

FANATISME DAN EKSISTENSI FANS AFGAN



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya**

Universitas Islam Indonesia

Oleh :

DENIS KUMARA WISNU PRAMESTI

17321104

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi

FANATISME DAN EKSISTENSI FANS AFGAN

Diajukan oleh:

DENIS KUMARA WISNU PRAMESTI
17321104

Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan
dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi.

Tanggal: 22 September 2021

Dosen Pembimbing Skripsi,



Ratna Permata Sari, S.I.Kom., MA.

NIDN 0509118601

HALAMAN PENGESAHAN

Disusun Oleh :


Denis Kumara Wisnu Pramesti
17321104

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Tanggal : 22 September 2021

Dewan Penguji :

1. Ketua : Ratna Permata Sari, S.I.Kom., MA.
NIDN 0509118601
2. Anggota : Dr. Zaki Habibi, S.IP., M.Comms.
NIDN 0517078101



(.....)



(.....)

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia




Puji Harivanti, S.Sos. M.I.Kom

NIDN 0529098201

HALAMAN PERNYATAAN

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Denis Kumara Wisnu Pramesti

Nim :17321104

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa :

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lainnya yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. Ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini setuju dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 21 Agustus 2021

Yang Menyatakan,

Meterai Rp. 10.000



Denis Kumara Wisnu Pramesti

17321104

1. Surat pernyataan ini dibuat oleh mahasiswa pelaksana TA.
2. Surat pernyataan ini ditandatangani diatas materai Rp.10.000.
3. Keterangan karya TA sesuai masing-masing jenis (skripsi untuk karya penelitian, laporan proyek Komunikasi untuk karya non penelitian).



MOTTO

Hidup yang sebenarnya adalah saat kita bermimpi dalam kesadaran

-Oki Setiana Dewi-



PERSEMBAHAN

Karya penelitian ini saya persembahkan kepada:

1. Mama, Ayah, Kakak, Adik, dan Keluarga tercinta
2. Teman-teman Ilmu Komunikasi
3. Adik dan kakak tingkat
4. Para penggiat ilmu pengetahuan
5. Afgan dan para Afganisme

Kata Pengantar

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji serta syukur peneliti panjatkan kepada kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan hidayahnya peneliti diberi Kesehatan, dan kekuatan untuk menyelesaikan penelitian ini. Sholawat serta salam senantiasa peneliti ucapkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang kita nantikan syafaat dan oertolongan dihari akhir nanti.

Selama proses penyusunan skripsi ini, atas izin Allah peneliti mendapatkan dukungan dari keluarga, teman-teman , dan memperoleh bimbingan sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Skripsi ini berjudul Fanatisme dan Eksistensi Fans Afgan, telah disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi Dan Ilmu Sosial Budaya di Universitas Islam Indonesia.

Penelitian ini telah memberikan peneliti proses perjalanan skripsi untuk membuka wawasan lebih luas, mempelajari hal baru, dan pembelajaran untuk memperjuangkan skripsi ini melalui proses hambatan, dan ketidaksempurnaan. Selama proses penyusunan skripsi ini , peneliti mendapatkan dukungan , dan doa dari segala pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Allah SWT, atas semua karunia dan rahmat yang telah diberikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Orangtua tercinta, Mama Nur Sufiatin , dan Ayah Agung Wisnugroho terimakasih untuk kasih sayang , dan semangat setiap saat yang telah diberikan selama ini. Untuk kakak Dimas Mauludani Wisnu Kusuma terimakasih untuk segala *support* , ilmu yang diberikan selama ini , serta adik peneliti Rakha Rafi Nur Pangestu. Dan untuk keluarga besar peneliti yang telah memberikan semangat, dan doa untuk peneliti.
3. Ibu Ratna Permata Sari, S.I.Kom., MA., selaku dosen pembimbing skripsi. Terimakasih untuk semangat, kesabaran, bimbingan, dan waktu yang telah diberikan. Serta saran sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini.
4. Bapak Dr. Zaki Habibi, S.IP., M.Comms. , selaku dosen penguji skripsi saya. Terimakasih atas masukannya, dan waktu yang telah diberikan.

5. Untuk diri sendiri, terimakasih telah menjadi orang yang selalu memperjuangkan segala hal selama perkuliahan hingga di titik ini. Terimakasih telah menjadi orang yang mandiri, dan mempelajari segala hal yang baru .
6. Untuk Afganisme, terimakasih para narasumber Inge, Devi, dan Dyah yang telah meluangkan waktu dengan senang hati, dan memberikan semangat untuk peneliti. Serta cerita , dan keceriaan sehingga peneliti mendapatkan keluarga baru.
7. Untuk Indria Juwita, terimakasih atas segala dukungan, *sharing* serta energi positif yang diberikan, dan menjadi pendengar yang baik untuk peneliti bercerita mengenai skripsi ini. Terimakasih telah menjadi salah satu orang yang selalu semangat untuk peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini, dan telah menemani hari – hari peneliti selama di Yogyakarta.
8. Untuk Dina Rynduning Firdausi, terimakasih telah menjadi partner perjalanan skripsi ini dari mulai bimbingan hingga akhir. Terimakasih telah menjadi partner segala hal selama peneliti berada di Yogyakarta dan untuk segala semangat, suka cita yang telah diberikan dan proses yang kita lewati bersama hingga di titik ini kita dapat berproses bersama.
9. Untuk Nurfadhela Faizti, dan Amalia Nur Rachmah terimakasih untuk semangat yang diberikan, *sharing* mengenai skripsi, kebaikan dan segala hal proses cerita yang telah kita lewati akan menjadi *moment* untuk peneliti.
10. Untuk teman-teman peneliti di Yogyakarta, Situbondo, dan lainnya, terimakasih untuk semangat yang diberikan, serta telah menemani hari-hari peneliti untuk menikmati kehidupan

Peneliti menyadari penelitian skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik, dan saran yang membangun dalam rangka memperbaiki dan mengembangkan skripsi ini. Semoga nantinya skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang bersangkutan, dan dapat menjadi perbandingan penelitian berikutnya. Peneliti berharap Allah SWT, berkenan membalas kebaikan dari seluruh pihak ini.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Yogyakarta, 21 Agustus 2021



Denis Kumara Wisnu Pramesti

Abstrak

Pramesti, Denis Kumara Wisnu. 17321104. Fanatisme dan Eksistensi Fans Afgan. (Skripsi Sarjana). Program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. 2021

Afgan merupakan penyanyi solo yang saat ini masih eksis hingga bertahan selama 13 tahun di belantika musik Indonesia. Afgan termasuk penyanyi yang aktif untuk melakukan konser di beberapa kota hingga luar negeri. Bahkan selama pandemi Afgan melakukan konser virtual, konser “*Drive in*” dan *Go International* dari karya album yang berkolaborasi dengan penyanyi luar negeri. Afgan juga aktif membuat konten di Youtube seperti berkolaborasi dengan penyanyi lain. Afgan memiliki fans yang banyak dan tersebar di Indonesia hingga beberapa negara bernama Afganisme. Hal tersebut menarik peneliti untuk mengkaji penelitian melihat Bagaimana Fans Afgansyah Reza menunjukkan fanatisme dan membangun eksistensi di online dan offline.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dimana peneliti melakukan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara secara online, dan observasi melalui media sosial responden. Adapun pemilihan responden dengan cara menggunakan teknik purposive sampling dengan syarat tertentu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peneliti menggunakan bentuk-bentuk fanatisme yaitu keterlibatan internal dimana fans menunjukkan ekspresi yang ada di diri sendiri berdasarkan hal yang dapat memikat perhatian Afganisme terhadap Afgan, dan eksternal melalui aktivitas fans untuk menghasilkan kesenangan secara online dan offline. Selanjutnya peneliti membahas mengenai eksistensi berdasarkan ciri-ciri eksistensi yaitu kekuatan akan visi dan misi pribadi secara online dan offline, dimana responden memiliki kekuatan untuk mencapai apa yang telah direncanakan dan berkeinginan untuk mencapai eksistensi.

Kata kunci : Afganisme, Fandom, Fanatisme, Eksistensi

Abstract

Denis Kumara Wisnu Pramesti. 17321104. Fanaticism and Existence Afgan's Fans. (Undergraduate Thesis). Department of Communication. Faculty of Psychology and Socio-Cultural Sciences, Islamic University of Indonesia. 2021

Afgan is a solo singer who currently still exists for 13 years in the Indonesian music scene. Afgan is an active singer to perform concerts in several cities and International. Even during the pandemic, Afganisme held virtual concerts, "Drive in" and Go International concerts from album works in collaboration with foreign singers. Afgan is also active in creating content on Youtube, such as collaborating with other singers. Afganisme has many fans, spreads in Indonesia and other countries called Afganisme. It is interesting for researchers to examine research to see how Afgansyah Reza's fans show fanaticism and build existence online and offline

This study used a qualitative method in which researchers perform data collection techniques by means of online interviews, and observations through the respondents' social media. The selection of respondents by using purposive sampling technique with certain conditions.

The results showed that the researchers used forms of fanaticism, namely internal involvement where fans show their own self-expression based on things that can attract Afganisme attention to Afgan, and externally through fan activities to generate fun online and offline. Furthermore, the researcher discusses existence based on the characteristics of existence, namely the power of personal vision and mission by online and offline, where respondents have the power to achieve what has been planned and desire to achieve existence.

Keywords : Afganisme, Fandom, Fanaticism, Existence

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
Kata Pengantar.....	vi
Abstrak	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang	1
C.Tujuan Penelitian	4
D.Manfaat Penelitian	4
E.Tinjauan Pustaka	5
2.Kerangka Teori.....	10
G. Metode Penelitian	19
BAB II	22
GAMBARAN UMUM.....	22
A. Afgansyah Reza	22
Gambar 2.1 Afgan	22
B. Afganisme	25
BAB III.....	26
TEMUAN PENELITIAN.....	26
A. Gambaran Interview dengan Responden	26
Gambar 3.1 Screenshoot virtual zoom dengan responden	28
B. Bentuk Fanatisme	30
Gambar 3.2 screenshoot feed Instagram	32
Gambar 3.3 Screenshoot highlight story	33
Gambar 3.4 Screenshoot feed instagram @farah_balweel.....	35
Gambar 3.5 Screenshoot feed instagram @dyahkencanawati.....	36
Gambar 3.6 Screenshoot feed instagram @nononrezon	37
Gambar 3.7 Screenshoot feed Instagram@nononrezon	39
Gambar 3.8 Screenshoot story Instagram@dyahkencanawati	40

Gambar 3.9 Screenshoot story Instagram.....	42
Gambar 3.10 Screenshoot story Instagram @nononrezon	43
Gambar 3.11 Screenshoot highlight Instagram @dyahkencanawati.....	44
Gambar 3.12 Screenshoot highligt Instagram @nononrezon.....	44
Gambar 3.13 Screenshoot feed Instagram @dyahkencanawati	45
Gambar 3.14 Screenshoot igtv Instagram @nononrezon	46
Gambar 3.15 Screenshoot feed Instagram @dyahkencanawati	47
Gambar 3.16 Screenshoot feed Instagram @nononrezon	48
Gambar 3.17 Screenshoot story Instagram@nononrezon	49
Gambar 3.18 Screenshoot feed Instagram @nononrezon	50
Gambar 3.19 Screenshoot feed Instagram@nononrezon	51
Gambar 3.20 Screenshoot feed Instagram@farah_balweel	53
Gambar 3.21 Screenshoot feed instagram @nononrezon.....	53
Gambar 3.22 Screenshoot highlight instagram berjudul “DekadeAfgan”@nononrezon...	55
Gambar 3.23 Album Dyah Kencanawati.....	57
Gambar 3.24 Merchandise kipas Inge	58
Gambar 3.25 Merchandise tumbler Inge	58
Gambar 3.26 Foto Inge dan Afgan di <i>e-money</i>	59
Gambar 3.27 Screenshoot feed instagram akun Instagram @farah_balweel	60
Gambar 3.28 Screenshoot highlight Instagram @nononrezon berjudul “DekadeKL31118	61
Gambar 3.29 Tulisan dan tandatangan Afgan milik Devi.....	62
C.Ciri Eksistensi.....	65
Gambar 3.30 Screenshoot feed Instagram @nononrezon	66
Gambar 3.31 Foto album bertandatangan Afgan milik Dyah	67
Gambar 3.32 Screenshoot feed instagram @nononrezon.....	68
BAB IV	70
PEMBAHASAN.....	70
BAB V	77
PENUTUP	77
A. Kesimpulan	77
B. Keterbatasan Penelitian	78
C. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	79
DRAFT PERTANYAAN	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Afgan	22
Gambar 3.1 Screenshoot virtual zoom dengan responden	28
Gambar 3.2 screenshoot feed Instagram.....	32
Gambar 3.3 Screenshoot highlight story	33
Gambar 3.4 Screenshoot feed instagram @farah_balweel.....	35
Gambar 3.5 Screenshoot feed instagram @dyahkencanawati.....	36
Gambar 3.6 Screenshoot feed instagram @nononrezon.....	37
Gambar 3.7 Screenshoot feed Instagram@nononrezon	39
Gambar 3.8 Screenshoot story Instagram@dyahkencanawati	40
Gambar 3.9 Screenshoot story Instagram.....	42
Gambar 3.10 Screenshoot story Instagram @nononrezon	43
Gambar 3.11 Screenshoot highlight Instagram @dyahkencanawati.....	44
Gambar 3.12 Screenshoot highlight Instagram @nononrezon.....	44
Gambar 3.13 Screenshoot feed Instagram @dyahkencanawati.....	45
Gambar 3.14 Screenshoot igtv Instagram @nononrezon	46
Gambar 3.15 Screenshoot feed Instagram @dyahkencanawati.....	47
Gambar 3.16 Screenshoot feed Instagram @nononrezon	48
Gambar 3.17 Screenshoot story Instagram@nononrezon	49
Gambar 3.18 Screenshoot feed Instagram @nononrezon	50
Gambar 3.19 Screenshoot feed Instagram@nononrezon	51
Gambar 3.20 Screenshoot feed Instagram@farah_balweel.....	53
Gambar 3.21 Screenshoot feed instagram @nononrezon.....	53
Gambar 3.22 Screenshoot highlight instagram berjudul “DekadeAfgan”@nononrezon ...	55
Gambar 3.23 Album Dyah Kencanawati.....	57
Gambar 3.24 Merchandise kipas Inge	58
Gambar 3.25 Merchandise tumbler Inge	58
Gambar 3.26 Foto Inge dan Afgan di <i>e-money</i>	59
Gambar 3.27 Screenshoot feed instagram akun Instagram @farah_balweel	60
Gambar 3.28 Screenshoot highlight Instagram @nononrezon berjudul “DekadeKL31118	61
Gambar 3.29 Tulisan dan tandatangan Afgan milik Devi	62
Gambar 3.30 Screenshoot feed Instagram @nononrezon	66

Gambar 3.31 Foto album bertandatangan Afgan milik Dyah 67
Gambar 3.32 Screenshoot feed instagram @nononrezon..... 68



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media massa hadir sebagai alat untuk berbagi informasi ataupun berita yang disampaikan ke masyarakat sekitar bahkan di lingkungan luas yang marak diperbincangkan. Media massa menyebarkan berita, opini, komentar, hiburan dan lain-lain (Bungin dalam Habibie, 2018:79). Media massa memiliki fungsi sebagai sarana hiburan dikarenakan dapat memiliki banyak khalayak. Hampir keseluruhan media massa memiliki unsur sebagai entertainment karena sebagian besar media massa memiliki campuran informasi dan persuasi sehingga dapat secepat mungkin menarik audiens. Hal ini membuat masyarakat itu sendiri ketergantungan terhadap media massa karena sebagai relaksasi khalayak untuk bersantai dari masalah yang dihadapi, mengisi waktu luang untuk menghilangkan rasa jenuh, dan mendapatkan kepuasan tersendiri. Berbagai aspek yang dimiliki media massa seperti politik, sosial, budaya, dan lain-lain.

Mengonsumsi media massa dapat menjadi nilai “komersil” bagi pihak yang memproduksi media tersebut. Media massa bukan hanya dipengaruhi oleh masyarakat yang beragam identitas dan kebudayaan namun dalam memproduksi membutuhkan biaya yang besar. Sehingga hal tersebut berdampak pada budaya massa muncul dikarenakan tuntutan industri yang diharuskan mencapai target di waktu tertentu (Ibrahim dalam Khadavi, 2014:49). Media massa menekankan industri musik menjadi bagian dari kelahiran genre musik (Jung LEE-Hyo & Ingyu OH, 2013:34). Kelahiran genre musik ini kemudian melahirkan idola. Pada akhirnya ketika idola sering tampil seperti halnya di televisi, maka banyak khalayak yang memperhatikan kemudian khalayak yang tertarik akan mengidolakan idola tersebut kemudian menghasilkan fans. Terdapatnya fans yang semakin banyak mengakibatkan idola tersebut semakin terkenal, maka akan menghasilkan tindakan fanatisme. Hal ini menjadi signifikan bahwa media menjadi kekuatan untuk idola semakin melebarkan sayapnya di industri musik.

Kedatangan idola di berbagai media massa ini akan menghasilkan fans. Setiap idola mempunyai fans masing-masing. Dalam kategori ini fans dapat diartikan ketertarikan terhadap penyanyi. Indonesia salah satu negara yang memiliki penyanyi artis terkenal yang mempunyai fans banyak dan tingkat fanatisme tinggi terhadap idolanya. Orang Indonesia mempunyai kekhasan dalam fans terhadap seseorang. Salah satu kekhasannya tersebut dapat

dilihat dari hadirnya sejarah musik pop telah memiliki perjalanan yang panjang di Indonesia . Di era sekarang musik pop memiliki unsur yang dinamis dan modern. Hadirnya unsur tersebut menjadikan anak sekarang untuk berpikir terbuka (Irfani , 2019). Indonesia memiliki beranekaragam vokal penyanyi yang setiap lirik lagu bertema “cinta”. Tidak dapat dipungkiri tradisi musik di Indonesia yaitu “mellow” dapat menarik seorang fans dapat dikategorikan pribadi yang memiliki antusias, ketertarikan yang tinggi, loyalitas, dan menunjukkan perilaku yang berkaitan dengan idolanya. Hal ini dapat dilihat di suatu fandom untuk tidak beralih pada idola tersebut sehingga memunculkan tindakan fanatisme. Hadirnya Tindakan fanatisme ini yang akan menghasilkan ekspresi perilaku fans tersebut di suatu fandom.

Fandom adalah sekelompok fans yang mendukung sesuatu untuk memberikan rasa kebersamaan (Agnesia , 2018:5). Dapat diartikan fanatik dan domain yang berarti sekumpulan orang yang memiliki ketertarikan yang sama. Hadirnya fandom ini menjadi wadah bagi fans untuk berperilaku yang wajar dihadapan fans idolanya , mungkin hal tersebut tidak dilakukan oleh kebanyakan orang lainnya dan apabila dihadapkan diluar fandom. Hadirnya fandom memberikan para fans tersebut untuk lebih menghabiskan waktu dan membahas hal - hal mengenai idolanya pada komunitas fans tersebut. Hal yang dilakukan oleh fans karena memiliki kesamaan yang sama terhadap suatu karya idola. Orang-orang yang terlibat pada suatu fandom akan memiliki nilai-nilai yang dipercaya dan dipegang oleh fandom tersebut.

Penggemar yang bergabung dapat melakukan komunikasi terhadap lainnya melalui interaksi secara langsung dalam fandom tersebut dan dapat mengekspresikan fanatik melalui media sosial. Hadirnya media sosial dapat membuat fans merasakan kedekatan terhadap idolanya secara terus menerus. Media ini memberikan gambaran terdapat media sosial yang dimiliki idola menjadikan keuntungan bagi fans dikarenakan media sosial dijadikan cara untuk mempromosikan lagu maupun album terbaru (Sagita & Kadewardana,2017:46). Fans merasakan kedekatan dengan idolanya ketika dengan mudahnya fans dapat berkomentar di postingan media sosial idola , fans dengan perasaan senangnya dapat mengekspresikan hal-hal yang ingin disampaikan kepada idola. Postingan yang diunggah oleh idola dapat berisi postingan di dunia entertainment atau postingan terhadap kehidupan sehari-hari seperti halnya fans dapat mengetahui keberadaan idola, kegiatan keseharian dan lain -lain. Sehingga kehadiran ini dapat membentuk keuntungan bagi fans mengetahui kehidupan idola secara spesifik. Hal ini memberikan keuntungan dan kedekatan antara fans dan idola.

Media sosial ini membuat penggemar memberikan dorongnya keaktifan terhadap suatu karya baik dalam hal membuat, menanggapi, mengkonsumsi, dan *sharing* mengenai hal yang mereka suka bersama. Hal yang terlihat jelas saat perilaku pengidolaan sering dikaitkan dengan perilaku seseorang, dimana dirinya perlu menemukan eksistensi pengidolaan tersebut. Eksistensi menjadi hal yang terpenting bagi setiap komunitas dan dirinya untuk diakui keberadaannya. Untuk mendukung eksistensi setiap orang atau komunitas memiliki cara yang berbeda-beda untuk mempertahankan eksistensinya dengan saling mendukung dan kerjasama antar anggota.

Setiap penyanyi memiliki perjuangan yang berbeda-beda untuk menjaga eksistensi. Seperti halnya yang dilakukan oleh penyanyi Afgansyah Reza yang saat ini masih dapat eksis dalam kategori artis yang telah lama terjun di industri musik. Afgan memulai berkarir di industri musik sejak SMA dengan genre pop ballad. Berawal dari produser WannaB Music Production yang mempercayai Afgan mengeluarkan single pertama “Terimakasih Cinta” pada tahun 2008 sehingga lagu ini membuat popularitas. Afgan naik secara signifikan. Hanya dalam waktu singkat yaitu hitungan bulan di industri musik pada tahun 2008 hingga saat ini diterima oleh khalayak. Pada saat itu Afgan berada di urutan penyanyi solo pria top Indonesia. Berbagai penghargaan telah Afgan raih di Indonesia maupun kancah Internasional. Penghargaan yang pernah diraih di Indonesia salah satunya Anugerah Musik Indonesia (AMI) merupakan ajang penghargaan tertinggi bagi musisi di Indonesia dengan 8 kali menjadi pemenang. Hingga 10 tahun berkarir salah satu prestasinya yaitu sebagai “Karya Produksi Urban” terbaik tahun 2018 pada lagu Heaven bersama Isyana dan Rendy Pandugo. Penghargaan yang diraih di ajang Internasional Afgan memperoleh trofi untuk kategori 'Favorite Artist Indonesia' di VLive Awards V Heartbeat 2019 Korea Selatan bersanding dengan bintang K-Pop dan penghargaan lainnya.

Fandom di Indonesia yang telah lama hadir salah satunya Afganisme hingga saat ini bertahan lebih dari satu dekade yaitu 12 tahun. Afganisme adalah komunitas untuk mengidolakan penyanyi Indonesia yaitu Afgansyah Reza. Dapat terlihat hubungan antara Afgan terhadap afganisme memiliki kedekatan di dunia offline maupun online. Dengan perasaan bangga Afganisme mengetahui *update* terbaru Afgan melalui postingan di media sosial khususnya Instagram. Hubungan kedekatan Afgan di dunia online dapat terlihat ketika Afgan *me-repost* postingan Afganisme dalam story instagram yang dimiliki. Dalam dunia offline kedekatan afganisme dan Afgan semakin dekat saat Afgan membuat acara merayakan ulangtahun afganisme, mengadakan konser, dan hal lainnya.

Berdasarkan penjabaran di atas, hal ini membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang Fans Afgansyah Reza ketika menunjukkan fanatisme dan membangun eksistensi di dunia offline maupun online. Hubungan antara fanatisme dan eksistensi diri terhadap fandom ini dikarenakan karena Afgan termasuk salah satu penyanyi yang telah lama terjun di industri musik, serta dari awal dia terjun di industri musik telah memiliki fans yang cukup banyak dan perkembangan yang sangat signifikan, Hingga saat ini Afgan dapat membuktikan bahwa dia dapat bersaing dengan *idol* ataupun penyanyi lainnya. Cara yang dilakukan dengan Afgan terus melakukan inovasi terbaru terhadap lagunya dan keluar dari zona nyamannya saat merilis album baru dan terus berkarya. Selain itu afgan bukan hanya memiliki fans di Indonesia namun juga memiliki fans di luar negeri. Bahkan afgan pernah mengadakan konser di luar negeri yang mungkin kebanyakan penyanyi lama maupun penyanyi baru tidak melakukan hal tersebut atau bahkan tidak sering. Hal ini juga menjadi landasan peneliti untuk memilih afgan dibandingkan idola lain.

