

***CELEBRITY WORSHIP* DAN PERILAKU KONSUMTIF
REMAJA PENGGEMAR K-POP
DI KOMUNITAS NCTZEN PURWOKERTO**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)

Oleh:

SYAFINA ALVI DAMAYANTI
NIM. 1817101128

**PROGRAM STUDI BIMBINGAN DAN KONSELING ISLAM
JURUSAN KONSELING DAN PENGEMBANGAN MASYARAKAT
FAKULTAS DAKWAH
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syafina Alvi Damayanti
NIM : 1817101128
Jenjang : S-1
Fakultas : Dakwah
Program Studi : Bimbingan dan Konseling Islam
Judul Skripsi : **Celebrity Worship dan Perilaku Konsumtif
Remaja Penggemar K-Pop di Komunitas NCTzen
Purwokerto**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan ini telah tercantum sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Purwokerto, 22 September 2022

Yang menyatakan



Syafina Alvi Damayanti
NIM. 1817101128



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553, www.uinsaizu.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**CELEBRITY WORSHIP DAN PERILAKU KONSUMTIF REMAJA
PENGEMAR K-POP DI KOMUNITAS NCTZEN PURWOKERTO**

Yang disusun oleh **Syafina Alvi Damayanti** NIM. **1817101128** Program Studi **Bimbingan dan Konseling Islam** Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari Selasa tanggal 27 September 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.Sos)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing

Ahmad Muttaqin, S.Ag. M.Si
NIP. 197911152008011018

Sekretaris Sidang/Penguji II

Alfi Nur'aini, M.Ag.
NIP. 199307302019082001

Penguji Utama

Uus Uswatusolihah, S.Ag.M.A.
NIP. 197703042003122001

Mengetahui/Mengesahkan,
Purwokerto, ... 6-10-2022

Dekan,



Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag.
NIP. 195912191998031001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri
Di Purwokerto

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari:

Nama : Syafina Alvi Damayanti
NIM : 1817101128
Jenjang : S-1
Program Studi : Bimbingan Konseling Islam
Fakultas : Dakwah
Judul Skripsi : **Celebrity Worship dan Perilaku Konsumtif Remaja Penggemar K-Pop di Komunitas NCTzen Purwokerto**

Dengan ini dinyatakan bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk sidang munaqosyah dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos). Demikian atas perhatiannya kami sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 22 September 2022

Dosen Pembimbing,



Ahmad Muttaqin, S.Ag, M.Si
NIP.197911152008011018

MOTTO

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain”

(HR. ath-Thabrani)



CELEBRITY WORSHIP DAN PERILAKU KONSUMTIF REMAJA PENGGEAR K-POP DI KOMUNITAS NCTZEN PURWOKERTO

Syafina Alvi Damayanti

NIM.1817101128

Program Studi Bimbingan dan Konseling Islam
Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Tidak jarang bagi seorang remaja memiliki panutan atau *role model* sebagai inspirasi dan motivasi untuk berkembang mencari jati diri. Publik figur atau selebriti merupakan salah satu *role model* yang banyak menjadi panutan remaja. Namun hal tersebut menjadi tidak wajar ketika seorang remaja terlalu berlebihan dalam mengagumi dan mengidolakan seorang selebriti. Hal inilah yang dinamakan *celebrity worship*. Salah satu selebriti yang banyak digemari remaja saat ini adalah selebriti *Korean Pop* (K-Pop). Ketika remaja mengidolakan selebriti tersebut, akan memunculkan perilaku konsumsi yang berkaitan dengan produk atau hal-hal yang berkaitan dengan idolanya sebagai bentuk dukungan dari penggemar kepada idolanya.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode pengumpulan datanya dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini dilakukan kepada empat orang subjek yang merupakan anggota Komunitas NCTzen Purwokerto, berusia antara 16 sampai 23 tahun dan satu orang pengurus Komunitas NCTzen Purwokerto.

Hasil penelitian yang didapat yaitu keempat subjek menunjukkan perilaku *celebrity worship* yang memenuhi tingkatan *entertainment social*, akan tetapi terdapat dua subjek yang juga mengalami keterikatan emosi pada tingkat *intense personal feeling* berupa keterikatan emosi dengan idolanya. Perilaku konsumsi yang dilakukan subjek mulai dari mengoleksi album dan merchandise idola sebagai simbol dukungan penggemar kepada idolanya dan bentuk rasa suka kepada idolanya. Selain itu, dengan memakai atribut atau barang-barang yang berkaitan dengan idola, secara tidak langsung akan menunjukkan identitas mereka sebagai seorang penggemar K-Pop.

Kata Kunci: K-Pop, Remaja, *Celebrity Worship*, Perilaku Konsumtif

CELEBRITY WORSHIP AND CONSUMPTION BEHAVIOR OF YOUTH K-POP FANS IN NCTZEN PURWOKERTO COMMUNITY

Syafina Alvi Damayanti

NIM.1817101128

Islamic Guidance and Counseling

State Islamic University Professor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

It is not uncommon for a teenager to have a role model as inspiration and motivation to develop in search of identity. Public figures or celebrities are one of the role models that many teenagers look up to. But it becomes unnatural when a teenager is too much in admiring and idolizing a celebrity. This is what is called celebrity worship. One of the celebrities who are very popular with teenagers today is Korean Pop (K-Pop) celebrity. When teenagers idolize these celebrities, it will bring up consumption behavior related to products or things related to their idols as a form of support from fans to their idols.

