

ABSTRAK

Kecintaan yang tinggi terhadap grup musik K-POP, khususnya BTS, telah menjadi fenomena global yang melibatkan jutaan penggemar yang dikenal sebagai ARMY. ARMY Indonesia aktif dalam menyelenggarakan *event-event* yang tidak hanya menghibur tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat. *Event creator* ARMY dituntut untuk merencanakan *event* K-POP yang tidak hanya menghibur tetapi memiliki nilai yang sejalan dan terinspirasi dengan value BTS yakni berdampak positif melalui *event* K-Pop yang bersifat sosial. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengeksplorasi *event creator* ARMY dalam merencanakan tema *event* K-Pop yang bersifat sosial dan menganalisis pandangan ARMY sebagai *event creator* terhadap *event* K-Pop yang bersifat sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data yaitu studi kasus yang didukung dengan teknik wawancara. Temuan penelitian ini menunjukkan munculnya *event* sosial tema *event* K-Pop yang diselenggarakan oleh ARMY tidak hanya sekadar mengikuti nilai-nilai yang diusung oleh BTS. Pada proses perencanaan tema *event* sosial, ARMY menggunakan *user experience loop design* untuk mencapai *event* sosial yang sukses. Pandangan ARMY terhadap perencanaan *event* sosial bervariasi dan relatif tergantung bagaimana situasi dan pengalaman setiap Informan.

Kata Kunci : BTS, *Event creator*, ARMY, *Event* sosial, Perencanaan *event*

ABSTRACT

The high level of passion for K-POP groups, especially BTS, has become a global phenomenon involving millions of fans known as ARMY. ARMY in Indonesia actively organizes events that not only entertain but also have a positive impact on society. ARMY event creators are required to plan K-POP events that not only entertain but also align with and are inspired by BTS's values, creating a positive impact through socially-oriented K-Pop events. Therefore, this research aims to explore how ARMY event creators plan socially-oriented K-Pop event themes and analyze the perspectives of ARMY as event creators towards socially-oriented K-Pop events. This research uses a qualitative approach with data collection methods including case studies supported by interview techniques. The findings of this study show that the emergence of socially-themed K-Pop events organized by ARMY not only adheres to the values promoted by BTS. In the process of planning socially-themed events, ARMY uses user experience loop design to achieve successful social events. The views of ARMY on planning social events vary and are relatively dependent on the situation and experiences of each informant.

Keywords : BTS, Event creator, ARMY, Social events, Event planning