiatan perayaan HUT RI serta membuat pembagian tugas kepada masing-masing penggemar dimana setiap penggemar harus melaksanakan tugasnya dan menaati peraturan yang telah disepakati bersama.

Pemahaman yang telah disepakati bersama tersebut kemudian dieksternalisasi penggemar ke dalam aktivitas baik fisik maupun mental (Berger dan Luckmann, 2013:71). Proses tersebut menandai berlangsungnya momen eksternalisasi. Melalui eksternalisasi yang dilakukan penggemar secara terus-menerus maka akan menghasilkan realita objektif (Berger dan Luckmann, 2013:1). Dengan adanya momen tersebut, tatanan sosial merupakan hasil dari aktivitas manusia (Berger dan Luckmann, 2013:71). Artinya komunitas ARMY dan segala peraturan didalamnya dibentuk oleh para penggemar.

Konstruksi penggemar tentang nasionalisme sebagai sebuah apresiasi terhadap identitas nasional didasari oleh adanya kesadaran penggemar bahwa sebagai warga negara wajib untuk melestarikan, menjaga, dan memperkenalkan identitas bangsa Indonesia; serta memperingati HUT RI sebagai bentuk rasa syukur atas kemerdekaan Indonesia. Hal tersebut ditegaskan oleh ketiga penggemar yang menyatakan bahwa mereka mengetahui apa yang harus dilakukan sebagai orang Indonesia. Kesadaran penggemar ini tidak datang dengan sendirinya namun ada faktor yang mempengaruhi yaitu keluarga dan lingkungan masyarakat yang turut menyosialisasikan kepada penggemar untuk selalu mengapresiasi identitas nasional melalui berbagai aktivitas diantaranya mengibarkan bendera merah putih di depan rumah setiap HUT RI, mengikuti upacara, serta menggunakan pakaian tradisional batik dan kebaya.

Ketaatan Penggemar Terhadap Peraturan di Masa Pandemi sebagai Representasi Nasionalisme

Ketaatan terhadap peraturan merupakan salah satu indikator dari karakter nasionalisme yang tertuang dalam gerakan Penguatan Pendidikan Karakter. Kepatuhan terhadap peraturan termasuk dalam karakter nasionalisme sebab tindakan tersebut mencerminkan tanggungjawab sebagai warga negara yang baik. Ketaatan terhadap peraturan merupakan tindakan patuh terhadap tataatan, petunjuk, kaidah, dan ketentuan yang berlaku.

Peraturan dibuat dengan fungsi sebagai system kontrol, penyelesaian sengketa, perubahan sosial, pemeliharaan sosial, menguasai penguasa (Lawrence Friedman dalam Mawardi 2015:279). Oleh karena itu, ketaatan terhadap peraturan sangat penting untuk dilaksanakan oleh setiap individu maupun kelompok sehingga dapat menciptakan suasana yang tertib, aman dan teratur dalam kehidupan.

Salah satu peraturan yang perlu ditaati oleh warga Negara khususnya penggemar yaitu peraturan berkaitan dengan pandemi *Covid-19*. Pandemi *Covid-19* pertama kali melanda Indonesia pada Maret 2020. Dengan adanya pandemi tersebut, pemerintah menetapkan berbagai peraturan yang diawali dengan PSBB yang dilaksanakan pada April 2020 kemudian dilanjutkan dengan penerapan kehidupan normal yang baru pada 28 Mei 2020.

Pembatasan Sosial Berskala Besar menurut Pasal 59 UU No 6 Tahun 2018 paling sedikit meliputi peliburan sekolah dan tempat kerja; pembatasan kegiatan keagamaan; dan/atau pembatasan kegiatan di tempat atau fasilitas umum. Berbeda dengan PSBB, pada era normal baru terdapat bentuk kebiasaan baru diantaranya mencuci tangan, menggunakan masker, menghindari kerumunan, dan menjaga jarak. Kebiasaan baru tersebut menjadikan masyarakat harus mampu beradaptasi dan juga menaatinya untuk kebaikan bersama.

