

BAB II

KEKUATAN POLITIS FANDOM ARMY SEBAGAI PENGGEMAR K-POP DI INDONESIA

Pada bab ini, penulis akan menjabarkan mengenai kekuatan politis fandom ARMY Indonesia sebagai penggemar K-Pop di Indonesia. Penjabaran yang ada di bawah ini merupakan hasil wawancara antara penulis dengan 3 orang anggota fandom ARMY Indonesia, yaitu Rahma (21 tahun), Alice (19 tahun), dan Farsya (19 tahun), serta pengambilan dokumentasi melalui internet. Bab ini akan berusaha menjelaskan aksi-aksi seperti apa yang sebelumnya dan pada saat ini sedang dilakukan oleh fandom ARMY Indonesia dalam menanggapi isu RUU Cipta Kerja (Omnibus Law).

2.1 Aksi Politis Fandom ARMY Indonesia

Sebuah *fandom* atau penggemar membangun identitas budaya dan sosial mereka melalui peminjaman dan perubahan citra budaya massa, mengartikulasikan keprihatinan yang seringkali tidak disuarakan dalam media yang dominan. Tanggapan penggemar biasanya tidak hanya melibatkan daya tarik atau pemujaan tetapi juga frustrasi dan antagonisme, dan kombinasi dari dua tanggapan inilah yang memotivasi keterlibatan aktif mereka dengan media (Jenkins, 2005: 23 – 24).

Fandom di sini menjadi budaya partisipatif yang mengubah pengalaman konsumsi media menjadi produksi teks baru, budaya baru dan komunitas baru. Di satu sisi, fandom merupakan salah satu komponen dari Dunia Seni media massa, seperti "penonton serius" yang ditempatkan Becker di sekitar simfoni, balet, atau galeri seni. Tidak hanya "anggota khalayak yang serius" memberikan dasar yang stabil untuk mendukung kreasi artistik, menurut Becker, mereka juga berfungsi sebagai penengah dari potensi perubahan dan perkembangan (Jenkins, 2005: 46).

Di era yang sudah tidak asing lagi dengan dunia musik K-Pop dan komunitas-komunitas fandom di dalamnya, sudah banyak berbagai fandom K-Pop yang bermunculan. Fandom ARMY, yang merupakan fandom dari *boygroup* asal Korea Selatan, *Bangtan Seonyeondan* (BTS) menjadi salah satu fandom K-Pop terbesar yang ada di Indonesia. Akun Twitter @btsanalytics memaparkan bahwa Indonesia menjadi negara ke-3 dengan jumlah penggemar terbanyak di dunia.

Dilansir dari CNN Indonesia, media tersebut mewawancarai salah satu anggota fandom ARMY Indonesia yang sempat turun ke jalan dan terlibat dalam aksi demonstrasi secara *offline*. menilai hal tersebut wajar dilakukan karena tanggung jawab sebagai warga negara Indonesia.

"Beberapa teman ARMY yang mahasiswa ikut turun ke jalan dan enggak sedikit juga teman-teman ARMY di Twitter yang berani bersuara."

Pada saat melakukan aksi demo secara *offline*, mereka terus memberikan informasi berkala ketika demonstrasi berlangsung. Bukan saja dilakukan secara offline, namun mereka juga melakukan aksi secara *online*. Aksi yang dilakukan secara online ini dilakukan secara bersama-sama dengan penggemar K-Pop lainnya di Twitter. Penggemar K-Pop yang tiba-tiba ramai menolak Omnibus Law disinyalir terjadi karena rasa solidaritas yang timbul dari *fanbase*. Solidaritas untuk membuat tagar menjadi trending, sudah menjadi kebiasaan dari para penggemar K-Pop. Terkait tagar, sejumlah fandom berupaya untuk menaikkan tagar dalam rangka menolak Omnibus Law. Para penggemar merasa menjadi bagian dari bangsa Indonesia juga dan mengimbau para anggotanya untuk tidak menaikkan tagar selain tagar-tagar yang membahas isu tersebut. Hal ini dilakukan demi menghargai isu Omnibus Law yang dianggap mengucilkan kaum buruh dan masyarakat kecil Indonesia (Chri, 2020).

