

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Kajian Literatur

2.1.1. Review Penelitian Sejenis

1. Aswidi Nurpratami , Nurfitriany Fakhri , Andi Nasrawaty Hamid, Universitas Negeri Makassar 2019 **”Fanatisme dan Kontrol Diri dengan Agresi Verbal Penggemar Kpop di Media Sosial”**

Berdasarkan penelitian tentang Fanatisme dan Kontrol Diri dengan Agresi Verbal Penggemar Kpop di Media Sosial menyimpulkan bahwa :

Fanatisme dan kontrol diri memiliki hubungan signifikan dengan agresi verbal pada penggemar Kpop di media sosial dan Hasil dari penelitian yang sudah dilakukan disimpulkan bahwa hubungan yang *significant* terkait sikap fanatisme dan kontrol diri dengan agresi verbal penggemar Kpop di media sosial secara bersama-sama di Kota Makasar. Secara parsial variabel fanatisme ini mempunyai hubungan yang positif dan tentunya signifikan terhadap agresi verbal yang dengan demikian ketika fanatisme mengalami peningkatan maka agresi verbal pada penggemar Kpop

2. Tiara Putri Ayunita dan Fizzy Andriani, Universitas Prof. Dr. Moestopo, Fakultas Ilmu komunikasi 2018 yang berjudul **“FANATISME REMAJA PEREMPUAN PENGGEMAR MUSIK K-POP”**. Berdasarkan hasil penelitian yang telah

dilakukan mengenai Fanatisme Remaja Perempuan penggemar Musik K-Pop menyimpulkan bahwa: Subjek yang telah diteliti memiliki perbedaan yang dalam mengekspresikan kefanatisme mereka terhadap musik K-Pop pada penelitian ini ada beberapa temuan yang menggambarkan pertanyaan penelitian ini tentang bagaimana remaja perempuan mengekspresikan fanatisme kepada Musik K-Pop.

Dari beberapa perilaku yang menunjukkan bagaimana penggemar remaja perempuan mengekspresikan fanatisme dengan berbagai aktivitas yang dilakukan pada penggemar musik K-Pop. Aktivitas tersebut diantaranya mengikuti perkembangan musik K-Pop di internet, menghadiri konser, membeli atribut yang berkaitan dengan idola, membeli merchandise official dan selalu mendukung event yang berkaitan dengan idola mereka.

3. Asfira Rachmad Rinata dan Sulih Indra Dewi , Universitas Tribhuwana Malang, Program Studi Ilmu Komunikasi 2019 yang berjudul **“FANATISME PENGGEMAR KPOP DALAM BERMEDIA SOSIAL DI INSTAGRAM”** berdasarkan penelitian tentang Fanatisme Penggemar Kpop Dalam Bermedia Sosial Di Instagram menyimpulkan bahwa :

Perilaku fanatisme penggemar pun terjadi di media sosial tidak hanya dilihat dari sejauh mana dan berapa lama penggemar menjalani aktivitasnya sebagai penggemar K-Pop, namun dapat di

lihat bagaimana para penggemar merespon terhadap informasi hoax dan berita negative para idolanya mereka akan memberikan respon kesal, kaget, sedih, marah karena terpengaruh oleh berita kurang baik yang terjadi .

Aktivitas penggemar di tunjukkan dari beberapa hal yakni dengan leluasa menginterpretasikan unggahan idola menurut emosi dan pengalamannya seperti hal nya rasa bangga kepad idolanya dan selalu memberi support kepada sang idola seperti mengikuti berbagai akun media sosial seperti Instagram fansite selain itu adanya pembelian merchandise dan bergabung pada komunitas K-Pop.

Tabel 2.1 Review Penelitian Sejenis

Nama dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
Aswidi Nurpratami , Nurfitriany Fakhri , Andi Nasrawaty Hamid, Universitas Negeri Makassar 2019 ”Fanatisme dan Kontrol Diri dengan Agresi Verbal Penggemar Kpop di Media Sosial”	Kuantitatif	Sama-sama meneliti tentang perilaku fanatisme K-pop	Perbedaan penelitian saya dengan Aswidi Nurpratami , Nurfitriany Fakhri , Andi Nasrawaty Hamid, adalah penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif	Fanatisme dan kontrol diri memiliki hubungan signifikan dengan agresi verbal pada penggemar Kpop di media sosial dan Hasil dari penelitian yang sudah dilakukan disimpulkan bahwa hubungan yang <i>significant</i> terkait sikap fanatisme dan

				kontrol diri dengan agresi verbal penggemar Kpop di media sosial secara bersama-sama di Kota Makasar. Secara parsial variabel fanatisme ini mempunyai hubungan yang positif dan tentunya signifikan terhadap agresi verbal yang dengan demikian ketika fanatisme mengalami peningkatan maka agresi verbal pada penggemar Kpop
Tiara Putri Ayunita dan Fizzy Andriani, "FANATISME REMAJA PEREMPUAN PENGGEMAR MUSIK K-POP"	Kualitatif	Sama-sama meneliti tentang perilaku fanatisme terhadap K-Pop	Perbedaan dalam penelitian yaitu objek yang teliti	penelitian ini ada beberapa temuan yang menggambarkan pertanyaan penelitian ini tentang bagaimana remaja perempuan mengekspresikan fanatisme kepada Musik K-Pop.
Asfira Rachmad Rinata dan Sulih Indra Dewi, "FANATISME PENGGEMAR	Kualitatif	Persamaan dalam penelitian ini adalah meneliti perilaku fanatisme	Perbedaan dalam penelitian tersebut adalah lebih mengguankan sosial media	Perilaku fanatisme penggemar pun terjadi di media sosial tidak hanya dilihat dari sejauh mana dan

KPOP DALAM BERMEDIA SOSIAL DI INSTAGRAM”		penggemar K-Pop	sebagai bahan penelitian	berapa lama penggemar menjalani aktivitasnya sebagai penggemar K-Pop, namun dapat di lihat bagaimana para penggemar merespon terhadap informasi hoax dan berita negative para idolanya mereka akan memberikan respon kesal, kaget, sedih, marah karena terpengaruh oleh berita kurang baik yang terjadi .
--	--	-----------------	--------------------------	---

2.2. Kerangka Konseptual

2.2.1. Komunikasi

2.2.1.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi merupakan bagian terpenting dari kehidupan manusia, makhluk sosial seperti manusia perlu berinteraksi dengan komunikasi manusia dan manusia lainnya bisa bersosialisasi dan berinteraksi untuk mencapai tujuan yang sama dengan komunikasi kita bisa membentuk perilaku yang sesuai apa yang kita harapkan. Komunikasi menurut Hoveland adalah suatu proses yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan yang disampaikan untuk membentuk tujuan mengubah atau membentuk sebuah perilaku seseorang. Komunikasi dalam penelitian ini terbagi menjadi 2 (dua) yaitu komunikasi verbal dan komunikasi non verbal istilah komunikasi dalam bahasa Inggris *Communication* yang berasal dari bahasa Latin *communication* yang bersumber dari *communis* yang berarti sama, sama dalam artian sama makna.

Menurut **(Hovland dalam Onong 201, halaman 10)** Komunikasi merupakan proses yang dapat mengubah perilaku orang lain, oleh karena itu komunikasi merupakan hal terpenting di kehidupan manusia karena komunikasi merupakan suatu proses untuk menyampaikan pesan atau informasi dari satu individu kepada individu lainnya sebuah proses penyampaian pesan bisa juga lewat perilaku manusia seperti melambaikan tangan, seyum, menganggukan kepala atau memberi suatu isyarat yang mudah di pahami dan perilaku komunikasi pun dapat dilakukan dengan

cara mengkomunikasikan sesuatu kepada seseorang ataupun khalayak umum. Dari penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi dapat berjalan dengan baik akibat adanya gagasan dan pikiran yang disampaikan secara verbal tidak terlepas dari konsep dan fungsi dari komunikasi yang ada.

Menurut Harold Laswell hal yang bisa menunjukkan bahwa menjelaskan komunikasi dengan cara yang baik dengan menjawab pertanyaan, yaitu *Who Says, What In, Which Channel, To Whom, With What Effect?*. Paradigma Laswell tersebut menunjukkan lima unsur komunikasi sebagai jawaban yang diajukan yakni, Kommunikator, Pesan, Media, Komunikan dan efek dan berdasarkan paradigma Laswell dapat dijelaskan bahwa komunikasi adalah proses peyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan yang melalui media dan dapat menyebabkan efek tertentu. Menurut **Mulyana (2012 : 69)** Komunikasi merupakan sebuah proses yang mengalihkan dari sumber kepada sesuatu penerima dengan tujuan dapat mengubah perilaku dan tingkah laku mereka.

Dari definisi yang sudah dijelaskan di atas maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan hal yang tidak dapat terlepas dari kehidupan manusia dan merupakan suatu hal yang penting bagi manusia manusia sebagai makhluk sosial akan kesulitan bila tidak ada komunikasi di dalamnya. Komunikasi muncul dari pesan-pesan yang disampaikan dan pesan muncul akibat adanya perilaku manusia ketika kita

melambaikan tangan, mengganggu kepala ada pesan yang di sampaikan dan itu muncul dengan adanya perilaku tersebut.

Komunikasi dapat muncul sebagai sesuatu yang terjadi bila makna diberikan kepada suatu perilaku dan bila seseorang itu memperlihatkan sesuatu kepada mereka akan memberikan makna maka komunikasi iakan terjadi terlepas dari apakah kita menyadari sebuah perilaku kita atau tidak dan setiap perilaku kita memiliki potensi komunikasi dengan kata lain kita tidak dapat tidak berkomunikasi sama sekali.