Menaati PKM dan 3M

Selama masa transisi tersebut, kasus *Covid-19* sempat naik turun khususnya di Kota Surabaya. Hingga pada pertengahan Desember 2020, kasus *Covid-19* terus meningkat hingga mencapai 17.846 orang (sembuh 16.486 orang, meninggal 1.239 orang). Dampaknya penerapan protokol kesehatan dan pembatasan kegiatan masyarakat semakin diperketat.

Kondisi pandemi yang tidak menentu tersebut berpengaruh terhadap aktivitas penggemar dalam komunitas. Pada saat kasus sedang meningkat penggemar tidak dapat melakukan pertemuan dengan penggemar lain sebab adanya larangan untuk berkerumun sehingga berfokus pada aktivitas daring. Sementara itu, ketika kasus sudah menurun penggemar harus tetap mewaspadai ancaman penyebaran *Covid-19* dengan menerapkan protokol kesehatan ketika mengadakan pertemuan secara langsung.

Meskipun sulit, penggemar dalam komunitas ARMY Surabaya tetap berupaya untuk menaati peraturan khususnya dengan menerapkan protokol kesehatan 3M dan mematuhi pembatasan kegiatan masyarakat di masa pandemi. Sebab penggemar menyadari bahwa keputusan yang diambilnya untuk menaati peraturan tidak hanya bertujuan melindungi diri penggemar saja akan tetapi juga orang lain. Ketaatan penggemar terhadap peraturan

tersebut merupakan wujud dari nasionalisme. Rasa nasionalisme tersebut diperlukan sebagai pemersatu sehingga bangsa Indonesia mampu melawan pandemi dan berangsur pulih menuju kehidupan normal yang baru. Nikki (29 tahun) menuturkan bahwa ketika diberlakukan pembatasan kegiatan penggemar memutuskan untuk vakum dalam kegiatan,

“...Pernah waktu tahun 2020 akhir itu ada proyek *LED videotron* ucapan ulang tahun untuk Taehyung di akhir bulan Desember. Tapi karena pada saat itu kasus *Covid-19* sedang tinggi-tingginya dan untuk menghindari kerumunan jadi tidak diperbolehkan. Dari kejadian itu, kita berusaha untuk mematuhi larangan itu karena tujuannya untuk menjaga diri kita dan orang lain. Jadi akhirnya kami memutuskan vakum mengadakan acara tatap muka. ...” (Wawancara, 3 Juli 2022)

Lebih lanjut Nikki (29 tahun) menambahkan sejak New Normal penggemar mulai mengadakan aktivitas secara offline namun dengan tetap menaati protokol kesehatan,

“...Kalau untuk penyelenggaraan nobar tanggal 17 April kemarin karena sudah tidak ada larangan mengadakan acara tapi masih dalam suasana pandemi jadi penerapan protokol kesehatan itu pasti karena takutnya akan ada sidak dan nanti acara malah tidak berjalan lancar...” (Wawancara, 3 Juli 2022)

Ketaatan penggemar terhadap pembatasan kegiatan masyarakat dan protokol kesehatan dipengaruhi oleh kesadaran penggemar terhadap peraturan. Kesadaran tersebut terbentuk dari pengetahuan, pemahaman, sikap, dan pola perilaku. Pertama, dari aspek pengetahuan penggemar mengetahui bahaya *Covid-19* dan seberapa besar tingkat penyebaran di wilayahnya. Kedua, dari aspek pemahaman penggemar memahami tujuan dari aturan tersebut yaitu untuk kepentingan bersama. Ketiga, dari aspek sikap menunjukkan kecenderungan penggemar untuk menerima dan menaati peraturan tersebut. Keempat, dari aspek pola perilaku penggemar menaati pembatasan kegiatan masyarakat dengan vakum dalam aktivitas luring dan menerapkan protokol kesehatan setiap mengadakan pertemuan luring.