Fans Afgan dapat dikatakan spesial dikarenakan banyaknya idola yang baru muncul di Indonesia, fans ini masih setia dengan Afgan, dimana status Afgan termasuk penyanyi lama di Indonesia. Afganisme tetap rela untuk bertemu Afgan dengan rintangan apapun dengan segala cara. Afganisme dapat melakukan segala hal apapun yang berkaitan dengan Afgan dan status afgan sebagai penyanyi lama dengan fans yang bertahan merupakan hal yang unik dibandingkan fans idola lain di Indonesia yang sering bosan dengan idola lamanya. Hingga saat ada kabar afgan akan hiatus mereka masih rela menjadi afganisme dan saat ini mereka dapat membuktikan bahwa fans ini unik dengan memiliki kekompakan saat ada kabar idolanya akan hiatus, dan Afgan dapat membuktikan saat ini dia tetap berkarya di industri musik.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti ingin memahami tentang Bagaimana Fans Afgansyah Reza menunjukkan fanatisme dan membangun eksistensi di dunia online dan offline ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian tersebut untuk mengetahui Bagaimana Fans Afgansyah Reza menunjukkan fanatisme dan membangun eksistensi di dunia online dan offline.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan segi teoritis penelitian tersebut membuat peneliti memperluas pengetahuan mengenai fanatisme dan eksistensi diri fandom terhadap idola di dunia offline dan online.

Dari segi praktis penelitian tersebut dapat menjadi referensi penelitian berikutnya mengenai fanatisme dan eksistensi fandom.

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

a. Dalam judul “FANATISME PENGGEMAR KPOP DALAM BERMEDIA SOSIAL DI INSTAGRAM” yang ditulis oleh Asfira Rachmad Rinata dan Sulih Indra Dewi diambil dari sumber jurnal online Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang tahun 2019. Jurnal ini membahas mengenai untuk mengetahui fanatisme penggemar K-pop di Instagram dan mengetahui bagaimana penggemar K-pop menanggapi tipuan dan informasi negatif tentang idola mereka. Penelitian ini memiliki rumusan masalah yaitu “bagaimana fanatisme penggemar K-Pop di Instagram dan bagaimana penggemar K-Pop menanggapi tipuan informasi negatif?

Hasil penelitian ini adalah fanatisme di media sosial dilihat dari berapa lama menjalankan sebagai penggemar K-Pop dan melihat respon terhadap informasi yang tidak benar dan hal yang negative mengenai idola K-Pop. Hal ini terdapat makna untuk menginterpretasikan unggahan idola terhadap pengalaman dan emosi untuk membagi makna pada lainnya. Dengan bangga fans bahagia saat idola mengepost di akun media sosial yang dimilikinya kemudian hal lainnya interpretasi makna dengan mengikuti akun Instagram yang berkaitan seperti bergabung di fandom idola, video kreasi dengan rekaman yang sudah ada sebelumnya kemudian gambar disusun secara sengaja kemudian makna menjadi berkaitan, mengumpulkan merchandise yang dapat dilakukan melalui online kemudian merchandise unofficial dapat menjadi gratis apabila fans hadir seperti di konser kemudian kemudian mengupload di akun pribadi. Dalam menanggapi berita yang tidak benar dengan memberikan respon seperti sedih, marah, kecewa dan lain-lain. Hal ini berdasarkan dari pengetahuan fans tentang budaya K-Pop, berapa lama menjadi fans, dan usia. Kemudian fans mencari informasi dari sumber yang terpercaya seperti akun resmi, maupun official management.

Persamaan penelitian ini dengan peneliti, penelitian ini membahas mengenai hal yang dilakukan fans K-Pop di media sosial salah satunya membahas menunjukkan eksistensi melalui media sosial dan peneliti juga akan membahas mengenai eksistensi Afganisme di media sosial.

Perbedaan penelitian ini dengan peneliti, penelitian ini juga fokus cara fans K-Pop menanggapi informasi negatif. Sedangkan peneliti tidak akan terlalu fokus

dengan tanggapan hal negative, dan akan membahas eksistensi Afganisme di dunia offline dan media sosial.

b. Dalam judul “POLA KOMUNIKASI SLANKERS CLUB SOLO DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI KOMUNITAS” yang ditulis oleh Riezki Hadi Safitri diambil dari sumber jurnal online Universitas Sebelas Maret tahun 2012. Jurnal ini membahas mengenai pola terhadap komunikasi komunitas yang terbentuk anggota Slankers Club Solo dan media komunikasi yang digunakan slankers dalam mempertahankan eksistensi club. Penelitian ini memiliki rumusan masalah yaitu Bagaimanakah pola komunikasi Slankers Club Solo untuk mempertahankan eksistensi komunitasnya? kemudian Apakah media yang digunakan para anggota Slankers Club Solo untuk mempertahankan eksistensi komunitasnya?

Penelitian ini menunjukkan hasil untuk mempertahankan eksistensi komunitas pada pola komunikasi dengan cara melakukan banyak kegiatan dimana untuk mencapai proses sebelum dan sesudah Slankers Solo menggunakan pola Lingkaran ketika berkumpul bersama untuk menentukan suatu ide yang baru terhadap kegiatan yang kemudian dilaksanakan, untuk detail penerapan dari permulaan sampai selesai pada kegiatan menggunakan pola roda. dan Roda. Untuk mempertahankan solidaritas antar anggota dengan menjaga silaturahmi dan komunikasi terutama saat bertemu langsung seperti saat mengadakan kegiatan bermusik minimal satu bulan sekali. Terdapatnya kegiatan yang menjadi kunci Slankers mempertahankan komunitas seperti acara *anniversary* fandom dimana merupakan hari lahir anggota Slank atau bertemu di base camp. Untuk menunjukkan identitas dimana pendapat umum orang lain negative komunitas ini dapat mempertahankan dan menunjukkan ungkapan ekspresi serta upaya mencapai sebuah tujuan yang diharapkan dengan mengarah pada idola ini yaitu Slank untuk Indonesia damai.

Media yang digunakan untuk mempertahankan eksistensi komunitas dengan cara menggunakan Facebook untuk berhubungan dengan Slankers dan menyampaikan kegiatan maupun informasi. Media berikutnya menggunakan radio untuk mempertahankan eksistensi pada masyarakat luas dengan telepon, mengirim atensi di radio JPI untuk siaran mengenai informasi maupun lagu khusus Slank. Berikutnya adanya *handphone* seperti *Short Message Service* walaupun informasi tidak penting yang disampaikan Slankers tetap melakukan untuk menjalin komunikasi.

Persamaan penelitian ini dengan peneliti, menggunakan metode kualitatif. Penelitian terdahulu ini menggunakan eksistensi untuk mempertahankan komunitas Slankers di Solo pada dunia offline dan penggunaan media sosial untuk mempertahankan eksistensi dan peneliti juga akan membahas salah satunya mengenai eksistensi Afganisme di dunia offline dan eksistensi pada media sosial.

Perbedaan penelitian ini dengan peneliti adalah penelitian ini lebih fokus pada penggunaan media komunikasi yaitu media sosial facebook, media penyiaran radio, dan media komunikasi *Short Message Service*. Sedangkan peneliti membahas media sosial Instagram.

c. Dalam judul “STRATEGI MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI KOMUNITAS VIRGINITY JOGJA” yang ditulis oleh Eka Yuliana diambil dari sumber jurnal online Universitas Negeri Yogyakarta tahun 2014. Jurnal ini membahas mengenai fandom yaitu Virginity Yogyakarta untuk membutuhkan identitas dari masyarakat agar bertahan dengan berbagai macam fandom lain dengan menjelaskan mengenai strategi terhadap usaha dalam mempertahankan eksistensi. Berdasarkan penelitian ini terdapat dua rumusan masalah yang pertama Bagaimana strategi Virginity Jogja dalam mempertahankan eksistensi? Kedua Apa faktor pendukung serta faktor penghambat untuk mempertahankan eksistensi virginity Jogja?

Hasil penelitian ini adalah terdapat strategi untuk mempertahankan eksistensi yaitu dengan mengelola media sosial facebook dan twitter untuk memberikan informasi mengenai hal - hal yang akan dilakukan dan terdapat member baru setelah menemukan media sosial tersebut saat mencari informasi fandom ini. Kedua member yang aktif menjadi utama untuk bertemu The Virgin saat berada di Yogyakarta dan member yang tidak aktif dan aktif akan mendapatkan feedback yang berbeda. Ketiga member yang aktif dalam mencari atau melakukan perekrutan member baru. Keempat mengadakan kegiatan seperti gathering, mancing, bakti sosial, ngamen, olahraga, dan lain-lain. Kelima melakukan komunikasi di luar komunitas sehingga tidak hanya berinteraksi dengan sesama komunitas.

Selain hal tersebut terdapat faktor pendukung yaitu memiliki inovasi yang tinggi saat mengadakan kegiatan, kedua sikap kompak dan nyaman menjadikan rasa memiliki terhadap komunitas dengan saling menjaga sehingga semakin bertahan. Faktor pendukung lain dari luar yaitu member baru dan melakukan komunikasi terhadap komunitas lain. Adapun faktor penghambat yaitu kurangnya keaktifan fans

terhadap kegiatan dan fans yang hanya datang saat The Virgin ada. Kemudian kurangnya kekompakan sehingga menjadi faktor menghambatnya eksistensi dan rasa jenuh dari fans seperti kalimat negatif dari mantan fans agar member tersebut keluar dari fandom.

Persamaan penelitian ini dengan peneliti menggunakan metode kualitatif. Hal lain membahas mengenai cara eksistensi di fandom di dunia offline dan media sosial.

Perbedaan penelitian ini dengan peneliti, peneliti sebelumnya membahas tidak hanya mengenai strategi dalam mempertahankan eksistensi di komunitas tetapi faktor penghambat dan faktor pendukung. Sedangkan peneliti lebih fokus akan mendalami fanatisme tanpa berfokus pada faktor penghambat dan pendukung serta eksistensi melalui dunia offline dan media sosial.

d. Dalam penelitian yang berjudul “Dinamika Hubungan Dalam Komunitas Kaskus JKT48: Interaksi dan Pembentukan Identitas Komunitas Fandom” yang ditulis oleh Rara Firlina dan Endah Triastuti diambil dari sumber jurnal online Universitas Indonesia pada tahun 2014. Jurnal ini membahas mengenai dinamika komunitas JKT48 terhadap interaksi online dan offline yang terkenal pada Kaskus JKT48 kekompakan dan eksistensi dikalangan fans. Penelitian ini memiliki rumusan masalah yaitu Bagaimana dinamika hubungan yang terjadi dalam komunitas fandom Kaskus JKT48?

Hasil penelitian ini adalah adanya interaksi online secara rutin untuk berkomunikasi, mencari teman oshi yang sama, berbagi informasi dan berbagi foto dan menggunakan istilah yang dibuat sendiri tim layer kaca, butiran debu dan lain-lain. Pada kegiatan offline melakukan pertemuan dan setiap orang bebas berekspresi untuk menjadi diri sendiri sehingga pertemuan ini tidak kaku. Selain itu dengan adanya project seperti pembuatan video sebagai dukungan terhadap idola dan penunjukan identitas dan eksistensi komunitas. Dinamika juga terjadi ikatan yang kurang didalam komunitas sehingga menyebabkan kurangnya kekompakan karena faktor identitas Kaskus yang merupakan forum online terbesar di Indonesia pada JKT48, komunitas tekontestasi dan menyebabkan perasaan mereka menjadi engage dengan media dan berkomunikasi secara online terus menerus.

Persamaan penelitian tersebut dengan peneliti yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini juga membahas mengenai eksistensi komunitas fans pada idola dan peneliti juga ingin membahas mengenai eksistensi fans.

Perbedaan penelitian ini, penelitian terdahulu ini membahas mengenai sebagian besar ke arah dinamika hubungan komunitas dan peneliti lebih fokus terhadap fanatisme dan eksistensi tanpa dinamika.

e. Dalam penelitian yang berjudul “Studi Budaya Dalam Komunitas Fans Nike Ardilla di Jakarta (Fanatisme Penggemar Nike Ardilla)” yang ditulis oleh Suzy S.Azharie Stella diambil dari sumber jurnal online Universitas Tarumanagara pada tahun 2018. Jurnal ini membahas mengenai identitas budaya dengan kebiasaan yang unik dan menghasilkan pembentukan budaya hingga sekarang serta bentuk fanatisme terhadap fandom Nike Ardilla. Penelitian tersebut memiliki rumusan masalah “Bagaimana komunikasi terhadap budaya dari penggemar Nike Ardilla ? dan Bagaimana bentuk dari fanatisme terhadap penggemar Nike? Serta Mengapa fandom penggemar Nike menjadi fanatik?”

Hasil dalam penelitian tersebut merupakan bentuk komunikasi dengan melakukan komunikasi di dunia online yaitu facebook, dan melakukan pertemuan rutin satu kali dalam sebulan dengan membahas kegiatan komunitas yang kemudian akan berlangsung, hingga membahas masalah dalam komunitas. Dikarenakan perbedaan budaya setiap anggota dapat terselesaikan dengan damai karena idola yang mempersatukan komunitas ini bentuk fanatisme yang berbagai macam. Untuk menunjukkan eksistensi fans yang memiliki sebutan Nike Ardilla Fans Club dengan mengumpulkan barang idolanya seperti poster, majalah dan kaset pada dirinya sendiri. Adapun bentuk ekspresi pada komunitas ini dengan permohonan terhadap anggota keluarga dari Nike Ardilla untuk melakukan pembuatan koleksi dari Nike dalam bentuk museum. Sehingga fans yang berkunjung ke tempat tersebut dapat berbelanja souvenir seperti baju, gelas dan gantungan kunci mengenai Nike Ardilla. Hal yang menjadikan unik terhadap identitas budaya dimana fans mempunyai jiwa sosial dan menyebarkan kebaikan sehingga hal ini menimbulkan eksistensi yang dilakukan fans untuk menghilangkan pandangan buruk pada penilaian masyarakat terhadap Nike Ardilla dengan melakukan bakti sosial, amal, dan pengumpulan dana. Hal lain pada identitas budaya ini saat menghadiri acara tentang Nike Ardilla laki-laki maupun perempuan memiliki kesamaan pada gaya model rambut pendek di atas bahu atau belah tengah dan pakaian yang berdandan persis seperti Nike seperti kemeja dan lain-lain. Fans Nike Ardilla menjadi fanatik karena memiliki kesamaan tujuan yaitu jiwa sosial dan tanggung jawab seperti yang dilakukan Nike.

Persamaan peneliti ini dengan peneliti yaitu menggunakan metode kualitatif. Penelitian terdahulu ini membahas mengenai komunikasi budaya di dunia offline dan bentuk fanatisme komunitas dengan eksistensi yang dilakukan fans. Adapun peneliti juga akan membahas mengenai eksistensi fans di dunia offline.

Perbedaan penelitian ini dengan peneliti, pada penelitian ini meneliti tentang eksistensi fans terhadap idola walaupun telah tiada di dunia ini, dan tidak membahas mengenai ekspresi fans yang dilakukan dalam media sosial hanya penjelasan singkat mengenai komunikasi dilakukan di facebook. Sedangkan peneliti membahas mengenai fans yang idola masih ada di dunia dan akan membahas eksistensi fans di media sosial.

2. Kerangka Teori

a. Teori Fans

Fans (Jenkins dalam Mustikaningtyas, 2014:2) menurut Jenkins dimana fans dapat menjadikan kebahagiaan mereka terhadap Sebagian hidup fans tersebut. Hal ini menyebabkan fans dapat melakukan segala hal dan tidak pasif sehingga menjadi dekat dengan obyek bahagiannya.

MacDonald dalam artikelnya yang berjudul Uncertain Utopia: Science Fiction Media Fandom & Computer Mediated Communication (Harris, 1998:36 dalam Fitri,2015) mengartikan penggemar sebagai orang yang memiliki minat yang besar terhadap hal yang digemari dan dapat memahami teks lebih dari audiens yang pada umumnya.

Penjelasan tersebut fans dapat diartikan seseorang yang menggemari sesuatu terhadap hal yang disukai untuk mendapatkan kesenangan.

b. Fandom

Fandom (Jenson dalam Fauziah & Diah,2015:9) menurut Jenson diartikan sekumpulan pada fans yang tergabung satu. Fandom dapat dikaitkan anak muda, remaja terutama perempuan dan suka dengan hal yang berlebihan terhadap aktor atau musisi (Dults,2010:38 dalam Sagita 2017). Fandom dapat berarti gambaran diri seperti fans tidak mengenal batasan antara fans dan objek fandom. Gambaran diri ini untuk terlibat emosional antara fans dan objek dari fandom tersebut (Sandvoss,2005:121 dalam Sagita,2017). Fandom menjadi budaya partisipasi untuk melakukan perubahan mengenai pengalaman dalam hal mengkonsumsi media

menjadi sebuah budaya baru, produksi teks baru dan komunitas baru. (Jenkins dalam Mustikaningtyas, 2014:3)

Arti lain fandom kelompok yang menyukai musisi baik terkenal maupun tidak, maupun pada fenomena dunia (Pyne, 2010 dalam Sagita 2017). Dapat terlihat fandom berarti sekelompok gabungan dari banyaknya individu - individu dengan keinginan yang sejalan, dan menjadi satu dalam fandom tersebut sehingga orang-orang didalam fandom merasa tidak sendiri dalam suka terhadap sesuatu dan dapat mengekspresikan diri.

Hadirnya internet tidak hanya ada fandom di dunia offline namun fandom mengalami suatu evolusi, cyber-fandom, dan suatu bentuk lain dari komunitas terhadap interaksi di dunia online mengubah suatu pandangan mengenai identitas dan masyarakat. Menurut (Gooch dalam Fauziah & Diah, 2015:9) komunitas diartikan kelompok terhadap sosial dari orang yang sama dalam berbagi minat, namun berpartisipasi terhadap fandom tidak selalu hidup pada tempat yang sama utamanya pada cyber-fandom. Dalam artian fans melakukan komunikasi tanpa bertemu secara offline. Pada cyber fandom fans hadir berbagi hal yang terpenting dalam produksi untuk menjadikan suatu fandom tersebut menjadi fandom budaya dan komunitas.

c. Teori Fanatisme

Setiap manusia memiliki kegemaran masing-masing yang memiliki antusiasme yang berlebih terhadap suatu objek. Terdapatnya fanatisme dapat menjadi alasan setiap manusia ingin melakukan suatu hal yang lebih terhadap *idol*.

Fanatisme adalah bentuk pengabdian terhadap objek yang berdasarkan dedikasi, keintiman maupun gairah. Pengabdian yang dituju dapat berupa produk, *brand*, orang dan lainnya. Fanatisme ini menyebabkan seseorang atau kelompok tersebut menganggap benar terhadap pemikiran dan tidak memperdulikan argument maupun fakta yang berbeda terhadap pemikiran atau ide tersebut. (Chung dkk, 2008 dalam Saputra, 2018).

Selain hal diatas dapat diartikan fanatisme menurut J.P. Chaplin di buku "Kamus Lengkap Psikologi" merupakan perilaku dimana terdapat semangat yang diluar batas pada sudut pandang atau satu sebab.

Fanatisme dapat dikatakan ketertarikan seseorang pada hal yang dianggap layak untuk dijadikan sebuah panutan sehingga menyebabkan orang tersebut tertarik secara dalam dan sulit untuk diubah (Gunanto, 2015 :244). Teori lain dapat diartikan

fanatisme adalah sudut pandang mengenai hal yang positif atau negatif. Hal ini diikuti dengan mendalam dan sulit untuk diubah. (Djendjengi, dkk, 2013 dalam Mutaali,2019:3).

Adapun dampak positif fanatisme berupa hal yang percaya dapat menyebabkan rasa cinta dan semangat dalam hidupnya terhadap orang yang diidolakan, seperti halnya memiliki rasa sayang, cinta dan akan tetap bertahan. (Adinda,dkk,2018 dalam Mutaali,2019:3).

Bentuk-bentuk fanatisme menurut (Thorne dan Bruner ,2006 dalam Putri,dkk, 2019 dalam Situmorang,2020:6) adalah

- a) Keterlibatan internal. Terdapatnya aktivitas terhadap penggemar dimana waktunya, perhatian dan tenaga lebih banyak dihabiskan dan fokus terhadap sesuatu hal yang dapat memikat perhatiannya. Terdapat kebahagiaan yang banyak dan dapat mengekspresikan lebih besar terhadap hal yang membuatnya tertarik. Hal ini tidak akan terdapat dilingkungan yang bukan fanatik.
- b) Keterlibatan eksternal. Terdapat perilaku tertentu dengan melibatkan dirinya yang dapat menunjukkan aktivitas sebagai penggemar. Perilaku tersebut dapat menghasilkan kesenangan dimana jenis perilaku tergantung terhadap jenis fanatismenya.
- c) Keinginan untuk memperoleh. Terdapat rasa keinginan yang besar untuk meraih atau mendapatkan hal yang berkaitan tentang orang yang diidolakan. Penggemar akan mendapatkan kepuasan tersendiri yang dapat dilihat dari segi pengakuan, status, hormat, dan cinta.
- d) Interaksi sosial. Dengan cara melakukan komunikasi dan terjalinnya hubungan seperti dapat dilakukan dengan berbicara atau dapat bertemu secara langsung. Fanatisme ini dapat hadir dengan dilakukan secara individu atau kelompok.

Aspek -aspek terhadap fanatisme menurut (Marimaa,2011 dalam Teapon,2018:13) terdapat tiga aspek fanatisme diantaranya adalah

- 1) Keyakinan yang teguh. Fanatisme ini keyakinan yang kuat terhadap individu untuk hal yang dipercaya sehingga orang tersebut disebut fanatik dengan memiliki komitmen kuat pada ideologi, pandangan dunia, maupun hal yang dipercaya.

2) Berusaha untuk meyakinkan orang lain terhadap suatu hal keyakinan yang diikuti. Seseorang yang fanatik akan melakukan penyebaran terhadap apa yang dianut untuk disebarkan terhadap oranglain. Seseorang yang fanatisme akan menganggap apa yang dianut, orang lain harus beranggapan yang sama terhadap yang dipercaya oleh orang tersebut.

3) Pengabdian diri ke sebuah tujuan. Ide seseorang untuk menuju hal sebagai tujuan yang disukai. Sebagai contoh orang yang fanatik akan melakukan pembuktian pada dirinya terhadap pengabdian yang dicintai dengan jangka waktu yang lama dan tidak memperdulikan apabila terdapat bahaya didalamnya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi fanatisme

Adapun yang dapat menjadi pengaruh terhadap tindakan fanatisme (Wolman dalam Agriawan,2016:7) dalam studi yaitu:

- Kebodohan. Tidak adanya pemahaman yang memuaskan keinginan atau kebutuhan yang ingin diketahui hingga mengikuti hal yang telah menjadi pilihan. Selain hal tersebut terdapat hal yang mengunggulkan kepercayaan yang diyakini.

- Cinta golongan atau kelompok. Hal ini dapat dilihat saat melakukan prioritas terhadap hal atau kelompok daripada dirinya sendiri.

- Sosok yang kharismatik atau figure. Seseorang yang mempunyai minat atau perhatian disebabkan pada hal yang dibanggakan,terpukau ,dan dilebih-lebihkan terhadap sosok atau figur tersebut.

Fanatisme terhadap ekspresi

Dalam hal ini fanatisme dapat diartikan ekspresi yang terlalu berlebihan dimana seseorang dapat tersadar ataupun tidak tersadar dengan menggambarkan kesukaannya, terhadap hal tertentu yang dipercaya terbaik bagi dirinya sendiri. Fanatisme melingkupi perilaku fanatik terhadap tindakan fans. Perilaku fanatik ini yaitu konsumsi penggemar, bagaimana pemujaan penggemar pada idola, dan aktivitas penggemar (Arfina,2014 : 16). Fanatisme mampu dinilai berdasarkan semangat ataupun gairah untuk suport dan ekspresi , seperti ekspresi wajah, dan keragaman atribut (Gunanto,2015 :244). Dalam hal ini keinginan terhadap kepercayaan seseorang untuk mendapatkan dan mengekspresikan diri seseorang terhadap artis idola, serta interaksi sosial dan personal dimana terdapat keinginan yang besar terhadap individu untuk interaksi sosial. Sehingga salah satu ekspresi seseorang yang dapat menggambarkan idola dengan cara fanatisme.