This study uses a qualitative research type with a descriptive approach. Methods of data collection is done by observation, interviews and documentation. This research was conducted on four subjects who are members of the Purwokerto NCTzen Community, aged between 16 and 23 years and one administrator of the Purwokerto NCTzen Community.

The results obtained are that the four subjects show celebrity worship that meets the level of social entertainment, but there are two subjects who also experience emotional attachment at the level of intense personal feeling form of emotional attachment to their idol. Consumption behavior carried out by the subject starts from collecting albums and idol merchandise as a symbol of fan support for their idols and a form of liking for their idols. In addition, by wearing attributes or items related to idols, it will indirectly show their identity as a K-Pop fan.

Keywords: K-Pop, Youth, Celebrity Worship, Consumptive Behavior

PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah SWT Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Segala rasa syukur tucurahkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan karunian-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar. Sholawat dan salam peneliti curahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang menjadi teladan bagi umat Islam. Dengan penuh rasa syukur, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Teruntuk diri sendiri, terimakasih telah berjuang dan bertahan sampai sejauh ini. Terimakasih untuk tidak pernah menyerah dan percaya bahwa kamu bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua tercinta Bapak Rachmad dan Ibu Nurhidayatun yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan, dan motivasi. Semoga senantiasa Allah selalu memberikan kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan untuk bapak dan ibu serta senantiasa berada dalam lindungan Allah SWT.
3. Kampus tercinta Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri dan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT. atas segala rahmat dan nikmat-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Celebrity Worship dan Perilaku Konsumtif Remaja Penggemar K-Pop di Komunitas NCTzen Purwokerto”. Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat yang harus diselesaikan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada program studi Bimbingan dan Konseling Islam, Fakultas Dakwah UIN Prof. K. H Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Selama proses penyusunan skripsi ini banyak pihak yang tulus ikhlas membantu dan memberikan bimbingan serta dorongan semangat. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag., Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag., Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Dr. Muskinul Fuad, M.Ag., Wakil Dekan I Fakultas Dakwah
4. Dr. Hj. Khusnul Khotimah, M.Ag., Wakil Dekan II Fakultas Dakwah.
5. Dr. Musta'in, S.Pd., M.Si., Wakil Dekan III Fakultas Dakwah.
6. Nur Azizah M.Si., Ketua Jurusan Konseling dan Pengembangan Masyarakat UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Ahmad Muttaqin, S.Ag,M.Si., Pembimbing Akademik sekaligus dosen pembimbing. Terimakasih bapak atas arahan dan bimbingannya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
8. Dr. Henie Kurniawati, S.Psi., M.A., Psikolog, Eka Widiasari, M.Si., Psikolog, dan Zahratika Zalafi, M.Si., terimakasih ibu, karena telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman selama bergabung dengan UPT Pengembangan Karir.
9. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan bimbingan serta ilmu kepada peneliti selama mengeyam pendidikan di bangku kuliah.

10. Segenap jajaran Staf Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan pelayanan terbaik kepada mahasiswa.
11. Teman-teman Komunitas NCTzen Purwokerto yang telah membantu melancarkan penelitian ini dan mau bekerja sama dengan peneliti. Terimakasih atas kesediaan kalian untuk menjadi bagian penting dalam penelitian ini.
12. Kedua orang tua peneliti Bapak Rachmad dan Ibu Nurhidayatun yang telah memberikan segalanya untuk peneliti dan selalu mendukung dalam mengerjakan skripsi.
13. Kedua adik peneliti, Muhamad Ichsan Priyadi dan Ferdiansyah Maulana Akbar serta keluarga yang telah memberikan dukungan doa dan kasih sayang.
14. Teman-teman seperjuangan BKI 2018 khususnya kelas BKI C UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Terimakasih atas kebahagiaan dan segala kenangan indah selama masa perkuliahan.
15. Tim Teman Sehati UPTP Karir, Komunitas Mitra Remaja 2020, dan berbagai tim kepanitiaan yang pernah diikuti peneliti. Terimakasih telah memberi kepercayaan kepada peneliti untuk berproses bersama.
16. Teman-teman Peer Counselor Teman Sehati, Aulia Rahmawati Fajeri, Matlul luluil Fatimah, Annisa Barokah, Silfia Putri Widiya Sari, dan Kiky Dwi Ratnasari. Terima kasih untuk hari-hari yang menyenangkan dan membahagiakan bersama kalian selama berproses di UPTP Karir UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
17. Almamater Bimbingan Konseling Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
18. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh peneliti.

Harapan peneliti mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat bagi pembaca, khususnya bagi Mahasiswa Bimbingan dan Konseling Islam. Oleh karena itu,

saran dan kritikan yang membangun sangat diharapkan oleh peneliti demi perbaikan di masa mendatang.