2.2.1.2 Unsur Komunikasi

Dari penjelasan definisi komunikasi di atas komunikasi bisa di katakan bahwa komunikasi yang terjadi dalam kehidupan manusia bisa tersampaikan jika ada pesan di dalamnya oleh karena itu ada unsur-unsur komunikasi yaitu:

1. Sumber: Komunikasi melibatkan beberapa sumber di dalamnya sumber bisa berasal dari antar individu maupun kelompok di dalamnya, pesan dalam sebuah komunikasi dapat terjadi akibat adanya pesan atau informasi yang masuk dari komunikator kepada komunikan.
2. Pesan: Dalam proses komunikasi adalah menyampaikan pesan dan menerima pesan maka pesan akan tersampaikan dengan baik. Saat ini pesan dapat di sampai kann secara bertatap muka maupun melalui media .
3. Media yang di jelaskan adalah media alat yang bisa

memindahkan pesan dari pengirim kepada penerima melalui saluran media yang saat ini banyak dilakukan akibat adanya perkembangan teknologi. Seperti media sosial saat ini media sosial sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia yang berfungsi sebagai penyebaran informasi terluas dan digunakan dengan adanya media sosial maka penyampaian sebuah informasi lebih cepat tersampaikan.

4. Penerima: Penerima merupakan pihak yang menerima pesan yang di kirimkan oleh pengirim bisa berupa individu maupun kelompok dalam proses komunikasi penerima merupakan bagian penting karena menjadi sasaran sebuah komunikasi. Jika pesan tidak tersampaikan maka komunikasi dapat mendapatkan masalah karena penerima pesan merupakan prinsip dasar dalam berkomunikasi yang dapat mengetahui dan memahami karakteristik penerima pesan yang berarti telah mencapai keberhasilan sebuah pesan.
5. Pengaruh: Sebuah pesan dapat mempengaruhi pola pikir dan perilaku seseorang dengan pesan seseorang bisa terpengaruh tentang apa yang di rasakan, dipikirkan, dan yang di lakukan . Oleh sebab itu pengaruh juga dapat di artikan sebagai perubahan atau penguatan keyakinan akibat tindakan penerima pesan.

6. Umpan Balik (*Feedback*): Keberhasilan sebuah pesan yang dikirimkan adalah dengan mendapatkan umpan balik (*feedback*) dari komunikator kepada komunikan untuk mencapai tujuan yang sama.
7. Lingkungan: Faktor lainnya yang dapat mempengaruhi jalannya sebuah komunikasi adalah dari lingkungan dalam lingkungan terdapat 4 (empat) macam yakni :
 - a. Lingkungan fisik: Lingkungan yaitu peristiwa proses komunikasi yang terjadi akibat adanya tidak adanya rintangan fisik seperti geografis. Seperti komunikasi jarak jauh yang hanya tersedia fasilitas seperti telephone cellular, kantor pos ataupun jalan raya
 - b. Lingkungan sosial budaya: Lingkungan sosial budaya meliputi faktor sosial budaya, politik, ekonomi yang terjadi jika ada kendala komunikasi seperti status sosial, bahasa, adat istiadat.
 - c. Lingkungan Psikologis: Komunikasi lingkungan psikologis merupakan bentuk komunikasi yang mempertimbangkan kejiwaan misalnya menghindari kritik yang menyinggung dan lingkungan psikologis ini disebut dengan dimensi internal
 - d. Dimensi waktu: Dimensi waktu menunjukkan situasi dan

kondisi kegiatan komunikasi yang tertunda akibat adanya pertimbangan waktu akan tetapi dimensi waktu merupakan sumber informasi yang bernilai

Dari penjelasan di atas setiap unsur mempunyai peranan penting dalam membangun sebuah proses komunikasi setiap unsur pasti saling bergantung tanpa unsur-unsur komunikasi tidak akan berjalan dengan baik.

2.2.1.3 Proses Komunikasi

Menurut Effendy dalam buku Komunikasi Teori dan Praktek, yaitu :

1. Proses Komunikasi dalam Perspektif Psikologis

Proses komunikasi ini terjadi pada komunikator dan komunikan ketika komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan maka terjadilah sebuah proses. Dan isi pesan yang di sampaikan bisa berupa pesan dan lambang. Pesan disini di maksudkan sebagai pikiran dan lambang adalah bahasa. Pikiran dengan bahasa yang di lakukan komunikator kepada komunikan dinamakan encoding hasil dari encoding berupa pesan yang kemudian di transmisikan kepada komunikan. Kemudian di proses dalam diri komunikan di sebut decoding. Komunikasi dapat di katakana berhasil apabila komunikan berhasil mengerti apa maksud dari komunikator dalam penyampaian pesan begitupun sebaliknya jika komunikan tidak mengerti maksud dari pesan komunikator maka komunikasi tidak akan terjadi.

2. Proses Komunikasi dalam Perspektif Mekanistik

Komunikasi dalam Perspektif mekanistik adalah sebuah penyampaian pesan yang menggunakan lisan atau tangan contohnya seperti penyampaian pesan melalui lukisan dan maksud pesan dari lukisan tersebut di pahami oleh komunikan. Penangkapan pesan dapat di tangkap oleh indera telinga atau mata, atau indera-indera lainnya. Proses komunikasi pun dalam perspektif ini cukup rumit karena komunikasi bergantung kepada situasi yang berlangsung dengan komunikan oleh sebab itu situasi ini dinamakan komunikasi antarpribadi ataupun dalam sekelompok orang yang mengerti dan mempunyai anggota yang cukup banyak sehingga dalam mengjangkaunya butuh media dan sarana komunikasi lainnya seperti media massa. Komunikasi dalam Perspektif Mekanistik dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu:

a. Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi ini adalah proses yang penyampaiannya di pikirkan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan lambang sebagai media atau saluran. Lambang yang di maksud pada umumnya adalah bahasa akan tetapi lambang disini dapat berupa gesture atau gerakan yang dimana gerakan ini meliputi anggota tubuh, warna, dan lain sebagainya karena lambang merupakan media primer dalam sebuah komunikasi yang mampu menerjemahkan pikiran ataupun perasaan komunikator kepada komunikan.

b. Proses Komunikasi secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder merupakan proses penyampaian yang di sampaikan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media yang memakai lambang sebagai media utama. Seperti saat ini terjadi dengan perkembangan teknologi maka komunikasi lebih canggih bisa menggunakan media teknologi untuk menyampaikan sebuah pesan dan menyebarluaskan informasi saat ini dengan cepat nya tersampaikan (effendy, 2003:40)

2.2.1.3 Fungsi Komunikasi

Menurut Onong Uchayana Efendy mengemukakan bahwa komunikasi mempunyai 4 (empat) fungsi yaitu:

1. To Inform

Informasi mempunyai fungsi untuk memberikan informasi kepada khalayak umum dengan informasi kita dapat menyebarkan peristiwa yang telah terjadi, ide pikiran dan tingkah laku orang serta segala sesuatu yang akan di sampaikan kepada orang lain.

2. To Educate

Fungsi lain dari komunikasi adalah menyampaikan edukasi atau penegtahuan kepada khalayak umum dengan komunikasi kita dapat menedukasi orang dengan cara penyampaian informasi yang tepat dan akurat maka informasi yang di sampaikan akan berjalan

baik tanpa adanya hambatan.

Fungsi Pendidikan adalah fungsi yang paling utama untuk menyebarluaskan informasi kegiatan belajar mengajar dimana di dalamnya terdapat interaksi komunikasi yang di inginkan oleh pengajar kepada murid agar saat proses pembelajaran berjalan efektif.

3. To Entertain

Entertain disini di maksudkan diamana sebuah komunikasi interaktif yang di lakukan oleh sebuah kelompok orang atau individu dapat menimbulkan efek terhibur dengan komunikasi yang di samapikan oleh komunikasi interaktif

4. To Influence

Sebuah komunikasi disini di maksudkan setiap individu dapat di penagruhi oleh komunikasi dengan cara mempengaruhi sebuah jalan pikir yang dapat mengubah sifat, sikap dan tingkah laku.

Selain 4 (empat) fungsi di atas adapun fungsi komunikasi lainnya yang di kemukakan oleh William I. Gorden yaitu:

1. Sebagai Komunikasi Sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial memberi tanda bahwa komunikasi penting untuk membangun konsep diri kita untuk kelangsungan hidup kita dan untuk memperoleh kebahagiaan diri kita agar terhindar dari tekanan dan ketegangan

lewat komunikasi yang menghibur dan berbaur dengan orang lain agar menciptakan hubungan sosial di kalangan masyarakat. Pembentukan konsep diri merupakan pandangan kita mengenai diri sendiri yang dapat di peroleh dengan komunikasi dengan cara kita merasakan siapa kita dan dapat berpikir cerdas jika lingkungan sekitar menganggap anda cerdas dan mempercayai diri kita bahwa kita diri kita di cintai atau di terima di orang-orang sekitar **Gorge Herbert Mead (1994)**. Dan lingkungan sekitar kita sangat berpengaruh kepada membentuk konsep diri, saat orang lain mempunyai ikatan emosional secara perlahan maka konsep diri akan terbentuk. Selain itu terdapat apa yang di sebut dengan *reference group* (kelompok Rujukan) yaitu kelompok yang secara emosional mengikat dan berpengaruh terhadap pembentukan konsep diri. Dengan begitu seseorang dapat mempengaruhi sebuah perilaku dan menyesuaikan dirinya dengan ciri-ciri kelompok seperti dalam penelitian ini jika masuk kedalam kelompok penggemar BlackPink maka persepsi kita kepada sifat-sifat anggota kelompok akan terbentuk.

2. Komunikasi Ekspresif

Komunikasi Ekspresif berfungsi sebagai menyampaikan perasaan-perasaan emosional terutama yang di komunikasikan melalui pesan-pesan nonverbal, baik itu perasaan sayang, rindu, sedih, senang, gembira, marah dan perasaan emosional lainnya

yang dapat di sampaikan lewat kata-kata dan dapat di sampaikan dengan non verbal agar lebih ekspresif contohnya seperti seorang ibu menunjukkan kasih sayangnya dengan cara membelai kepala anaknya.

3. Sebagai Komunikasi Ritual

Suatu komunitas pasti sering melakukan perayaan atau upacara yang berlainan sepanjang tahunnya yang di sebut antropolog sebagai rites of passage dan dalam sebuah acara pasti mengucapkan kata-kata atau perilaku yang bersifat simbolik seperti berdoa, melakukan ibadah seperti shalat , acara ulang tahun, upacara peringatan , menyanyikan lagu kebangsaan masih banyak lagi dan itu merupakan bentuk komunikasi ritual yang menegaskan komitmen mereka terhadap sebuah kelompok atau komunitas mereka.