Menolak untuk hanya "ikut-ikutan saja" dalam menjadikan tagar-tagar penolakan Omnibus Law trending, fandom ARMY menyadari bahwa memiliki pemahaman mengenai apa yang akan mereka suarkan adalah hal yang sangat

penting. Mereka membuat utas edukatif yang dikompilasi dari berbagai sumber terpercaya, dan membuatnya dengan bahasa yang lebih mudah dimengerti oleh orang-orang yang bahkan tidak memiliki latar belakang hukum sekalipun. Bahkan tidak sedikit dari mereka yang membuat utas dalam bahasa Inggris agar pembahasan mengenai Omnibus Law ini bisa dipahami pengguna Twitter di seluruh dunia.

Tidak hanya itu, mereka juga membangun berbagai diskusi interaktif dengan sesama penggemar K-Pop. Berbagai pertanyaan dilontarkan yang nantinya akan dijawab oleh K-Popers yang memiliki pemahaman dan kapasitas ilmu yang lebih mumpuni di bidang hukum atau politik. Menanyakan sumber dari mana info yang mereka dapat dalam diskusi interaktif ini juga menjadi poin yang penting bagi mereka, sehingga mereka tidak serta merta mempercayai informasi yang ada dengan membabi buta. Para penggemar BTS ini juga mengunggah dan menyertakan foto dan video di dalam postingan mereka di Twitter.

2.2 Aksi yang Dilakukan di Twitter

Fandom ARMY Indonesia sangat aktif dalam memanfaatkan media sosial, terkhususnya Twitter. Mulai dari membalas cuitan dari akun resmi BTS di Twitter, hingga turut serta dalam menaikkan tagar atau hastag pada waktu-waktu tertentu. Berikut adalah beberapa kegiatan yang biasa dilakukan oleh para ARMY Indonesia di media sosial Twitter.

Bukan hal yang biasa lagi bagi sebuah fandom K-Pop, terkhususnya fandom ARMY Indonesia, untuk melakukan aksi-aksi sosial. Bagaimanapun, mereka tetap selalu ingin membantu sesama yang sedang dilanda bencana atau kesulitan. Aksi sosial yang dilakukan oleh fandom ARMY Indonesia biasanya berupa *offline* maupun *online campaign* dalam bentuk penggalangan dana, membagi-bagikan pakaian bekas layak pakai kepada korban bencana atau yang membutuhkan, mengirimkan APD untuk rumah sakit rujukan COVID-19 yang masih kurang peralatan kesehatannya, dan masih banyak lagi tindakan terpuji lainnya.

Melissa M. Brough dan Sangita Shresthova dari University of Southern California di AS, menulis dalam jurnal akademik mereka bahwa aktivisme dalam konteks fandom atau penggemar adalah usaha yang didorong oleh para penggemar untuk menangani masalah sipil atau politik melalui keterlibatan dan penyebaran strategis konten budaya populer (Floretta, 2021).

Fandom ARMY yang berasal dari luar negeri seperti dari Amerika Serikat pun, misalnya, turut aktif dalam isu politik yang tengah memanas di tahun 2020. Pada saat itu tengah terjadi isu rasisme kepada orang kulit hitam, dimana seorang warga sipil bernama George Floyd dibunuh oleh seorang polisi berkulit putih. Penggemar K-pop termasuk fandom ARMY, dikenal karena kegiatan media sosial mereka yang produktif dan telah menggunakan kemampuan yang mereka miliki untuk menjunjung keadilan sosial. Di Twitter, mereka telah mengambil alih tagar supremasi kulit putih dengan *fancam*, sebuah video pendek berisi idola favorit mereka. Ketika Departemen Kepolisian Dallas meminta masyarakat untuk mengirimkan video “aktivitas ilegal” selama protes ke aplikasi iWatch Dallas, penggemar ARMY mendorong satu sama lain untuk mengirimkan *fancam* sebagai gantinya, dan aplikasi tersebut untuk sementara *offline* karena *down* akibat ulah mereka itu. Hal lain yang dilakukan ialah bekerja sama dengan para remaja yang memanfaatkan aplikasi TikTok untuk membeli secara massal tiket reli kampanye Presiden Trump di Tulsa, Oklahoma, tetapi para pembeli tersebut tidak hadir. Penggemar ini terkadang digeneralisasikan sebagai individu muda dan obsesif yang gemar mengambil tindakan kolektif. Mereka pun mempunyai bukti sejarah dalam mengumpulkan uang untuk amal dan memecahkan rekor media sosial, serta ARMY, khususnya diakui oleh organisasi semi-terstruktur dari *fanbase* dan keragaman dalam peringkat mereka. Pada bulan Maret 2018, seorang penggemar asal Brazil berusia 16 tahun menanyakan jika ada pengikut di Twitter-nya yang ingin berkolaborasi dalam proyek amal untuk disumbangkan ke kampanye UNICEF. Dalam sebulan, mereka meluncurkan “*One In An ARMY.*” Sejak peristiwa tersebut, kelompok sukarelawan yang terdiri dari hampir