Purwokerto, 22 September 2022

Peneliti,

Syafina Alvi Damayanti

NIM. 1817101128



DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Penegasan Istilah	7
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	9
F. Kajian Pustaka	9
G. Sistematika Penulisan	12
BAB II KAJIAN TEORI	13
A. Celebrity Worship	13
1. Pengertian <i>Celebrity Worship</i>	13
2. Aspek <i>Celebrity Worship</i>	13
3. Dampak <i>Celebrity Worship</i>	15
4. <i>Celebrity Worship</i> dalam Perspektif Islam	15
B. Perilaku Konsumtif	16
1. Pengertian Perilaku Konsumtif	16
2. Faktor Perilaku Konsumtif	16
3. Karakteristik Perilaku Konsumtif	18

4. Motif Perilaku Konsumtif	19
5. Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Islam	21
C. Remaja	22
1. Pengertian Remaja	22
2. Karakteristik Remaja	23
3. Tahapan Remaja	25
4. Tugas Perkembangan Remaja	25
D. Teori Interaksi Simbolik	27
1. Prinsip Dasar Interaksi Simbolik	28
2. Tema dari Interaksi Sosial	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	30
B. Subjek dan Objek Penelitian	30
C. Waktu dan Tempat Penelitian	31
D. Sumber Data	31
E. Teknik Pengumpulan Data	32
1. Observasi	32
2. Wawancara	33
3. Dokumentasi	34
F. Teknik Analisis Data	34
G. Teknik Uji Keabsahan Data	36
BAB IV CELEBRITY WORSHIP DAN PERILAKU KONSUMTIF	
NCTZEN PURWOKERTO.....	38
A. Komunitas NCTzen Purwokerto	38
B. Profil Subjek	39
C. Perilaku Konsumsi Komunitas	41
1. Fashion dan Make-up.....	42
2. Makanan	46
3. Gaya Hidup	47
4. Ikon atau Merchandise	51
5. Bahasa	52

D. K-Pop dan Idola Baru Remaja	54
1. Awal Mula Menyukai K-Pop	54
2. Alasan Menyukai K-Pop	55
3. Fangirling atau Aktivitas Pengidolaan	57
4. Tingkatan Celebrity Worship	58
E. Makna Tindakan Komunitas	59
F. Pembahasan ..	63
BAB V PENUTUP	66
A. Kesimpulan	66
B. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN-LAMPIRAN	73



DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1 : Logo Komunitas NCTzen Purwokerto
Gambar 2 : Wawancara Subjek 1
Gambar 3 : Wawancara Subjek 2
Gambar 4 : Wawancara Subjek 3
Gambar 5 : Wawancara Subjek 4
Gambar 6 : Wawancara Subjek 5 (Pengurus Komunitas)



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Panduan Wawancara

Lampiran 2 : Hasil Wawancara

Lampiran 3: Dokumentasi



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Beberapa tahun terakhir budaya Korea sangat berkembang dengan cepat dan meluas secara global, sehingga memunculkan fenomena *Korean Wave* yang disebut juga dengan *Hallyu*. Menurut Putri, *Korean Wave* merupakan istilah penyebaran budaya populer Korea melalui *entertain* seperti musik, drama, dan *fashion*. Menurut Larasati, *Korean Wave* meliputi berbagai macam budaya yang menjadi salah satu produk ekspor utama Korea Selatan di antaranya yaitu drama (K-Drama), Film, K-Fashion dan musik (K-Pop).¹ K-Pop sendiri memiliki arti Korean Popular Musik, yang mana musik tersebut sangat disukai oleh banyak remaja. Beberapa faktor yang menyebabkan K-Pop banyak disukai oleh para remaja di Indonesia di antaranya yaitu karena musiknya yang unik serta dibubuhi dengan koreografi yang apik.²

Kepopuleran K-Pop di Indonesia membuat para remaja menggemari artis-artis K-Pop, dengan rasa kegemaran yang tinggi pada artis tersebut, terkadang akan membuat para remaja berupaya meniru segala bentuk gaya penampilan ataupun karakternya. Selain itu, dengan rasa tingginya memuja artis idolanya terkadang akan membuat para penggemar ikut serta merasakan emosional yang sama dengan artis idolanya, misalnya ketika artis idolanya sedang putus asa atau sedih, penggemar akan ikut merasakan kesedihannya, hal tersebut dikarenakan tingginya rasa pemujaan pada artis idolanya.³

¹Hurun In Driana dan Aniek Indrawati, "Pengaruh Celebrity Worship, Gaya Hidup Hedonis, dan Kecanduan Internet Terhadap Pembelian Kompulsif Merchandise Band Day6 pada Online Shop Uriharu Id", *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Pendidikan*, Vol. 1, No, 5, 2021, Hlm. 452.

²Salsabila Baswoko Praundrianagari dan Hendry Cahyono, "Pola Konsumsi Mahasiswa K-Popers yang Berhubungan dengan Gaya Hidup K-Pop Mahasiswa Surabaya", *Independent Journal Of Economics*, Volume 1 Nomor 2, 2021, Hlm. 34.