4. Sebagai Komunikasi Instrumental

Ada beberapa tujuan umum dari komunikasi instrumental yaitu untuk menginformasikan, mengajar, mendorong, meubah sikap, menggerakkan tindakan, dan juga menghibur. Komunikasi di gunakan untuk menciptakan dan membangun hubungan dan sebagai untuk mencaapi tujuan-tujuan pribadi .

2.2.1.4 Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal merupakan komunikasi yang di lakukan secara langsung atau bertatap muka menggunakan tulisan maupun lisan komunikasi verbal biasanya kita lakukan sehari-hari dalam kehidupan karena dengan komunikasi manusia bisa berinterkasi yang bisa menyatukan pikiran,perasaan maupun perilaku yang terbentuk dengan adanya komunikasi di dalamnya dalam komunikasi verbal bahasa

merupakan bagian terpenting karena bahasa mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain maka bahasa yang mudah di pahami dapat menimbulkan respon yang baik.(Mulyana, 2005) Bahasa dapat di definisikan sebagai seperangkat simbol yang memiliki aturan untuk mengkombinasikan symbol tersebut yang dengan mudahnya dapat di pahami oleh suatu komunitas. Dengan Bahasa kita dapat dengan mudahnya menyebarkan sebuah informasi kepada khalayak umum yang dapat menghubungkan masa kini, masa lalu dan masa depan.

Bahasa secara fungsional dan formal dapat di didefinisikan sebagai alat yang dimiliki bersama untuk mengungkapkan gagasan. Bahasa akan disetujui dan di pahami apabila ada kesepakatan bersama di dalam sebuah kelompok sosial yang mengungkannya menurut Rakhmat (1994). Tata bahasa meliputi 3 (tiga) unsur yaitu : fonologi yang merupakan pengetahuan tentang bunyi-bunyi dalam sebuah bahasa, sintaksis merupakan pengetahuan tentang cara pembentukan sebuah kalimat dan semantik adalah sebuah pengetahuan tentang arti kata gabungan. Dan selain itu di dalam komunikasi verbal terdapat jenis- jenis komunikasi verbal, yaitu :

a. Berbicara dan menulis

Dalam komunikasi verbal berbicara merupakan hal yang utama yang di lakukan oleh manusia dalam berkomunikasi sehari-hari dan pengertian dari berbicara adalah komunikasi verbal vocal sedangkan menulis adalah verbal non vocal dan contoh dari verbal

berbicara yaitu ketika ada kegiatan rapat maupun presentasi dan contoh dari verbal non vocal yaitu seperti menulis surat .

b. Mendengarkan dan membaca

Mendengarkan dan mendengar mempunyai arti dan makna yang berbeda. Mendengar merupakan berate menangkap bunyi-bunyian sedangkan mendengarkan adalah mengambil makna dari apa yang di dengar yang melibatkan 4 (empat) unsur yaitu, mendengar, memperhatikan, memahami, dan mengingat. Membaca adalah sebuah kegiatan untuk mendapatkan informasi dari apa yang di tulis.

2.2.1.5 Komunikasi Non-verbal

Komunikasi non verbal adalah komunikasi yang dikemas dalam bentuk bukan dari kata-kata komunikasi non verbal ini jauh lebih banyak di gunakan dari pada komunikasi verbal karena komunikasi non verbal bersifat tetap dan pasti digunakan biasanya komunikasi non verbal di gunakan secara spontan. Komunikasi non verbal juga dapat diartikan sebagai tindakan secara sengaja yang di inpresentasikan untuk mempunyai umpanbalik (*feedback*) dari penerimanya komunikasi non verbal dapat berupa lambang-lambang verbal seperti kata-kata baik bentuk tulisan maupun lisan, adapun dengan gestureb, mimik muka, warna dan masing banyak lagi contoh komunikasi non verbal.

Komunikasi non-verbal berguna karena banyak komunikasi verbal yang tidak efektif dengan adanya komunikasi nonverbal membantu pesan yang akan di sampaikan menjadi lebih efektif dan mudah di mengerti oleh penerima pesan dan seseorang bisa menyimpulkan mengenai simpulan tentang berbagai perasan orang baik rasa senang, benci, marah dan lainnya dan komunikasi non verbal membantu komunikator untuk memperkuat pesan yang akan di sampaikan dan sekaligus memahami reaksi komunikan saat menerima pesan.

Bentuk dari komunikasi nonverbal adalah seperti bahasa isyarat, ekspresi wajah, sandi, simbol-simbol, pakaian seragam, warna dan intonasi suara. Dan ada beberapa contoh komunikasi nonverbal:

- a. Sentuhan : bersalaman, menggenggam tangan, pukulan dan sentuhan lainnya.
- b. Gerakan tubuh dapat meliputi sebuah komunikasi nonverbal seperti kontak mata, ekspresi wajah, isyarat, dan sikap tubuh, gerakan tubuh biasanya di gunakan untuk menggantikan sebuah kata atau frase, misalnya mengacungkan jempol yang berarti bagus yang mengilustrasikan sebuah perasaan
- c. Vokalik yaitu unsur non verbal dalam sebuah ucapan yaitu dengan cara berbicara seperti nada bicara, kecepatan suara , intonasi dan lainnya

- d. Kronemik yaitu bidang yang mempelajari penggunaan waktu dalam sebuah komunikasi non verbal yang di gunakan yang meliputi durasi yang di anggap cocok bagi sebuah aktivitas.

2.2.1.6 Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang terjadi secara langsung atau tatap muka yang dilakukan oleh sebuah kelompok yang berlangsung dengan beberapa orang dalam sebuah kelompok seperti pertemuan, rapat dan sebagainya. **Michael Burgoon (Dalam Wiryanto, 2005)** Komunikasi kelompok sebagai interaksi yang di lakukan secara langsung dengan jumlah orang di dalamnya lebih dari satu dengan memiliki tujuan yang sama.

Definisi dari kelompok ialah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan yang sama yang saling berinteraksi yang saling kebergantungan, saling mengenal dan memandang mereka sebagai bagian dari anggota kelompok. Komunikasi kelompok terjadi dalam konteks interpersonal dan sudah melewati tahapan komunikasi intrapersonal yang merupakan komunikasi yang melewati diri sendiri untuk memikirkan atau meyakinkan suatu hal yang di inderainya yang terjadi saat menerima stimulus yang di terima oleh inderadan penafsiran nya melalui indera komunikasi dengan dirinya sendiri. Sedangkan komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang terjadi antar individu yang saling berbalas pesan akan

tetapi pesan yang di sampaikan belum tentu sesuai dengan apa yang di inginkan .

Prinsip Komunikasi kelompok dengan prinsip komunikasi interpersonal hampir sama yakni menyampaikan pesan kepada individu yang lainnya yang akan di balas dengan sebuah pesan yang di kirimkan . Perbedaan komunikasi kelompok dan komunikasi interpersonal adalah intensitas individu-individu itu bertemu, komunikasi interpersonal bisa terjadi diamana saja seperti di jalan, halte dan tempat-tempat lainnya sedangkan komunikasi kelompok adalah keterikatan tujuan yang hendak dicapai, dalam komunikasi interpersonal tujuan dari individu yang dicapai sedangkan dalam komunikasi kelompok adalah tujuan yang hendak dicapai.

Kelompok membutuhkan komunikasi untuk menunjang kekompakan dalam suatu kelompok dan itulah menjadi dasar mengapa komunikasi kelompok itu penting bagi kehidupan manusia hal ini di karenakan kelompok mempunyai bagian yang tidak adapat terlepas dari aktivitas sehari-hari. Disamping itu kelompok dapat memuat informasi dan saling berbagi, penagalam, pengetahuan kita dengan anggota lainnya .

Kelompok merupakan sebuah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu dengan lainnya agar mencapai tujuan yang sama, saling mengenal dan memandang mereka sebagai bagian dari sebuah kelompok . **(Deddy Mulyana,2005)**. Kelompok dapat dipandang dari berbagai segi persepsi, tujuan, motivasi , segi interaksi yang

berarti komunikasi kelompok mempunyai suatu makna mencaapai tujuan yang sama dalam sebuah kelompok (**Hariadi, 2011**). Dan pengertian makna di atas dapat di jelaskan seperti berikut :

- a) Motivasi , motivasi menyatakan bahwa sebuah kelompok adalah kumpulan individu yang kumpulannya memberikan reward kepada individu-individu.
- b) Tujuan, kelompok merupakan sebuah kesatuan yang terdiri dari lebih dari satu orang bahkan lebih banyak yang melakukan hubungan kontak hubungan dengan tujuan yang sama.
- c) Interaksi, Dalam sebuah kelompok dipastikan adanya interkasi antar individu di dalam sebuah kelompok dan saling mempenagruhi

Pengertian di atas menurut (**Hariadi, 2011**), yang menyatakan bahwa dalm sebuah kelompok terdiri dari beberapa orang yang mempunyai tujuan yang sama yang saling mempengaruhi satu sama lain dan mempunyai konntak hubungan untuk mencapai kesepakatan bersama.

Pengertian kelompok menurut A.bMaslow bahwa sebuah kelompok diawali dengan proses pertumbuhan kelompok itu sendiri, Manusia sebagai makhluk hidup mempunyai kebutuhan (santosa, 2009), yaitu :

- a) Kebutuhan fisik

- b) Kebutuhan rasa aman
- c) Kebutuhan kasih sayang
- d) Kebutuhan prestasi dan prestise
- e) Kebutuhan untuk melaksanakan sendiri

Dengan seperti itu maka adanya komunikasi kelompok membantu menyamakan makna dalam sebuah kelompok yang secara bersamaan saling mempengaruhi untuk mencapai tujuan bersama.