Memberikan Sanksi

Keberadaa peraturan tidak serta-merta membuat individu akan mematuhi. Oleh karena itu, agar peraturan dapat ditegakkan diperlukan adanya sanksi. Sanksi dapat dimaknai sebagai aturan yang menentukan konsekuensi dari ketidakpatuhan atau pelanggaran terhadap norma. Sanksi menjadi aspek penting yang digunakan untuk menegakkan peraturan dengan menjatuhkan hukuman atau ganjaran sehingga memberikan memberikan efek jera kepada yang melanggar.

Pemerintah Kota Surabaya sendiri menerapkan sanksi tertulis dan tidak tertulis bagi yang melanggar protokol kesehatan. Sanksi tertulis tercantum dalam pasal 38 ayat 4 Perwali Surabaya No 67 Tahun 2020 berupa sanksi administratif meliputi teguran lisan, teguran tertulis, dan paksaan pemerintah (penyitaan KTP, pembubaran kerumunan, penutupan sementara kegiatan/penyegelan, paksaan pemerintah lain), denda administratif, dan pencabutan izin. Sedangkan sanksi tidak tertulis berupa sanksi sosial antara lain *push up*, menyanyi, berjoget, menyapu jalan, dan membantu petugas di Liponsos.

Dalam komunitas ARMY Surabaya sendiri juga terdapat sanksi bagi yang melanggar selama diadakan pertemuan atau kegiatan. Sanksi tersebut termasuk sanksi sosial yang sifatnya tidak tertulis. Sanksi tersebut mulai dari kategori ringan hingga berat antara lain teguran, sanksi sosial berupa menyanyi atau menari di depan panitia dan penggemar lain, dan dikeluarkan dari acara. Meskipun sifatnya tidak tertulis, peraturan yang ada tetap dipatuhi serta keberadaan sanksi mampu mengatasi setiap pelanggaran yang dibuat penggemar. Nikki (29 tahun) menuturkan,

“...Kalau misal ada peraturan yang dilanggar kita ada sanksi tapi bukan sanksi yang serius seperti kena denda atau dimarahi. Misalnya dipanggil ke depan nanti disuruh joget atau disuruh menyanyi sama MC nya atau ditegur sama panitia...” (Wawancara, 3 Juli 2022)

Lebih lanjut Rena (24 tahun) menambahkan,

“...Kita ada sanksi cuma sejauh ini belum ada yang pernah melanggar. Contohnya dikeluarkan dari acara. Jadi sanksi yang kita berikan itu tergantung kondisinya seekstrim atau separah apa pelanggarannya...” (Wawancara, 5 Juli 2022)

Tindakan dalam memberlakukan sanksi menunjukkan bahwa komunitas memiliki wewenang untuk mengontrol setiap perilaku penggemar didalamnya. Pertimbangan komunitas untuk mengontrol perilaku tersebut didasarkan atas adanya perasaan khawatir terjadinya pelanggaran oleh penggemar yang dapat menyebabkan pemberian sanksi dari pemerintah kepada komunitas dimana sanksi tersebut dapat memengaruhi kelancaran acara. Komunitas memahami bahwa peraturan yang dibuat oleh pemerintah pun tidak serta-merta membuat penggemar patuh terhadap protokol kesehatan sehingga komunitas berperan untuk menegakkan kepatuhan tersebut melalui pemberian sanksi secara internal.

Ketaatan penggemar terhadap peraturan dipengaruhi oleh didikan yang diberikan oleh kedua orang tuanya sejak masa kanak-kanak hingga dewasa. Selain itu, ketaatan tersebut juga terbentuk karena adanya pengaruh dari lingkungan sekitar yang membiasakan setiap individu untuk mematuhi tata aturan untuk menjaga

ketenteraman dan kenyamanan orang lain. Nikki (29 tahun) menuturkan,

“...Yang paling mempengaruhi ketaatan terhadap peraturan itu dari didikan orang tua itu pasti. Kemudian dari lingkungan misalnya di tempat kerja aku ada aturannya masuk kerja jam berapa dan pulang jam berapa. Jadi kita harus disiplin dengan datang tepat waktu dan menaati peraturan yang lain...” (Wawancara, 3 Juli 2022)

Dicermati dari teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann, pada momen internalisasi penggemar mendefinisikan ulang makna yang berarti bagi dirinya sendiri (Berger dan Luckmann, 2013:177). Pendefinisian tersebut didasari pengetahuan yang diperoleh penggemar melalui proses sosialisasi. Proses sosialisasi tersebut dibedakan menjadi sosialisasi primer dan sekunder.