³Ria Vinola, "Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Celebrity Worship Pada Penggemar K-Pop", *Skripsi*, (Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim), Hlm. 2.

Fan war atau bentrok antar *fandom* bukanlah hal yang asing dalam budaya penggemar. Kekerasan berupa perkataan dan umpatan kasar sering diucapkan para penggemar yang mayoritasnya adalah remaja, termasuk juga remaja Indonesia. *Fandom* K-Pop telah berfungsi hampir menyerupai *cult* di mana penggemar yang berada di dalamnya seolah telah dihipnotis untuk memuja idola layaknya seorang dewa. Mereka akan membanggakan idolanya dibanding dengan idola lain. Sehingga apabila penggemar dari *fandom* lain menghina idola mereka, maka *fan war* antar *fandom* tidak dapat dihindarkan. Tiap *fandom* akan mengklaim idola mereka yang terbaik. Hal tersebut juga akan memunculkan tipe penggemar yang obsesif dan kompulsif yang disebut penggemar *sasaeng* atau “*private life*” fans yang cenderung bertingkah ekstrem, seperti menguntit dan melanggar privasi artis. Perilaku tersebut jelas tidak sesuai dengan hadis Rasulullah Saw.⁴

أَحِبِّ حَبِيبَكَ هَوْنًا، عَسَىٰ أَنْ يَكُونَ بَغِضَتِكَ تَوَامًا وَأَبْغِضْ بَغِضَتِكَ هَوْنًا،
عَسَىٰ أَنْ يَكُونَ حَبِيبًا تَوَامًا

Artinya: Cintailah kekasihmu (secara) sedang-sedang saja, siapa tahu di suatu hari nanti dia akan menjadi musuhmu, dan bencilah orang yang kau benci (secara) biasa-biasa saja, siapa tahu suatu hari nanti dia akan menjadi kecintaanmu. (HR. Turmudzi)

Munculnya *boyband* dan *girlband* yang beranggotakan anak muda merupakan aspek pendukung terkuat *Korean Wave* menyebar ke Indonesia serta penjuru dunia. Salah satu *boyband* yang populer saat ini yaitu NCT (*Neo Culture Technology*) yang merupakan *Boyband* asal Korea Selatan di bawah naungan SM Entertainment dan memiliki kelompok penggemar yang bernama NCTzen. NCT sendiri merupakan istilah yang dibuat oleh Lee Soo-Man pendiri SM Entertainment untuk menggambarkan konsep atau aturan dari *boyband* ini yang memiliki jumlah member tak terbatas,

⁴ Erna Dwi Nugraini, “Fanatisme Remaja Terhadap Musik Populer Korea dalam Perspektif Psikologi Sufistik (Studi Kasus Terhadap Exo-L)”, *Skripsi*, (Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo), Hlm. 5.

yang kemudian terbagi menjadi beberapa sub-unit yang berbasis dari berbagai kota di dunia. Sub-unit pertamanya yaitu NCT U yang memulai debutnya pada April 2016. Sub-unit kedua yaitu NCT 127 memulai debutnya pada Juli 2016 yang berbasis di Seoul, dan sub-unit ketiga yaitu NCT Dream yang memulai debutnya pada Agustus 2016.⁵

Kepopuleran K-Pop juga dapat terlihat dari banyaknya kemunculan komunitas penggemar K-Pop. Berkaitan dengan hal itu, menurut Raviv individu membentuk identitas diri dan bergabung dengan kelompok sebaya saat memasuki masa remaja. Remaja sering bergantung dengan kelompok sebaya dan dapat menyesuaikan diri dengan nilai-nilai, keyakinan, dan perilaku yang ada di kelompok sebaya.⁶

Terbentuknya komunitas penggemar NCT dikarenakan adanya kesamaan kegemaran pada individu. Biasanya penggemar akan memilih sang idola sama halnya seperti mereka memilih teman-temannya. Mereka akan menganggap idolanya sebagai keluarga, teman, dan *role model*. Penggemar bahkan merasa dirinya sangat mengenali idolanya walaupun ikatan atau interaksi yang terjadi hanya bersifat satu arah. Kegagalan individu dalam membedakan interaksi parasosial dan aktivitas sosial biasa akan mengakibatkan individu berkeyakinan bahwa interaksi mereka telah dibalas oleh sang idola. Dalam psikologi hal tersebut dinamakan *celebrity worship*⁷.

Celebrity worship diartikan sebagai pemujaan yang berlebihan pada artis atau selebriti yang diidolakan.⁸ Menurut Maltby, *celebrity worship* adalah intensitas hubungan parasosial antara penggemar dengan idolanya, yang mana hubungan tersebut bisa dianggap tidak wajar jika

⁵Khairani, A. M., & Rismawaty, S. "Communication Behavior Of Fanatic Fans In Nctzen Bandung Communities", *Jurnal UNIKOM*, Hlm. 4.

⁶Naqiyah Maryam Mulia Sari Dewi, "Pengaruh Pola Asuh Orang Tua dan Celebrity Worship Terhadap Self-Esteem Remaja Penggemar K-Pop Di DKI Jakarta", *TAZKIYA Journal of Psychology*, Vol. 4 No. 2 Oktober 2016, Hlm 150.

