

ABSTRACT

The Dissertation entitled The Construction of Identity and Communication Behavior on Music Fans Community, Study on Community of Koes Music Fans Club-Jiwa Nusantara, intended to understand self identity, social identity, and communication behavior that develops inside the Music Fans Community, particularly Community Fans and Lovers of Koes Plus/Koes Bersaudara. The objectives to be achieved through this research is to find and describe how the member of musical group fans community construct self-identity, social identity, the meaning of musical group that they liked, the meaning and the role of self, as well as the communication behavior in the community.

The research questions that proposed and becomes the basis for formulating research objectives are: (1) How the member of Koes Music Fans Club- Jiwa Nusantara constructing meaning of the symbols that associated with Koes Plus/Koes Bersaudara as well as the existence of the community? (2) How the member of Koes Music Fans Club- Jiwa Nusantara constructing meaning of identity and social identity as a fans of Koes Plus/Koes Bersaudara? (3) How the communication behavior of Koes Music Fans Club- Jiwa Nusantara's member in interacting with other members of the community?

The research method used in this study is a qualitative method with phenomenology tradition. As for the subject of this study is the member of Koes Music Fans Club- Jiwa Nusantara that are domiciled in several cities in Indonesia, including Medan, Jakarta, Bogor, Bekasi, Karawang, Tangerang, Cimahi, Padalarang, Tegal, Banyumas, and Surabaya. The main instrument in this study is the researcher himself, who collect data through in-depth interviews with several sources, participant observation, and conduct documentation studies relating to research object, conducted through a review of the newspapers and magazines, both printed and online, and similar reports of relevant research.

The results found that the member of music fans community constructing the meaning of the musical group that they liked, based on aspects of the song, lyric, music, and the relevant personnel of that musical group; the member of music fans community, constructing self-identity and social identity inseparable from the existence and activity of the community as well as the figure of their favorite musical group; and communication behavior that develops between individuals who are members of the music fans community takes places in the context of togetherness as members of the community, by develop communication typical symbols, that only understood by fellow members of the community, which leads to the preservation of musical group creations that became their idol. Communication Situations takes place in an egalitarian atmosphere without differentiating demographic identity, sosiographic, or other identity.

ABSTRAK

Disertasi dengan judul *Konstruksi Identitas dan Perilaku Komunikasi Komunitas Penggemar Musik, Studi pada Komunitas Koes Music Fans Club-Jiwa Nusantara*, dimaksudkan untuk memahami identitas diri, identitas sosial, dan perilaku komunikasi yang berkembang di dalam komunitas penggemar musik, khususnya Komunitas Penggemar dan Pencinta Koes Plus/Koes Bersaudara. Tujuan yang hendak dicapai melalui penelitian ini adalah menemukan dan mendiskripsikan bagaimana anggota komunitas penggemar grup musik mengonstruksikan identitas diri, identitas sosial, makna grup musik yang digemarinya, makna dan peran diri, serta perilaku komunikasi di dalam komunitasnya.

Pertanyaan-pertanyaan penelitian yang diajukan dan menjadi dasar dalam merumuskan tujuan-tujuan penelitian adalah: (1) Bagaimana anggota Komunitas *Koes Music Fans Club-Jiwa Nusantara* mengonstruksi makna simbol-simbol yang berkaitan dengan Koes Plus/Koes Bersaudara serta eksistensi komunitasnya? (2) Bagaimana anggota Komunitas *Koes Music Fans Club-Jiwa Nusantara* mengonstruksi makna identitas diri dan identitas sosialnya sebagai penggemar Koes Plus/Koes Bersaudara? (3) Bagaimana perilaku komunikasi anggota Komunitas *Koes Music Fans Club-Jiwa Nusantara* dalam berinteraksi dengan sesama anggota komunitasnya?

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan tradisi fenomenologi. Adapun yang menjadi subjek penelitian ini adalah para anggota Komunitas *Koes Music Fans Club-Jiwa Nusantara* yang berdomisili di beberapa kota di Indonesia, yang meliputi Medan, Jakarta, Bogor, Bekasi, Karawang, Tangerang, Cimahi, Padalarang, Tegal, Banyumas, dan Surabaya. Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri yang mengumpulkan data melalui metode wawancara mendalam dengan beberapa narasumber, observasi partisipatif, dan melakukan studi dokumentasi yang berkaitan objek penelitian yang dilakukan melalui kegiatan penelaahan berita-berita surat kabar dan majalah, baik yang tercetak maupun *on line*, serta laporan-laporan penelitian sejenis yang relevan.

Hasil penelitian menemukan bahwa anggota komunitas penggemar musik mengonstruksikan makna grup musik yang digemarinya didasarkan pada aspek-aspek lagu, syair lagu, musik, dan personil grup musik yang bersangkutan; anggota komunitas penggemar musik mengonstruksikan identitas diri dan identitas sosialnya tidak terlepas dari eksistensi dan aktivitas komunitasnya serta sosok grup musik yang digemarinya; dan perilaku komunikasi yang berkembang di antara individu-individu yang tergabung ke dalam komunitas penggemar musik berlangsung dalam konteks kebersamaan sebagai anggota komunitas dengan mengembangkan simbol-simbol komunikasi yang khas yang hanya dipahami oleh sesama anggota komunitas, yang mengarah pada upaya pelestarian karya cipta grup musik yang menjadi idolanya. Suasana komunikasi berlangsung secara egaliter tanpa membedakan identitas demografis, sosiografis, maupun identitas lainnya.