Sosialisasi primer berlangsung ketika keluarga penggemar mengajarkan perilaku mana yang termasuk taat dan melanggar peraturan. Nikki (29 tahun) menjelaskan bahwa didikan dari kedua orang tuanya mempengaruhi kepatuhannya terhadap sebuah aturan. Internalisasi pengetahuan tersebut kemudian dipahami sebagai sebuah kebenaran. Hal tersebut dapat diidentifikasi dari bagaimana perilaku penggemar yang menaati peraturan di masa pandemi ketika penyelenggaraan acara berlangsung.

Sosialisasi yang berlangsung dalam momen internalisasi tidak pernah tuntas sehingga menimbulkan dua konsekuensi yaitu bagaimana sosialisasi primer dipertahankan dan bagaimana proses sosialisasi sekunder berlangsung (Berger dan Luckmann, 2013:188). Sosialisasi sekunder yang turut mewarnai pengetahuan penggemar tentang nasionalisme tidak dapat lepas dari peran lingkungan di sekitar penggemar. Salah satunya yaitu Nikki (29 tahun) yang menjelaskan bahwa bekerja di instansi perguruan tinggi menuntutnya untuk taat pada setiap peraturan baik tertulis maupun tidak tertulis diantaranya jam datang dan pulang serta penerapan protokol kesehatan. Melalui proses tersebut manusia merupakan produk dari masyarakat.

Kemudian, pada momen objektivasi penggemar saling berinteraksi dengan penggemar lain dalam komunitas sehingga membentuk realita intersubjektif. Realita intersubjektif yaitu nilai yang telah disepakati bersama oleh penggemar di dalam komunitas (Berger dan Luckmann, 2013:33). Nilai tersebut berupa disiplin dan patuh terhadap peraturan di masa pandemi dengan harapan dapat menghindari dikenai sanksi serta mengatasi penyebaran *Covid-19*. Apabila kesempatan bersama tersebut dilanggar maka para penggemar akan menerima sanksi dari komunitas.

Nilai-nilai tersebut dapat diterima oleh penggemar karena adanya proses pembiasaan dan pelembeagaan di

dalam komunitas. Bentuk pembiasaan tampak dari adanya penerapan 3M ketika menghadiri kegiatan pada masa normal baru. Sedangkan bentuk pelembeagaan tampak dengan adanya kewenangan komunitas untuk membuat dan menetapkan sanksi kepada penggemar yang melanggar.

Nilai yang telah disepakati bersama tersebut kemudian dicurahkan oleh penggemar dalam bentuk aktivitas baik fisik maupun mental secara terus menerus melalui momen eksternalisasi (Berger dan Luckmann, 2013:1). Tindakan tersebut merupakan realita obyektif. Melalui momen eksternalisasi, komunitas ARMY termasuk segala tatanan didalamnya seperti sanksi merupakan hasil dari aktivitas penggemar.

Pemahaman penggemar tentang nasionalisme sebagai bentuk ketaatan terhadap peraturan dipengaruhi oleh adanya sosialisasi yang dilakukan oleh keluarga sejak penggemar dalam masa kanak-kanak serta lingkungan kerja. Pengetahuan telah yang ditransfer tersebut kemudian diserap kembali oleh penggemar dan diwujudkan dalam bentuk menaati protokol kesehatan 3M (mencuci tangan, menjaga jarak, dan memakai masker) serta PKM (Pembatasan Kegiatan Masyarakat). Dalam taraf ini penggemar telah menyadari bahwa ketaatan terhadap peraturan di masa pandemi penting dilakukan untuk menjaga dirinya dan orang lain serta menghindari sanksi.

