

ABSTRAK

PERILAKU KOMUNIKASI *CELEBRITY WORSHIP* DI BANDAR LAMPUNG (Studi Pada Akun Instagram @bts_armylampung)

Oleh

VANI YUNITRI ATILAWATI

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi saat ini telah membawa perubahan yang signifikan terhadap pola konsumsi budaya masyarakat global, salah satu dampak nyata dari kemajuan teknologi tersebut adalah menguatnya Gelombang Korea. Intensitas paparan terhadap idol Korea yang berlangsung secara terus-menerus melalui media digital berpotensi melahirkan fenomena *celebrity worship*, yaitu kondisi ketika individu mengembangkan ketertarikan, keterikatan emosional, bahkan pengidolaan yang mendalam terhadap figur selebritas. Perilaku komunikasi dalam *celebrity worship* menunjukkan bahwa tindakan mereka disebabkan oleh interaksi dalam lingkungan mereka; penggemar merasakan dan merespon rangsangan luar dan dalam yang mendorong mereka untuk bertindak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku *celebrity worship* pada penggemar BTS (ARMY) di Bandar Lampung melalui konsumsi budaya BTS pada akun Instagram *fanbase @bts_armylampung*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan analisis tematik dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini menggunakan *Consumer Culture Theory* (CCT) sebagai kerangka analisis serta konsep *celebrity worship*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku *celebrity worship* ARMY terbentuk melalui konsumsi budaya BTS di media sosial yang berperan dalam pembentukan identitas diri, solidaritas komunitas, dan keterlibatan emosional. Bentuk *celebrity worship* yang ditemukan meliputi tahap *social entertainment* dan *intense-personal* yang dimediasi oleh interaksi digital dan praktik budaya *fandom*.

Kata Kunci: *Celebrity Worship*, Perilaku Komunikasi, *Consumer Culture Theory*.

ABSTRACT

CELEBRITY WORSHIP COMMUNICATION BEHAVIOR IN BANDAR LAMPUNG

(A Study of the @bts_armylampung Instagram Account)

By

VANI YUNITRI ATILAWATI

The advancement of information and communication technology has brought significant changes to global cultural consumption patterns. One of the most evident impacts of this technological progress is the strengthening of the Korean Wave (Hallyu). The continuous exposure to Korean idols through digital media has the potential to give rise to the phenomenon of celebrity worship, a condition in which individuals develop deep interest, emotional attachment, and even intense admiration toward celebrity figures. Communication behavior within the context of celebrity worship indicates that fans' actions are influenced by interactions within their social environment; they perceive and respond to both external and internal stimuli that motivate them to act. This study aims to analyze celebrity worship behavior among BTS fans (ARMY) in Bandar Lampung through the consumption of BTS cultural products on the Instagram fanbase account @bts_armylampung. This research employs a descriptive qualitative approach, with data collected through in-depth interviews, observation, and documentation. Data were analyzed using thematic analysis, including data reduction, data display, and conclusion drawing. The study applies Consumer Culture Theory (CCT) and the concept of celebrity worship as analytical frameworks. The findings reveal that celebrity worship among ARMY is shaped by social media-based cultural consumption, contributing to identity formation, community solidarity, and emotional engagement. The forms of celebrity worship identified include the social entertainment and intense-personal stages, mediated by digital interaction and fandom cultural practice.

Keywords: *Celebrity Worship, Communication Behavior, Consumer Culture Theory.*