

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tentang budaya konsumtif yang ditemukan di komunitas online ARMY Yogyakarta yang merupakan bagian dari komunitas BTS Jogja di Instagram. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan jenis metode penelitian berupa etnografi virtual, dengan metode pengumpulan data yang terdiri dari observasi virtual dari akun Instagram *bts_jogja*, wawancara dengan beberapa responden secara online, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa budaya konsumtif terikat dengan budaya penggemar, dan sebagai *fan base* akun Instagram *bts_jogja* memiliki pengaruh terhadap pengembangan budaya konsumtif terhadap komunitas ARMY Yogyakarta yang disebabkan oleh proyek penggemar mereka, postingan Instagram mereka, dan Instagram *story* mereka. Terutama apabila mereka sedang mengadakan kolaborasi dengan gerai K-pop kecil untuk menjual *merchandise*.

ABSTRACT

This study aims to analyze about the consumptive culture that were found in the online community of ARMY Yogyakarta which is part of the BTS Jogja community on Instagram. This research uses a descriptive qualitative research method with a type of research method in the form of virtual ethnography, with a data collection method consisting of virtual observation from bts_jogja Instagram account, interviews with several respondents online, and documentation. The result of this study shows that consumptive culture was tied with fan cultures, and as a fan base, bts_jogja Instagram accounts has an influence on developing consumptive culture towards ARMY Yogyakarta community that caused by their fan projects, their Instagram posts, and their Instagram story. Especially if they had a collaboration with small K-pop outlets to sell merchandise.