Merujuk pada hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi partisipan terhadap Nikki (29 tahun), Rena (24 tahun), dan Senja (28 tahun) dapat disimpulkan bahwa penggemar BTS dalam komunitas ARMY Surabaya memiliki konstruksi mengenai nasionalisme yang menarik untuk ditelaah. Hal ini didasarkan dengan pertimbangan bahwa penggemar dalam komunitas tersebut tidak sekedar aktif menjalankan hobinya sebagai penggemar BTS namun juga aktif dalam mengimplementasikan nilai-nilai nasionalisme.

Konstruksi penggemar *Bangtan Boys* dalam komunitas ARMY Surabaya tentang nasionalisme tepat apabila dianalisis menggunakan teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann yang menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh pengetahuan yang dimiliki. Proses tersebut melalui tiga tahapan yaitu internalisasi, objektivasi, dan eksternalisasi. Berdasarkan ketiga tahapan tersebut, konstruksi penggemar dibedakan menjadi tiga jenis yaitu komunikasi yang berlangsung secara harmonis, apresiasi terhadap identitas nasional, serta ketaatan terhadap peraturan.

Pemahaman penggemar tentang nasionalisme diawali oleh adanya proses internalisasi dimana penggemar memperoleh pengetahuan melalui sosialisasi baik secara

primer maupun sekunder. Sosialisasi primer diperoleh melalui keluarga. Sementara itu, sosialisasi sekunder diperoleh melalui lingkup pertemanan, lingkup kerja, dan lingkup masyarakat. Melalui proses sosialisasi tersebut penggemar memperoleh pemahaman mengenai arti penting nasionalisme.

Pada tahap objektivasi, pengetahuan yang dimiliki oleh penggemar dalam perkembangannya menjadi pengetahuan yang dimiliki bersama dengan adanya interaksi antarpenggemar dalam komunitas. Melalui proses tersebut komunitas kemudian menetapkan sejumlah pembiasaan dan pelembagaan agar pengetahuan tersebut tetap langgeng dan tidak dilanggar oleh setiap penggemar. Bentuk pengetahuan tersebut antara lain pengetahuan untuk menjaga keharmonisan, mengapresiasi identitas nasional, dan tidak melanggar peraturan.

Pengetahuan bersama tersebut selanjutnya dieksternalisasi penggemar ke dalam berbagai aktivitas di komunitas ARMY Surabaya. Pertama, pengetahuan untuk menjaga keharmonisan dieksternalisasi dalam bentuk saling memotivasi teman, melakukan donasi, bergotong-royong, serta menghindari konflik. Kedua, pengetahuan untuk mengapresiasi identitas nasional diwujudkan dengan cara menggunakan bahasa Indonesia dalam berkomunikasi, merayakan HUT RI, menggunakan simbol merah putih, serta memperkenalkan Indonesia kepada idola. Ketiga, pengetahuan agar tidak melanggar peraturan diwujudkan dengan menaati PKM dan 3M, serta dengan memberikan sanksi.

PENUTUP

Simpulan

Konstruksi penggemar BTS dalam komunitas ARMY Surabaya tentang nasionalisme terjadi dalam tiga momen yaitu internalisasi, objektivasi, dan eksternalisasi. Pertama, pada momen internalisasi penggemar memperoleh pengetahuan tentang nasionalisme melalui sosialisasi baik yang dilakukan oleh keluarga maupun lingkungan sekitar. Kedua pada momen objektivasi, melalui interaksi dengan sesama penggemar dalam komunitas maka terbentuk pengetahuan yang dimiliki bersama tentang nasionalisme. Ketiga pada momen eksternalisasi, pengetahuan bersama tersebut dicurahkan dalam bentuk perilaku yaitu komunikasi yang berlangsung secara harmonis, mengapresiasi identitas nasional, serta taat terhadap peraturan.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan. Pertama, implementasi teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann berdasarkan konstruksi penggemar tentang nasionalisme. Konstruksi penggemar berlangsung secara dialektis. Melalui proses internalisasi terbentuk realita subjektif sehingga individu sebagai produk masyarakat.