30 organisator dan penerjemah telah melakukan kampanye untuk 22 badan amal di seluruh dunia, selain beberapa kampanye lain seperti “*ARMY Share The Warmth*” untuk menyumbangkan uang dan barang ke tempat penampungan lokal selama musim dingin. Alih-alih mengumpulkan uang dan mendistribusikannya, *One In An ARMY* membuat halaman di situs penggalangan dana untuk ARMY agar menyumbang langsung ke badan amal (KlikAnggaran, 2020).



Gambar 2.1

Sumber: @Eu4rialife di Twitter



Gambar 2.2

Sumber: @Skzjennie di Twitter

Perilaku yang dilakukan secara berulang ini membuat aktivisme dari penggemar K-Pop termasuk ARMY, menjadi lebih padat. Mereka juga membuat tagar #BlackLivesMatter menjadi *trending topic*, sehingga mengundang *audience* yang lebih besar. Seorang ARMY asal Amerika Serikat bernama Christa, mengatakan bahwa orang-orang di Twitter ikut menggunakan tagar BLM atau #BlackLivesMatter di nama tampilan Twitter mereka. Ia juga turut mendukung gerakan sosial fandom ARMY dalam menggaungkan Black Lives Matter.

"Saya bisa membayangkan orang kulit hitam membuka Twitter dan hal pertama yang mereka lihat adalah trending tagar anti-rasis ini," kata Christa.

Dia menyarankan bahwa penggemar dapat memilih untuk meningkatkan tagar anti-rasis atau tautan *tweet* ke petisi *online* yang mendukung korban kekerasan rasial, daripada memposting *fancam*, karena dianggap mengganggu bagi beberapa pihak (Chaudry, 2020).

Rata-rata penggemar musik K-Pop, terkhususnya ARMY Indonesia, memiliki fan account, atau akun Twitter yang mereka gunakan untuk mendapatkan informasi terbaru dari BTS. Ketiga informan, yakni Farsya, Rahma, dan Alice memiliki fan account. Bagi mereka dan para ARMY Indonesia lainnya, mempunyai fan account merupakan suatu keuntungan. Tentu tujuan utama dalam membuat fan account adalah agar bisa lebih dekat lagi dengan BTS melalui akun resmi Twitter BTS dan memperoleh informasi-informasi paling update terkait dengan segala kegiatan BTS. Namun, hal lain yang bisa didapatkan oleh para ARMY Indonesia ialah membangun relasi yang sama-sama datang dari fandom ARMY, yang asalnya dari penjuru dunia.

Pada BAB 2, penulis telah menguraikan dan membahas tentang fandom ARMY Indonesia, aktivitas yang mereka lakukan di Twitter, dan aksi/gerakan sosial yang pernah secara aktif mereka laksanakan. Penulis menjelaskan tentang ketiga hal tersebut karena penting untuk mengetahui identitas fandom ARMY Indonesia baik secara offline maupun online. Dalam bentuk offline, fandom ARMY Indonesia menunjukkan dengan gerakan sosial yang dilakukan seperti menggalang dana untuk korban bencana dan melakukan aksi menanam pohon bakau. Aksi yang dilakukan secara online berupa menaikkan hashtag atau tagar dalam melawan isu sosial, membagikan dan menyebarkan informasi kepada sesama fandom ARMY Indonesia mengenai hal-hal yang dapat dilakukan untuk membantu orang-orang yang sedang tertimpa isu rasialisme, juga turut serta dalam menyampaikan opini-opini mereka mengenai isu sosial atau politik yang sedang *booming*.