⁷Anastasia Noor Adianti Purwitasari, "Hubungan Antara Peer Attachment Dan Celebrity Worship Pada Remaja Penggemar Neo Culture Technology (NCT)", *Skripsi*, (Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2021), Hlm. 2.

⁸Juliana Marlin Y Benu Dkk, "Perilaku Celebrity Worship Pada Remaja Perempuan", *Journal Of Health And Behavioral Science*, Vol.1, No.1, Maret 2019, Hlm. 14-15.

penggemar menjadi tergila-gila atau terobsesi dengan idola mereka. Semakin tinggi intensitas pemujaan, semakin terobsesi pula penggemar kepada idolanya.⁹

Celebrity worship sering terjadi pada remaja karena masa remaja merupakan masa transisi dari masa anak-anak menuju masa dewasa yang mencakup perubahan biologis, kognitif, dan sosial. Masa remaja merupakan masa pencarian identitas diri karena mereka bersiap untuk memasuki suatu peranan dan tindakan-tindakan yang dianggap penting di tengah masyarakat. Apabila dalam proses pencarian identitas diri remaja bergaul dengan lingkungan yang baik maka akan tercipta identitas diri yang baik pula. Sedangkan jika remaja bergaul dalam lingkungan yang kurang baik maka akan timbul kekacauan identitas pada diri remaja. Dalam pencarian identitas diri *celebrity worship* mempunyai pengaruh yang besar, karena remaja mengacu pada idolanya yang dijadikan sebagai pembimbing dalam mencapai kejelasan identitas diri mereka. *Celebrity worship* ini ditandai dengan kecanduan berlebih terhadap idolanya yang terlihat dari hal-hal sederhana dengan adanya empati, identifikasi, obsesi, dan asosiasi. Salah satu sindrom *celebrity worship* yang terjadi pada penggemar yakni dicirikan ketika mereka menyukai idolanya, mereka bisa menghabiskan waktu berjam-jam hanya untuk melihat media sosial untuk mencari tahu segala aktivitas dan informasi terhadap idolanya tersebut.¹⁰

Celebrity worship terjadi pada remaja yang sedang membentuk identitas. Mereka mencari referensi yang dianggap ideal. Selebriti atau artis dianggap sebagai kelompok yang memiliki identitas yang layak dijadikan model karena figur selebriti yang ditampilkan di layar kaca merupakan sosok yang terlihat sempurna.

⁹ Siti Luthfathul Millah, "Hubungan Antara Celebrity Worship Dengan Perilaku Konsumtif Remaja Penggemar Boyband BTS", *Skripsi*, (Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019), Hlm. 8.

¹⁰ Sherin Putriana Muslihat, "Sindrom *Celebrity Worship* Remaja Penggemar Boyband Bts Kota Bandung Ditinjau dari Perspektif Tindakan Sosial", *Skripsi*, (Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2020), Hlm. 4-5.

Celebrity worship pun secara tak langsung menjadi bagian dari sistem perekonomian. Ketika seseorang memuja selebriti, dia akan merasa terhubung dengan apapun yang berhubungan dengan idola, hal ini dicirikan dengan adanya tindakan penggemar berbelanja atau melakukan pembelian barang-barang yang berhubungan dengan idolanya, seperti album, tiket konser, dan *merchandise*. Penggemar rela menghabiskan uang yang cukup banyak untuk membeli hal-hal yang berhubungan dengan idola mereka karena merasa memiliki makna tersendiri ketika mendapatkan itu semua.

Berbelanja atau membeli sesuatu terkait idola bisa dikatakan sebagai perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan hasrat berbelanja produk tanpa mengutamakan kegunaan atau manfaatnya. Seringkali tindakan itu mubazir dan hanya untuk mendapatkan kebahagiaan sesaat.¹¹ Ketika membeli produk yang berkaitan dengan idola, para penggemar jarang sekali mempertimbangkan keperluan, kualitas serta harga. Para penggemar tetap memiliki hasrat yang besar dalam melakukan pembelian walau biaya yang dikeluarkan cukup besar.¹²

Celebrity worship yang terjadi secara berlebihan akan memunculkan penggemar yang obsesif dan posesif kepada idolanya, serta akan membentuk perilaku konsumtif yang tidak dapat dikontrol. Perilaku konsumtif yang terjadi berupa pembelian barang yang berkaitan dengan idolanya yang bukan suatu kebutuhan melainkan sebuah hasrat atau keinginan semata seperti membeli merchandise, album, lightstick, poster, dan lain-lain. Selain itu, pembelian secara tiba-tiba tanpa memikirkan kegunaan dari barang yang dibeli, dan rela mengeluarkan uang yang cukup banyak untuk membeli barang yang berkaitan dengan idolanya hanya untuk menyenangkan diri sendiri dan menunjukkan kecintaannya kepada idolanya.

¹¹Siti Luthfathul Millah, "Hubungan Antara...", Hlm 16.

¹²Nadine Denita Asrie dan Dian Misrawati, "*Celebrity Worship* dan...", Hlm 93.