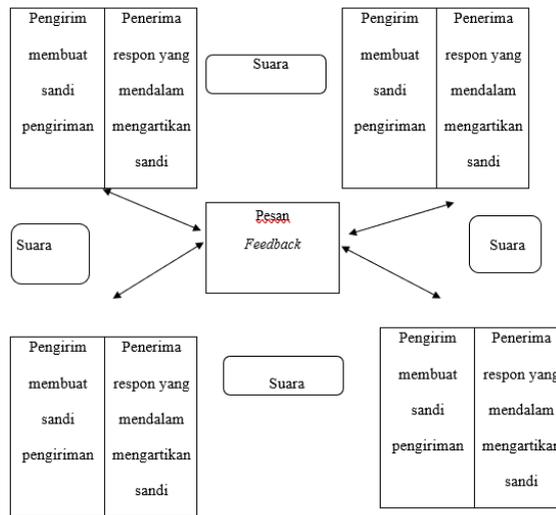
2.2.1.6.1 Proses Komunikasi Kelompok

Anggota kelompok dalam sebuah kelompok harus bisa melihat dan mendengar anggota lainnya karena dalam sebuah kelompok harus menghasilkan umpan balik atau *feedback* baik secara verbal maupun non verbal dalam setiap partisipasi dalam berinteraksi. Komunikasi dalam kelompok akan efektif jika bila berhasil menghasilkan tindakan dari masing-masing anggota kelompok.

Proses Komunikasi kelompok berawal dari perkumpulan atau terbentuknya suatu kelompok yang berisikan tiga atau lebih orang dalam kelompok tersebut. Dalam kelompok terjadi komunikasi yang berawal dari komunikasi yang bersifat sehari-hari atau bisa juga dengan komunikasi yang serius, pembicaraan biasanya berawal dari sebuah ide atau kegemaran yang sama sehingga dalam membentuk

sebuah kelompok ada kesamaan dalam tujuan yang menciptakan sebuah kelompok.

Gambar 2.1 Proses Komunikasi Kelompok



2.2.1.6.2 Perkembangan Kelompok

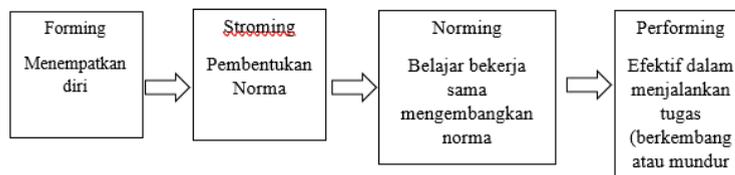
Dalam perkembangan kelompok terdapat 4 (empat) tahap perkembangan dalam sebuah kelompok, yakni :

1. Forming yang merupakan tahapan para anggota mulai menempatkan diri secara interpersonal dari mulai saling memperhatikan, bersahabat, dan mencoba melihat manfaat dari para anggota kelompok
2. Stroming, tahap ini merupakan tahap yang mulai diisi oleh banyak kegiatan dan pembentukan norma atau perilaku interpersonal dan jika adanya konflik dalam sebuah

kelompok bisa teratasi jika para anggota mampu bekerja efektif dan mampu mengatasi masalah tersebut

3. Norming, tahap ketiga ini merupakan tahap dimana para anggota kelompok mulai bekerjasama dan ada rasa tanggung jawab yang akan berkembang pada tahap ini.
4. Performing, tahap terakhir ini merupakan tahap yang mulai efektif dalam bekerja sama dalam menjalankan tugas dari tahap ini kelompok bisa dikatakan menuju jalan serius akan tetapi tahap inipun ada yang akan mengalami kemunduran.

Gambar 2.2 Tahap perkembangan dalam Komunikasi Kelompok



2.2.1.6.3 Tujuan Komunikasi Kelompok

Tujuan komunikasi kelompok sebenarnya akan paling di pengaruhi oleh jenis yang berfungsi dari sebuah kelompok tersebut seperti contoh tujuan dari kelompok penggemar Girlband BlackPink yang di lakukan oleh penggemarnya tentunya akan berkaitan dengan kegiatan yang berhubungan BlackPink yang mereka ketahui dan mereka berdiskusi secara berkelompok, meskipun begitu ada garis besar tujuan komunikasi kelompok sebagai berikut:

- a) Menjalinkan hubungan sosial antar individu
- b) Menyalurkan ide, pikiran, gagasan, saran hingga kritik
- c) Menjadi sarana atau alat terapi diri
- d) Sarana untuk belajar dan meningkatkan pengetahuan
- e) Membuat sebuah keputusan
- f) Menghasilkan sebuah solusi
- g) Menjadi media penghubung antar pihak
- h) Menyusun rencana atau kegiatan kelompok
- i) Memecahkan masalah yang di hadapi
- j) Mengembangkan kelompok kecil menjadi kelompok besar

Sebuah kelompok yang terbentuk pasti mempunyai tujuan yang sama dimana tujuan tersebut akan di komunikasikan secara terus menerus oleh setiap anggota kelompok. Tujuan komunikasi kelompok secara langsung maupun tidak langsung akan terlihat seperti sebuah kelompok dan dari penjelasan tersebut kita akan mengetahui kenapa dan mengapa sebuah kelompok terbentuk .

2.2.1.6.4 Pengaruh Kelompok pada Perilaku Komunikasi

Ada beberapa hal yang bisa mempengaruhi kelompok dalam perilaku komunikasi, yaitu :

a) **Konformitas**

Konformitas merupakan sebuah perubahan perilaku atau kepercayaan yang menuju norma kelompok sebagai akibat tekanan kelompok yang nyata dan bila seseorang menyuruh dan mengatakan untuk melakukan sesuatu ada sebuah tindakan para anggota kelompok untuk melakukan hal yang sama.

Konformitas menurut **(Kiesler dan Kiesler dalam Rakhmat, 2001 :150)** Konformitas adalah sebuah perubahan terhadap perilaku yang menuju kepercayaan norma sebagai akibat tekanan dalam kelompok baik real atau di bayangkan dan konformitas dipengaruhi oleh faktor situasional dan faktor personal.

Faktor situasional mempengaruhi konformitas kelompok dari berbagai karakteristik kelompok seperti kejelasan situasi, konteks situasi, cara menyampaikan penilaian, karakteristik sumber pengaruh, ukuran kelompok, dan tingkat kesepakatan dalam sebuah kelompok. Adapun faktor personal yang mempengaruhi konformitas yang mencakup berbagai karakteristik personal seperti usia, jenis kelamin, stabilitas emosional, otoritarianisme, motivasi, kecerdasan, motivasi dan juga harga diri.

Ketika kita merencanakan untuk menjadi ketua kelompok, kita harus bisa mengatur setiap anggota kelompok untuk bisa bersosialisasi kepada anggota lainnya dan jika ada keputusan kita harus menyepakati keputusan tersebut di atas persetujuan anggota kelompok untuk mencapai tujuan yang sama dalam sebuah kelompok.

b) Fasilitas Sosial

Fasilitasi menunjukkan kelancaran atau sebagai kualitas kerja yang di saksikan dalam sebuah kelompok. dan yang di maksud sebagai fasilitas sosial adalah sebuah prestasi individu yang meningkat yang di saksikan dalam sebuah kelompok dan inti dari fasilitasi sosial adalah adanya kelompok dapat meningkatkan dan mempermudah pekerjaan dalam sebuah kelompok menurut Allport.

Menurut (**Robert Zajonc 1965**) kelompok bisa mempermudah pekerjaan yang menjelaskan bahwa kehadiran seseorang bisa membawa pengaruh membawa efek pembangkit energi kepada perilaku seseorang dan efek tersebut bisa terjadi pada berbagai situasi sosial yang bukan hanya di depan orang yang menggerakkan kita. Energi yang meningkat akan mempertinggi kemungkinan respon yang dominan.

Perilaku yang kita kuasai atau respon dominan terjadi

bila ada peningkatan prestasi dan jika respon dominan salah akan terjadi penurunan prestasi dan untuk pekerjaan yang mudah respon yang dominan itu adalah respon yang benar .

c) Polarisasi

Polarisasi merupakan kecenderungan posisi kearah yang lebih ekstrem bila dalam sebuah kelompok sebelumnya ada diskusi yang menunjukan perilaku yang kurang mendukung tindakan tersebut dan setelah diskusi mereka merasa yakin dan lebih kuat mendukung tindakan tersebut.

Dan sebaliknya jika diskusi di antara para anggota menentang tindakan tertentu dan setelah berdiskusi mereka menentang dengan lebih keras. Polarisasi mengandung beberapa implikasi negatif seperti Kecenderungan kerarah ekstremisme yang menyebabkan para anggota peserta komunikasi menjadi jauh dari dunia nyata yang membuat peluang mereka mengakibatkan kesalahan dan Polarisasi akan mendorong ekstremisme dalam kelompok gerakan sosial dan politik.

2.2.1.6.5 Tahap Perkembangan Kelompok

Dalam tahapan perkembangan kelompok terdiri dari 4 (empat) tahapan, yaitu :

1. Orientasi (Pengenalan)

Dalam sebuah kelompok masing-masing anggota harus saling mengenal satu sama lain dan tahap orientasi ini dapat terjadi jika :

- a) Penjelasan maksud dari tahapab pengenalan semakin jelas apa yang di inginkan setiap anggota untuk membentuk sebuah kelompok
- b) Kesepakatan dalam membentuk sebuah kelompok di perlukan adanya kesepakatan karena kelompok terdiri dari lebih dari satu orang .
- c) Para anggota kelompok harus mencari arah tujuan dalam sebuah kelompok dan mengungkapkan ide-ide tersebut .

2. Konflik

Dalam sebuah kelompok terdiri banyak orang dan ide yang akan di keluarkan tahap ini penuh dengan perdebatan dan ide-ide yang di sampaikan oleh anggota kelompok untuk mencari jalan keluar dan penyelesaian tugas yang tepat .

3. Kemunculan

Hilangnya konflik dan argumentasi akan tetapi pada tahap ini hadirnya keraguan dan kelompok mencapai kesepakatan untuk mencapai tujuan berdasarkan diskusi ide-ide para anggota kelompok. Hal yang terjadi akibat dari konflik akan berkurang begitu juga dengan argumen-argumen karena adanya diskusi komunikasi di dalamnya.