Perilaku Fanatisme

Perilaku tidak terpisahkan dengan terdapatnya karakter ataupun keunikan hingga hal tersebut dapat membentuk perilaku ini menjadi sebuah perilaku yang fanatik. Hal-hal tersebut diantaranya :

1. Antusiasme berlebihan. Seseorang yang mempunyai tingkah laku melewati batas dan tidak berpegang terhadap daya pikir dalam memahami hal tetapi bergantung pada suatu reaksi yang tidak dapat diatur terkontrol. Tidak terdapat daya pikir dalam memahami sesuatu hal ini sehingga seseorang dapat melakukan hal yang diluar proporsional dengan melakukan tindakan diluar kewajaran. Tindakan ini dapat merugikan diri sendiri maupun orang lain.
2. Pendidikan. Seseorang yang memiliki pendidikan dan pemahaman secara luas ,hal ini menyebabkan individu dapat melakukan tindakan fanatisme yang positif sehingga orang yang memiliki tingkat pendidikan tinggi, sehingga cukup pengetahuan maka akan menimbulkan perasaan terhadap solidaritas yang terdapat di lubuk hati individu ini. Hal ini dikarenakan mampu menempatkan serta mengerti hal pada tempatnya. Hal ini akan berbeda saat seseorang tidak memiliki pengetahuan yang luas sehingga menyebabkan tidak untuk meningkatkan perkembangan terhadap diri sendiri, namun tetapi membentuk dirinya terhadap hal yang dipaksakan berdasarkan prinsip ataupun paham yang ada untuk secara berkelanjutan dan mengakibatkan hadirnya fanatisme yang timbul didirinya. (Ismail,2008 dalam Astuti,2011:31).

Sikap ekspresi fanatisme

Terdapat sikap ekspresi fanatisme (Putri dkk,2019:130) yang memiliki pengaruh adalah sebagai berikut :

- (1) rasa cinta dan terpukau yang besar
- (2) addiction
- (3) rasa ingin mempunyai
- (4) loyalitas.

Kemudian empat hal penting ini diatas adalah salah menjadi kesatuan bagian dalam memahami kekhususan paling utama terhadap fanatisme (Thorne dan Burner dalam Putri dkk,2019:130). Kekhususan yang menjadi dasar awal fanatisme sebagai berikut :

- (1) Keterlibatan dalam internal
- (2) Keterlibatan dalam eksternal
- (3) Rasa ingin mempunyai
- (4) Interaksi sosial.

Hadirnya kekhususan ini dikarenakan dari hal sebelumnya dengan addiction, rasa ingin mempunyai, rasa cinta dan terpujau yang besar, dan loyalitas.

Pertama, yaitu rasa cinta dan terpujau yang besar merupakan hal yang melibatkan dari dalam dimana penggemar memiliki pola pikir dan perilaku yang berbeda dan dapat dibandingkan ketika orang lain tidak fans.

Kedua, yaitu addiction adalah perbuatan dari kekhususan yang melibatkan pada eksternal. Pada hal ini fans menunjukkan sesuatu hal untuk keterlibatan pada objek fanastismenya dengan tindakan ataupun perilaku.

Ketiga, yaitu rasa ingin untuk mempunyai adalah perbuatan dari kekhususan yang melibatkan rasa ingin untuk memiliki dimana tindakan mengoleksi dengan cara membeli benda seperti poster,album terlihat perbuatan yang offline terhadap kaarkteristik ini.

Keempat, yaitu loyalitas. Berdasarkan karakteristik yang melibatkan internal sesuai dengan pertama dimana loyalitas dapat menunjukkan suatu ketertarikan seperti pada fans yang melebihi batas.

d. Teori Eksistensi

Pada dasarnya setiap manusia memiliki keunikan yang dapat berbeda-beda terhadap orang lain. Proses mencapai eksistensi yang bersifat masing-masing pribadi dapat ditentukan pada setiap individu sehingga dapat dikatakan eksistensi seorang individu.

Eksistensi menurut Abidin di buku Analisis Eksistensial: Sebuah Pendekatan Alternatif untuk Psikologi dan Psikiatri eksistensi merupakan proses “menjadi” atau “mengada” sehingga mengalami sebuah perkembangan, maupun tergantung pada kemampuan seseorang untuk menggunakan potensi terhadap kemampuan yang ada pada dirinya untuk mencapai apa yang diinginkan. Dalam hal ini eksistensi dapat diartikan tidak berhenti sehingga mengalami adanya kemunduran atau perkembangan tergantung potensinya.

Teori lain Eksistensi dapat dikatakan adanya ikatan diri secara bebas dalam mengisi kebebasannya dan melakukan apa yang diyakini. Teori ini menegaskan bahwa individu harus bereksistensi sehingga cara berada pada seseorang unik dan konkret (Kierkegaard, 1996 dalam Khutniah, 2013). Eksistensi menurut Chaplin di buku Kamus Lengkap Psikologi bahwa eksistensi mempunyai hak pada setiap individu untuk mendapatkan kebebasan memilih untuk mengartikan kehidupan dalam memilih tujuan hidup merupakan hal penting dan tertinggi. Dalam mengartikan kehidupan eksistensi dapat menemukan sebuah makna dimana pada buku berjudul *What Matters Most: Hal – hal yang paling utama* (Smith, 2003 dalam Aprilia, 2016) bahwa eksistensi dapat menemukan sebuah makna kehidupan, dimana pada teori ini dapat diartikan makna tersebut eksistensi dari nilai batiniah yang utama dalam menjalankan kehidupan. Nilai batiniah tersebut merupakan sikap menghormati pada sesama dan manusia, serta perlunya kerjasama secara harmonis.

Pengertian mengenai konsep eksistensi tersebut dapat berkaitan dengan salah satu konsep Erving Goffman dengan salah satu konsepnya yaitu “ *The Presentation of self*” dimana dalam kehidupan sosial seperti halnya dimainkan di panggung yaitu terdapat panggung depan dan belakang panggung. Hal ini berarti pada panggung depan audiens menguji identitas mengenai apa yang akan ditunjukkan sedangkan belakang panggung adalah sesuatu hal yang sebelumnya tidak terlihat. (Cultural Studies Now, 2017). Penjelasan mengenai ini juga membahas mengenai individu yang disebut sebagai seorang aktor untuk mempresentasikan dirinya terhadap orang lain untuk melakukan interaksi dengannya secara verbal maupun non verbal dengan menampilkan diri terhadap setiap individu untuk mencapai citra diri yang diinginkan.(Boyer, 2006 dalam Juditha, 2014)

Menurut Frankl dalam buku *Bastaman* berjudul *Logoterapi : Psikologi untuk menemukan makna hidup dan meraih hidup bermakna* ada tiga hal yang penting dapat mempengaruhi eksistensi individu yaitu :

- 1) Spiritualitas adalah individu memiliki sumber daya rohaniah yang luhur terhadap kesadaran akal. Bahwa dimensi spiritual ini bersumber dari kemampuan, sifat, potensi, kualitas individu, kreativitas, hati nurani, rasa keindahan, keimanan, intuisi, cinta-kasih, kebebasan, dan tanggung jawab. Dalam hal ini individu untuk bangkit dari permasalahan hidup. Sehingga spritualitas ini merupakan sumber dari kemuliaan individu. Spritualitas adalah dimensi untuk eksistensi

individu disamping kejiwaan, ragawi, dan sosio-budaya. Sebutan “spirituality” terhadap pandangan logoterapi tidak mengandung keagamaan dikarenakan dimensi ini tidak memandang ras, ideologi, agama, atau keyakinan sehingga mengarah ke antropologis. Frank menyatakan pandangannya bahwa istilah noetic sebagai pandangan spirituality agar tidak disalahpahami sebagai konsep agama.

- 2) Kebebasan untuk mendapatkan arti yaitu individu memiliki kebebasan untuk melakukan hal yang baik terhadap individu tersebut dalam berperilaku sehingga menemukan arti kehidupan. Kebebasan memberikan keleluasaan terhadap individu untuk mencapai tujuan hidup dengan cara menentukan cara untuk mendapatkannya. Individu yang tidak memiliki kebebasan maka akan menghambat potensi untuk menuju pencapaian eksistensi.
- 3) Tanggung jawab yaitu yang akan menjadi efek terhadap dampak setiap individu untuk dilalui dalam pencapaian eksistensi. Bertanggungjawab seutuhnya terhadap yang telah dilakukan.

Selain itu, Frankl pada buku yang berjudul *Psychotherapy and Existentialism* beserta Smith dalam bukunya *What Matters Most: Hal – hal yang paling utama*, dalam Aprilia, 2016 ciri – ciri individu yang memiliki eksistensi sebagai berikut:

- 1) Kesadaran diri adalah kemampuan dalam memahami kekurangan dan kelebihan diri sendiri terhadap apa dan bagaimana yang dapat dilakukan.
- 2) Kepercayaan diri adalah kemampuan terhadap individu untuk dapat mengetahui sisi positif dalam sebuah kejadian atau peristiwa
- 3) Harga diri adalah cara diri sendiri lebih fokus terhadap kemampuan bekerja atau fokus pada seseorang yang dilayani
- 4) Kesadaran akan peran adalah memahami terhadap peran di dalam dirinya terhadap kepentingannya untuk dilaksanakan.
- 5) Kesadaran akan kekuatan misi pribadi adalah visi mengenai apa yang ingin dilakukan beserta kegembiraan untuk fokus pada apa yang dilakukan.

- 6) Daya Tarik pribadi adalah hal yang menjadi daya ikat setiap orang dan mempengaruhi kepercayaan atau nilai orang lain terhadap orang tersebut.
- 7) Kesadaran akan keunikan diri adalah tidak pernah melakukan tolok ukur dirinya dengan orang-orang lain.
- 8) Konsistensi terhadap kehidupan adalah tidak terombang-ambing pada perubahan suatu kejadian, adanya hal baru pada peluang dan setiap gagasan.
- 9) Ketenangan dan kedamaian adalah tetap tenang dalam menghadapi rintangan masalah yang banyak (Smith, 2003 dalam Fauzi, 2018).

Eksistensi Dunia Online

Penunjukan eksistensi di dunia online dapat dilihat ketika memiliki *followers* yang banyak, dan menunjukkan hal tersebut dengan cara selalu update postingan di *story* maupun *feed* Instagram berupa video ataupun gambar. Hal lain apa yang dilihat dan dirasakan pada dunia offline langsung melakukan postingan di dunia online kemudian membuat caption yang tidak melihat dampak.

Hal-hal yang telah di posting tersebut, kemungkinan dapat mengganggu maupun menyakiti orang yang mem-*follow* nya, ataupun orang yang melihat postingan tersebut saat yang di posting menimbulkan hal yang tidak layak untuk di share, dan akan terjadi keributan di media sosial. Eksistensi dunia online ini tidak hanya mengakibatkan hal yang tidak baik, terdapat hal yang baik apabila dapat menginspirasi serta informasi dan menjadi tempat meraih prestasi. Eksistensi terhadap dunia online menjadi kebanggaan dan seberapa lama seseorang terjun di dunia online dengan waktu yang lama sehingga eksistensi semakin terlihat. Eksistensi ini kemudian akan mendapatkan pengakuan dari orang lain bukan dari diri sendiri. (Aprilia, 2016). Sehingga untuk menunjukkan eksistensi perlu diakui keberadaannya oleh orang lain, terutama di dunia online yang orang lain belum tentu mengetahui kehadiran, dan media sosial menjadi tempat untuk kehadirannya diketahui orang lain.

Eksistensi Dunia Offline

Menunjukkan eksistensi dunia offline dapat menggunakan cara yang biasa hingga luar biasa. Seperti halnya berperilaku yang berbeda untuk mendapatkan perhatian orang lain. Dalam menunjukkan eksistensi diri di dunia offline akan lebih

baik dengan menyatakan apa yang menjadi kepercayaannya, kemudian mengakibatkan pikiran dari perilaku yang dilakukan mendapatkan eksistensi yang baik, dan diakui oleh orang lain dengan memberikan manfaat di dunia offline. (Aprilia, 2016)

G. Metode Penelitian

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian tersebut menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Menurut (Bogdan dan Taylor dalam Gunanto, 2015) penelitian kualitatif adalah penelitian berdasarkan deskriptif dari tulisan maupun ucapan serta mengamati perilaku dari orang-orang. Penelitian deskriptif ini merupakan jenis penelitian untuk peristiwa maupun situasi. (Moleong, 2007:4 dalam Arfina, 2014) mengungkapkan data tidak berdasarkan angka melainkan berupa gambar, dan susunan kata-kata. Data ini dihasilkan dari wawancara, observasi, foto, dan dokumentasi lainnya. Sebagai hasil dari penelitian ini berdasarkan transkrip wawancara yang dapat dikelola dengan sajian secara deskriptif.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini , peneliti dilaksanakan di bulan Oktober 2020. Lokasi penelitian diambil di beberapa kota secara virtual yaitu Jakarta, Bali, dan Bogor.

C. Narasumber / Informan Penelitian

Dalam penelitian tersebut teknik yang digunakan merupakan teknik purposive sampling. (Fauziah & Diah .2015 :10) Purposive sampling merupakan teknik pemutusan sampel terhadap informan dengan data dengan tujuan penelitian maupun berdasarkan alasan pertimbangan yang spesifik.

Responden yang digunakan adalah Afganisme dari beberapa kota yang ada di Indonesia. Hal ini dilakukan untuk mengetahui fanatisme fans Afgan dan eksistensi yang dilakukan di dunia offline serta online yaitu instagram. Teknik sampling ini digunakan untuk memilih akun instagram responden individual dikarenakan penelitian ini berfokus pada subjek sebagai individu dan mendapatkan Afganisme dari beberapa kota di Indonesia. Peneliti melakukan pengamatan melalui akun-akun instagram narasumber yang telah peneliti *follow*. Hal ini dilakukan untuk mengetahui aktivitas yang ada di akun instagram narasumber tersebut berhubungan dengan kegiatan Fandom. Informasi dari akun-akun instagram ini dapat berupa gambar, teks, dan video.

Responden yang dipilih berdasarkan responden yang sesuai terhadap ciri-ciri yang telah ditentukan. Ciri-ciri responden yang terpilih adalah aktivitas yang dilakukan di media sosial dan dunia offline sebagian besar berdasarkan fandom atau idola, mengikuti akun Instagram Afgansyah Reza.

Peneliti akan melakukan wawancara kepada pemilik akun Instagram tersebut dengan mengajukan pertanyaan seputar kegiatan fandom yaitu hal yang dilakukan ketika menjadi fanatisme dan eksistensi. Wawancara ini untuk mencari jawaban dalam penggunaan media sosial bagi fandom dan di dunia offline yang tidak dapat ditemukan dalam observasi untuk menambah hasil observasi.

D. Pengumpulan Data

Penelitian tersebut peneliti terdapat dua sumber data yang dapat digunakan yaitu data primer dan data sekunder.

- a. Data primer adalah data yang diambil dari sumber hasil pengamatan serta wawancara informan yang ditentukan oleh peneliti di lapangan. Dalam penelitian ini sumber data primer adalah fans Afgansyah Reza di Jakarta, Bogor, dan Bali dalam menunjukkan fanatisme dan eksistensi diri
- b. Data sekunder adalah data yang diperoleh berdasarkan dokumentasi atau arsip. Dalam kata lain tidak langsung didapatkan penulis dalam penelitian langsung sehingga mendapatkan dengan sumber penunjang. Data sekunder pada penelitian ini adalah arsip dokumentasi yang dimiliki Afganisme Jakarta, Bogor, dan Bali.

E. Analisis Data

Teknik analisis data penelitian ini menggunakan model interaktif (interactive models of analysis) penelitian ini memiliki tiga alur kegiatan terjadi secara bersama-sama yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Aktivitas alur ini terjadi berdasarkan struktur kerja interaktif. Analisis data dilakukan berdasarkan waktu bersamaan pada proses pengumpulan data tersebut sehingga tidak dilakukan saat data terkumpul keseluruhan.

- a. Reduksi data adalah proses penyortiran, pemfokusan, pemudahan, dan pengabstrakan terhadap data. Proses reduksi data terjadi secara terus menerus selama pelaksanaan riset dimulai dari reduction dan berlangsung pada saat peneliti mengambil ketentuan. Data reduction ini termasuk bentuk analisis berupa mempertegas atau eksplisit sehingga

dapat menangkap data tersebut secara mudah, memperpendek, terpusat sehingga membuat lebih fokus ,mengabaikan hal yang tidak terlalu penting. Selanjutnya membuat dalam aturan data membuat sebuah verifikasi secara lengkap hingga tersusun.

b. Penyajian Data

Penyajian data adalah suatu penyampaian yang disajikan sebagai sekelompok informasi sehingga memungkinkan terdapat penarikan kesimpulan penelitian untuk dilaksanakan. Penyajian data yang baik dan valid peneliti akan melihat serta pemahaman apa yang terjadi dan dapat mengerjakan hal-hal berdasarkan analisis maupun langkah lain berdasarkan pengertian itu. Penyajian terdiri dari jenis gambar atau skema,matriks, table dan jaringan jaringan yang kerja terkait kegiatan. Keseluruhan ini dipersiapkan dengan rancangan untuk membuat informasi dengan terstruktur agar mudah memahami.

c. Penarikan Kesimpulan

Pada tahap pengumpulan data , peneliti telah memahami apa hal-hal yang akan dilihat dan ditemui dalam arti tersebut. Hal ini dilakukan pencatatan peraturan, pola, pernyataan, dan proposi. Penarikan kesimpulan tidak dapat dilakukan ketika proses dalam pengumpulan data tidak tuntas dan diperlukan verifikasi agar data dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

BAB II

GAMBARAN UMUM

A. Afgansyah Reza



Gambar 2.1 Afgan

(Diambil dari <https://images.app.goo.gl/JUegcgZxRymWAPRm9>)

Afgan Syahreza merupakan penyanyi Pop Indonesia yang terkenal dengan menyanyikan lagu bergenre *pop ballad*. Tidak dapat dipungkiri bukan hanya menguasai lagu *pop ballad* Afgan telah memiliki lagu dengan *pop upbeat* dan lagu RNB. Ketiga jenis musik ini dapat dikuasai oleh Afgan dengan ciri khas suaranya.

Perjalanan karir Afgan bermula melakukan rekaman suara di WannaB Instant Recording Studio sebagai koleksi CD secara pribadi bersama teman-temannya. Suara Afgan akhirnya dilirik oleh Produser WannaB Music Production untuk melakukan rekaman. Berawal dari keraguan untuk menerima tawaran tersebut hingga akhirnya Afgan menerima tawaran tersebut. Setelah merilis single kehadiran Afgan diterima oleh masyarakat Indonesia khususnya fansnya dengan ciri khas dari suaranya. Tahun 2008 merupakan debut perjalanan karir Afgan di industri musik Indonesia. (Kumparan,2018).

Perjalanan karir Afgan harus melewati pemberontakan dengan sejumlah pihak dan label sendiri untuk bersikap lebih jujur dalam bermusik. Perbedaan idealisme terhadap label yang selalu *direct* Afgan untuk menyanyikan lagu apa yang diinginkan pihak label membuat Afgan ingin menunjukkan *passion* lain untuk mengusung musik dengan jujur membuat Afgan berganti label dikarenakan butuh pengorbanan dalam bermusik. Hingga pada tahun 2013 Afgan berganti label yaitu

Trinity Optima Production. Afgan ingin menunjukkan mengenai apa yang dia rasakan akan jujur dan bagus dengan menunjukkan terlebih dahulu pada masyarakat tidak seperti sebelumnya yang memiliki rasa takut saat berkarya. (CNNIndonesia,2018)

Afgan yang memiliki sifat pemalu bahkan masih terbawa saat mengeluarkan single pertama tahun 2008 terus berusaha untuk melangkahkan perjalanan di industri musik. Hingga saat ini Afgan dapat berkarya dan memiliki segudang prestasi yaitu penghargaan di Indonesia dan penghargaan Internasional.

Berikut adalah karya dan prestasi Afgan yang telah dicapai dari awal perjalanan karir hingga lebih dari satu Dekade.

- 2008-2009 Awal Mula Karir Afgan

Afgan mulai mengeluarkan album pada tahun 2008 dengan judul “Confession No.1” didalamnya terdapat single yang menjadi favorite yaitu lagu Terimakasih Cinta dan Sadis. Posisi Afgan ketika itu berada di charts radio teratas. Afgan juga namanya masuk da;am penyanyi solo pria yang top di Indonesia. Album Confession No.1 ini meraih penghargaan MTV Indonesia Awards 2008 (Best Artist of The Year), album Confession mendapatkan Platinum Awards, SCTV Music Awards 2009 (Album solo terbaik) , Anugerah Planet Muzik 2009.dan Anugerah Musik Indonesia 2009 (Penyanyi solo pria terbaik). Pada tahun 2009 ini Afgan mengeluarkan mini album special Ramadhan yaitu “Bersihkan Dirimu”. Tahun 2009 ini Afgan beradu akting di film “Bukan Cinta Biasa” menjadi cameo dengan menyanyikan lagu “Bukan Cinta Biasa”.

- 2010 – 2012

Afgan mengeluarkan album pada tahun 2010 berjudul “The One”.Selain mengeluarkan album, Afgan berperan di film “Cinta 2 Hati” pada waktu yang bersamaan sehingga album tersebut bernama “The One”. Selain berperan dalam film tersebut, Afgan menjadi pengisi soundtrack film tersebut dengan judul lagu “Cinta 2 Hati”. Hingga tahun 2011 Afgan berkuliah di luar negeri namun tidak mematahkan semangatnya untuk bolak-balik ke Indonesia demi bernyanyi di hadapan penggemar. Afgan meraih penghargaan pada tahun 2010 dan 2011 di Dahsyatnya Awards sebagai “Penyanyi Solo Pria Terdahsyat.Tahun 2012 Afgan mendapatkan penghargaan Anugerah Musik Indonesia tahun 2012sebagai penyanyi solo terbaik dan lagu pop terbaik berjudul “Panah Asmara”.

- 2013-2014

Afgan merilis album ketiga pada tahun 2013 berjudul “Live to Love” dimana dalam album tersebut terdapat lagu yang hits yaitu Jodoh Pasti Bertemu, Sabar, Katakan Tidak dan Untukmu Aku Bertahan. Afgan juga Kembali beradu akting dengan penyanyi wanita Maudy Ayunda di film layar lebar “Refrain”. Afgan menggelar konser tunggal perdana di Singapura bertajuk “Live To Love”. Afgan meraih penghargaan pada tahun 2013 dan 2014 di Dahsyatnya Awards sebagai “Penyanyi Solo Pria Terdahsyat. Afgan menggelar konser pada tahun 2014 di konser Istana Budaya Malaysia dan menjadi artis Indonesia pertama yang tampil di sana.

- 2015-2016

Afgan menjadi Duta Hak Kekayaan Intelektual dan Anugerah Kekayaan Intelektual untuk kategori penyanyi pada tahun 2015. Afgan mendapatkan penghargaan pada tahun 2015 Anugerah Musik Indonesia, dan Anugerah Planet Muzik di Singapura. Pada tahun 2015 Afgan menggelar konser tunggal di Plenary Hall Jakarta Convention Center dengan judul “Dari Hati: berkolaborasi dengan Erwin Gutawa. Tahun 2016 Afgan merilis album “DEKADE” dimana terdapat lagu berjudul “X” untuk Afgan keluar dari zona nyaman dan bekerjasama dengan penyanyi *rap* Malaysia SonaOne dengan gaya *hip hop*.

Afgan mengadakan konser berjudul “SIDES” tahun 2016 dengan tour ke lima kota di Indonesia. Afgan mendapatkan penghargaan SCTV Awards tahun 2016 “Penyanyi Paling Ngetop”.

- 2017-2018

Afgan mendapatkan penghargaan di Malaysia dalam acara Anugerah Planet Muzik tahun 2017 pada lagunya berjudul “X”. Afgan memenangkan dua kategori sekaligus di Dahsyat Awards tahun 2017 yaitu lagu terdahsyat dan penyanyi solo pria terdahsyat. Pada tahun 2017 Afgan menggelar konser Sides di Singapura dan Malaysia. Tahun 2018 Afgan mengeluarkan album “DEKADE” sebagai wujud 10 tahun berkarya dan Afgan menerima penghargaan di Hong Kong yaitu best Asian artist dari MAMA. Afgan merayakan konser tunggal “DEKADE” di Malaysia pada tahun 2018

- 2019-2020

Afgan, Rendy, Isyana mengeluarkan album pada tahun 2019 berjudul “AIR”. Afgan Meraih tropi di acara “V Live Awards V HEARTBEAT 2019” sebagai kategori “Favorite Artist Indonesia” yang diselenggarakan di Seoul. Selain mengadakan konser perayaan “DEKADE” di Malaysia, Afgan merayakan di Indonesia yaitu di kota Jakarta pada tahun 2019. Tahun 2020 Afgan Kembali melakukan konser virtual “Dekade Afgan Rewind” dimana Kembali ditayangkan acara pada tahun 2019 di Jakarta. Afgan juga menjadi salah satu artis yang di pilih Erwin Gutawa dalam konser virtual “orkestra”. Menjelang akhir tahun 2020 Afgan bersama Raisa merilis single baru berjudul “Tunjukkan”.