Saat ini, ada banyak cara untuk mengekspresikan dan menunjukkan rasa kecintaan pada K-Pop. Fenomena yang biasa terlihat di kalangan penggemar K-Pop adalah munculnya berbagai komunitas penggemar atau *fans* di berbagai Negara, termasuk Indonesia. Komunitas penggemar ini lebih dikenal dengan sebutan *Fandom* yang merupakan sebuah singkatan dari kata *Fan Kingdom* (Kerajaan Penggemar). Pengertian *Fandom* adalah sekelompok penggemar yang membentuk jaringan sosial satu sama lain berdasarkan rasa kesamaan, tetapi tidak mempermasalahkan hubungan antar individu yang tidak intens dan bahkan tidak saling mengenal. Setelah adanya *fandom* skala besar, para pecinta K-Pop mulai membuat *fandom* lokal untuk idola yang mereka sukai.¹³ Di Purwokerto misalnya, sebut saja Komunitas NCTzen Purwokerto, salah satu *fandom* lokal di Purwokerto yang didedikasikan untuk *boyband* NCT. Salah satu tujuan dari Komunitas NCTzen Purwokerto adalah untuk menyebarkan informasi terbaru tentang sang idola dan menjadi wadah bagi para penggemar untuk saling berinteraksi, khususnya bagi para NCTzen yang berada di wilayah Purwokerto.

Berdasarkan keterangan dari salah satu pengurus Komunitas NCTzen Purwokerto, komunitas ini berdiri pada 26 Juli 2019 yang terdiri dari 180 anggota berusia antara 16-30 tahun. Mereka kerap melakukan agenda atau *event* terkait NCT, seperti *Gathering* atau *Cafe Event*, *Anniversary*, nonton bareng, dan lain-lain. Biasanya kegiatan ini dilakukan di kafe yang ada di Purwokerto atau tempat-tempat tertentu lainnya.

Havighurst mengatakan, salah satu tugas perkembangan remaja adalah menyiapkan karir ekonomi. Dimana tugas tersebut menuntut remaja untuk menemukan jaminan bahwa suatu saat harus mampu berdiri sendiri untuk mencapai kebebasan ekonomi. Akan tetapi, mayoritas remaja tidak terlibat dalam kegiatan yang mendorong kemandirian ekonomi.¹⁴ Mereka cenderung menunjukkan perilaku konsumtif karena rela membeli

¹³ Dewi Aisyah, "Komunitas K-Pop di Sidoarjo Tahun 2013-2018", *Avatara, E-Journal Pendidikan Sejarah*, Volume 10, No. 2 Tahun 2021, Hlm. 3.

¹⁴Siti Luthfathul Millah, "Hubungan...", Hlm 9.

apapun yang berhubungan dengan idolanya tanpa mempertimbangkan kegunaannya. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai *celebrity worship* dan perilaku konsumtif pada remaja penggemar K-Pop di Komunitas NCTzen Purwokerto.

B. Penegasan Istilah

1. *Celebrity Worship*

Celebrity Worship diartikan sebagai pemujaan atau pengidolaan yang berlebihan terhadap selebriti.¹⁵ Menurut Lynn, Lange dan Houran *celebrity worship* merupakan kondisi dimana individu merasa tertarik kepada selebiti serta menjadi tertarik dengan kehidupan pribadi tersebut.¹⁶

Dalam penelitian ini *celebrity worship* yang dimaksud adalah rasa kagum terhadap selebriti yang menimbulkan obsesi dengan kehidupan selebriti.

2. Perilaku Konsumtif

Menurut Fromm, perilaku konsumtif adalah dorongan untuk memperoleh suatu barang atau jasa tanpa memperhatikan kegunaan atau manfaatnya. Perilaku ini sering dilakukan secara berlebihan demi kesenangan, meskipun kesenangan yang diperoleh hanya sesaat.¹⁷ Perilaku konsumtif adalah keinginan mengonsumsi atau membeli secara berlebihan produk atau barang yang kurang diperlukan hanya untuk memperoleh kesenangan.¹⁸

¹⁵Juliana Marlin Y Benul dkk, "Perilaku...", Hlm 14-15.

¹⁶Ni Wayan Reza Savitri Ayu dan Dewi Puri Astiti, "Gambaran *Celebrity Worship* pada Penggemar K-Pop", *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi*, Vol. 1, No. 3, September 2020, Hlm. 205.

¹⁷Siti Luthfathul Millah, "Hubungan...", Hlm. 16.

¹⁸Ance M. Siallagan Dkk, "Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Stikes Santa Elisabeth Medan", *Jurnal Darma Agung Husada*, Volume 8, No 1, April 2021, Hlm. 54-61.

Perilaku konsumtif yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu pembelian suatu produk tanpa mementingkan kegunaan atau hanya mementingkan keinginan semata.