4. Penguatan

Keraguan dalam kelompok akan hilang jika adanya penguatan dalam sebuah kelompok yaitu :

- a) Masing-masing setiap anggota kelompok akan menguatkan setiap hasil keputusan yang di ambil dan akan mendorong dalam pencapaian tujuan kelompok bila ada rasa kebersamaan di dalam kelompok tersebut.
- b) Maksud dan tujuan akan menciptakan sebuah kelompok yang akan kompak jika sebuah kelompok bisa mengkomunikasikan dan menyadari bahwa telah berada di tahap ini maka akan berkurang juga argumen-argumen dalam sebuah kelompok karena tujuan dalam sebuah kelompok adalah mencapai tujuan yang sama.

- c) Kesadaran dalam kelompok yang timbul di antara para anggota kelompok akan mengungkapkan pendapat yang menuju pada kepentingan kelompok dan kemudian tugas-tugas tersebut akan

2.2.1.6.5 Fungsi Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok mempunyai beberapa fungsi seperti komunikasi yang mencakup hubungan sosial, Pendidikan, Persuasi , Pemecah masalah, fungsi tersebut dapat dapat di dimanfaatkan untuk kepentingan kelompok, masyarakat dan kelompok lainnya .

- a) Fungsi hubungan sosial ialah sebuah kelompok mampu untuk memelihara dan menatap hubungan sosial di antara para anggota nya yang memberikan ruang kepada anggota kelompok nya untuk melakukan aktivitas yang informal, santai, dan menghibur
- b) Fungsi Pendidikan ialah fungsi kelompok yang secara formal dan informal untuk membagikan pengetahuan yang merupakan kebutuhan masyarakat agar dapat terpenuhi. Fungsi pendidikan ini sangat efektif jika setiap anggota dalam sebuah kelompok membawa pengetahuan yang berguna bagi kelompoknya tanpa pengetahuan edukasi tidak akan tersampaikan dengan baik.
- c) Fungsi Persuasi adalah sebuah pengaruh yang di lakukan oleh sebuah kelompok dalam memersuasi anggotanya agar

melakukan ataupun tidak .Seseorang yang terlibat usaha-usaha persuasif dalam sebuah kelompok membawa resiko jika tidak di terima oleh anggota lainnya seperti jika usaha-usaha persuasi sangat bertentangan dengan norma dalam sebuah kelompok maka orang yang berusaha mempersuasi akan membuat sebuah konflik dengan demikian akan membahayakan kedudukannya dalam sebuah kelompok.

- d) Fungsi pemecah masalah ialah fungsi untuk memecahkan sebuah persoalan yang ada pada pembuatan keputusan yang berkaitan dengan penemuan alternatif atau solusi yang tidak di ketahui sebelumnya dan sedangkan pembuat keputusan berhubungan dengan pemilihan antara dua solusi maka dari itu pemecah masalah menghasilkan materi atau bahan pembuat keputusan
- e) Dan fungsi kelompok yang terakhir yaitu menjadi terapi, kelompok terapi memiliki perbedaan dengan kelompok lainnya, karena kelompok terapi tidak mempunyai tujuan dan objek dalam kelompok terapi adalah membantu setiap individu untuk mencapai perubahan personalnya dan individu tersebut harus bisa berinteraksi dengan anggota lainnya guna mendapatkan manfaat, namun usaha utama nya adalah untuk membantu.

- f) dirinya sendiri bukan untuk membantu kelompok untuk mencapai kesepakatan bersama .

2.2.2. Komunikasi

Budaya bisa menjadi kekuatan untuk menghubungkan antar manusia dalam sebuah lingkungan. Gambaran makna-makna yang merupakan praktik simbolik dalam kehidupan manusia yang di gunakan manusia untuk berkomunikasi. Budaya Populer yang dideskripsikan sebagai budaya rakyat yang merupakan budaya yang digeneralisasikan, dialokasikan, dan di fregmentasikan oleh masyarakat.

Budaya dapat digunakan pada suatu proses perkembangan intelektual, spritualitas dan estetis (Williams, 1983;90). Rumusan budaya yang sudah di jelaskan merupakan rumusan budaya yang dapat mudah di pahami seperti berbicara perkembangan budaya eropa yang merujuk pada faktor intelektual ,spiritual,estetis, seniman dan penyair besar.

Budaya Populer berbicara tentang mengenai produk-produk yang di hasilkan oleh media massa dalam bentuk-bentuk praktik sosial. Media memberikan kebebasan kekuasaan bagi pengguna untuk memegang kendali budaya mereka sendiri. Dengan adanya media memperluas ruang lingkup budaya karena media mempunyai fungsi sebagai penyedia kesenangan dan mengurangi ketengangan sosial. Budaya Populer merupakan salah satu budaya yang digemari oleh masyarakat budaya populer atau budaya pop bisa menghasilkan kecerdasan bagi manusia yang menjadikan budaya hidup yang bisa kita jumpai di kehidupan sehari-hari. Praktik-praktik sosial bisa menjadi pemaknaan dalam

sebuah budaya. Pesan verbal dan non verbal pada budaya populer memunculkan perilaku dan pemaknaan. Budaya populer dapat mempengaruhi dan mengintrogasikan seseorang berdasarkan minat, selera dan pengalaman mereka.

Budaya populer berkembang dengan media masa oleh sebab itu media menarik masyarakat dan menjadikan budaya pop yang menjadi realitas sosial yang berada di lingkungan masyarakat tanpa bisa di kendalikan. Budaya menjadi praktik sosial yang berfungsi untuk menyebarluaskan dan membentuk makna. Media membawa pengaruh kepada orang-orang dalam menyerap nilai dari sebuah budaya sehingga mendorong dalam berperilaku yang membuat keuntungan pada pihak-pihak yang mendominasi.

Budaya pop tidak dapat di prediksi perkembangannya sebab budaya pop merupakan bentuk dari perkembangan jaman modernisasi dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat membuat banyaknya media yang menawarkan beraneka ragam materi untuk berbagai kalangan masyarakat dengan seperti itu masyarakat benar-benar di hadapkan dengan tentang apa yang mereka tonton dan baca. Budaya baru akan selalu muncul dan kemudian mendominasi dalam kehidupan di era modernisasi saat ini yang berperan sebagai wadah pertukaran komunikasi. Konteks sosial budaya dari masyarakat dapat mempengaruhi kekuatan budaya pop tersebut .

Storey (2003), mengatakan bahwa budaya merupakan perkembangan intelektual, spiritual dan estetis padangan dari masyarakat, periode, atau dari kelompok tertentu, praktik intelektual pada aktivitas artistik. Dengan demikian ruang lingkup dalam budaya yang meliputi aktivitas seni, sastra, Pendidikan,

olahraga, hiburan dan aktivitas lainnya. Definisi budaya populer menurut Storey (2003:10) di terangkan sebagai berikut :

1. Budaya adalah sebuah suatu hal yang menyenangkan dan di sukai oleh semua orang seperti : Buku novel ataupun album single dari Girlband Korea. Dengan demikian sebuah budaya pop budaya bisa menjadi konsumsi semua orang.
2. Definisi lain dari budaya populer adalah budaya yang tidak memenuhi persyaratan budaya tinggi merupakan kreasi hasil kreativitas individu, berkualitas, bernilai, terhormat seperti para seniman yang memiliki intelektual dan penilaian tinggi sebuah karya , sedangkan budaya pop adalah budaya yang memiliki nilai jual dampak dari sebuah produksi massal seperti sinema pop, hiburan pop, pers pop.
3. Budaya Pop merupakan budaya massa yang dimana budaya tersebut di produksi oleh massa untuk di konsumsi massa tanpa memikirkan budaya tersebut di terima atau tidak di dalam masyarakat. Budaya pop di sebut budaya dunia impian kolektif
4. Postmodernisme merupakan asal pemikiran budaya pop yang berate bahwa pemikiran tersebut tidak membedakan budaya tinggi dan budaya pop dan menarik kesimpulan bahwa semua budaya adalah budaya kormersil (Storey, 2003: 10-16)

2.2.3. Interaksi Sosial

Interaksi sosial dapat diartikan sebagai hubungan sosial yang dinamis. Hubungan sosial disini dapat diartikan berupa hubungan individu satu dan lainnya, hubungan kelompok satu dan lainnya. Dalam sebuah interaksi terdapat simbol yang diartikan sebagai makna yang di berikan kepadanya oleh yang menggunakannya. Herbert Blumer mengatakan bahwa proses interaksi sosial terjadi saat manusia bertindak terhadap sesuatu yang dimiliki oleh manusia yang kemudian makna tersebut dimiliki sesuatu yang berasal dari interaksi manusia. Perubahan makna bisa terjadi melalui proses penafsiran yang dilakukan oleh orang ketika menjumpai sesuatu, proses interaksi bisa terjadi juga di saat interaksi sosial terjadi antara dua individu atau kelompok yang terdapat kontak sosial dan komunikasi maka terjadilah hubungan proses interaksi sosial di dalamnya karena komunikasi merupakan proses penyampaian pesan yang dapat memberikan reaksi dari penerimaan pesan.

2.2.4. Komunitas

Kelompok penggemar atau biasa disebut fandom ini merupakan suatu komunitas yang digunakan para penggemar yang berkenaan dengan kegiatan dalam sebuah kelompok (Hollows, 2000) pada saat ini banyak sekali kelompok penggemar yang didirikan oleh penggemar suatu idola seperti halnya yang kita ketahui fenomena K-Pop di Indonesia sangatlah banyak penggemarnya selain itu kepopuleran Girlband dan Boyband semakin banyak di kenal khususnya di Indonesia seperti Girlband BlackPink yang berdiri pada tahun 2016

kemunculannya sangat di terima oleh banyak orang melejitnya setiap lagu yang di bawakan dengan mudahnya Girlband tersebut terkenal dan banyak di gemari.

Seseorang bisa dengan mudahnya menyebut dirinya sebagai fans atau penggemar dalam sebuah grup music populer dan hal tersebut pun sangat berpengaruh kepada idola nya karena kepopuleran sebuah idola dilihat juga dari banyak nya penggemar yang mengidolakan nya dan setiap Girlband dan Boyband mempunyai sebutan tersendiri contohnya seperti penggemar dari BlackPink yaitu Blink.