- 2021

Afgan Go Internasional dengan merilis album “Wallflower” di bawah naungan label EMPIRE (label rekaman ternama di Amerika Serikat). Afgan juga berkolaborasi dimana di dalamnya terdapat single berjudul M.I.A bersama artis Korea Selatan bernama Jackson Wang. Tahun 2021 ini selain mengeluarkan album Afgan mengadakan konser virtual dengan teman duetnya yaitu Rossa berjudul “Afgan Rossa The Concert”.

B. Afganisme

Afganisme merupakan sebutan dari fans Afgansyah Reza. Afganisme dibentuk tanggal 25 Januari 2008 dimana tahunnya bertepatan ketika Afgan terjun di dunia hiburan. Di awal terbentuknya nama Afganisme tersebut terdapat beberapa pihak yang bertentangan dan terdapat kesalahan penafsiran yang diartikan aliran kepercayaan. Hingga akhirnya terdapat seseorang yang mengusulkan bahwa arti Afganisme merupakan Afgan-is-me. Penggemar Afgan ini meyakini bahwa nama ini untuk membentuk para penggemar Afgan bukan bermaksud ke penafsiran yang lain. (Tribunlifestyle, 2016)

Afganisme bukan hanya ada di Indonesia namun terdapat di luar negeri seperti Malaysia, Singapura, dan lain-lain. Perkumpulan fans Afgan ini memiliki ikatan yang solid untuk mempertahankan kekompakannya hingga lebih dari satu DEKADE ini. Berdasarkan wawancara dengan responden Afganisme menjalin hubungan bukan hanya di negaranya sendiri namun menjalin hubungan dengan negara diluar negaranya. Berdasarkan penelitian ini, peneliti mengambil tiga responden dari kota yang berbeda di Indonesia yaitu Jakarta, Bogor, Bali.

BAB III

TEMUAN PENELITIAN

A. Gambaran Interview dengan Responden

Bab ini peneliti akan menjelaskan tentang temuan – temuan yang peneliti temukan saat melakukan wawancara dengan teknik virtual melalui aplikasi zoom. Aplikasi zoom merupakan aplikasi virtual secara online. Peneliti mengawali pengamatan dengan melihat postingan afganisme yang merupakan panggilan dari fans Afgansyah Reza. Peneliti mengamati postingan masing-masing individu afganisme mengenai Afgan dari beberapa kota melalui Instagram. Kota yang peneliti peroleh yaitu Jakarta, Bogor, dan Bali dimana hal ini bukan berdasarkan peneliti telah menetapkan nama kota tersebut sebelum melakukan survey di Instagram namunkota berbeda tersebut didapatkan berdasarkan ketiga responden yang sesuai dengan alasan peneliti. Selanjutnya peneliti menghubungi responden untuk melakukan wawancara secara virtual melalui zoom. Peneliti melakukan wawancara secara virtual yang pertama dengan Devi pada tanggal 13 November 2020 yang berasal dariAfganisme Bogor melalui aplikasi zoom. Devi merupakan anak afganisme yang telah lama tinggal di Bogor dan merupakan ketua dari Afganisme Bogor. Devi memulai *fans* dengan Afgan ketika Afgan menjadi pemeran di film dan Afgan menjadi pengisi soundtrack film tersebut berjudul “Cinta dua hati” ketika Devi bersekolah SMP. Akhirnya Devi memulai mendengarkan lagu – lagu Afgan, dan membeli album Afgan. Uniknya Devi juga bertemu adik kelasnya ketika Devi SMA dimana adik kelasnya juga nge *fans* dengan Afgan. Hingga akhirnya mereka mencari teman-teman afganisme. Devi termasuk afagnisme yang dapat menonton konser Afgan ketika di Jakarta dan ketika Afgan berada di Bogor Devi dapat bertemu denganAfgan. Peneliti memulai menemukan responden tersebut berdasarkan peneliti melakukan *follow* Instagram terhadap responden tersebut dan peneliti mengamati Instagram Devi.

Selanjutnya Made pada tanggal 16 November 2020 yang berasal dari Afganisme Bali dengan aplikasi yang sama dengan responden sebelumnya yaitu melalui zoom. Made memulai menjadi Afganisme sekitar tahun 2012 namun sebelumnya Made memulai suka mendengarkan lagu Afgan berjudul “terimakasih cinta” di album pertamanya sejak tahun 2008. Made memulai menggemari Afgan

juga dikarenakan senang dengan lesung pipi yang Afgan miliki dan gaya rambut yang sederhana saat itu. Berbeda halnya dengan Devi yang dekat dengan Jakarta dimana Afgan sering melakukan konser dan lain-lain hingga Afgan ke Bogor, Madememiliki kesulitan akses untuk dapat bertemu maupun menonton Afgan secara langsung secara berturut – turut dikarenakan jarak antara Bali dan Jakarta yang berjauhan. Peneliti menemukan responden Made berdasarkan memulai melihat instagram Afgan hingga ketika responden memilih- milih dan melihat akun Instagram Made sesuai dengan alasan peneliti.

Wawancara ketiga melalui zoom dengan Inge yang berasal dari Afganisme Jakarta. Inge merupakan afganisme Jakarta yang berbeda dengan kedua responden sebelumnya dimana Inge berstatus sebagai istri dan memiliki anak. Inge saat ini bekerja di bidang bisnis yaitu “HDI”. Inge termasuk afganisme yang sering menonton konser dan dapat pulang malam ketika menonton konser saat anak laki-lakinya sekolah “SMA”. Inge memiliki akses yang lebih banyak dibandingkan kedua responden lain hal ini dapat dilihat Inge berada di satu kota yang sama dengan Afgan yaitu Jakarta. Selain hal tersebut Inge juga mengenali beberapa pihak management dan teman-teman Afgan hingga kerap kali dihubungkan management Afgan ketika Afgan akan melakukan acara, dan lain- lain. Dengan profil Inge yang telah berkeluarga tidak menghalangi Inge untuk menonton konser Afgan di Indonesia maupun luar negeri. Peneliti menemukan Inge ketika melihat Instagram Afgan dan terdapat akun Inge yang sesuai dengan apa yang akan peneliti teliti.

Peneliti melakukan wawancara terhadap responden berdasarkan alasan pertimbangan yang ditentukan berdasarkan data. Alasan tersebut adalah aktivitas yang di lakukan di media sosial berdasarkan fandom atau idola, mengikuti akun Instagram Afgansyah Reza, terlihat identitas di Instagram tentang fanatisme dan eksistensi di media sosial. Selanjutnya peneliti melakukan pengamatan terhadap Instagram masing-masing Afganisme dari beberapa kota hingga menghasilkan tiga narasumber. Dimulai dari responden Inge dengan nama akun Instagram @nononrezon yang telah peneliti *follow* sebelumnya dengan melakukan pengamatan beberapa kali di Instagram tersebut, kemudian menghubungi responden dengan *direct message* di Instagram dan berlanjut menghubungi responden melalui *whatsapp*. Kemudian peneliti melakukan pengamatan melalui Instagram Afgansyah Reza dengan melihat siapa yang telah menge tag Instagram Afgan di feed instagramnya. Hingga akhirnya peneliti menemukan Instagram Made dengan nama

akun Instagram @dyahkencanawati dan melakukan pengamatan di instagram tersebut beberapa kali sesuai dengan alasan penelitian kemudian peneliti follow, dan menghubungi melalui *direct message* hingga berlanjut di whatsapp. Responden berikutnya berdasarkan peneliti telah *follow* sebelumnya kemudian melakukan pengamatan terhadap akun Instagram Devi dengan nama akun Instagram farah_balweel. Akun Instagram ini sesuai dengan alasan penelitian hingga peneliti menghubungi melalui *direct message* dan berlanjut ke *whatsapp*.

Sebelumnya saat menghubungi responden peneliti melakukan perkenalan diri melalui *direct message* dan menjelaskan alasan melakukan penelitian dan menanyakan ketersediaan responden untuk di wawancarai. Kemudian peneliti juga meminta izin untuk melakukan pengamatan melalui Instagram masing-masing responden.

Responden menanggapi secara baik dan peneliti meminta kontak whatsapp masing-masing responden untuk mempermudah menanyakan jadwal responden. Hal ini berdasarkan dengan mengikuti jadwal responden yang kosong untuk disesuaikan dengan jadwal waktu kosong peneliti untuk melakukan wawancara.

Peneliti sebelumnya mempersiapkan link zoom untuk dibagikan ke responden kemudian peneliti mempersiapkan kertas draft wawancara dan melakukan *record* di zoom ketika wawancara berlangsung. Selama wawancara berlangsung pertanyaan yang diajukan mengenai nama lengkap responden dan berasal dari Afganisme kota mana. Selanjutnya melakukan wawancara berdasarkan draft wawancara. Peneliti dan responden melakukan wawancara dengan santai seperti pernah bertemu sebelumnya, padahal belum ada bertemu secara offline. Sehingga membuat wawancara tersebut seperti halnya teman yang sering bercerita.



Gambar 3.1 Screenshoot virtual zoom dengan responden

Wawancara peneliti dengan responden melalui virtual zoom
(Wawancara Inge, 16 November 2020)

Responden menjawab dengan antusias saat bercerita terhadap peneliti hingga durasi waktu wawancara yang panjang seakan singkat. Seperti halnya responden Inge yang dapat bercerita dari satu pertanyaan peneliti hingga dapat menyambung cerita tersebut ke pertanyaan lain yang belum peneliti tanya. Hal ini membuat peneliti semakin semangat untuk bertanya dan mendengarkan cerita dari Inge. Awal mula Inge menggunakan media sosial Instagram untuk melakukan eksistensinya membuat peneliti kaget dikarenakan sebelumnya tidak menggunakan Instagram karena memiliki anak laki-laki yang saat itu masih SD beranjak ke SMP dan takut malu ketika Inge melakukan postingan. Hingga ketika anak Inge telah beranjak SMA Inge lebih sering menunjukkan fanatismenya di Instagram tersebut. Inge melakukan postingan mengenai Afgansyah Reza dan mulai lebih sering melakukan kegiatan seperti nonton konser hingga akhirnya bertemu dengan afganisme lain, pada tahun 2016 dimana sebelumnya selalu bepergian sendiri atau ditemani suaminya ketika melakukan kegiatan afganisme sejak tahun 2008.

Inge yang mulai fans dengan Afgan sejak album pertama Afgan tahun 2008 berbeda halnya dengan responden Devi yang memiliki keunikan ketika suka dengan Afgan saat menonton film “Refrain” yang diperankan oleh Afgan dimana terdapat lagu Afgan didalamnya yaitu lagu “Cinta Dua Hati”, mulai mencari informasi di twitter dengan kenal Afganisme hingga terjadi fanatisme. Kemudian Devi membeli album, hingga mulai bergabung dengan Afganisme Bogor ketika bertemu dengan adik kelasnya semasa SD di SMA yang fans dengan Afgan.

Peneliti semakin tertarik mendengarkan cerita Inge yang mulai intens kenal secara personal dengan Afgan dan *management* Afgan tahun 2017 dimana *management* Afgan memintatolong untuk Inge berjualan tiket, promo tiket hal yang berkaitan dengan Afgan dan Inge dengan senang hati melakukan promosi tersebut di Instagram pribadinya, dan senang membantu Afganisme yang mengalami kesulitan untuk membeli tiket seperti Afganisme dari luar negeri. Kedekatan secara personal ini membuat peneliti semakin tertarik ketika Inge bercerita bahwa terakhir bertemu Afgan secara offline saat mengantarkan mangga ke apartement Afgan. Sebelumnya Inge juga pernah menjadi perwakilan afganisme untuk mengantarkan kue ulangtahun saat Afgan berulangtahun pada Mei 2020 ke apartement Afgan. Hingga terjadi

perbincangan saat itu mengenai ide melakukan virtual gathering dengan afganisme melalui virtual zoom dan membuat peneliti kagun terhadap Inge.

Responden Inge juga menceritakan experience yang belum pernah dirasakan sebelumnya ketika menonton konser Afgan secara “Drive in” dan peneliti membayangkan ketika berada di posisi Inge ketika menonton konser di dalam mobil.

Selain responden Inge, terdapat responden Devi dimana ketika melakukan wawancara Devi dengan refleks mengambil pin tentang Afganisme yang berada di kamarnya, dan menunjukkan pin tersebut kepada peneliti saat wawancara virtual berlangsung. Tidak hanya hal tersebut, Devi juga secara refleks menunjuk tas afganisme yang bergantung di belakang, peneliti saat Devi menjelaskan pernah menggunakan tas afganisme tersebut ketika menonton Konser Dekade.

Peneliti melakukan wawancara kedua, responden Inge yang bersemangat mengambil barang mengenai Afgan di kamarnya, kemudian menunjukkan kepada peneliti dua kipas yang dibuat oleh temannya dimana terdapat foto Afgan secara bolak-balik di kipas tersebut dan kartu *e-money* yang terdapat foto bersama Afgan dan responden Inge di kartu tersebut. Peneliti terkejut saat responden Inge bercerita ketika menggunakan beberapa kipas tersebut ketika pergi ke acara anniversary Afganisme dan beberapa kipas tersebut Afgan memintanya. Hal menarik lainnya responden Inge bercerita ketika menggunakan kendaraan MRT dan busway di Jakarta dimana berpuluh kali responden selalu ditanyakan dengan petugas mengenai gambar yang ada pada kartu e money, hingga cerita ini membuat suasana wawancaravirtual antara responden Inge dan peneliti tertawa bersama.

Ketiga responden menjawab semua pertanyaan dengan baik dan rinci. Hal ini tentu tidak terlepas dari beberapa gangguan koneksi internet namun tidak mematahkan responden untuk bercerita dan menjawab pertanyaan peneliti. Sebelum wawancara berakhir peneliti juga meminta izin apabila suatu hari peneliti terdapat kekurangan data, responden tetap berkenan untuk diwawancarai dan dihubungi. Peneliti senang ketika responden menanggapi dengan baik dan senang ketika harus peneliti wawancarai lagi.

B. Bentuk Fanatisme

Pada temuan penelitian ini peneliti akan membagi menjadi dua bagian sub bab bentuk fanatisme yang terdiri dari keterlibatan internal, dan keterlibatan eksternal. Pada dua bagian tersebut peneliti akan membagi menjadi dua bagian yaitu

online dan offline. Peneliti membagi menjadi dua sub bab dengan memilih bentuk fanatisme dikarenakan sesuai dengan temuan penelitian yang peneliti temukan.

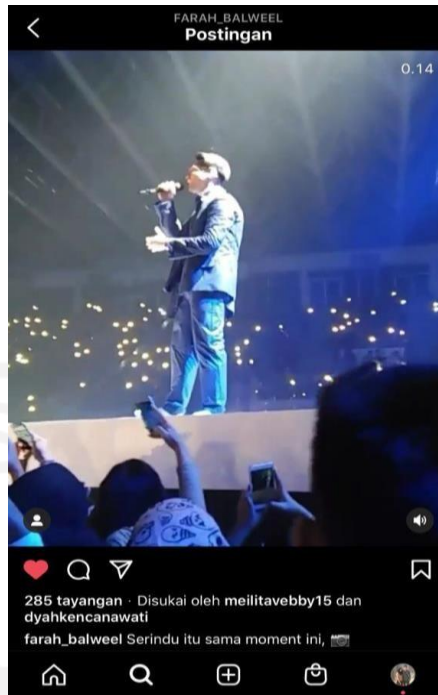
Fanatisme terhadap dunia online menjadi bagian terpenting untuk responden menunjukkan seberapa fanatiknya di dunia tersebut. Pada penelitian ini peneliti mendapatkan hasil bahwa responden melakukan perilaku fanatisme melalui media sosial Instagram. Hal ini terbukti dengan pernyataan responden yang mengatakan bahwa instagram menjadi wadah untuk para responden memposting segala hal yang mengenai Afgan, dan afganisme. Responden lebih banyak menggunakan waktunya untuk membahas mengenai Afgan dengan instagram personal masing - masing responden.

Fanatisme dunia offline pada penelitian ini ,peneliti mendapatkan temuan bahwa banyak cara yang dilakukan responden untuk menunjukkan perilaku fanatisme di dunia tersebut seperti halnya ketika diluar rumah seperti menonton konser, penggunaan kartu di MRT, berkumpul dengan afganisme, menggunakan atribut tentang Afgan ketika berada diluar rumah, dan memiliki album.Responden lainnya juga menunjukkan bahwa tidak hanya dilakukan diluar rumah, responden melakukan eksistensi di dalam rumah dengan hal-hal mengenai Afgansyah Reza. Berikut adalah temuan peneliti :

1. Keterlibatan Internal

Keterlibatan internal yang peneliti temukan dimana responden dapat menunjukkan perspektif masing-masing untuk menunjukkan rasa suka dan kagum yang berbeda terhadap yang bukan penggemar. Hal ini penggemar dapat lebih banyak menghabiskan fokus dan perhatian terhadap idola yang dapat memikat perhatian dan membuat penggemar tertarik.

A. Fanatisme di Dunia Online



Gambar 3.2 screenshot feed Instagram
(Postingan pada tanggal 16 April 2020)

Akun Instagram farah_balweel dengan caption “Serindu itu sama moment ini”

“Karena itu pas gak tau kenapa ya, setiap Afgan nyanyj lagu dengan nada tinggi itu kayaknya apa si kayak yang ngena banget gitu lho. Kayak seneng banget gitu ngedenger dia nada tingginya itu karena bagus banget si.”
(Wawancara Devi, 13 November 2020)

Menurut Devi menjelaskan bahwa hal yang membuat responden berkeinginan untuk mengupload video Afgan di feed instagram saat bernyanyi lagu “Cinta Dua Hati” dikarenakan ketika Afgan bernyanyi dengan nada tinggi mendapatkan perasaan yang dalam dengan menyayat ke hati.

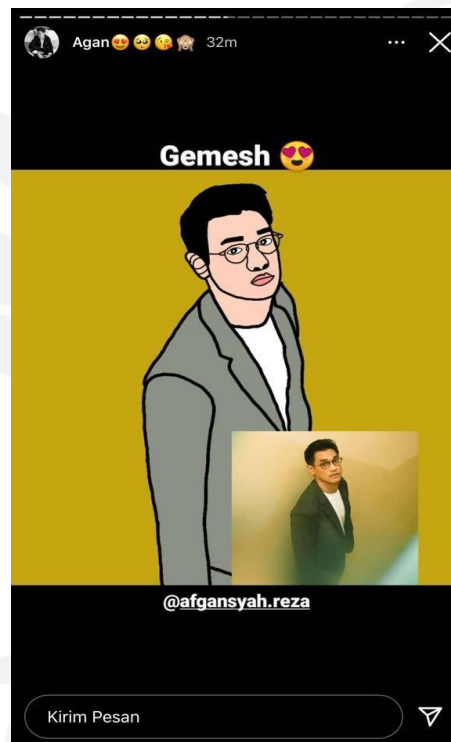
Peneliti melihat bahwa kutipan Devi tersebut sesuai dengan teori fanatisme dimana terdapat tertarik secara mendalam terhadap suara Afgan ketika bernyanyi nada tinggi. Bahkan ketika wawancara berlangsung dengan responden Devi, peneliti turut merasakan bahwa Devi suka ketika Afgan bernyanyi lagu tinggi dan hal ini dapat terlihat dengan caption video tersebut dimana Devi rindu dengan moment tersebut.

Huum,enak itu kan lagunya. Aku suka semua, maksudnya dia genre biar lagunya balance atau beat aku pasti seneng maksudnya aku emang seneng sama si Afgan itu lagunya dan aku rasa dia selalu pas gitu bawainnya gitu.

Jadi sayang kalau misalnya gak di up juga kan. . (Wawancara Inge,16 November 2020)

Menurut Inge menjelaskan bahwa Inge suka dengan Afgan dikarenakan lagu yang dikeluarkan Afgan dengan semua genre Inge tetap menyukai seperti genre *balance* atau *beat*. Inge mengatakan genre lagu apapun Afgan selalu membawa lagu tersebut dengan porsi yang tepat. Salah satunya lagu “X” yang jarang fans maupun orang lain up namun ada moment Inge sering melakukan postingan dikarenakan lagu tersebut bagus.

Penjelasan Inge berdasarkan kutipan tersebut juga sesuai dengan teori fans dimana Inge menjadikan lagu – lagu Afgan sebagai kesenangan.



Gambar 3.3 Screenshot highlight story

Highlight Instagram @dyahkencanawati berjudul

:Agan. Dengan caption “Gemesh

“Seneng banget kayak bisa ih kok dia mukanya makin gemesh, terus ceria banget lha dan lainnya lha. Pokoknya paket sempurna si kalau menurut aku.

”(Wawancara Made, 16 November 2020)

Menurut Made menjelaskan bahwa salah satu alasan dia mengupload di Instagram dikarenakan responden menilai bahwa Afgan memiliki wajah yang lucu

dan ceria sehingga menjadikan wajah Afgan sebagai paket yang komplit untuk melakukan update postingan di Instagram.

Made menceritakan hal tersebut ketika wawancara berlangsung dengan tersenyum dimana peneliti dapat menggambarkan saat itu Made membayangkan wajah lucu Afgan.

“Karena kadang kalau misalnya kita nonton konser tu kadang mm..apa si ada rasa ingin habis nonton konser gue pingin post deh pingin posting, di edit dulu kayak gitu -gitu. Biar maksudnya walaupun selebihnya diliat atau gak nya sama Afgan nya kita yang penting udah nge post kayak gitu .Jadi kayak gimana ya kesenangan tersendiri aja gitu si kalau misalnya nomton terus kita posting.Walaupun diliat atau gak nya yaa itu si bonus aja. (Wawancara Devi, 13 November 2020)

Menurut Devi menjelaskan bahwa dari keinginan responden untuk mengupload di instagram setelah menonton konser, responden merasakan kesenangan tersendiri ketika mengupload di Instagram dengan melakukan tahap edit di foto atau video yang akan di posting. Responden menjelaskan dilihat atau tidak postingan tersebut dengan idolanya responden tidak mempermasalahkandikarenakan yang terpenting telah mengupload. Menurut responden ketika Afgan melihat postingan tersebut menjadikan hal tersebut sebagai sebuah bonus dikarenakan telah dilihat dengan idolanya.

Devi memiliki salah satu bagian fanatisme yaitu keyakinan yang teguh terhadap apa saja yang diposting mengenai Afgan. Devi percaya bahwa yang terpenting melakukan upload di Instagram seperti foto atau video.

“Tergantung si schedule dia, jadwal manggung dia pokoknya. Terus apa ya foto-fotonya bagus, storynya cukup kayak lebih ke arah menariknya gitu. Terus aku ngerasa tu wah itu kayak semakin hari kayak semakin gimana gitu luar biasa si. (”(Wawancara Made, 16 November 2020)

Menurut Made menjelaskan bahwa ketika melakukan story di instagram juga tergantung ke jadwal kegiatan atau jadwal manggung Afgan. Responden melakukan ke story dengan mengambil sisi ke arah yang menarik. Responden berpendapat bahwa semakin hari Afgan dapat membuat responden semakin takjub.

B. Fanatisme di Dunia Offline

“Gimana ya kalau kita nonton konser tu kayak gimana ya, gitu, maksudnya kayak seneng akhirnya kita bisa nonton sosok yang kita liat selama ini cuman darihandphone kah, dari TV kah kayak speechless ,terus kayak seneng,terus kayak terharu. Kayak gitu-gitu si.”(Wawancara Devi,13 November 2020)

Menurut Devi menjelaskan bahwa dengan menonton Afgan dia dapat menilai bahwa Afgan dapat membawanya kebahagiaan,dikarenakan yang sebelumnya hanya melihat dilayar TV atau handphone kemudian dapat melihat secara langsung.