3. Remaja Penggemar K-Pop

Remaja berasal dari kata latin yaitu *adolescere* yang artinya pendewasaan. *Adolescence* istilah yang sering digunakan saat ini memiliki pengertian lebih luas meliputi kematangan emosi, sosial, fisik, dan mental.¹⁹ Remaja merupakan tahap peralihan dari anak-anak menuju dewasa. Remaja terbagi menjadi tiga tahapan, yaitu remaja awal, tengah, dan akhir.²⁰

Sementara penggemar didefinisikan sebagai seseorang yang sangat menggemari atau mendukung sesuatu, biasanya penggemar akan membentuk grup atau kelompok penggemar yang dinamakan *fandom*.²¹

Dalam penelitian ini peneliti berfokus pada remaja penggemar K-Pop yang berumur 16-23 tahun yang tergabung dalam Komunitas NCTzen Purwokerto.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana *celebrity worship* dan perilaku konsumtif Komunitas NCTzen Purwokerto?
2. Apa makna tindakan remaja dalam Komunitas NCTzen Purwokerto?

D. Tujuan Penelitian

1. Menjelaskan *celebrity worship* dan perilaku konsumtif Komunitas NCTzen Purwokerto.

¹⁹Gatot Marwoko, "Psikologi Perkembangan Masa Remaja", *Tasyri: Jurnal Tarbiyah-Syariah-Islamiah*, Vol. 26, No. 1, 2019, Hlm. 60-75.

²⁰Amita Diananda, "Psikologi Remaja dan Permasalahannya", *Journal Istighna*, Vol 1, No. 1, 2019, Hlm. 117-118.

²¹Jeanette dan Sinta Paramita, "Makna Idola...", Hlm. 395.

2. Menganalisis makna tindakan remaja dalam Komunitas NCTzen Purwokerto.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini melengkapi teori interaksi simbolik yang digagas oleh George Herbert Mead.

2. Manfaat Praktis

- a. Menyediakan referensi bagi peneliti selanjutnya terkait dengan makna tindakan kelompok remaja.
- b. Menyempurnakan bacaan bagi mahasiswa dan peneliti tentang makna tindakan kelompok remaja dalam membentuk identitas.

F. Kajian Pustaka

Kajian atau studi tentang perilaku *celebrity worship* secara umum terdapat tiga klasifikasi.

Pertama, *celebrity worship* yang disebabkan karena faktor usia. Sebagaimana yang disampaikan oleh Raviv, Bar-tal dan Ben-horin bahwa usia adalah salah satu faktor yang berperan dalam perilaku *celebrity worship*. Usia remaja merupakan puncak dari pemujaan terhadap idola, yaitu antara usia 11 sampai 17 tahun dan akan semakin berkurang setelah melewati usia tersebut. Hal ini disebabkan remaja yang berada dalam usia tersebut memiliki ketertarikan untuk membangun hubungan romantis dan memiliki pasangan untuk berkencan, dan ketika remaja dipengaruhi oleh norma aturan sosial di sekitarnya yang mengharuskan remaja memiliki ketertarikan terhadap lawan jenis, akan tetapi ada beberapa yang tidak bisa membangun hubungan yang nyata, sehingga mereka memilih untuk menyukai selebriti.²²

²²Shofa, Marwatu, "Gambaran Psikologis Celebrity Worship Pada Dewasa Awal: Studi Kasus Mahasiswa Penggemar Korean Pop", *Skripsi*, (Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2017), Hlm. 19.

Kedua, *celebrity worship* disebabkan karena faktor jenis kelamin. Jenis kelamin seseorang mempengaruhi dalam pemilihan idola mereka, seorang laki-laki cenderung mengidolakan atlet olahraga seperti pemain sepak bola, petinju, dan lain-lain, sedangkan perempuan cenderung mengidolakan selebriti dari bidang hiburan seperti penyanyi, pemain film dan sebagainya. Menurut Frith laki-laki cenderung menyukai penyanyi dengan ekspresi agresif seperti penyanyi rock, band, dan lain-lain sementara perempuan lebih tertarik kepada selebriti karena untuk kebutuhan fantasi mereka tentang hubungan romantis.²³ Sebagaimana hasil penelitian dari Syam menunjukkan 74% remaja perempuan menyukai budaya Korea sedangkan laki-laki 13%. Hal tersebut dikarenakan siaran Korea lebih menyentuh pada cinta, kasih sayang dan kesedihan, dimana sifat-sifat tersebut banyak dimiliki perempuan daripada laki-laki.²⁴

Ketiga, *celebrity worship* karena faktor kemampuan sosialisasi. Sebagaimana pendapat McChutcheon yang menyimpulkan bahwa individu memuja selebriti karena alasan sosial, umumnya pemuja selebritis merupakan individu introvert yang kemampuan sosialnya rendah, dan juga individu yang membutuhkan pelarian dari konflik di dunia nyata. Karena tingkat sosialisasinya yang rendah tersebut ia cenderung menyendiri, kesepian, dan merasa kosong. Untuk mengisi kekosongan itu, pemuja selebriti mulai membentuk hubungan parasosial dengan selebriti yang diidolakan.²⁵

Kajian atau studi tentang perilaku konsumtif secara umum terdapat tiga klasifikasi.