Setiap komunitas atau kelompok mempunyai aturan tersendiri yang harus di ikuti oleh para anggotanya sebuah kelompok pasti akan membuat gerakan untuk mempertahankan dan mendukung idolanya sebuah kelompok pun dapat mewakili identitas artis idola mereka warna fandom K-Pop pun mempunyai fungsi untuk menunjukkan loyalitas dan kesatuan dukungan dari penggemar untuk memberi dukungan saat idolnya tampil dengan idol artis lain.

2.2.4.1 Jenis Kelompok Penggemar

Berdasarkan jenis nya kelompok di bagi menjadi dua yaitu :

a) Kelompok Primer

Dalam kelompok primer jumlah anggota di dalam nya cukup sedikit dan hubungan di dalam kelompok nya lebih sedikit yang bersifat personal dan sering melakukan pertemuan tatap muka atau secara langsung sehingga terbangun hubungan perasaan yang mendalam di dalam kelompok tersebut. Dan tujuan di bentuknya

kelompok tersebut untuk membangun hubungan yang personal yang menjadikan hubungan dalam kelompok primer ini bersifat informal intim contohnya seperti hubungan dalam keluarga dan kelompok teman.

b) Kelompok Sekunder

Kelompok Sekunder berbanding terbalik dengan kelompok primer kelompok sekunder lebih banyak anggota kelompok di dalamnya dan hubungan dalam kelompok sekunder kurang begitu mengenal satu sama lain jarang bertatap muka secara langsung lebih banyak sehingga tidak terbangun hubungan emosional di dalamnya melainkan lebih kedalam dilihat dari segi apa kegunaan untuk sebuah pencapaian kelompoknya dengan tujuan untuk mencapai tujuan tertentu. Hubungan di dalam kelompok sekunder bersifat formal, impersonal yang dilandaskan pada kemanfaatan kelompok semata contohnya seperti sebuah komunitas penggemar, sekolah, universitas dan kelompok sekunder lainnya.

2.2.5. Perilaku

Perilaku merupakan sebuah reaksi atau respon yang terjadi kepada manusia melalui rangsangan dari luar terhadap stimulus dan perilaku bisa di rasakan secara langsung maupun secara tidak langsung yang disebabkan oleh rangsangan organisme (Notoatmojo 2003). Dan sebagai studi empiris ada

beberapa klasifikasi yakni kognitif yang menunjukkan pada sifat rasional, afektif yang mengarah kepada emosional dan juga psikomotorik yaitu menggerakkan Gerakan fisik. Perilaku manusia berbicara mengenai sebuah fenomena identitas diri dari konsep diri individu tersebut manusia juga berperilaku yang di dasari oleh persepsi untuk memenuhi kebutuhan , mendapatkan rasa aman, berperilaku konstruktif dan rasional. Perilaku mempunyai proses dimana adanya stimulus terhadap organisme kemudian di respon yang menurut Skinner disebut teori “S-O- R” atau Stimulus-Organisme- Respon. Dan proses pembentukan perilaku di pengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah Persepsi. Persepsi merupakan pengalaman yang di hasilkan melalui indera penglihatan, pendengaran, penciuman dan lain sebagainya proses pembentukan persepsi di mulai dengan penerimaan rangsangan dari berbagai sumber yang sudah di jelaskan di atas setelah itu diterima rangsangan atau data yang ada di seleksi lagi untuk di proses di tahapan yang lebih lanjut. Adapun factor fungsional yang menentukan persepsi seseorang berdasarkan kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal yang dianggap personal (Rakhmat, 1998), dan pembentukan perilaku dapat di hasilkan dari lingkungan kehidupan dan perilaku tercipta dari perilaku terdahulu (Barelson, 1964), dan selanjutnya adanya motivasi sebagai dorongan untuk mencapai suatu tujuan yang di wujudkan dalam bentuk perilaku selain itu adanya emosi yang merupakan aspek psikologis yang berhubungan erat dengan dengan keadaan jasmani yang merupakan bawaan dari manusia dalam mencapai kedewasaan dan oleh karena itu emosi merupakan perilaku bawaan manusia.

2.2.5.1 Fanatisme

Fanatisme merupakan suatu keyakinan atau pandangan tentang sesuatu yang bersifat positif ataupun negative, Fanatisme sendiri bisa menjad penyebab kuatnya suatu perilaku kelompok yang tanpa di sadari perilaku tersebut dapat menimbulkan perilaku agresi. Dan seseorang yang mempunyai sifat fanatic terkadang tidak menyadarinya dan sulit terkontrol . (Chandra, 2011:1)Di era jaman modern perilaku fanatisme kerap kita temui pada suatu kelompok penggemar fanatic sendiri cenderung menganggap diri sendiri dan kelompok mereka benar mengabaikan fakta atau argument yang mungkin bertentangan pada keyakinan mereka (Chung, Beverland, Farrelly, 2008:333).

Dengan kemajuan teknologi saat ini kita sangatlah gampang untuk terpengaruh oleh lingkungan sekitar yang mengakibatkan timbulnya perilaku yang dapat mempengaruhi banyak orang seperti munculnya *Korean wave* yang muncul dari Korea Selatan kemunculan dunia K-Pop salah satunya Girlband Blackpink dengan kemunculnya membuat antusias para penggemarnya terkadang tanpa disadari kegemaran terhadap K-Pop berakibat fanatisme yang di timbulkan akan tetapi bukan tanpa alasan hal tersebut merupakan bentuk dukungan untuk idola mereka dengan seperti itu maka kelompok penggemar nya mempunyai kekuatan dan dukungan lebih kepada grup idola mereka.

Fanatisme dapat dikatakan merupakan suatu kepercayaan serta antusiasme penggemar yang memandang berlebihan terhadap suatu yang mereka sukai dan gemari fanatisme akan melahirkan suatu yang fanatic yang terjadi karena suatu tindakan dari para penggemarnya hal tersebut bisa di lihat dari aksi konsumsi para penggemarnya seperti membeli merchandise, menonton setiap adanya konser, mengkoleksi barang yang berkaitan dengan idola mereka dengan hal tersebut dapat di katakana kecintaan mereka kepada sang idola.

Menurut Eliani dkk (2018:62) Mengatakan bahwa fanatisme adalah sebuah keyakinan terhadap objek yang di kaitkan oleh sesuatu yang berlebihan pada sebuah objek dan perilaku fanatik di tunjukan dengan kegiatan, rasa antusias yang terlalu berlebihan, keterikatan emosi dan rasa cinta yang teramat berlebih kepada sebuah objek yang berlangsung dalam jangka waktu yang sangat lama. Dalam perjalanannya seseorang yang terobsesi oleh sebuah objek yang amat dicintai tidak lagi menjadi penonton akan tetapi menjadi anggota atau peserta dalam sebuah kelompok penggemar. McCudden (2011:14) mengatakan bahwa aktivitas penggemar adalah sebuah makna , berbagi makna, berburu, mengumpulkan, dan membangun pengetahuan . Berikut penjelasan McCudden terhadap aktivitas sebuah kelompok penggemar, yaitu :

a. Membuat Makna

Membuat makna yang melibatkan penngemar yang terlibat secara aktif dari teks media yang menggabungkan sebagian atau

keseluruhan dengan pengalaman dan emosi dari kehidupan penggemar itu sendiri. Menurut (Grossberg, 1992) Penggemar cenderung memprtimbangkan teks dari berbagai tingkatan sesuai kebutuhan mereka. Namun ada perbedaan antara penonton sosial yang merupakan individu yang hanya mengonsumsi teks dan penggemar secara kolektif dan memahami teks dalam berbagai cara untuk memahami apa yang sedang terjadi Burke (2001) .

b. Berbagi Makna

Penggemar dalam menggerakkan pikirannya sendiri ke dalam sebuah ruang bersama dari sebuah komunitas penggemar. Hal ini merupakan sebuah tindakan untuk mengambil makna dari internal dari dalam diri penggemar dan mempengaruhi ke lingkungan eksternal (McCudden 2011:15)

c. Berburu

Penggemar secara pribadi memilih teks proses sebagai dasar pembuatan kreatif proyek mengenai idolanya mereka yang di sebut produktivitas tekstual Jefkins (1992). Sebuah proses dalam bentuk prosuktivitas tektual bahwa seorang penggemar mencontoh atau mengambil sebuah teks menggunakan potongan tersebut untuk di ceritakan kembali. Teks tersebut bisa berupa lirik lagu, film dari sebuah idola yang di kagumi dan menggunakannya sebagai landsan sebuah kegiatan mereka (McCudde 2011 :17)

d. Mengumpulkan

Mengumpulkan adalah sebuah bentuk keempat dari dalam sebuah aktivitas yang dilakukan oleh seorang penggemar praktik tersebut meliputi mengumpulkan barang-barang yang berkaitan dengan sang idola. Bagi seorang penggemar mengumpulkan sebuah barang sebanyak mungkin yang berkaitan dengan sang idola adalah sebuah tolak ukur koleksi penggemar bukan dinilai sebagai barang individu (McCudden 2011:21)

e. Membangun Pengetahuan

Dalam Sebuah kegiatan kelompok penggemar membangun pengetahuan membuat mereka mengetahui lebih dalam tentang sebuah idola yang mereka kagumi. Pengetahuan dapat diambil dari berbagai bentuk tergantung pada jenis objek mana yang akan di bahas para penggemar mempunyai banyak referensi pengetahuan yang bisa di ceritakan kembali untuk menambah pengetahuan para penggemar lainnya dan kekuatan dari sebuah budaya penggemar berasal dari kekuatan penggemar berasal dari kekuatan pengetahuan yang dimiliki oleh penggemar tentang sebuah objek yang di kagumi

2.2.6. K-Pop

K-Pop atau Korean Pop adalah sebuah budaya populer yang berasal dari Korea Selatan budaya tersebut memberikan warna baru bagi industri musik kehadiran grup music Girlband dan Boyband korea menjadi *trend* di kalangan remaja, dewasa bahkan anak-anak. Kehebatan K-Pop hingga saat ini bisa banyak

di gemari oleh banyak kalangan menjadikan puncak kesuksesan para idola nya selain itu karya dari para idol K-Pop ini pun sangat patut di apresiasi, kemunculan K-Pop menjadikan banyak nya penggemar dan pengikut untuk mengikuti dari mulai kegemaran hingga gaya hidup tak jarang penggemar dari K-Pop ini mampu untuk membeli barang-barang atau merchandise yang berkaitan dengan idolanya dan juga mengikuti kapan dan dimana saja mereka tampil.