Gambar 3.4 Screenshot feed instagram @farah_balweel
(Postingan 16 Agustus 2019)

“Iya kayak yang bener-bener dari awal sampai akhir konser kayak bener-bener dibikin merinding gitu gak si, bener-bener speechless. Kayak dancenya bener-bener keren, terus kayak solo performnya juga bagus banget, gitu kan. Kayak tata panggungnya, lightingnya, segala macam itu bagus banget si.” (Wawancara Devi, 13 November 2020)

Menurut Devi menjelaskan bahwa ketika menonton konser Afgan dapat membuatnya merasakan speechless dikarenakan melihat dance Afgan yang menurutnya terbaik.

Selama peneliti melakukan wawancara dengan Devi ketika membahas suasana ketika konser Devi menceritakannya dengan *excited*.

“Kadang suka nge blank si mau ngomong apa. Iya kadang pas mau ketemu tu udah nyiapin mau ngomong apa, udah disipin. Tiba-tiba pas ketemu face to face kayak nge blank gitu gak si.” (Wawancara Devi, 13 November 2020)

Menurut Devi menjelaskan bahwa Afgan dapat membuat responden tidak dapat berkata-kata ketika bertemu secara langsung dimana sebelumnya responden mempersiapkan kalimat untuk dikatakan ke Afgan namun responden blank.



Gambar 3.5 Screenshot feed instagram @dyahkencanawati
(Postingan 25 Februari 2020)

“ mau pingin teriak uchhh,,ihhh,, gila sii teriak agan..agann.agan... sampai agan pas terakhir aku bilang Agan aku bawa CD ini, ini pokoknya CD dekade sama sides, dan dia kayak ngerespon sreett..aduhh kayak tatapannya ihh....gilaa si.” (Wawancara Made, 16 November 2020)

Menurut Made menjelaskan bahwa Afgan dapat membuat responden menggila ketika Afgan meresponnya dan menatapnya ketika responden teriak saat Afgan berada di atas *stage* dan responden teriak bahwa responden membawa CD album Dekade dan CD Sides.

Selama Made menceritakan kutipan diatas Made menceritakannya dengan wajah yang bahagia sehingga peneliti merasakan ikut masuk di cerita dengan apa yang diceritakan responden. Made juga mengulang dengan mengekspresikan seolah-olah berteriak saat memanggil Afgan ketika wawancara di zoom berlangsung dengan peneliti.



Gambar 3.6 Screenshot feed instagram @nononrezon

“Iya aku juga , aku juga. Aku di KL aku nangis,pas di backstage aku juga sampai nangis. Kenapa nangis terus aku bilang keren banget itu di KL. Terus pas liat di Jakarta Lu udah liat di KL terus Lu liat di Jakarta itu kayak dua-duanya keren. ” (Wawancara Inge, 16 November 2020)

Menurut Inge menjelaskan bahwa saat menonton konser Dekade Afgan di Kuala Lumpur narasumber ada moment menangis dan setelah berada di backstage narasumber ditanya Afgan “kenapa nangis?” dan narasumber menjawab “keren banget”.

Pemaparan Inge terhadap kutipan diatas sesuai juga dengan teori ekspresi fanatisme yaitu rasa cinta dan terpukau yang besar. Inge yang terpukau dengan penjelasannya ketika merasakan dapat menonton konser DEKADE Afgan di Indonesia dan di Kuala Lumpur dimana peneliti dapat merasakan kebahagiaan Inge ketika menceritakannya.

“mmm ada si kayak dia tu super duper baik banget. Terus kayak sama fans itu dia selalu bilang mau itu fans resmi atau gak resmi itu yang penting fans itu ngedukung dia gitu. Gak mesti resmi atau ga resmi gitu. Jadi yaa dari situ si nge fans banget sama Afgan. Humble banget orangnya.” (Wawancara Devi, 13 November 2020)

Menurut Devi menjelaskan bahwa ketika bertemu Afgan, Afgan memiliki sifat yang baik dan humble serta tidak membedakan fans yang resmi dan fans yang tidak resmi.

Berdasarkan kutipan Devi yang mengatakan “ humble banget orangnya” dapat terlihat bahwa Devi juga mengagumi Afgan sebagai seseorang yang kharismatik. Hal ini sesuai dengan juga dengan salah satu faktor pengaruh fanatisme yaitu sosok yang kharismatik

Temuan penelitian di atas ditemukan bahwa ketika di online pada bentuk fanatisme secara internal ketiga responden yaitu Inge, Made, Devi menunjukkan bahwa memiliki perspektif masing-masing terhadap rasa suka dan kagum terhadap Afgan. Responden Devi yang menunjukkan dengan memposting video dikarenakan lagu tersebut dapat menyayat hati dan bagus sehingga ketika melakukan postingan terdapat kesenangan tersendiri. Kemudian responden Inge yang memposting dikarenakan menurut perspektifnya semua genre yang Afgan nyanyikan enak dan senang. Responden Made yang memiliki perspektif bahwa ketika melakukan postingan menurutnya semakin hari Afgan semakin luar biasa, lucu dan ceria.

Temuan penelitian secara offline pada bentuk fanatisme internal bahwa ketiga responden memiliki perspektif seperti responden Devi yang merinding ketika menonton konser, tidak dapat berkata-kata ketika menonton konser, terharu, Afgan dapat membuatnya nge-blank dengan menguras perhatiannya, dan menurut responden Afgan baik. Kemudian menurut responden Made, Afgan memiliki tatapan yang membuatnya terpanah ketika menonton konser, sedangkan menurut responden Inge, Afgan dapat membuatnya menangis ketika konser.

Pendapat ketiga responden tersebut menunjukkan bahwa salah satu bentuk fanatisme yaitu internal, fans tersebut dimana perhatian, waktu dan tenaga fokus pada hal yang memikat perhatian. Hadirnya kebahagiaan dan dapat mengekspresikan secara besar pada sesuatu hal yang memuatnya tertarik. Penggemar memiliki sikap yang tidak sama dengan yang bukan penggemar dari sebuah perilaku keterlibatan internal. (Thorne dan Bruner dalam Putri, dkk dalam Situmorang, 2020 :6)

2. Keterlibatan Eksternal

Keterlibatan eksternal ini dimana peneliti menemukan temuan penggemar dapat menunjukkan perilaku terhadap keterlibatan objek dimana perilaku berdasarkan masing-masing kesenangan penggemar

A. Fanatisme di Dunia Online

“Selalu, aduh bun kapan lagi ya ,bun mau dong, gitu-gitu. Sering,sering banget. Hampir kayaknya kalau aku nge post ada story terutama story yang udah lewat ya maksudnya aku repost lagi story yang udah lama gitu, terus nanti di balas tu “aduh kapan lagi si kayak gini”, “aduh kangen deh” pasti ada yang balas. Atau cuman koment aduh cakep banget si agan disini , missal kayak gitu tetep aja ada yang balas . Selalu kok ya 80 persen balas.” . (Wawancara Inge, 16 November 2020)

Menurut Inge menjelaskan bahwa dia mengiyakan ketika melakukan story terdapat anak afganisme yang membalas story di instagram terutama story yang telah lewat atau mengupload ulang story yang pernah di upload sebelumnya dalam waktu yang berbeda. Menurut responden setiap saat terdapat anak -anak afganisme yang membalas di kolom komentar story tersebut dengan menanyakan *bun kapan lagi ya* , *“bun mau dong, “aduh kapan lagi si kayak gini”, “aduh kangen deh”, “aduh cakep banget si agan disini”*.



Gambar 3.7 Screenshot feed Instagram @nononrezo
(Postingan 29 Agustus 2019)

dengan caption : #simplifest @afgansyah.reza Terima Kasih
Cinta Afgan Live in Concert, Tasikmalaya 28 August 2019
Thank you so much for all the kindness, Agan (Komentar dari
akun ade_fadrianti : “ Wih mantab banget mak2 iniii...”.)

“Ada yang koment atau kadang-kadang mereka sering japri ke aku terus minta videonya, boleh ambil aja aku bilang. Jadi sering diminta sama mereka juga. Terus kadang-kadang kalau missal bisa lewat whatsapp aku lewat whatsapp kalau aku bilang ambil nge save sendiri dari ig save aja. Kan

kadang-kadang, ada aplikasi yang bisa save langsung kan. (Wawancara Inge, 16 November 2020)

Menurut Inge menjelaskan bahwa dia mengiyakan sering mendapatkan komentar dari teman-teman afganisme di feed Instagram pribadinya. Terkadang ada yang langsung meminta video milik responden dan responden tidak keberatan sama sekali, dan apabila dapat dikirim lewat whatsapp responden kirim kepada teman afganisme tersebut. Bahkan responden mengizinkan teman afganisme untuk menyimpan postingan tersebut dengan sendirinya melalui aplikasi.

Berdasarkan pengamatan peneliti di postingan tersebut dimana komentar orang dari postingan Inge tersebut dapat menggambarkan bahwa walaupun Inge telah memiliki anak, Inge tetap dapat merasakan nge fans ke seseorang.



Gambar 3.8 Screenshoot story Instagram@dyahkencanawati melakukan postingan empat kali berturut-turut

(Postingan 6 November 2020)

“Dengan caption : Gila kalian bangga aku tuh Kak yay dan agan.”

“Nah itu juga suka sering aku posting kan. Kayak apa si kayak pieces on basenya aja si kayak potongan-potongan aja tu aku suka posting di story kan supaya bisa liat , orang liat terus nanti ee juga dicantumin youtubenanya apa gitu,paling gitu si. Tapi itu perlu nulis caption itu perlu karena kadang orang gak liat juga baca dulu ya, ini apaan jadi emang kalau misalnya pasang doang itu gak jelas bingung juga.” (Wawancara Inge, 16 November 2020)

Keseluruhan responden Inge, Made, Devi menjelaskan bahwa postingan melalui story instagram seperti video yang ada di channel youtube Afgan dan melakukan story secara pieces on base dari satu video hingga dijadikan beberapa story. Selain itu adanya caption pada story Instagram menjadi hal terpenting dikarenakan agar orang lain yang melihat dapat tertarik dan mengerti inti dari postingan tersebut dengan disesuaikan isi dari postingan tersebut.

Berdasarkan pengamatan peneliti terhadap ketiga responden di Instagram di setiap *caption* responden , masing- masing responden memiliki cara yang berbeda untuk mengungkapkan hal yang dirasakan dengan dituangkan melalui *caption*.



Gambar 3.9 Screenshoot story Instagram

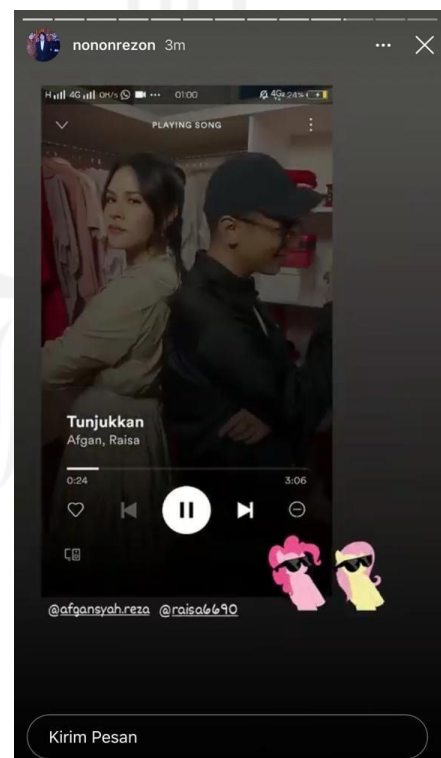
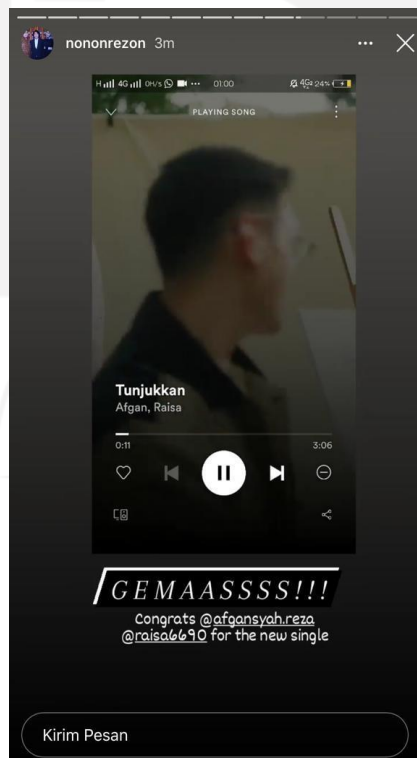
@farah_balweel dengan caption “Seru banget lagu barunya @afgansyah.reza @raisa6690

(Postingan 6 November 2020)

“Yang waktu itu video clip baru si, aku kan waktu itu pas jam 12 teng itu gak tau kenapa pingin nge posting lagu barunya itu dari spotify. Kan udah ada langsung video clip nya gitu kan.” (wawancara Devi, 13 November 2020)

Keseluruhan reponden Inge, Devi, Made menjelaskan saat single baru Afgan keluar bersama Raisa dengan judul lagu “Tunjukkan”, Responden melakukan story di instagram di waktu yang sama single tersebut keluar pada dini hari jam 12 malam atau mendekati jam tersebut melalui aplikasi musik spotify yang terdapat video clip didalamnya.

Peneliti dapat mengamati bahwa dengan perilaku para responden yang memiliki niat tengah malam untuk melakukan story ketika Afgan launching lagu dan responden seketika langsung memposting dapat terlihat bahwa ketiga responden menunggu Afgan untuk selalu mengeluarkan lagu baru dan bangga ketika mengupload lagu tersebut.



(story 1)

(story 2)

Gambar 3.10 Screenshoot story Instagram @nononrezo
(Postingan 6 November 2020)

Dengan caption: GEMAASSSS!!! Congrats @afgansyah.reza @raisa6690 for the new single (melakukan postingan berturut-turut sebanyak empat kali).

“Berapa kali ya aku story, dua kali deh. Oh gak – gak satu kali story tu tapi empat. Maksudnya dalam satu menit jadi panjang lagunya.” (Wawancara Inge, 16 November 2020)

Menurut Inge, Made menjelaskan bahwa tidak hanya melakukan update story single baru pada satu story, melainkan beberapa kali story dengan update yang berhubungan dengan story sebelumnya.

Peneliti melihat ketika responden melakukan update story kerap kali tidak hanya satu story namun terdapat story lanjutan yang saling berhubungan. Hal ini dapat diartikan bahwa responden merasakan kepuasan tersendiri ketika melakukan story lebih dari sekali.

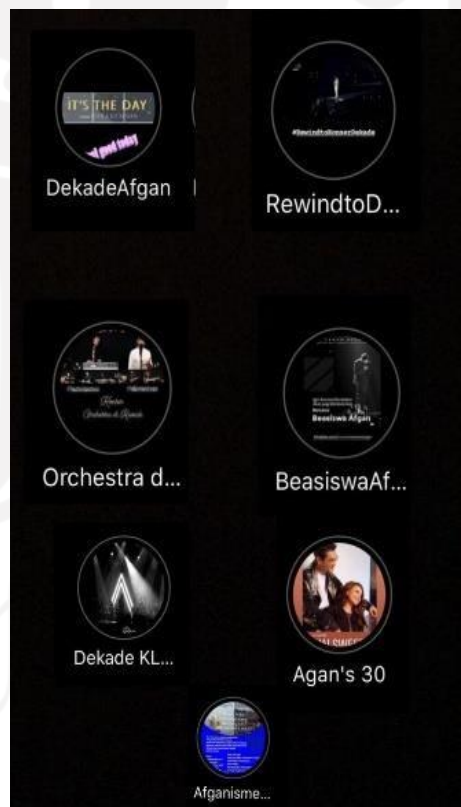


(story 1)

Gambar 3.11 Screenshoot highlight Instagram @dyahkencanawati
berjudul :Afgan. Dengan caption Sesuka itu lagunya
@afgansyah,reza@onestepforward.id
#rewindtokonserdekade”. Responden melakukan tiga kali
story berturut-turut.(discreenshoot pada tanggal 8 April
2021).

*“Pokoknya yang Afgan repost aku repost lagi .Pas Afgan repost story aku ,aku
repost lagi. Ya udah nikmatin aja yang aku upload yang Afgan repost itu aja
si.” (Wawancara Made,16 November 2020)*

Menurut Made menjelaskan bahwa saat melakukan story mengenai Afgan
kemudian Afgan melakukan repost story tersebut, Made melakukan repost ulang
sehingga terdapat story yang sama dimana satu story sebelum Afgan repost dan satu
story saat Afgan melakukan repost.



Gambar 3.12 Screenshoot highligt Instagram @nononrezon
*“Terus kalau story memang perlu karena itu juga aku taruk ke highlight
aku,ada di highlight-highlight aku kalau Denis liat aku juga banyak naruk
kegiatan-kegiatan sama Afgan disitu. Kegiatan – kegiatan bareng Afgan juga
aku taruk di highlight ig aku ,jadi itu bisa aku lakuin tahun berapa
ya..highlight kan baru ya” . (Wawancara Inge, 16 November 2020)*

Keseluruhan responden menjelaskan bahwa dalam melakukan story penting sebagai kenang-kenangan untuk membuat bermacam-macam highlight di Instagram tentang Afgan dengan cara memilih atau memisahkan sesuai kegiatan.

Berdasarkan pengamatan peneliti dari masing - masing highlight Instagram responden peneliti dapat melihat bahwa responden detail untuk mengkategorikan masing-masing highlight tentang Afgan berdasarkan kegiatan seperti konser, dan lain-lain.



Gambar 3.13 Screenshoot feed Instagram @dyahkencanawati (Postingan 11 April 2019)

“Dengan caption: 1) Akhirnya aku nyanyi bagian reff terakhir lagu ini (say im in heaven) dengan suara lucu dan aku senang banget bisa nyanyi lagu favorit aku yang dinyanyikan sama afgan. 2)Afgan minta para pengunjung nyanyi lagu dia dia dia sambil tepuk tangan dan super keren. 3) Nyanyi lagu panah asmara sambil lihat afgan @afgansyah.reza joget keren banget

dan kak yiyin @dewiandarini asik banget joget untuk lagu ini.

Mon map kok si mba yang didepan sambil joget itu kayaknya lebih gemesh liat agan deh. Have a nice day everyone”.

“Aduh keluarannya itu secara random kayak terlintas di kepala aja terus aduh kok bagus ya udah deh gue post. Ya udah deh aku tulis segala macam dengan hati yang gembira segala macam. Untuk itu bener-bener ya aku keluarin captionnya.”. (Wawancara Made, 16 November 2020)

Menurut Made menjelaskan bahwa ketika mengupload di feed Instagram dilakukan secara random. Seperti halnya tiba-tiba terlintas didalam benaknya bahwa foto tersebut bagus sehingga responden mengupload di feed Instagram. Responden menuliskan caption dengan perasaan yang senang untuk mengeluarkan sebuah caption.



Gambar 3.14 Screenshoot igtv Instagram @nononrezon
(Postingan 8 Mei 2020)

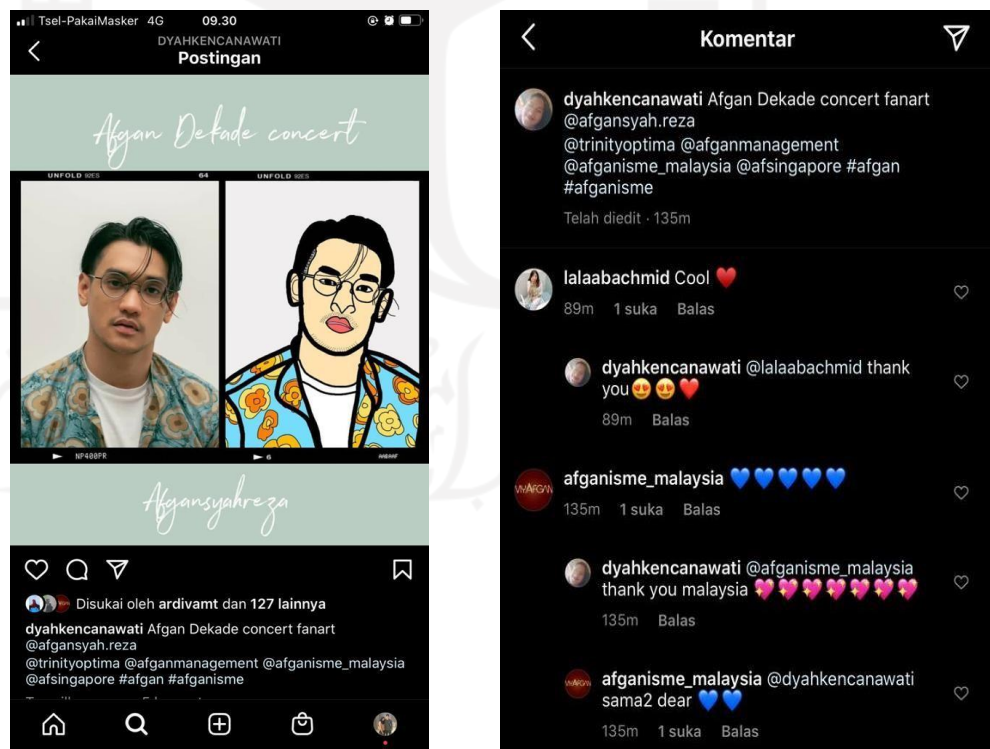
“Dengan caption: Bukan Cinta Biasa”

“Kalau missal story kan cuman 15 detik kan pendek-pendek iya kan,kayak gak enak gitu maksudnya nge story pendek-pendek gitu. Jadi aku biasanya kalau konser itu, kalau aku kalau orang yang pernah dateng konser bareng aku tu pasti tau banget aku orangnya sangat concern sama nge record. Jadi

aku bener-bener nge record gak gerak ,bener-bener aku pegang itu handphone itu tu kalau misalnya dia nyanyi Sembilan atau dua belas lagu aku tu bisa nge record enem. Aku nahan pegel gitu,sampai bener-bener enem itu satu lagu jadi full maksud aku enam lagi itu a ku record secara full. Nah nanti itu aku pilih aku posting di feed aku,biasanya aku posting di feed aku tu tiga. Coba kalau Denis liat nanti pasti ada.Postingan yang full satu lagu mungkin ada beberapa lagi, jadi bukan hanya cuman story story aja karena itu memang untuk memorable.” (Wawancara Inge, 16 November 2020)

Menurut Inge menjelaskan bahwa ketika melakukan story Instagram dimana Instagram hanya dapat melakukan story sepanjang 15 detik per postingan, responden merasakan ketidaknyamanan sehingga ketika menonton konser responden selalu melakukan record, contohnya ketika Afgan menyanyikan sembilan atau duabelas lagu responden dapat merecord sebanyak enam kali secara full lagu dari awal hingga akhir lagu. Setelah itu responden memilah videonya untuk melakukan upload di feed Instagram sebagai kenangan.

Berdasarkan penggalan kutipan Inge tersebut “ *Aku nahan pegel gitu*” dapat terlihat bahwa Inge memiliki kepuasan tersendiri ketika dapat berhasil *record* video Afgan ketika bernyanyi secara full satu lagu, dan lagu lainnya.



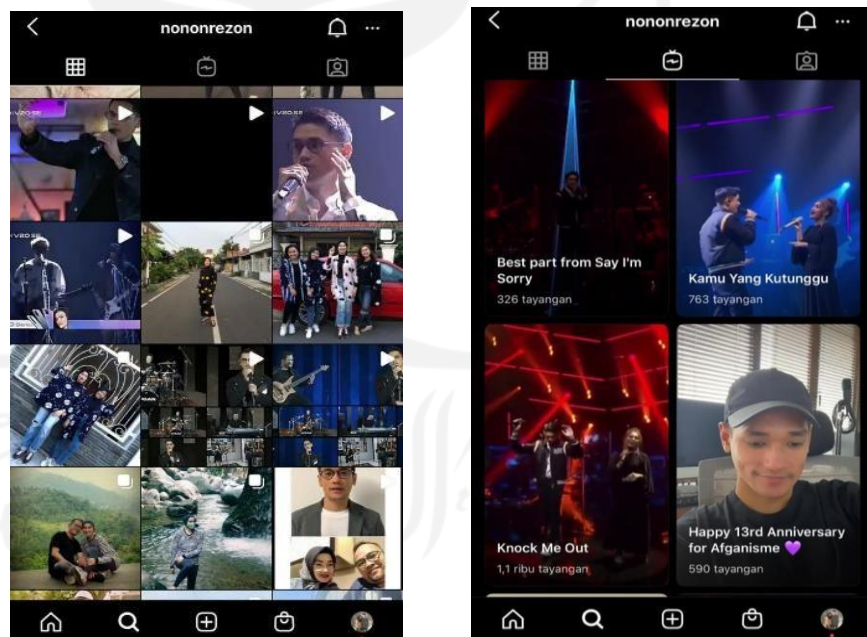
Gambar 3.15 Screenshot feed Instagram @dyahkencanawati (Postingan 25 September 2018)

dengan caption : “ Afgan Dekade concert fanart”
@afgansyah.reza @trinityoptima@afganmanagement
@afganisme_malaysia @afsingapore #afgan
#afganisme”

“Dengan komentar dari akun Instagram
@lalaabachmid “cool”. (discreenshoot pada tanggal
29 April 2021)

“Rasanya bagus banget lha, terus kayak rasanya ih gila si ini pada koment semua,padahal aku jarang ngasi koment di Instagram atau feed story orang lha.” (Wawancara Made,16 November 2020)

Menurut Made menjelaskan bahwa responden merasakan diapresiasi ketika karya yang dibuatnya dan di upload di Instagram terdapat teman afganisme yang berkomentar. Responden bercerita bahwa dia tidak sering berkomentar di kolom Instagram anak afganisme lainnya dan senang ternyata ada yang berkomentar dari karya yang dihasilkan responden.