Melalui proses eksternalisasi dan objektivasi terbentuk realita objektif sehingga masyarakat sebagai produk manusia. Kedua, dari ketiga kategori, konstruksi tentang nasionalisme cenderung dipahami penggemar sebagai komunikasi yang berlangsung harmonis dan apresiasi terhadap identitas nasional.

Saran

Mencermati konstruksi penggemar BTS tentang nasionalisme, maka bagi segenap komunitas ARMY Surabaya dan komunitas penggemar K-Pop pada umumnya perlu lebih aktif dan kreatif dalam mengadakan berbagai kegiatan untuk memperkuat rasa nasionalisme diantaranya dengan merayakan HUT RI, mengapresiasi identitas nasional, dan menggunakan produk dalam negeri. Kemudian bagi masyarakat diharapkan dapat meniru semangat nasionalisme penggemar dan menghapus stigma yang ditujukan kepada komunitas K-Pop. Terakhir bagi pemerintah diharapkan dapat berkolaborasi dengan komunitas penggemar K-Pop untuk memperkuat nasionalisme terutama di kalangan generasi muda melalui pertukaran budaya.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terimakasih penulis tujukan kepada berbagai pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam penyusunan artikel ini khususnya kepada komunitas *Adorable Representative M.C. for Youth (ARMY) Surabaya* yang bersedia menjadi informan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, Ana Nadhya. 2020. Tinjauan Konstruksi Sosial Atas Nasionalisme *Net Generation*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 17 (1): 75-90.
- Alfaruqy, Muhammad Zulfa dan Masykur, Achmad Mujab. 2014. Memaknai Nasionalisme. *Jurnal Empati*. 3 (2): 246-256.
- Ansoriyah, Siti. 2019. *Bahasa Indonesia Untuk Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Arief, Ruslan, Prakoso, Lukman Y., dan Risman, Helda. 2021. *Understanding National Identity to Create Love and Proud of being a Part of the Indonesian Nation*. *Jurnal Inovasi Penelitian*. 1 (11): 2549-2556.
- Badan Pusat Statistik Kota Surabaya. 2021. *Kota Surabaya dalam Angka 2021*. Surabaya.
- Berger, Peter L., dan Luckmann, Thomas. 2013. *Tafsir Sosial atas Kenyataan: Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan*. Jakarta: LP3ES.
- Hamid, Edy Suandi. 2012. Peran Pendidikan untuk Mengukuhkan Nasionalisme dan Membangun Karakter Bangsa. *Jurnal UNISIA*. 34 (76): 41-46.