2.2.7. Girlband

Girlband merupakan sekelompok Wanita yang menyanyikan music populer dengan kompak serasi dalam sebuah girlband semua menjadi vokalis dari sebuah grup musik dan yang membuat semakin kuat identitas girlband adalah di tambah dengan gerakan menari atau *dance* yang menjadi ciri khas sebuah anggota girlband yang di buat dengan kekompakan dan keharmonisan dalam bernyanyi hal tersebut mampu menarik perhatian para penggemar karena menurut mereka mereka bisa mengikuti gerakan sebagai bentuk apresiasi kepada idola nya dan tak hanya grup girlband nya saja yang kompak akan tetapi para penggemar pun sangat kompak dalam mendukung idola nya dan terkadang tanpa sadar mereka mendukung dengan cara yang berlebihan atau bisa di sebut dengan fanatik akan tetapi hal tersebut pun berpengaruh pada idola nya jika tidak ada dukungan dari penggemar maka idola tidak akan ada di puncak kesuksesan seperti sekarang.

Dalam penelitian ini girlband yang terpilih untuk di jadikan penelitian adalah girlband BlackPink yang terdiri 4 (empat) orang Wanita yang berdiri

tahun 2016 oleh YG Entertainment yang menjadi fokus penelitian yaitu fenomena perilaku fanatisme penggemar Blackpink dengan kesuksesan saat ini BlackPink menjadi girlband dengan penggemar dan subscriber girlband terbanyak di Youtube dilansir dari Tribunnewsmaker pada 10 september 2021 “Gapai prestasi baru, Blackpink dinobatkan sebagai artis K-Pop dengan subscribers terbanyak. Bahkan pengikutnya disebut lebih banyak dari Justin Bieber. Kini BlackPink meraih 65,2 juta subscribers di Youtube ”. Hal tersebut terjadi akibat dari dukungan penggemar Blackpink yang berhasil membawa kesuksesan BlackPink.

2.3. Kerangka Teoritis

2.3.1. Teori Fenomenologi Alfred Schutz

Fenomenologi merupakan metodologi penelitian kualitatif yang di gunakan untuk mengungkap kesamaan makna dari suatu konsep atau fenomena yang di lakukan secara sadar dan individual yang di lakukan oleh sekelompok individu dalam kehidupan mereka. Fenomenologi dapat menggambarkan arti pengalaman hidup tentang sebuah adanya konsep atau adanya fenomena yang terjadi di beberapa orang yaitu orang-orang yang terlibat dalam sebuah fenomena menurut Schutz fenomenologi yaitu adanya pengalaman, makna, motif yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari.

Pada abad ke 18 pembahasan pemikiran filsafat terbagi menjadi dua aliran yang saling bertentangan, yang pertama adalah aliran empirisme yang di percaya bahwa pengetahuan dari penginderaan seperti manusia ibarat gelas kosong yang di baru mulai terisi oleh pengalaman yang kedua adalah aliran

rasionalisme yang di percayai bahwa pengetahuan datang dari pemikiran. Menurut pengetahuan ini kebenaran pengetahuan hanya berasal dari pikiran dan akal tidak memerlukan pengalaman dalam memperoleh pengetahuan.

Fenomena menurut Immanuel Kant muncul dengan sendirinya hasil dari sintesis antara indera dan bentuk konsep konsep dari objek. Oleh sebab itu istilah fenomenologi ada sejak Immanuel Kant memilih unsur yang berasal dari pengalaman yang mana terdapat dalam akal. Seiring berjalannya waktu fenomena menemukan jalannya jadi akar dari fenomenologi adalah pandangan filsafat mengenai fenomena

Fenomenologi lahir dari pola pikir subjektivisme yang tidak memandang dari suatu kejadian yang terlihat, akan tetapi berusaha menggali makna di balik setiap kejadian tersebut oleh karena itu fenomenologi digunakan secara luas dalam ilmu sosial termasuk dalam ilmu komunikasi.

Pembahasan fenomenologi tidak lagi sebagai bahasan kesengajaan namun sudah meluas ke kesadaran semesntara, kesengajaan praktis , intersubjektivitas, dan konteks sosial dan bahasa dari tindakan manusia dan semenjak tahun 1960 tulisan Husserl pada abad ke 20 logika, pandangan, bahasa dapat dipahami dan di jadikan dasar kajian fenomenologi dengan filsafat analitis pikiran telah mengembangkan kajian-kajian teori fenomenologi

Kajian-kajian fenomenologi telah di kembangkan mengenai representasi mental, kesengajaan, kesadaran pengalaman inderawi, konteks pikiran dan isi kesengajaan. Pada teori William James dan Frans Brentano sebagai bapak filsuf modern yang tidak jarang juga filsuf yang mendasarkan

teori nya mengenai cognitive neuroscience yang dimana perkembangan terkini adalah kombinasi anatra isu-isu fenomenologi bisa dilihat saat perkembangan fenomenologi semakin luas dengan perkembangan jaman dan teknologi.

Teori fenomenologi antar budaya yaitu Alfred Schuntz yang merupakan ahli ekonomi yang juga filsuf yang di besarkan di Wina pada awal 1900-an. Yang berkiblat kepada Max Weber, Alfred Schuntz atau biasa di sebut Schuntz Menyusun karya pertama nya yang berjudul *Der Sinnhaftie Aufbau der sozialen welt* yang di terbitkan pada tahun 1932 yang kemudian di terjemahkan dalam bahasa inggris yaitu menjadi *The Phenomenology of the social world* pada tahun 1967, yang kemudian karya tersebut menjadi dasar pemikiran fenomenologi yang membuat pemahaman terbaru dalam sosiologi Max Weber.

Gagasan Schuntz tidak di ambil sepenuhnya dari hasil pemikiran Husserl tetapi merupakan hasil sintetis yang menggabungkan gagasan Husserl, Weber, dan tradisi interaksionalisme simbolik gagasan Schuntz dan Weber diantaranya Makna bersama dan makna subjektif yang dibagi dalam gagasan tersebut mengatakan bahwa makna bersama terbentuk berdasarkan proses intersubjektivitas diantara para actor.

Pada karya Alfred Schuntz *The Phenomenology of the social world* pada tahun 1967 yang mempunya tiga tema yakni :

1. Dunia sehari-hari (*The world of everyday life*) yang merupakan dunia yang paling fundamental dan juga terpenting bagi manusia dalam kehidpan sehari-hari maka terbentuklah bahasa dan makna yang terjadi akibat adanya interaksi sosial di antara manusia dan

ada pula berbagai tingkah laku manusia yang kemudian tingkah laku tersebut dapat diterima bersama dan setelah itu terbentuklah kehidupan sehari-hari yang mempunyai ilmu pengetahuan, filsafat ataupun teknologi yang merupakan suatu realitas terpenting dalam kehidupan manusia.

2. Sosialitas yang di mana sosialitas ini berkembang berdasarkan teori Max Weber yaitu tentang tindakan sosial. Tindakan sosial yang merupakan tindakan yang kita jumpai di kehidupan sehari-hari yang dimana dari sebuah tindakan akan menghasilkan makna proses ini terjadi dalam beberapa tahapan yaitu yang paling rendah makna sosial yaitu hubungan dengan benda fisik seperti membuka jendela pada pagi hari yang belum menjadi tindakan sosial sepenuhnya. Yang merupakan tindakan sosial menurut J Platt (dalam Driatarkarya, 2006:675) yang menyebutkan bahwa kesosialan manusia yang bertumbuh dan berkembang dalam banyak ruang rohani (interpersonal) yang menciptakan banyak dalam berpikir, berbicara, menilai, merasa dan berbuat. Untuk meniadakan keadaan kodrat dengan demikian menciptakan hidup bersama dimana manusia saling bertukar pikiran, bergaul dengan tenang.
3. Makna dan pembentukan yang merupakan subangan Schutz dalam gagasan fenomenologi tentang makna yang membentuk struktur sosial jika yang pertama adalah dunia sehari-hari yang merupakan makna dasar bagi pengertian manusia adalah akal

sehat yang terbentuk dalam bahasa dalam berkomunikasi sehari-hari dan secara definitif adalah pengetahuan yang ada pada setiap orang dewasa secara sadar pengetahuan ini diturunkan secara sosial dari orang-orang sekitar.

Dari ketiga tema fenomenologi di atas dapat disimpulkan bahwa Schutz menghubungkan antara pengetahuan ilmiah dan pengalaman sehari-hari dari situlah kita mengetahui bahwa pengalaman dan pengetahuan itu berasal dengan kata lain mendasarkan tindakan sosial pada pengalaman makna dan kesadaran dan bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Dimana proses penafsiran ini dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa konsep kepekaan. Dalam pemikiran Husserl Schutz mengikuti bagaimana sebuah proses pemahaman aktual kegiatan dan pemberian makna bisa terrefleksi dalam tingkah laku

Dari pemikiran Schutz dapat disimpulkan yaitu bagaimana tindakan sosial dapat melalui proses penafsiran yang menjelaskan tentang makna sesungguhnya sehingga dapat memberikan konsep kepekaan sehingga Schutz meletakkan hakikat manusia dalam pengalaman subjektif ketika mengambil tindakan .

Metodologi fenomenologi yang akan lebih jelas dengan mengikuti pemikiran dari Schutz yang merupakan tindakan manusia adalah bagaimana dari posisinya dalam masyarakat sehingga tindakan seseorang bisa hanya merupakan sebuah peniruan dari tindakan orang lain di sekitarnya . Dalam

Pemikiran ini dapat di buat sebuah “model tindakan manusia” yang dipostulasikan sebagai berikut:

1. Konsistensi logis, yang digunakan sebagai jalan untuk pembuatan validitas objektif dari konstruk yang dibaut oleh peneliti yang harus mempunyai ke validan data pemisahan penelitian dari konstruk sehari-hari
2. Interpretasi subjektif yang digunakan peneliti untuk merujuk pada sebuah tindakan manusia dan makna dari sebuah tindakan tersebut
3. Kecukupan, yang dapat di artikan konstruk yang telah dibuat oleh peneliti sebaliknya dapat dimenegrti oleh orang lain .