Gambar 3.16 Screenshoot feed Instagram @nononrezon

(Sumber :Instagram)

Akun Instagram @nononrezon

“Kalau ig itu bener-bener hiburan kayak “Lu kalau mau tau gue,mau tau pribadi gue, lu liat aja ig gue”jadi semua itu bakal tau deh gue kayak apa, kayak gitu jadi lebih ke aktivitas aku bisa diliat di ig. Satu gak aku kunci

instagramnya yang kedua aku selalu menunjukkan kegiatan aku gitu, kayak misalnya aku jadi afganisme, itu kan aku liatin kan. Kan Denis gak bakal tau kalau gak dari instagram aku kan.” (Wawancara Inge, 16 November 2020)

Menurut Inge menjelaskan bahwa Instagram dapat dijadikan hiburan untuk menunjukkan kepada publik dengan aktivitas yang dilakukan seperti menjadi seorang afganisme. Seperti halnya responden memberikan contoh bahwa peneliti tidak akan mengetahui responden adalah afganisme apabila tidak melihat Instagram.



Gambar 3.17 Screenshot story Instagram @nononrezo
(Postingan 4 April 2021)

Dengan caption : M.I.A @afgan_

“temen-temen aku, bisnis aku, termasuk yang 50 persen adalah kehidupan fanbase aku. Kehidupan fanbase aku jadi aku gak pernah umpetin bahwa aku afganisme gak pernah. Memang aku tunjukin bahwa aku adalah afganisme.” (Wawancara Inge, 16 November 2020)

Menurut Inge menjelaskan bahwa 50 persen kehidupan di Instagram dengan menunjukkan bahwa responden merupakan afganisme dan kegiatan sebagai seorang fanbase.

Berdasarkan story Inge dengan anak Afganisme lain dapat terlihat yaitu teori mengenai fandom dimana Inge berteman dengan fandomnya yaitu Afganisme dan memiliki kedekatan.



Gambar 3.18 Screenshot feed Instagram @nononrezo
(postingan 23 Agustus 2019)

Dengan caption : Calling all afganisme Malaysia dan sekitarnya @afgansyah.reza will held #konsertinspirasi2019 5 October 2019 at High Convention Center Kuala Lumpur. And also special performance from Ka @sheilamajidofficial @missmajid

“Terus manajemennya sering mintatolong ke aku kalau pas dia lagi ada konser jadi buat jualan tiket gitu. Mintatolong dong non promoin. Jadi makanya aku jadi sering banget posting kayak kalau Denis perhatikan itu, kalau dulu-dulu aku misalnya post agan konser aja itu aku sampai naruh link pembelian tiketnya itu di ee di ig aku. Karena aku suka apa nolongin temen-temen afganisme kalau mau pesen tiket jadi bisa lewat aku, jadi aku

yang order ke loket.com ,tiket.com gitu kan. Jadi mereka transfer ke aku terus aku bantuin.” (Wawancara Inge, 16 November 2020)

Menurut Inge menjelaskan bahwa manajemen dari pihak Afgan sering meminta bantuan terhadap narasumber untuk membantu afganisme lain atau yang ingin membeli tiket konser Afgan dengan cara menjual tiket tersebut, atau membantu dalam hal melakukan promosi di Instagram seperti mencantumkan link pembelian tiket, atau membantu pembeli dengan melakukan orderan di aplikasi kemudian pembeli melakukan transfer ke responden.

Berdasarkan wawancara peneliti dengan Inge dan berdasarkan kutipan tersebut peneliti dapat melihat bahwa Inge memiliki kedekatan dengan management Afgan dan hal lain juga Inge yang suka membantu anak Afganisme lain ketika kesusahan memesan tiket konser. Hal lainnya terdapat penggunaan jejaring dimana responden menciptakan media dari media seperti mencantumkan link pembelian tiket konser. Dapat terlihat bahwa hubungan idola, fans, media, dan tindakan responden terlihat.



Gambar 3.19 Screenshoot feed Instagram@nononrezon
(Postingan 10 Juli 2019)

Dengan caption : Konser ‘DEKADE’ AFGAN 2019
Jumat,9 Agustus 2019 | Pukul 19.00 WIB Istora Senayan

@afgansyah.reza

Guest star :

Dipha Barus,rendy Pandugo,Marion Jola

Kelas tiket :

Diamond Reserve : Rp. 5.510.000

Diamond : Rp. 3.310.000

Platinum : Rp. 1.660.000

Gold : Rp. 945.000

Festival : Rp.275.000

Silver : Rp. 505.000

(Harga sudah termasuk ppn 10%)

Untuk pemesanan, silahkan kirimkan data diri (nama,no hp,email) serta jenis tiket yang mau dipesan ke nomer ini: 0812 1213 5582

Atau kirim DM ke saya,dan WA 082114602150

“Banner maksudnya banner tu missal banner promo.Konser DEKADE itu kan ada banner promonya kan,yaitu ,itu suka aku pasang tu di feed atau story aku.Terus kalau misalnya kitabisa.com itu yang aku pasang misalnya capture an dari kitabisa.com nya kayak gitu. Itu aku pasang.”(Wawancara Inge,16 November 2020)

Menurut Inge menjelaskan untuk melakukan promosi tersebut dengan memposting banner yang didalamnya terdapat informasi mengenai hal yang dipromosikan di story maupun feed Instagram

“ dia bilang ih kapan si aku diliat?mm entaran pasti kamu diliat kok dijamin,kayak gimana-gimana bulan maret semoga story kita diliat atau dm massage diliat sama agan dan omongan dia bener. Aku kenapa pas bulan mei si ngerasa gimana gitu,bentar aku kirim bulan mei ya.”

Menurut Made menjelaskan bahwa terdapat temannya yang melakukan komentar di direct message dengan membalas story Made.Teman afganisme tersebut mempertanyakan kapan dirinya dilihat storynya dengan Afgansyah Reza. Dimana story Made tersebut memperlihatkan ketika Afgansyah Reza melihat story Made. (Wawancara Made,16 November 2020)



Gambar 3.20 Screenshot feed Instagram@farah_balweel
(postingan 31 Desember 2019)

dengan caption : “Terbaik di tahun ini, Semoga bisa berjumpa kembali di tahun depan.”

Komentar dari akun Instagram @luluawaliyah_ Kangen banget nonton langsung.” (discreenshot pada tanggal 29 April 2021).

“Ada si ,ada yang biasa koment yang biasa nonton konser Afgan,ada yang udah lama jarang-jarang gitu udah lama gak nonton Afgan “Ih kangen Afgan,kangen Afgan”. Gitu -gitu si biasanya yang udah lama gak ketemu.”
(Wawancara Devi,13 November 2020)

Menurut Devi menjelaskan bahwa saat memposting di feed Instagram terdapat komentar dari anak afganisme lain yang telah lama tidak menonton Afgan secara langsung kemudian berkomentar di kolom instagramnya dengan mengatakan bahwa anak afganisme tersebut kangen Afgan.

Berdasarkan pengamatan peneliti terhadap komentar tersebut dapat terlihat bahwa teman afganisme Devi merindukan nonton Afgan secara langsung setelah melihat postingan Devi. Hal ini dapat dilihat bahwa media dapat menjadi jembatan para fans untuk berinteraksi

B. Fanatisme di Dunia Offline



Gambar 3.21 Screenshot feed instagram @nononrezon

(Postingan 8 Oktober 2019, Konser KL 5 Oktober 2019)

“Kalau lagi banyak Afgannya,kadang-kadang wedding aja aku bisa datang.Kan dia suka ngasi tau, kan wedding private event gitu,tapi aku pernah bisa datang gitu beberapa kali gitu. Terus ya lumayan dulu kan dia sering banyak kan di Jakarta, Bandung, terus ke Tasik, dia konser di Tasik di Bandung aku datang. Kemana deh aku sering kemana-mana deh dulu yang pasti kuala lumpur sama Singapore itu aku pasti selalu datang. Soalnya kayak lebih mewakili aja dia kayak seneng aja kalau ada yang dari Jakarta atau Indonesia yang datang pas konser dia di..karena seperti hal nya dia seneng kalau missal konser di Malaysia yang dari Brunei dari brunei ,Malaysia, Singapore datang.” (Wawancara Inge,16 November 2020)

Menurut Inge menjelaskan bahwa sebelum pandemi beberapa kali ada acara pernikahan yang mengundang Afgan, Inge mempunyai akses untuk dapat hadir ke pernikahan privat event tersebut. Selain hal tersenut ketika Afgan melaksanakan konser atau tampil di sebuah acara di beberapa kota seperti Jakarta, Bandung, Tasik, Kuala Lumpur, Singapura, responden selalu hadir dikarenakan menurut responden dapat merasakan kesenangan seperti dapat mewakili afganisme yang dari Indonesia atau Jakarta dapat hadir diluar kota maupun diluar negeri.

“Aneh banget terus tepuk tangannya cuman bisa pakai klakson. Jadi pas kita tepuk kita klaksonin.Terus matikan lampu,iya itu si new experience literally experience si buat kita semua. Baik buat Afgan maupun buat penonton di Indonesia. Itu pasti semua punya experience, cuman masih belum puas deh ya. Seneng si bisa ngeliat dia,suaranya tu keluar dari radio ,bayangin jadi kita dengerin Afgan nyanyi tapi tu keluarnya sebenarnya di radio. Jadi beberapa saluran radio itu memang kerjasama sama konser itu live radio itu live acara itu. Jadi yang gak punya tiketnya itu gak bakal bisa denger radio itu isinya iklan aja. Nah terus kita nonton live itu seperti di radio jadi bagus enggaknya tergantung radio kita dong.” (Wawancara Inge,16 November 2020)

Menurut Inge menjelaskan bahwa dengan menonton konser di dalam mobil dan menggantikan tepuk tangan dengan suara klakson merupakan *new experience* sebagai fans walaupun *first time* responden merasakan keanehan. Responden belum merasakan kepuasan dikarenakan suaranya keluar dari saluran radio yang bekerjasama dengan konser tersebut dan menjelaskan bahwa hanya yang mempunyai tiket yang dapat mendengarkan konser tersebut bagi yang tidak mempunyai tiket suara radio hanya iklan. Sehingga responden senang dapat melihat Afgan dari dalam mobil saat konser dan kurangpuas dikarenakan suara radio baik atau tidaknya ditentukan dari radio masing-masing.

Peneliti memiliki kekaguman terhadap Inge yang dapat merasakan menonton konser di mobil. Selama responden bercerita peneliti dapat melihat bagaimana Inge benar – benar merasakan *new experience* yang sebelumnya belum pernah dirasakannya.



**Gambar 3.22 Screenshoot highlight instagram berjudul
“DekadeAfgan”@nononrezon**

*“Iya waktu konser Dekade itu agak susah ketemunya. Semua ya. Aku bisa ketemu karena aku dapat itu aku dapat backstage pass makanya aku bisa masuk, jadi yang lain diluar gak bisa masuk. Aku gak berdaya karena kan gak bisa aku ajak karena backstage pass nya cuman satu. Jadi ya udah yang lain tu penuh banget nunggu, ya Afgan tu waktu itu capek banget dan tamunya di ruangan jadi dia gak bisa keluar nemuin kalian semua karena dia mau pulang ke mobil sempet ada yang nunggu katanya beberapa orang di mobil. Tapi aku udah ketemu di backstage ngobrol 10 menit terus aku keluar.”
(Wawancara Inge, 16 November 2020)*

Menurut Inge menjelaskan bahwa ketika konser Dekade afganisme yang lain mengalami kesulitan untuk menemui Afgan. Responden menceritakan bahwa dia dapat bertemu Afgan di belakang panggung dikarenakan memiliki *backstage pass* yang hanya terdapat satu sehingga responden tidak dapat mengajak afganisme lainnya. Responden berbicara dengan Afgan 10 menit kemudian keluar dari *backstage* . Menurut responden saat itu yang menunggu Afgan banyak , namun dikarenakan Afgan kelelahan dan tamu Afgan banyak diruangan sehingga Afgan

tidak dapat menemui yang lainnya. Sebelumnya terdapat juga Afganisme yang menunggu di depan mobil.

“Nganterin mangga, akhir oktober kali ya, akhir oktober. Nganterin mangga, itu terakhir di apartement ketemu di lobby. Aku sering si, maksudnya aku suka ketemu diluar karena aku sekarang sama temen-temennya juga lumayan dekat.” (Wawancara Inge, 16 November 2020)

Narasumber Inge menjelaskan bahwa narasumber pernah mengantarkan mangga untuk Afgan ke Apartement yang Afgan tinggalkan dengan bertemu Afgan di lobby.

Peneliti tertarik ketika Inge bercerita dapat mengantarkan mangga ke Apartement Afgan dimana hal ini akan sulit dirasakan para fans yang lain. Peneliti dapat melihat bagaimana kedekatan Inge dengan idolanya yaitu Afgan dan kedekatan Inge dengan teman – teman Afgan dari penggalan kutipan *“karena aku sekarang sama temen-temennya juga lumayan dekat.”*

“Ada si bener-bener bagus banget, bener-bener bagus banget. Sampai pas beberapa hari kemudian ditanyain kan sama orangtua kan mamaku kan, ”kok kamu muterin lagu ini si terus-terusan gak bosan?” terus aku bilang gak bosan lha ngapain yang penting kan happy. Bener-bener happy banget kayak nungguin lagu makin lama kok ini lagu makin enak didenger. Bisa joget lha bisa dijadikan tiktok lha bagus banget si.” (Wawancara Made, 16 November 2020)

Menurut Made menjelaskan bahwa responden mengiyakan ketika mendengarkan lagu baru Afgan dan Raisa dengan judul “Tunjukkan” responden selalu memutar lagu tersebut setiap hari dengan mendengarkan terus menerus lagu tersebut. Responden menceritakan setelah beberapa hari orangtua responden yaitu ibunya bertanya mengenai mengapa responden memutar lagu tersebut secara terus menerus. Hal lain, ibu responden juga menanyakan apakah responden tidak merasakan kebosanan ketika memutar lagu tersebut secara terus-menerus. Responden merespon ibunya dengan mengatakan bahwa responden tidak merasakan kebosanan sama sekali ketika memutar lagu tersebut dikarenakan responden senang bahwa semakin lama lagu tersebut semakin nyaman untuk didengar dan dapat dijadikan konten joget di tiktok.



Gambar 3.23 Album Dyah Kencanawati

Itu zaman aku smp. Umur berapa ya aku lupa pokok itu jaman-jaman aku SMP ,dari situ ngikutin terus, terus kayak dengerin lagu-lagunya terus kayak beli album-album kayak gitu.(Wawancara Devi 9 Februari 2021)

Menurut ketiga responden Devi,Inge,Made responden mempunyai album Afgan.Seperti responden Devi yang membeli album Afgan sejak dirinya masih SMP.

Berdasarkan pengamatan peneliti di Instagram mengenai koleksi album para responden dapat terlihat bahwa responden mendukung karya fisik Afgan dengan mempunyai album Afgan secara offline.

“Hari-hari biasa juga biasanya dipakai si kemana-kemana. Lumayan bisa dipakai juga kan , jadi ee apa gak hanya di konser doang. Jadi kemana-mana juga dipakai.”(Wawancara Devi, 9 Februari 2021)

Menurut Devi menjelaskan bahwa bukan hanya ketika menonton konser DEKADE Afgan yang menggunakan tas Dekade namun ketika hari biasanya responden juga menggunakan tas tersebut ketika bepergian.

Peneliti dapat merasakan bagaimana Devi bukan hanya menunjukkan bahwa responden merupakan afganisme ketika berada di lingkungan konser atau hal tentang Afgan namun Devi juga menunjukkan fanatismenya melalui menggunakan tas tentang Afgan diluar lingkungan tentang Afgan.

“oh ,,itu biasanya kalau ada event si aku suka pakai,kalau anniv kayak gitu-gitu pasti dipakai si. Waktu pas konser juga sempet dipakai tapi cuman gak kelihatan gitu si. Waktu itu di tas deh di tas afganismenya . Jadi gak kelihatan jelas gitu.””(Wawancara Devi, 9 Februari 2021)

Menurut Devi menjelaskan bahwa menggunakan pin tentang Afgan ketika sedang ada acara *event* afganisme. Seperti halnya ketika konser menggunakan pin tersebut dengan menaruh pin tersebut di tas afgansime namun tidak terlalu kelihatan pin tersebut.



Gambar 3.24 Merchandise kipas Inge

“Aku bikin sendiri kipasnya, dak tau dibikin waktu itu sama Sofie. Aku bikin, eh jadi aku bawa pas aku lagi lupa lagi nonton dia dimana, terus aku nonton bawa kipas di aitu. Terus aku kasi ke dia. Soalnya kipasnya itu ada gambarnya Naema sama Kela.” (Wawancara Inge 9 Februari 2021)

Menurut Inge menjelaskan bahwa didalam kamarnya terdapat tempat kipas dimana terdapat juga kipas mengenai Afgan. Responden memiliki kipas mengenai Afgan ketika dibikin dengan anak afganisme bernama Sofie. Kipas tersebut responden bawa ketika bertemu di acara anniversary afganisme ke 9. Kipas tersebut kemudian sebagian diberikan ke Afgan dikarenakan terdapat gambar keponakan Afgan juga bernama Naema dan Kela.

“Aku pakai, ada aku pakai buat olahraga soalnya kaos lengan panjang gitu kan. kayak gini lha warna abu-abu.” (Wawancara Inge 9 Februari 2021)

Menurut Inge menjelaskan bahwa Inge membuat kaos lengan panjang dengan tulisan album baru Afgan bernama DEKADE. Responden menceritakan bahwa seharusnya kaos tersebut dipakai ketika konser, namun responden lupa tetapi responden menggunakan kaos tersebut ketika berolahraga.

Peneliti tertarik dengan cerita Inge dimana bukan hanya memiliki merchandise Afgan dengan membeli dan lain – lain namun responden juga membuat kaos sendiri tentang Afgan. Hal ini dapat terlihat seseorang yang nge fans dengan idolanya salah satunya membuat kaos tentang idolanya.



Gambar 3.25 Merchandise tumbler Inge

“Ditaruk di laci aku,tapi sering aku pakai buat bikin minuman, kalau aku pergi ke mana selalu aku bawa.”(Wawancara Inge 9 Februari 2021)

Menurut Inge menjelaskan bahwa responden selalu menggunakan tumbler yang ada gambar Afgan selain menaruh tumbler tersebut didalam laci, responden sering menggunakan tumbler tersebut untuk minuman dan dibawa pergi ketika keluar rumah.



Gambar 3.26 Foto Inge dan Afgan di e-money

“Sering si, busway, naik busway sama MRT tu,itu orangnya mbak-mbaknya atau mas-masnya suka nanya “Bu,eh mbak itu kok kayak fotonya Afgan si?” iya memang Afgan , terus dia “boleh liat gak bu ?” “Kok bisa si bu?” iya dong bisa dong.Beberapa kali ditanya lebih dari 10 kali,kali.terutama busway tu, busway sama MRT.Dulu MRT 2 kali ditanya, terus busway tu paling sering mbak-mbak busway tu suka kepo dulu,gitu.(Wawancara Inge 9 Februari 2021)

Menurut Inge menjelaskan bahwa responden memiliki e- money bergambar Afgan dan responden ketika foto berdua. Responden menceritakan ketika menggunakan busway ataupun MRT responden kerap kali mendapatkan pertanyaan-pertanyaan dari petugas seperti petugas menanyakan apa benar foto di e money tersebut foto Afgan, Selain itu petugas menanyakan gimana caranya responden dapat berfoto dengan Afgan. Responden menyatakan bahwa sering mendapatkan pertanyaan dari busway dan dua kali ketika naik MRT, responden mengatakan lebih dari sepuluh kali mendapatkan pertanyaan seeperti itu.

Selama wawancara berlangsung ketika membahas e- money peneliti dan responden saling bertukar senyum selama responden menceritakan kejadian unik apa saja yang ditemui selama menggunakan kartu e-money bergambar Afgan.

“Kayak temen si paling,akhirnya bisa nonton Afgan lagi ya kayak gitu-gitu si. Kayak ikut seneng si akhirnya lu bisa nonton Afgan lagi ya,maksudnya selama ini kan kayak temen jadi tempat cerita doang gitu kayak misal pingin nonton lagi. Terus pas tau mau nonton dia ikut seneng juga si.” (Wawancara Devi,13 November 2020)

Menurut Devi menjelaskan bahwa ketika temannya memujinya saat mengatakan ikut Bahagia saat Devi dapat menonton Konser Afgan dikarenakan sebelumnya sebagai tempat untuk bercerita mengenai Afgan.

“Waktu di DEKADE masih mending karena di DEKADE di closing lagi sama terimakasih cinta. Nah kalau di live biasa kayak di mall-mall, atau di acara pensi atau dimana panah asmara kan terakhir,itu selalu bikin kenangan kita itu kayak semua afganisme maju ke depan, terus kita loncat-loncat bareng aduh itu seru banget, seru banget. Kita yang gak kenal jadi kenal ya disitu.” (Wawancara Inge ,16 November 2020)

Menurut Inge menjelaskan bahwa saat menonton Afgan di acara pentas seni atau mall dan ditutup dengan lagu Panah Asmara anak afganisme selalu maju paling depan untuk loncat bersama dan yang awalnya tidak kenal dapat kenal di tempat tersebut

Pengalaman narasumber Inge dirasakan dengan narasumber Devi dimana terdapat kesamaan saat menonton Afgan secara live dapat bertemu teman Afganisme yang baru.Namun terdapat beberapa sedikit perbedaan seperti halnya kutipan di bawah ini



Gambar 3.27 Screenshot feed instagram akun Instagram @farah_balweel

“Ada si,pas konser tu kayak lepas banget gak si. Kayak sama yang lain bener-bener nyanyi bareng, gitu-gitu kan, Yang biasanya kita nyanyi di

rumah di kamar doang terus kayak ketemu sama afganisme tu udah kayak kenal lama gitu gak si ya udah kita nyanyi bareng seru banget gak si. Dikelilingi sama teman teman yang biasanya kita gak ketemu terus ketemu. Nyanyi bareng kayak gitu-gitu.” (Wawancara Devi, 13 November 2020)

Menurut Devi menjelaskan bahwa saat menonton Afgan konser narasumber merasakan kebebasan dengan bernyanyi bersama-sama anak Afganisme lainnya. Narasumber merasakan kebahagiaan saat dikelilingi anak Afganisme lainnya dimana sebelumnya yang jarang atau belum pernah bertemu dengan anak Afganisme sebelumnya, narasumber dapat merasakan seperti telah berkenalan lama sehingga tidak ada kecanggungan.

Peneliti dapat melihat Devi yang memiliki kedekatan dengan teman afganisme lain ketika menonton konser Afgan di Jakarta dengan postingan foto tersebut. Hal lainnya dapat dilihat energi positif afganisme lain ketika Devi mengatakan senang dikelilingi anak afganisme lain ketika menonton konser yang belum pernah bertemu sebelumnya.