- Handitya, Binov. 2019. Menyemai Nilai Pancasila Pada Generasi Muda Cendekia. *Jurnal Adil Indonesia*. 2 (1): 13-23.
- Hasanah, Uswatun. 2020. Internalisasi Ideologi Pancasila Melalui Lagu Kebangsaan Untuk Mencegah Memudarnya Nasionalisme. *Jurnal IKA : Ikatan Alumni PGSD Unars*. 8 (2): 440-451.
- Hastuti, Rahmah, Soetikno, Naomi, dan Heng, Pamela Hendra. 2020. *Remaja Sejahtera, Remaja Nasionalis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Herdiawanto, Heri, Wasitaatmadja, Fokky Fuad, dan Hamdayama, Jumanta. 2019. *Kewarganegaraan dan Masyarakat Madani*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Irawan, Anang Dony. 2020. *Nationalism in a State Based on Pancasila*. *PETITA: Jurnal Kajian Ilmu Hukum dan Syariah*. 5 (2): 133 – 144.
- Istiqomah, Annisa. 2020. Ancaman Budaya Pop (*Pop Culture*) Terhadap Penguatan Identitas Nasional Masyarakat Urban. *Jurnal Politik Walisongo*. 2 (1): 47-54.
- Jena, Yeremias. 2013. Persepsi Mahasiswa Mengenai Nasionalisme Indonesia dan Ancaman Terhadapnya. *Respons*. 18 (2): 279-316.
- Jin, Dal Yong. 2021. *The BTS sphere: Adorable Representative M.C. for Youth's Transnational Cyber-Nationalism on Social Media. Communication and the Public*. 6 (1-4): 33-47.
- Kahin, George Mc Turnan. 2013. *Nasionalisme dan Revolusi Indonesia*. Depok: Komunitas Bambu.
- Karman. 2015. Konstruksi Realitas Sosial Sebagai Gerakan Pemikiran. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika*. 5 (3): 11-23.
- Lyan, Irina. 2019. *Welcome to Korea Day: From Diasporic to Hallyu Fan-Nationalism*. *International Journal of Communication*. 13: 3764-3780.
- Mawardi, Didiek. R. 2015. Fungsi Hukum dalam Kehidupan Masyarakat. *Masalah-Masalah Hukum*. 44 (3): 275-283.
- Mc Laren, Courtney dan Jin, Dal Yong. 2020. "You Can't Help But Love Them": *BTS, Transcultural Fandom, and Affective Identities*. *Korea Journal*. 60 (1): 100-127.
- Miles, Matthew B., dan Huberman, A. Michael. 1994. *An Expanded Sourcebook: Qualitative Data Analysis*. London: Sage Publication.
- Miranti, Arini Rizkya dan Rachmawati, Indri. 2019. Hubungan Kampanye BTS X UNICEF 'Love Myself' dengan Sikap Suportif *Adorable Representative M.C for Youth* Bandung. *Prosiding Manajemen Komunikasi*. 5 (2): 589-595.
- Nisrina, Dzakkiyah, Widodo, Incka Aprillia, Larassari, Indah Bunga, dan Rahmaji, Fikri. 2019. Dampak Konsumerisme Budaya Korea (KPOP) di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang. *Jurnal Penelitian Humaniora*. 21 (1): 78-88.
- Nugraha, Dwi W.P., dan Fitriasia, Azmi. 2022. *Cosmopolitan Nationalism (A Theoretical Review)*. *Science and Environmental Journals for Postgraduate*. 4 (2): 1-8.
- Peraturan Walikota Nomor 67 Tahun 2020 Tentang Penerapan Protokol Kesehatan dalam Rangka Pencegahan dan Memutus Mata Rantai Penyebaran Covid-19 di Kota Surabaya.
- Rusmulyani, Ketut. 2020. *Semangat Nasionalisme dalam Bingkai Kehidupan Bermasyarakat, Berbangsa, dan Bernegara*. Sidoarjo: Nizamia Learning Center.
- Sugito, Nuzon, Aulia, Ratu, dan Rukmana, Lisa. 2020. *Pancasila as the Establishing Ideology of Nationalism Indonesia Young Generation*. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*. 524: 177-182.
- Syamsurijal. 2019. Nasionalisme Milenial: Membaca Paham Kebangsaan Generasi Muda di Parepare. *Mimikri*. 5 (2): 141-155.
- Utami, Lusya Savitri Setyo dan Winduwati, Septia. 2020. *Fandom and Voluntary "ARMY": Case Study on BTS Fans in Indonesia*. Makalah disajikan dalam *2nd Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2020)*, Jakarta, 3-4 Agustus 2020.
- Werdiningsih, Rini. 2018. Membangun Semangat Nasionalisme Generasi Muda dalam Bingkai Pendidikan Karakter. *Majalah Ilmiah FISIP UNTAG Semarang*. 13 (18): 1-17.
- Widiastuti, Novia Eka. 2021. Lunturnya Sikap Nasionalisme Generasi Milenial Terhadap Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan. *Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development*. 3 (2): 80-86.
- Yin, Robert K. 2009. *Case Study Research: Design and Method*. London: Sage Publication.
- Zainab, Meisya Siti dan Dewi, Dinie Anggraeni. 2021. Peran Pancasila dalam Menumbuhkan Nasionalisme bagi Warga Negara Indonesia. *Rhizome: Jurnal Kajian Ilmu Ilmu Humaniora*. 1 (3): 1 – 7.
- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2018 Tentang Keekarantinaan Kesehatan.