Alfred Schutz membuat model tindakan manusia ini melalui proses yang di namakan “tipikasi” yang merupakan konsep penggabungan Schutz terhadap pemikiran-pemikiran weber dengan pembuatan makna. Tipikasi berlangsung sepanjang hidup dari manusia. Dan adapun jenis tipikasi yang berlangsung pada orang yang membuatnya sehingga mengenal tipe actor, tipe tindakan, tipe kepribadian dan lain sebagainya dan menurut Schutz jenis tipikasi dibuat berdasarkan kesamaan tujuan namun dalam struktur yang relevan dengan tujuan penelitian . Tipikasi ini meyediakan seperangkat alat identifikasi, klarifikasi dan model perbandingan dari tindakan dan interkasi sosial dengan menggubakan kriteria yang telah didefinisikan untuk penempatan fenomena ke dalam tipe-tipe khusus.

2.4. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan landasan sebuah teori dalam memecahkan masalah yang dikemukakan dalam penelitian yang sedang diteliti. Peneliti memerlukan kerangka pemikiran berupa teori atau pendapat dari para ahli yang mampu meyakinkan kebenarannya yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Peneliti menggunakan teori fenomenologi Alfred Schutz sebagai kerangka pemikiran yang dijadikan tolak ukur dalam memecahkan sebuah masalah yang ada di penelitian ini

Fenomenologi adalah sebuah filosofis sekaligus pendekatan metodologis yang berfungsi mencakup berbagai metode sebagai sebuah filosofi. Fenomenologi merupakan salah satu tradisi intelektual yang utama yang telah mempengaruhi penelitian kualitatif. Kekuatan fenomenologi terletak pada kemampuannya meneliti yang memasuki bidang persepsi orang lain yang berguna untuk memandang kehidupan sebagaimana dilihat oleh orang tersebut. Fenomenologi membantu dalam memasuki sudut pandang orang lain dengan berusaha memahami mengapa mereka menjalani hidupnya sebagaimana yang orang lain lihat kepada kehidupannya dengan cara seperti itu . Dan fenomenologi bukan hanya memungkinkan kita untuk melihat dari perspektif partisipan metode ini juga menawarkan cara untuk memahami kerangka yang telah di kembangkan oleh seseorang dari waktu ke waktu sehingga menciptakan respon terhadap apa yang terjadi serta pengalaman yang di dapat (Daymon dan Holloway, 2008:228)

Pendapat tersebut memberikan gambaran bahwa fenomenologi sangat membantu penelitian untuk memahami bagaimana subjek penelitian dalam

menjalani kehidupannya sehari-sehari. Dan tujuan utama dari fenomenologi adalah untuk mempelajari bagaimana fenomena yang dialami dalam kesadaran pikiran dan tindakan serta fenomenologi mencoba mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksikan makna dan konsep penting dalam sebuah kerangka. Perilaku tindakan sosial oleh Alfred Schutz dinamakan sebagai aktor yang memiliki makna subjektif terhadap tindakan sosial yang dilakukannya dan makna subjektif itu bukan berasal dari suatu hal yang privat atau individual. Manusia merupakan makhluk sosial yang pastinya akan selalu butuh manusia lainnya untuk saling memahami dengan demikian proses timbal balik antar manusia atas dasar pengalaman bersama dan tipikasi atas dunia bersama.

Setiap tindakan dan perilaku yang dilakukan oleh manusia pasti memiliki motif yang melatarbelakanginya dan menurut Schutz ada dua motif fase yang menggambarkan tindakan seseorang, yaitu :

1. Motif 'untuk', artinya bahwa sesuatu merupakan tujuan yang akan digambarkan dengan berbagai bentuk dan maksud rencana harapan, minat, dan sebagainya yang berorientasi ke masa depan
2. Motif 'karena', artinya sesuatu yang mengarah pada sebuah pengalaman masa lalu, karena berorientasi ke pengalaman di masa lalu
(Kuswano, 2009:111)

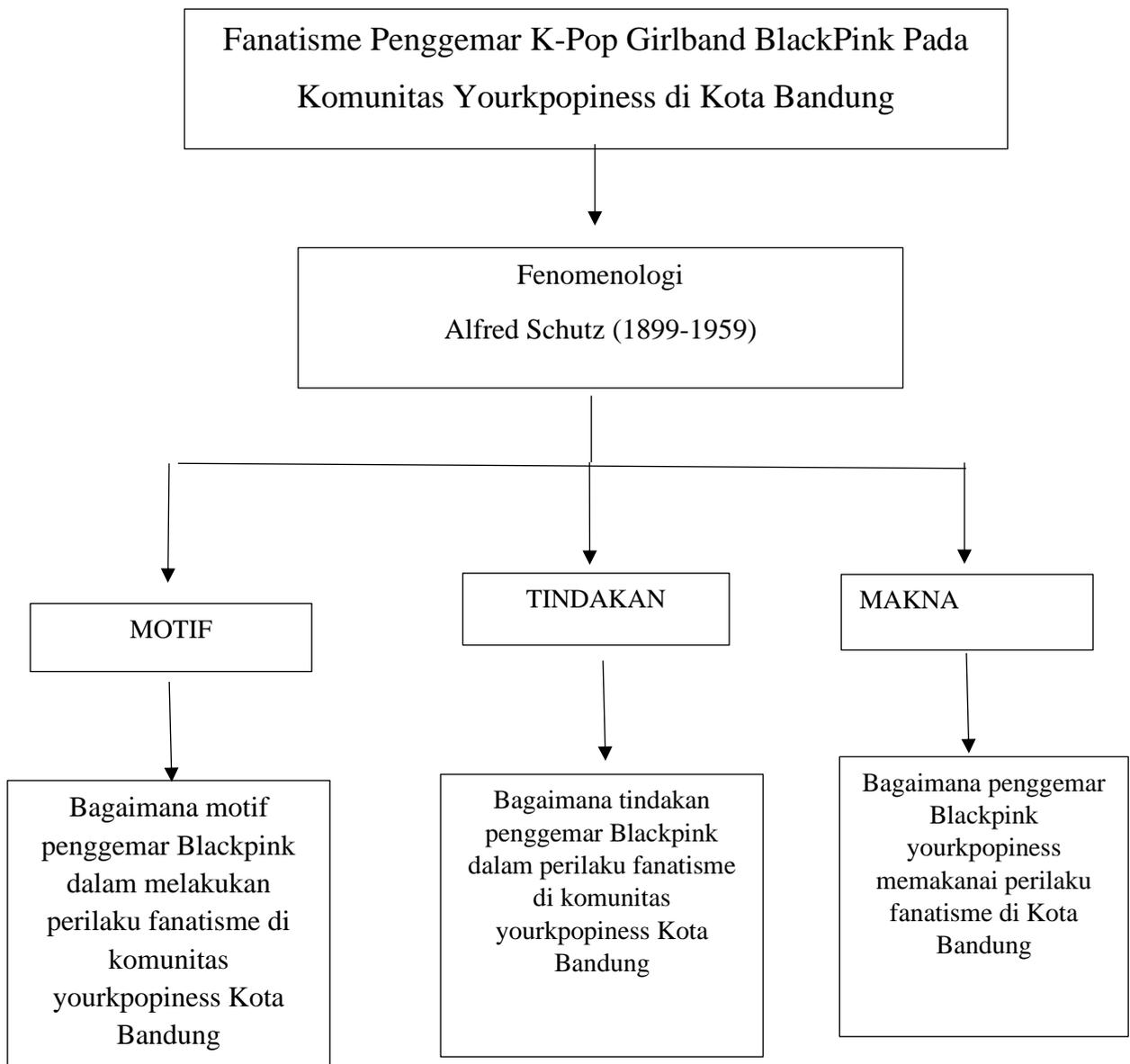
Dalam fenomenologi anggota komunitas merupakan aktor yang melakukan sebuah tindakan sosial bernama aktor yang mempunyai kesamaan dalam sebuah makna intersubjektif. Dalam pemikiran Alfred Schutz anggota komunitas sebagai aktor memiliki salah satu dari 2 (dua) motif yang sudah di kemukakan di atas yaitu

motif yang berorientasi ke masa depan dan motif yang berorientasi ke masa lalu, motif tersebut tentu saja akan menentukan pemikiran dan penilaian terhadap dirinya dalam statusnya sebagai anggota komunitas dalam sebuah kelompok.

Dari pemikiran Schutz yaitu bagaimana kita memahami tindakan sosial melalui penafsiran dan sebuah proses penafsiran dapat di gunakan untuk memperjelas makna yang sesungguhnya sehingga dapat memberikan konsep kepekaan dan menurut Schutz manusia mempunyai hakikat dalam sebuah pengalaman subjektif terutama pada saat mengambil sebuah tindakan dalam kehidupan sehari-hari.

Schutz mempunyai pandangan bahwa manusia merupakan makhluk sosial yang mempunyai kesadaran dalam kehidupan sehari-hari yang merupakan kesadaran sosial . dan dunia individu merupakan sebuah kehidupan dunia intersubjektif dengan berbagai persasann dan makna sebagai bagian dari sebuah kelompok dan manusia harus bisa saling memahami dan bertindak pada kenyataan yang sama .

Dengan menggunakan teori fenomenologi dalam penelitian ini untuk mendalami serta mencari hakikat dari bagaimana sebuah fenomenologi yang telah terjadi yakni fenomena perilaku komunikasi fanatisme pada kelompok penggemar K-Pop Girlband Blackpink yang berada di Kota Bandung. Yang berorientasi pada ketrangka konseptual dan kerangka teoritis yang telah di paparkan, Berikut bagan kerangka pemikiran dari sebuah permasalahan yang akan di angka.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber : Teori Fenomenologi Alfred Schutz 1942