Gambar 3.28 Screenshot highlight Instagram @nononrezon berjudul “DekadeKL31118 (discreenshot pada tanggal 6 Mei 2021)

“Iya, ketemu sama siapa itu namanya Reya Abdhilla dari Filiphine ya, ketemu pas DEKADE ketemu, sama beberapa orang yang dari Malaysia juga ketemu, udah sering ketemu terus ee Afgan konser di Malaysia aku juga temuin mereka, terus ee Afgan konser di Jakarta mereka juga nemuin aku, yang di Filiphine juga baru sekali ketemu waktu DEKADE.” (Wawancara Inge 9 Februari 2021)

Menurut Inge menjelaskan bahwa responden mengiyakan bahwa bertemu dengan afganisme lain yang dari luar negeri. Seperti halnya afganisme dari Filiphine bernama Reya Abdhilla. Selain itu responden menceritakan ketika menonton konser Afgan di Malaysia responden juga bertemu dengan afganisme dari Malaysia. Ketika Afgan konser di Jakarta afganisme luar negeri yang bergantian menemui responden.



Gambar 3.29 Tulisan dan tandatangan Afgan milik Devi

“Ada, waktu itu sempet ada teman yang nonton Afgan, terus aku suka iseng gitu kayak ee nitip dong nitip dong nitip tulisan apa kek gitu. Nitip tulisan apa aja, terus ee pernah waktu itu mau ujian deh, eh iya mau ujian kuliah semester 4 apa 5 gitu, terus temen aku tu, aku bilang nitip dong. Temen aku tu mau nonton konser afgan deh kalau gak salah apa ketemu.” (Wawancara Devi 9 Februari 2021)

Menurut Devi menjelaskan bahwa terdapat tempelan kertas di kamarnya mengenai Afgan. Responden menceritakan bahwa ketika responden kuliah semester empat atau semester lima pernah meminta ke afganisme lainnya untuk menitip tulisan dengan tandatangan Afgan di dalamnya ketika teman responden menonton konser Afgan.

“Jadi ini si kayak buat memoryable gitu. Gue pernah ni nonton konser ini, pernah nonton konser ini, kayak gitu-gitu si. Terus pernah ketemu afganisme siapa kayak gitu kan. Ada juga waktu konser ada afganisme yang Jakarta tu udah lama kayak pingin ketemu udah janjiin segala macam, gak bisa akbirnya pas di konser itu janjiin juga.” (Wawancara Devi, 13 November 2020)

Menurut Devi menjelaskan bahwa saat menonton konser selain dapat bertemu afgangisme dari kota mana saja, konser dapat menjadi jembatan untuk Devi menjalin hubungan dengan afgangisme lain dengan cara janji untuk bertemu di konser.

Kutipan Devi tersebut dapat diartikan sesuai dengan salah satu bagian dari teori dasar awal fanatisme salah satunya interaksi sosial. Devi dapat menjadikan konser sebagai ajang silaturahmi dengan membuat janji afgangisme lain untuk bertemu ketika di konser.

Temuan penelitian di atas ditemukan bahwa ketika di online pada bentuk fanatisme secara eksternal bahwa ketiga responden yaitu Inge, Made, dan Devi ketika melakukan kegiatan postingan dengan melakukan story terhadap video di channel Youtube Afgan secara pieces, on base dengan mencantumkan caption agar dapat menarik perhatian dan dapat memahami sebagai pembaca. Selain hal tersebut ketiga responden melakukan story pukul 12 malam ketika Afgan launching lagu baru melalui aplikasi *spotify* dan di upload di story Instagram. Ketiga responden tersebut juga memasukkan story di highlight Instagram dengan memilih atau memisah sesuai kegiatan untuk dijadikan beberapa highlight.

Responden Inge, dan Made bukan hanya melakukan story pieces on base melainkan melakukan story seperti single lagu baru Afgan dengan update beberapa story yang berkelanjutan atau berhubungan dengan story sebelumnya. Hal lainnya responden Inge sering mendapatkan komentar ketika melakukan story dan pengikutnya sering kali meminta video atau postingan yang di upload Inge. Responden Inge juga melakukan kegiatan di feed instagram dengan mengupload video versi full Afgan ketika nyanyi dikarenakan Inge terkadang tidak puas ketika melakukan story di instagram yang terpotong-potong. Kemudian responden Made pernah melakukan *re-post* story ketika Made melakukan story dengan menetag Afgan, kemudian Afgan *re-post* story Made kemudian Made *re-post* storynya Kembali. Kemudian terdapat satu responden yaitu Made yang merasa diapresiasi ketika karya yang dibuatnya dan di posting di feed Instagram di komentari dengan anak afgangisme.

Hal lainnya secara online responden Inge yang tidak melakukan private di akun Instagram pribadinya dimana 50% kegiatan fanbase agar afgangisme suatu waktu dapat berinteraksi dan mengetahui Inge seorang afgangisme. Kemudian ketika Inge membantu Afganisme yang kesulitan ketika membeli tiket konser Afgan dan

Inge membantunya dengan melakukan postingan di Instagram seperti mencantumkan banner dan Inge bersedia membantu memesan tiket. Berbeda halnya dengan kedua responden lain seperti responden Made dimana temannya membalas storynya tentang story yang dilihat Afgan, sedangkan responden Devi yang mendapatkan komentar dari anak afganisme di feed Instagram tentang anak afganisme tersebut mengomentari kangen afgan, dan lama tidak menonton konser.

Temuan penelitian di atas ditemukan bahwa ketika di offline pada bentuk fanatisme secara eksternal bahwa terdapat dua responden yang peneliti temukan. Responden Inge yang melakukan aktivitasnya dengan sering hadir di acara *private wedding* yang Afgan hadir sebagai bintang tamu. Selain hal tersebut Inge sering hadir di acara konser Afgan di beberapa kota, beberapa negara dikarenakan hal ini membuat Inge senang dan dapat mewakili afganisme lain yang tidak dapat hadir. Inge juga memiliki kegiatan yang tidak dimiliki dengan responden lain yaitu pengalaman experience menonton konser Afgan di dalam mobil, menemui Afgan ketika konser Dekade di backstage dikarenakan memiliki *backstage pass*, dan mengantarkan mangga ke Apartement Afgan. Berbeda halnya dengan kegiatan responden Made yang sering ditanya orangtuanya mengapa tidak bosan mengenai kegiatannya yang kerap kali memutar lagu Afgan, namun Made tetap senang dikarenakan lagu tersebut semakin lama enak didengar.

Hal lainnya secara offline seperti responden Devi yang menggunakan tas ketika menonton konser Afgan dan ketika bepergian diluar event Afgan, menggunakan pin ketika kegiatan event afgan atau afganisme seperti menempelkan pin tersebut di tas. Responden lain yaitu Inge memiliki hal yang berbeda seperti membawa kipas ke event Afgan yang dihadiahkan ke Inge dari teman afganismenya, bergambarkan Afgan kemudian beberapa kipas tersebut diberikan ke Afgan. Selanjutnya Inge membuat kaos lengan panjang bertuliskan "DEKADE" untuk berolahraga, memiliki tumbler Afgan untuk minum ketika bepergian ke luar rumah, memiliki *e-money* bergambar Afgan dan sering ditanya petugas busway, MRT berkali-kali mengenai hal kenapa Inge dapat berfoto dengan Afgan, dan apa orang difoto tersebut Afgan. Terdapat kemiripan ketika responden Inge dan Devi menonton konser ketika berinteraksi dengan afganisme lain, namun terdapat perbedaan yaitu responden Inge yang maju paling depan ketika Afgan menyanyikan lagu panah asmara dan merasakan interaksi dengan afganisme lain yang awalnya tidak kenal menjadi kenal. Sedangkan Devi yang ketika bertemu Afganisme di konser yang tidak

sering atau belum pernah bertemu sebelumnya Devi merasakan seperti telah kenal lama, dan tidak canggung. dan menambah teman. Responden Devi juga merasakan terjadinya interaksi Devi dan temannya saat temannya memujinya ketika Devi dapat menonton Afgan. Hal lainnya Devi terdapat tempelan kertas di kamarnya bertandatangan afgan , sehingga Devi merasakan menonton konser dapat menjadi jembatan untuk menjalin hubungan dengan afganisme lain dan janji di konser

Pendapat ketiga responden tersebut menunjukkan bahwa salah satu bentuk-bentuk fanatisme yaitu eksternal, dimana fans menunjukkan aktivitas atau perilaku keterlibatan dirinya dengan menghasilkan apa yang menjadi kesenangan. Jenis perilaku tersebut berdasarkan fanatismenya. (Thorne dan Bruner dalam Putri,dkk dalam Situmorang,2020

C.Ciri Eksistensi

Peneliti memilih ciri eksistensi untuk temuan penelitian ini berdasarkan temuan yang didapatkan. Peneliti menemukan temuan dimana salah satu bagian yang terdapat di ciri eksistensi sesuai dengan responden yaitu kesadaran akan kekuatan visi dan misi pribadi.

1. Kesadaran akan kekuatan Visi dan Misi Pribadi

Eksistensi di Dunia Online



Gambar 3.30 Screenshot feed Instagram @nononrezon

Dengan caption : Innalillahi wa inna illahi rojiuun.. Turut brduka cita yang sedalam dalamnya untuk saudara2 kita yang menjadi korban tsunami di Pandeglang, Serang, Lampung dan sekitarnya.

Semoga selalu dikuatkan dan diberi keikhlasan..Yuk kita ulurkan tangan untuk membantu baik dalam bentuk uang maupun pakaian,makanan kering, selimut, pakaian bayi dll yang insyaa allah akan kami salurkan melalui ACT.

Bantuan kalian sangat berarti,dan semoga segala Langkah kebaikan apapun diganti pahala berlipat oleh Allah SWT.

#afganismepeduli

#mariberbagi

#tsunamiselatsunda

“Pokoknya dua bencana alam yang besar itu,terus aku bilang kemandangannya Afgan, aku bilang aku mau ngadain ini apa namanya sumbangan , afganisme peduli.Oh..managementnya support banget makanyaitu aku bilang sebenarnya management nya terbantu kalau ada kita fans nyayang bisa ngasi ide mm..bagus gitu..” (Wawancara Inge,16 November 2020)

“Jadi aku minta bantuan untuk afganisme id untuk bantu nge post-nge post dan kita galang dana buka rekening , termasuk Afgan nyumbang lumayan banyak, alhamdulillah.” (Wawancara Inge,16 November 2020)

Menurut Inge menjelaskan bahwa dia memberikan ide kepada pihak management Afgan untuk mengadakan sumbangan terhadap korban bencana tsunami dan diberi nama “Afganisme Peduli”. Selain melakukan postingan di akun pribadi Inge mengenai galang dana dan informasi nomor rekening Inge juga meminta bantuan ke Afganisme Id untuk membantu share postingannya.

Peneliti melihat pada kutipan dan poster tersebut dimana responden menciptakan media dalam media. Hal ini menarik dikarenakan ketika Inge melakukan share poster bantuan bencana melalui media sosial Instagram dan

terdapat salah satu nomor kontak Whatsapp Inge dimana Whatsapp termasuk media komunikasi dan kontak tersebut digunakan ketika para penyumbang atau anak afganisme berkeinginan berinteraksi lebih lanjut mengenai sumbangan dana.

B. Eksistensi di Dunia Offline



Gambar 3.31 Foto album bertandatangan Afegan milik Dyah

Dikirim melalui whatsapp Made (pada tanggal 6 Mei 2021)

“Aku yang inisiatif sendiri terus tak panggil panggil”Agan agan bawa ini”aku bawa ini terus dia liat aku dia ambil, dia manggil orang minjem spidol”minjem spidol dong”ini ini ni. Tandatangan terus ngapain ya aku bawa dua yang satu ada si cuman aku lupa tak bawa pas Februari itu. Nah sempet gitu”(Wawancara Made, 16 November 2020)

Menurut Made menjelaskan saat menonton Afegan di Bali Made membawa album Afegan untuk ditandatangani saat Afegan berada di atas panggung. Made memanggil Afegan hingga Afegan melihat Made yang membawa dua album Afegan , dan Afegan memanggil orang untuk meminjam spidol untuk ditandatangani.

Selama proses wawancara berlangsung peneliti dapat menggambarkan ekspresi Made yang bersemangat ketika mengulang cerita tentang ke inisiatifnya memanggil Afegan ketika menonton Afegan bernyanyi secara langsung untuk mendapatkan tandatangan Afegan.



Gambar 3.32 Screenshot feed instagram @nononrezon

“Terus akhirnya bulan apa ya bulan mei kita sempet ngadain ulangtahun ,Cuma ngasi kado aja si buat ulangtahun,63 orang. Hubungin-hubungin kayak gitu terus ya udah ngasi cake buat dia,ngasi kado . Waktu itu kebetulan aku yang di mintatolong buat ngasi ke apartement nya. Terus waktu itu adalah perbicaraan untuk ngadain ayo dong adain virtual”. (Wawancara Inge,16 November 2020)

Menurut Inge menjelaskan bahwa ketika Afgan berulangtahun pada tahun 2020 beberapa afganisme memberikan kue ulangtahun sebanyak 63 orang afganisme setelah dihubungin. Responden menjadi perwakilan dari 63 orang tersebut untuk mengantarkan ke apartement Afgan secara langsung. Kemudian responden dan pihak lain kemudian berbicara mengenai pengadaan virtual zoom bersama afganisme.

Berdasarkan kutipan tersebut menarik peneliti bahwa Inge menjadi orang kepercayaan afganisme lain untuk menjadi perantara memberikan kue ke tempat tinggal Afgan dimana peneliti dapat melihat Inge yang juga memiliki kedekatan yang erat dengan Afgan. Hal ini juga sesuai dengan konsep “ *The Presentation of self*” dimana ketika mengantarkan kue termasuk panggung depan dimana Inge menunjukkan apa yang ingin dicapai.

“Gak terlau kedengaran gitu kan suaranya, terus alhamdulillah pas hari H kita apa si namanya akhirnya bisa tu ngumpulin anak-anak Afagnismenya pada sibukkan. Terus kita bikin kayak kecil-kecil an lah kue ulangtahun,terus akhirnya pas itu untungnya Afgan mau konser di Bandung kalo gak salah.

terus akhirnya kita sempet video call an si sebentar gak terlalu lama. Diperjalanan juga kalau gak salah waktu itu Afgannya .” (Wawancara Devi, 13 November 2020)

Menurut Devi menjelaskan bahwa ketika anniversary afganisme yang ke 9 tahun, Devi dan rekannya berhasil mengumpulkan afganisme Bogor untuk berkumpul ditengah kesibukan masing-masing afganisme lain. Responden beserta afganisme Bogor berkumpul dengan terdapat kue ulangtahun dan kemudian melakukan video call dengan Afgan sebentar dimana saat itu Afgan perjalanan menuju Bandung untuk konser.

Kutipan Devi tersebut dapat diartikan bahwa Devi senang ketika dapat mengumpulkan teman – teman Afganisme di suatu tempat untuk berkumpul bersama.

Temuan penelitian di atas ditemukan bahwa ketika di online pada ciri eksistensi kesadaran akan kekuatan visi misi pribadi terdapat responden yaitu Inge mengadakan galang dana afganisme terhadap korban bencana tsunami dengan mengshare di Instagram pribadi dengan nama afganisme peduli. Adapun pada dunia offline dimana ditemukan Made yang memiliki visi misi membawa album ketika menonton Afgan secara langsung untuk Afgan tandatangani album tersebut dengan cara berteriak. Responden Inge yang sadar menjadi perwakilan afganisme untuk mengantarkan kue ulangtahun ke Apartement Afgan. Responden Devi yang berhasil akan visi misi dengan mengumpulkan afganisme bogor untuk berkumpul.

Pendapat responden dapat menunjukkan salah satu ciri eksistensi yaitu kesadaran akan kekuatan visi misi pribadi. Penggemar memiliki kegembiraan terhadap apa yang dilakukan untuk melaksanakan visi misi dengan fokus terhadap yang dilakukan. (Frank dan Smith dalam Aprilia, 2016).

BAB IV

PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas mengenai ulasan artis Indonesia dan artis Korea. Hal ini berdasarkan ketika peneliti melakukan wawancara terdapat responden yang bercerita untuk menyarankan peneliti menonton film Korea berjudul “ Reply 1998” dimana sebelumnya responden tersebut yang awalnya tidak menonton drakor memulai menonton ketika disarankan Afgan. Kutipan Inge yang mengatakan “ Dia maksaku nonton Reply 998 tau gak? Korea dia itu suka nonton Drakor. Nah aku tu gak suka sama sekali. Semua lingkungan aku nonton drakor aku gak suka karena menurut aku ah sama semua ni cowok Korea jadi aku gak suka.” Hingga akhirnya Inge tertarik untuk menonton drakor tersebut. Selama wawancara berlangsung ketika Inge menceritakan seputar cerita tersebut peneliti dapat menangkap Inge bersemangat untuk menceritakannya dan cerita Inge yang ketika itu dibercandain dengan teman-teman Afgan mengenai tahun 1998 menjadikan suasana wawancara semakin hidup.

Hal ini menarik peneliti untuk membahas mengenai konteks lain relasi fans Afgan di Indonesia apabila diletakkan dalam relasi fans secara global. Pembahasan ini bukan desain perbandingan atau tentang komparatif dimana responden tidak membandingkan dengan fans K-Pop.

Industri hiburan hadir untuk memberikan kesenangan terhadap masyarakat. Hal ini tidak terlepas dari kehadiran artis. Indonesia memiliki artis yang beranekaragam dengan karakter yang berbeda. Seperti halnya terlihat untuk menjadi seorang penyanyi dapat dari ajang pencarian bakat, penyanyi cafe, cover lagu, *follower* banyak, dan lainnya. Negara di luar Indonesia seperti halnya Korea untuk dapat terjun di industri hiburan diperlukan training yang ketat untuk lolos seleksi dan tidak dapat semua lolos seleksi untuk menjadi seorang artis dan sebelumnya telah berada di bawah naungan agensi resmi. (Pikiran Rakyat, 2021).

Artis di Indonesia seperti halnya ketika ingin menjadi seorang penyanyi di Indonesia, penyanyi memerlukan untuk terus membuat karya, suara stabil, dan dapat bertahan setiap tahunnya agar tetap stabil kepopulerannya dan melakukan update secara terus menerus di media sosial, dan hampir keseluruhan artis di Indonesia saat ini menggunakan media sosial. Namun artis Korea Selatan jarang melakukan update terhadap media sosial seperti melakukan foto photoshoot, dan biasanya penggunaan media sosial

tersebut untuk proyek terbaru, foto selfie dan keluarga. (Rosa, 2018). Sedangkan artis Indonesia sering membagikan kabarnya di media sosial seperti saat ingin tidur, sakit, berlibur, bekerja melalui story seperti di Instagram dan *friendly* dengan *followernya*. Sehingga setiap negara dan artis memiliki cara-cara tersendiri untuk tetap eksis.

Indonesia sedikit penyanyi solo yang dapat mempertahankan kepopulerannya setiap tahun seperti dikarenakan tidak membuat single baru dalam jangka waktu yang lama, dan sebagainya. Hal ini dapat dikatakan penyanyi lama tidak menuntut kemungkinan untuk terus dapat berkarya di industri musik dari tahun ke tahun. Penyanyi solo wanita di Indonesia yang dapat mempertahankan kepopulerannya saat ini seperti Raisa Andriana. Berawal dari digandeng di konser kompos David poster pada tahun 2008 kemudian menjadi vokalis band Andante hingga akhirnya Raisa keluar dan bernyanyi di kafe kemudian mengeluarkan single. (Yanti, 2017).

Adapun penyanyi solo pria yang saat ini tetap populer hingga 10 tahun dekade lebih dan stabil dari tahun ke tahun dan terdapat beberapa lagu bersama Raisa yaitu Afgansyah Reza. Afgan yang memiliki sebutan nama penggemar yaitu Afganisme dimana Afganisme merasakan keamatan hubungan dengan afgansime lain seperti kutipan dari Devi "*Afganisme itu super duper caring*" hal ini dapat terlihat bahwa sesama afganisme saling peduli seperti keluarga dan orang yang telah lama kenal. Berbicara mengenai awal karir Afgan yang sama halnya dengan Raisa pada tahun 2008 dimana memiliki perbedaan Afgan mulai menjadi seorang artis yang secara natural tanpa disengaja Afgan melakukan rekaman suara di studio untuk mengoleksi CD pribadi bersama teman-temannya. Akhirnya suara Afgan dilirik dengan seorang produser berawal dari keraguan Afgan untuk menerima tawaran tersebut, dan akhirnya menerima tawaran produser tersebut. Awal karir artis Indonesia ini menjadi salah satu contoh hal yang membedakan awal mula menjadi seorang artis di Indonesia, dan di Korea yang memiliki proses seleksi untuk menjadi artis dan sebelumnya berada di naungan agensi resmi.

Hadirnya beberapa idol menghadirkan seseorang untuk melakukan hal yang lebih terhadap artis yang diidolakan. Hingga menghasilkan artis tersebut dapat dikatakan sebagai idola dari masing-masing fans tersebut hingga akhirnya berperilaku fanatisme. Menurut J.P. Chaplin di buku "Kamus Lengkap Psikologi" merupakan perilaku dimana terdapat semangat yang diluar batas pada sudut pandang atau satu sebab. Pengertian lain fanatisme dapat dikatakan ketertarikan seseorang pada hal yang dianggap layak untuk dijadikan sebuah panutan, sehingga menyebabkan orang tersebut tertarik secara dalam dan sulit untuk diubah (Gunanto, 2015 : 244).

Seseorang yang memiliki perilaku fanatisme memiliki cara masing-masing untuk melakukan perilaku fanatismena melalui dunia online atau dunia offline. Seperti penggemar yang memiliki idola telah lama pada lebih dari 10 tahun lalu dimana musik belum sepopuler saat ini. Sehingga seorang idola berusaha untuk melakukan cara dengan penggunaan dunia online. Dalam hal dunia online yaitu media sosial seperti Instagram yang saat ini menjadi salah satu media sosial yang populer dan sering digunakan para fans untuk melakukan perilaku fanatismena. Kutipan responden Inge yang mengatakan “*50 persen adalah kehidupan fanbase*” dapat diartikan Instagram menjadi media penting untuk fans melakukan perilaku fanatismena tanpa menutupi bahwa responden merupakan seseorang yang fans terhadap idola. Media sosial menjadi jembatan untuk memiliki kedekatan dengan sesama fans seperti responden Made yang mengatakan “*lewat sosial media aja kayak dekat aja gitu. Meskipun gak saling follow juga*”. Hal ini dapat diartikan bahwa sosial media menjadi jembatan para fans untuk membangun kedekatan bahkan tanpa harus bertemu secara langsung.

Selain hal tersebut fans terkadang tidak hanya melakukan perilaku fanatismena di media sosial namun melakukan di dunia offline. Fans memiliki cara tersendiri untuk melakukan perilaku di dunia offline berdasarkan keinginan fans.

Perilaku fanatisme yang ditunjukkan penggemar kemudian memiliki bentuk-bentuk fanatisme dimana setiap penggemar memiliki cara tersendiri. Hal ini dikemukakan Thorne dan Bruner (Dalam Putri, dkk, 2019) mengenai bentuk -bentuk fanatisme antara lain :

- a) Keterlibatan internal. Terdapatnya aktivitas terhadap penggemar dimana waktunya, perhatian dan tenaga lebih banyak dihabiskan dan fokus terhadap sesuatu hal yang dapat memikat perhatiannya. Terdapat kebahagiaan yang banyak dan dapat mengekspresikan lebih besar terhadap hal yang membuatnya tertarik. Hal ini tidak akan terdapat dilingkungan yang bukan fanatik.
- b) Keterlibatan eksternal. Terdapat perilaku tertentu dengan melibatkan dirinya yang dapat menunjukkan aktivitas sebagai penggemar. Perilaku tersebut dapat menghasilkan kesenangan dimana jenis perilaku tergantung terhadap jenis fanatismena.
- c) Keinginan untuk memperoleh. Terdapat rasa keinginan yang besar untuk meraih atau mendapatkan hal yang berkaitan tentang orang yang

diidolakan. Penggemar akan mendapatkan kepuasan tersendiri yang dapat dilihat dari segi pengakuan, status, hormat, dan cinta.

- d) Interaksi sosial. Dengan cara melakukan komunikasi dan terjalinnya hubungan seperti dapat dilakukan dengan berbicara atau dapat bertemu secara langsung. Fanatisme ini dapat hadir dengan dilakukan secara individu atau kelompok.

Bentuk-bentuk fanatisme tersebut dapat menghasilkan bukti bahwa penggemar dapat memiliki kekuatan untuk melakukan fanatisme yang lebih besar dengan cara melakukan perilaku fanatisme di media sosial yaitu ketika di instagram dengan mengupload foto, atau video yang berkaitan dengan idolanya seperti ketika konser, dan lain-lain. Selain hal tersebut bukan hanya melakukan story di instagram tetapi melalui feed Instagram, highlight Instagram, dan IGTV Instagram. Bahkan terdapat penggemar yang hampir keseluruhan media sosialnya berkaitan dengan idolanya.

Hal lainnya ketika di dunia offline penggemar mengoleksi album, tempelan kertas mengenai idolanya di kamarnya, mengkonsumsi seperti mengoleksi merchandise, membuat segala hal seperti barang yang berkaitan dengan idolanya, mengantarkan kue ulangtahun ke idolanya, merayakan anniversary, dan sebagainya. Kedua hal tersebut antara dunia online dan offline terdapat cara yang berbeda, dan terdapat hal berkesinambungan dimana penggemar ketika melakukan di dunia offline untuk mengekspresikan perilaku fanatisme juga menunjukkan perilaku tersebut di dunia online dengan cara yang sama. Sehingga penggemar memiliki aktivitas yang sama dan berbeda untuk mengekspresikan perilaku hal yang menyenangkan tentang idolanya.

Membahas mengenai keterlibatan terdapat artikel berjudul “ Peter Dahlgren & Annette Hill: Parameters of Media Engagement”. Hal ini menjadi menarik untuk dibahas dikarenakan artikel ini dapat mengonfirmasi sesuai dengan pembahasan teori keterlibatan fanatisme yang dibahas peneliti sebelumnya. Artikel ini membahas mengenai *media engagement* yang merupakan pengalaman emosional dan dapat terwujud seperti ketakutan, kecemasan, kemarahan, humor, gairah moral, kebencian, kesenangan dan rasa ingin tahu hingga berhubungan dengan subjektivitas diri, baik individu maupun individu. (Dahlgren & Annette, 2020). Dilihat dari temuan peneliti dimana *media engagement* menjadi pengalaman bagi fans dan media untuk mengutarakan pengalamannya mengenai kesenangan dan pengalaman emosional ketika menonton konser hal apa saja yang dirasakan sehingga menghasilkan kesenangan. Artikel ini membahas mengenai teori “*spectrum of media engagement*” yang berarti keterlibatan dapat menghubungkan pribadi, sosial budaya, dan

politik sebagai parameter keterlibatan media dengan memahami nilai dan makna keterlibatan dalam konteks media dan industri kreatif. (Dahlgren & Annette, 2020). Penjelasan tersebut apabila ditarik pada penelitian ini dimana terdapat hubungan individu terhadap media sebagai sarana untuk menunjukkan fanatismenya dan responden memaknai keterlibatan yang ada pada dirinya di media tersebut.

Berbicara mengenai parameter artikel tersebut membahas mengenai teori “*Analyzing Media Engagement : Five Parameters*” yang terdiri dari 1) konteks media berarti membingkai mengenai keterlibatan media, 2) motivasi yang dapat diartikan keterlibatan dapat diartikan dengan mempertimbangkan kesenangan dari berbagai komunitas, kelompok untuk menjadikan alasan adanya keterlibatan atau rasa memiliki terhadap komunitas penggemar , 3) modalitas yang sesuai dengan penjelasan penelitian ini dimana juga membahas teks sebagai manfaat keunggulan visual 4) intensitas yang berarti tahapan untuk memahami keterlibatan singkat yang akan menjadi suatu bagian dari sejarah apa yang dialami seorang individu atau kelompok penggemar, dan 5) konsekuensi yang berarti terdapat konsekuensi mungkin atau bahkan tidak berhubungan dengan kemungkinan tujuan keterlibatan yang sudah ada sebelumnya. . (Dahlgren & Annette, 2020).

Penjelasan mengenai parameter tersebut juga sesuai dengan temuan data yang ada dimana dalam 1) konteks media terdapat keterlibatan media terhadap cara responden melakukan tindakan fanatismenya. 2) Motivasi dimana responden memiliki keterlibatan seperti halnya bermotivasi untuk melakukan story di Instagram untuk mendapatkan kesenangan. 3) Modalitas seperti halnya responden yang memiliki keunggulan visual terhadap teks dalam penelitian ini yaitu “caption”. 4) Intensitas pada temuan ini seperti Inge yang memiliki keterlibatan ketika datang ke konser di Kuala Lumpur dan menjadi bagian dari sejarahnya karena dapat menonton konser Afgan di luar Indonesia dimana responden lain belum merasakannya. 5) Konsekuensi seperti halnya fans yang memahami ketika menge-tag Afgan di Instagram antara Afgan akan melihatnya atau tidak namun fans dapat memahami konsekuensi tersebut.

Penjelasan mengenai temuan di atas dapat dilihat berbeda halnya dengan fans K-pop yang akhir-akhir ini marak diperbincangkan di media seperti Army dimana setiap anggota fans memiliki kartu keanggotaan, berusia remaja, mahasiswa dan belum menikah. (Maulida, dkk, 2021). Penelitian Maulida tersebut peneliti menemukan persamaan bahwa untuk melakukan fans terhadap idola khususnya di dunia musik fans Indonesia dan K-Pop memiliki persamaan bahwa mayoritas penyanyi kebanyakan memiliki fans wanita. Namun berbeda halnya dengan fans di Indonesia yang bukan hanya remaja namun sebagian besar

seorang fans yang telah menikah tetap melakukan fanatisme terhadap idola dimana fans K-Pop mayoritas remaja, dan belum menikah. Fans di Indonesia Sebagian besar jarang ada yang mempunyai atau memiliki kartu keanggotaan berbeda halnya dengan perilaku fans K-Pop salah satunya Army yang membuat kartu keanggotaan untuk fans idolanya.

Hadirnya fans tersebut yang dapat terlihat bahwa dimana perempuan suka terhadap hal yang berlebihan pada seorang musisi hal ini menyebabkan seorang fans ingin menunjukkan dirinya kemudian menghasilkan eksistensi. Dikemukakan Abidin di buku Analisis Eksistensial bahwa eksistensi mengalami sebuah perkembangan maupun tergantung pada kemampuan seseorang untuk menggunakan potensi terhadap kemampuan yang ada pada dirinya untuk mencapai apa yang diinginkan. Sehingga eksistensi dapat diartikan tidak berhenti sehingga mengalami adanya kemunduran atau perkembangan tergantung potensinya. Dalam kelompok penggemar seperti seorang idola yang telah lama terjun di dunia hiburan dan dapat terlihat idola tersebut eksis ketika lagu pertama yang dikeluarkan meledak kemudian secara terus menerus mengeluarkan lagu baru dan tetap terjun di dunia hiburan setiap tahunnya. Hal ini dapat membuat fandom tersebut ingin menunjukkan dirinya bahwa memiliki idola yang membanggakan dengan hasil karyanya. Penggemar yang mengeluarkan ekspresi terhadap fanatismena kemudian timbul keinginan untuk menunjukkan bahwa penggemar tersebut merupakan fans *idol*.

Eksistensi ini kemudian menimbulkan pembagian dimana terdapat ciri-ciri eksistensi yang dapat membagikan para penggemar memiliki tingkat eksistensi masing-masing berdasarkan pembagian tersebut. Ciri-ciri eksistensi ini dimana penggemar yang memiliki eksistensi tersebut akan melakukan hal-hal untuk menunjukkan betapa fans tersebut nge fans dengan dilakukan di media sosial ataupun di dunia offline. Perilaku fanatisme dapat menjadikan eksistensi ketika dapat dibuktikan dan terdapat ciri khas. Frankl pada buku yang berjudul Phychotherapy and Existentialism beserta Smith dalam bukunya What Matters Most: Hal – hal yang paling utama, dalam Aprilia, 2016 terdapat salah satu ciri yaitu kesadaran akan kekuatan visi dan misi pribadi. Untuk mencapai visi misi pribadi setiap penggemar memiliki cara masing-masing seperti ketika di Instagram penggemar yang inisiatif memiliki rencana untuk melakukan kegiatan sosial dengan membagi informasi melalui Instagram. Hal lainnya pada dunia offline dapat terlihat ketika penggemar memiliki visi dan misi sebelumnya yang telah terencana ketika ingin bertemu idolanya secara langsung, dan lain-lain. Sehingga fanatisme dan eksistensi memiliki hal yang terpenting di dunia fandom untuk fans dapat menunjukkan bahwa fans memiliki idola. Hal ini dapat diartikan adanya

keterkaitan antara fanatisme dan eksistensi seorang fans untuk mendapatkan keduanya yang dapat dilihat dari contoh masing – masing individu responden.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian tersebut penelitian ini membahas mengenai fanatisme dan eksistensi. Dalam fanatisme, peneliti memilih teori bentuk-bentuk fanatisme yang terbagi menjadi keterlibatan internal dan eksternal. Kedua keterlibatan ini pun juga dibagi dalam dunia online maupun offline. Sedangkan untuk eksistensi, peneliti menggunakan konsep kekuatan akan visi dan misi pribadi yang termasuk dalam bagian teori mengenai ciri-ciri eksistensi. Maka dari itu peneliti memperoleh hasil penelitian sebagai berikut.

1. Fanatisme dengan Keterlibatan Internal

Hasil mengenai keterlibatan internal berdasarkan teori yang peneliti temukan dimana keseluruhan fans memiliki cara untuk menunjukkan rasa ungkapan dengan memikat perhatian sebagai berikut :

a) Online

Responden mengungkapkan dengan cara memposting video ataupun gambar menggunakan caption mengenai ungkapan kekaguman yaitu Afgan yang memiliki sifat lucu, ceria, dan dapat menyanyikan lagu secara baik kemudian timbul kesenangan.

b) Offline

Responden secara tidak langsung memiliki kebiasaan ketika melihat idolanya secara mendadak dapat membuatnya terharu, menangis, merinding , tidak dapat berkata- kata, dan menguras perhatian dengan cara fans terpanah ketika melihat *idol*.

2. Fanatisme dengan Keterlibatan Eksternal

Hasil mengenai keterlibatan eksternal berdasarkan teori yang peneliti temukan dimana keseluruhan responden dapat menunjukkan aktivitas yang dilakukan fans dengan menghasilkan kesenangan sebagai berikut :

a) Online

Responden memiliki kebiasaan melakukan aktivitas dengan melakukan postingan berdasarkan video yang ditonton di Youtube, rilis lagu baru, postingan video lagu secara full ketika konser, dan melakukan story secara berkelanjutan. Responden juga membantu Afganisme lain membeli tiket konser, serta mengupload

karya gambar *idol*, membalas komentar postingan ,dan melakukan *re-post* terhadap story yang di *re- post* Afgan.

b) Offline

Afganisme menonton konser dan bertemu dengan Afgan di Indonesia, dan di luar negeri. Seorang responden merasakan pengalaman baru ketika menonton konser dalam mobil. Kemudian seorang responden juga dapat memiliki akses untuk bertemu dengan Afgan di *backstage*. Selanjutnya responden mengumpulkan album Afgan, dan memiliki merchandise seperti tas, pin, kipas, tumbler dan *e-money* mengenai Afgan. Responden juga menanggapi pertanyaan mengenai Afgan.

3. Eksistensi Kekuatan akan Visi dan Misi Pribadi

Pemilihan poin tersebut berdasarkan terdapatnya temuan dominan pada responden bahwa penggemar fokus melakukan hal yang membuatnya bahagia sebagai visinya yaitu :

a) Online

Terkait dengan eksistensi fans dalam hal ini menunjukkan di dunia online dengan cara mengadakan penggalangan dana Afganisme berdasarkan atasnama Afganisme terhadap korban bencana tsunami dengan cara membagikan di akun Instagram personal.

b) Offline

Terkait dengan eksistensi fans dalam hal ini menunjukkan di dunia offline keseluruhan Afganisme memiliki cara masing- masing seperti ketika menonton Afgan membawa album dengan sebuah niat album tersebut ditandatangani Afgan, menjadi perwakilan Afganisme untuk memberikan kue ulangtahun ke *idol*, dan responden yang berhasil mengumpulkan afganisme lain untuk berkumpul bersama.

B. Keterbatasan Penelitian

Adanya pandemi COVID-19 sehingga membuat peneliti melakukan wawancara dengan responden secara virtual sehingga peneliti mengalami kesulitan ketika terdapat gangguan sinyal ketika wawancara via zoom berlangsung.

C. Saran

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan penelitian selanjutnya ketika membahas fandom, fanatisme, dan eksistensi. Disarankan untuk penelitian selanjutnya dengan membahas artis yang ada di Indonesia seperti penyanyi grup yang masih eksis bukan penyanyi solo, sehingga nantinya dapat menjadi referensi yang lain ketika mencari referensi mengenai artis di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abidin, Z. 2007. *Analisis Eksistensial: Sebuah Pendekatan Alternatif untuk Psikologi dan Psikiatri*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Bastaman, H.D. 2007. *Logoterapi: Psikologi untuk Menemukan Makna Hidup dan Meraih Hidup Bermakna*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Chaplin, J.P. 2009. *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Rakhmat, J. 2015. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Skripsi

- Qurniati, R. 2020. *Fanatisme Dan Eksistensi Diri Penggemar (Studi kasus Terhadap Penggemar Nike Ardilla Yang Tergabung Dalam NAFC Jogja Jateng)*. Skripsi. Yogyakarta : Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia

Website

- Arfina, R. 2014. *ANALISIS PERILAKU FANATISME PENGGEMAR BOYBAND KOREA (STUDI PADA KOMUNITAS SAFEL DANCE CLUB)*. Universitas Negeri Yogyakarta.
Web. <https://eprints.uny.ac.id/21510/> (Diakses 13 April 2020)
- Agnesia, N.P. 2018. *Fan War Fans K-Pop dan Keterlibatan Penggemar dalam Media Sosial Instagram*
Web.http://repository.unair.ac.id/87304/5/Jurnal_Natazha%20Putri%20Agnensia_071511533028.pdf (Diakses 30 Maret 2020)
- Agriawan, D. 2016. *Hubungan Fanatisme dengan Perilaku Agresi Suporter Sepak Bola*. Universitas Muhammadiyah Malang.
Web. <http://eprints.umm.ac.id/34348/1/jiptummpp-gdl-debryagria-42910-1-skripsi-6.pdf> (Diakses 13 April 2020)
- Aprilia, N. 2016. *Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri Studi Fenomenologi Mengenai Pengguna Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unpas*. Web. <http://repository.unpas.ac.id/12619/> (Diakses 6 April 2020)
- Astuti, M.P. 2011. *Hubungan Antara Fanatisme Terhadap Tokoh Idola dengan Imitasi pada Remaja*. Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

- Web. <http://eprints.ums.ac.id/15935/> (Diakses 13 April 2020)
- CNNIndonesia.2018.*Afgan Berani 'Berontak' demi Jadi Diri Sendiri*
<https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20181001104254-227-334546/afgan-berani-berontak-demi-jadi-diri-sendiri>.
- Cultural Studies Now. 2017. Erving Goffman – Short Summary. Web.
<https://culturalstudiesnow.blogspot.com/2017/11/erving-goffman-short-summary.html>
- Dahlgren, Annette. 2020. *Peter Dahlgren & Annette Hill: Parameters of Media Engagement*. Web.<http://mediatheoryjournal.org/peter-dahlgren-annette-hill-parameters-of-media-engagement/>
- Fauziah, Rizka, Diah. 2015. *Fandom K-Pop Idol Dan Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Penggunaan Media Sosial Twitter pada Hotest Indonesia sebagai Followers Fanbase @taeckhunID, @2PMindohottest dan Idol Account @Khunnie0624)*. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
Web. <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/download/216476/MjE2NDc2> (Diakses 23 April 2020)
- Firlina, Rara, Endah. 2014. *Dinamika Hubungan Dalam Komunitas Kaskus JKT48: Interaksi dan Pembentukan Identitas Komunitas Fandom*. Universitas Indonesia.
Web . <http://lib.ui.ac.id/naskahringkas/2017-01/S58279-Rara%20Firlina> (diakses 23 April 2020)
- Fitri, A. 2015. *FANDOM DAN MEDIA (Analisis Isi Kualitatif Pesan Tweet dalam Fandom Slash Pairing Wonkyu di Twitter pada Kalangan Shipper di Jakarta)*. Web.
<http://www.jurnalkommas.com/docs/2.%20JURNAL%20annisa%20fitri.pdf>
- Gunanto, A. 2015. REPRESENTASI FANATISME SUPPORTER DALAM FILM ROMEO DAN JULIET. Universitas Mercu Buana
Web.<http://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/viskom/article/download/1678/1286> (Diakses 13 April 2020)
- Habibie, K.D. 2018. *DWI FUNGSI MEDIA MASSA*.
Web.<https://ejournal.undip.ac.id/index.php/interaksi/article/download/20770/15512>
(Diakses 30 Maret 2020)
- Irfani, F. 2019. *Musik Pop Indonesia Makin Berwarna, Makin Asyik Didengar*. Web. .
<https://tirto.id/musik-pop-indonesia-makin-berwarna-makin-asyik-didengar-ef5Z>
(Diakses 6 April 2020)

- Juditha, C. 2014. *PRESENTASI DIRI DALAM MEDIA SOSIAL PATH SELF PRESENTATION IN SOCIAL MEDIA PATH*.
 Web. <https://media.neliti.com/media/publications/230994-presentasi-diri-dalam-media-sosial-path-3c7f36f3.pdf>
- Jung L.H, Ingyu OH. 2013. *Mass Media Technologies and Popular Music Genres: K-pop and YouTube**.
 Web:https://www.ekoreajournal.net/sysLib/down.php?file=..%2FUPLOAD%2FT%2Farticles%2F3%28Ingyu_OH_and%29.pdf (Diakses 30 Maret 2020)
- Khadavi,M.J. 2014. *DEKONSTRUKSI MUSIK POP INDONESIA DALAM PERSPEKTIF INDUSTRI BUDAYA*.
 Web. <https://media.neliti.com/media/publications/11310-ID-dekonstruksi-musik-pop-indonesia-dalam-perspektif-industri-budaya.pdf> (Diakses 30 Maret 2020)
- Khutniah, N. 2013. *UPAYA MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI TARI KRIDHA JATI DI SANGGAR HAYU BUDAYA KELURAHAN PENGKOL KECAMATAN JEPARA KABUPATEN JEPARA*.
 Web. <http://lib.unnes.ac.id/19541/1/2502407020.pdf>
- Kumparan. 2018. *Kilas Balik 10 Tahun Perjalanan Karier Afgan di Dunia Hiburan*.
 Web. <https://kumparan.com/kumparanhits/kilas-balik-10-tahun-perjalanan-karier-afgan-di-dunia-hiburan/full>
- Maulida, Alissa , Wida , dkk. 2021. *Tingkat Pemujaan Selebriti Pada Komunitas Penggemar K- POP Di Aceh*.
 Web. <http://jurnal.unsyiah.ac.id/seurune/article/view/19720>
- Mustikaningtyas, S. 2014. *PARTICIPATORY CULTURE DALAM SUEGELE LEK FANS CLUB - RADIO SUZANA FM SURABAYA*.
 Web. <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-comm9178afb5d5full.pdf>
- Mutaali, Omma, Wakhid & Wiwien. 2019. *Fanatisme dan Penikmat Musik Metal*.
 Web. <http://eprints.ums.ac.id/76568/>
- PikiranRakyat. com. 2021. *4 Perbedaan Artis Korea Dengan Indonesia, Bikin Malu Atau Bangga?*
 Web.<https://jurnalsoreang.pikiran-rakyat.com/hiburan/pr-1011959003/4-perbedaan-artis-korea-dengan-indonesia-bikin-malu-atau-bangga>

- Putri, Karina , Amirudin & Mulyo .2019.Korean Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z. Universitas Dipenogoro.
Web. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/nusa/article/download/23834/15380>
(Diakses 14 April 2020)
- Rinata, A.R. 2019. *FANATISME PENGGEMAR KPOP DALAM BERMEDIA SOSIAL DI INSTAGRAM* .
Web. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/interaksi/article/download/26559/16306>
(Diakses 30 Maret 2020)
- Risdiantoro, R. 2015. *Belajar dan Ekspresi Diri: Kajian Subyektif Wellbeing pada Mahasiswa*.Web. <http://mpsi.umm.ac.id/files/file/294-298%20Rindra%20Ris.pdf>
(Diakses 7 April 2020)
- Rosa, A. 2018. *Sama – Sama Populer, ini Beberapa Perbedaan Artis Korea Selatan dengan Indonesia*. Web. akurat.co/sama-sama-populer-ini-beberapa-perbedaan-artis-korea-selatan-dengan-indonesia
- Safitri, R.H. 2012. *POLA KOMUNIKASI SLANKERS CLUB SOLO DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI KOMUNITAS (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Pola Komunikasi Slankers Club Solo Dalam Mempertahankan Eksistensi Komunitas)*.
Web. <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/download/24827/NTI4NDU=/Pola-komunikasi-Slankers-Club-Solo-dalam-mempertahankan-eksistensi-komunitas-studideskriptif-kualitatif-tentang-pola-komunikasi-slankers-club-solo-dalam-mempertahankan-eksistensi-komunitas-abstrak.pdf> (Diakses 22 April 2020)
- Sagita , & Donie. 2018. Hubungan Parasosial di Media Sosial (Studi pada Fandom Army di Twitter)
Web.<http://journal.univpancasila.ac.id/index.php/coverage/article/download/582/327/> (Diakses 30 Maret 2020)
- Sagita , A., & Kadewardana, D. (2017). *Hubungan Parasosial di Media Sosial: Studi Pada Fandom Army di Twitter*. Web.
<http://journal.univpancasila.ac.id/index.php/coverage/article/view/582> (Diakses 30 Maret 2020)
- Saputra, G.Y 2018. *Hubungan Antara Fanatisme Dengan Keputusan Pembelian Merchandise Pada Supporter Klub Manchester United*.

- Web. https://repository.usd.ac.id/32441/2/119114146_full.pdf (Diakses 6 April 2020)
- Situmorang, N. 2020. *TINGKAT FANATISME PENGGEMAR MUSIK POP KOREA (K-POPERS) TERHADAP BUDAYA K-POP PADA KOMUNITAS EXO-L PEKANBARU*.
- Web : <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/download/28573/27544>
- Stella, S. 2018. *Studi Budaya Dalam Komunitas Fans Nike Ardilla di Jakarta (Fanatisme Penggemar Nike Ardilla)*
- Web. <https://journal.untar.ac.id/index.php/koneksi/article/download/3941/2324>(Diakses 23 April 2020)
- Teapon, F.K .2018. *FANATISME PEREMPUAN SUPORTER SEPAK BOLA (STUDI KASUS PADA SUPORTER KLUB SEPAK BOLA PSS SLEMAN)*. Skripsi thesis, Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- Web. <http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/2381/> (13 April 2020)
- Yanti, I.N. 2017. *Nilai Moral Dalam Album Lagu Heart To Heart Karya Raisa*.
- Web. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/diksatrasia/article/view/622>
- Yuliana, E. 2014. *Strategi Mempertahankan Eksistensi Komunitas Virginity Jogja*. Web.<http://eprints.uny.ac.id/22680/9/ringkasan%20eka.pdf> (Diakses 6 April 2020)
- Yussafina, D.M. 2015. *EKSISTENSIALISME JEAN PAUL SARTRE DAN RELEVANSINYA DENGAN MORAL MANUSIA*.
- Web. <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/5237/1/104111042.pdf>

DRAFT PERTANYAAN

1. Sejak kapan nge fans dengan Afgan dan menjadi seorang Afganisme?
2. Apa yang membuat anda nge fans atau tertarik dengan seorang afgan dari banyaknya penyanyi pop di Indonesia?
3. Apakah Anda aktif melakukan postingan tentang idola di media sosial?
4. Apa yang membuat anda tertarik untuk memposting story di Instagram mengenai Afgan ?
5. Bagaimana ungkapan anda terhadap Afgan ?dan Apakah ada perasaan senang atau lainnya ketika anda mengunggah story di Instagram mengenai Afgan ?
6. Apa yang membuat anda memiliki keinginan mengupload di feed dan highlight instagram tentang Afgan ?
7. Bagaimana cara anda mengungkapkan perasaan Anda ketika melihat Afgan, atau hal yang berkaitan dengan Afgan di dunia offline ?
8. Apa saja aktivitas yang anda lakukan di Instagram ?
9. Apa saja aktivitas yang anda lakukan di dunia offline ?
10. Bagaimana cara Anda untuk menunjukkan bahwa Anda fans ?
11. Apakah ada rencana khusus ketika mengupload di Instagram mengenai Afgan ?
12. Apakah ada rencana anda ketika ingin bertemu dengan Afgan atau hal yang berkaitan dengan Afgan ?