Pertama, perilaku konsumtif yang didorong atas dasar material atau keadaan ekonomi. Perilaku konsumtif disebabkan karena seseorang

²³Alissa Laksmi, "Hubungan antara Status Identitas Diri dengan Celebrity Worship pada Remaja Akhir Penggemar Korean Pop di Kota Malang", *Skripsi*, (Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim), Hlm. 36.

²⁴Astrid Lingkan Mandas, Suroso, Dwi Sarwindah S, "Hubungan Antara Konsep Diri Dengan *Celebrity Worship* pada Remaja Pecinta Korea di Manado ditinjau dari Jenis Kelamin", *Psikovidya: Jurnal Fakultas Psikologi Universitas Wisnuwardhana Malang*, Vol 22, No. 2, Desember 2018, Hlm. 174.

²⁵Alissa Laksmi, "Hubungan antara...", Hlm. 35.

memiliki kelebihan material yang bisa memenuhi kebutuhan dasar. Sebagaimana disampaikan oleh Kotler bahwa orang yang memiliki uang yang cukup akan cenderung lebih senang membelanjakan uangnya untuk membeli barang-barang, sedangkan orang dengan ekonomi rendah akan cenderung berhemat.²⁶

Kedua, perilaku konsumtif yang disebabkan karena watak atau kepribadian. Faktor ini berdasarkan kepada karakter orang yang berbeda-beda memiliki kesenangan dan keunikan masing-masing. Berdasarkan jurnal yang ditulis oleh Lutfiah, dkk. yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi PPAPK FKIP Universitas Tanjungpura Pontianak” menghasilkan bahwa banyak informan mereka yang senang dalam berbelanja bahkan ada juga yang mengatakan hobi dalam berbelanja. Sehingga mereka pernah melakukan *impulsive buying* atau pembelian tanpa berencana dikarenakan barang tersebut terlihat bagus, edisinya terbatas, dan menarik untuk dibeli. Hal ini sesuai dengan penelitian Mia Estetika bahwa setiap individu mempunyai kepribadian yang senang dalam berbelanja, mereka berbelanja untuk memuaskan keinginannya, agar terlihat keren dan percaya diri apabila menggunakan barang-barang yang mahal.²⁷

Ketiga, perilaku konsumtif yang didorong atas dasar perkembangan modernitas. Modernitas dan perilaku konsumtif merupakan suatu hal yang tidak bisa dipisahkan. Sebagaimana jurnal yang ditulis oleh Ivo Selvia Agusti dan Nining Dewanti Gultom berjudul “Pengaruh Literasi Ekonomi dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa” bahwa perilaku konsumtif ditentukan oleh modernitas seseorang. Dimana hal tersebut tidak begitu saja muncul, akan tetapi melalui proses sosialisasi

²⁶Melinda, Lisbeth Lesawengen, Fony J. Waani, “Perilaku Konsumtif dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Toraja di Universitas Sam Ratulangi Manado”, *JURNAL ILMIAH SOCIETY*, Volume 2 No. 1 Tahun 2022, Hlm. 5

²⁷ Lutfiah, Muhammad Basri, Heni Kuswanti, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi PPAPK FKIP Universitas Tanjungpura Pontianak”, *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, Vol. 11, No. 3, 2022, Hlm 7.

yang panjang sehingga membentuk suatu sikap, perilaku, dan pandangan hidup untuk menjalani kehidupan modern saat ini. Salah satu dasar perilaku konsumtif itu terjadi karena modernitas itu sendiri. Bahwa pribadi yang terdidik sejak kecil untuk bersikap konsumtif maka akan menjadi pribadi yang konsumtif, dan menjadi sikap serta pandangan hidup seseorang.²⁸

G. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pemahaman terhadap pokok-pokok pembahasan yang ada dalam penelitian ini, maka peneliti menyusun sistematika pembahasan yang terbagi dalam lima bab sebagai berikut:

BAB I. Pendahuluan, meliputi: Latar Belakang Masalah, Penegasan Istilah, Batasan dan Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kajian Pustaka, Kerangka Teori, dan Sistematika Pembahasan.

BAB II. Perilaku Konsumtif Pada Remaja *Celebrity Worship*, meliputi: *Celebrity Worship*, Perilaku Konsumtif, Remaja, dan Teori Interaksi Simbolik.

BAB III. Metode Penelitian, meliputi: Jenis dan Pendekatan Penelitian, Data dan Sumber Data, Metode Pengumpulan Data, dan Metode Analisis Data.

BAB IV. Hasil Penelitian dan Pembahasan, meliputi: Penyajian Data, dan Analisis Hasil Penelitian.

BAB V. Penutup, Terdiri dari: Kesimpulan, Saran-saran.

²⁸ Ivo Selvia Agusti, Nining Dewanti Gultom, "Pengaruh Literasi Ekonomi dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa", *NIAGAWAN*, Vol 8, No 2 Juli 2019, Hlm. 105-106.

BAB II

PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA *CELEBRITY WORSHIP*

A. *Celebrity Worship*

1. **Pengertian *Celebrity Worship***

Menurut Maltby, *celebrity worship* adalah intensitas hubungan parasosial antara penggemar dengan idolanya, yang mana hubungan tersebut bisa dianggap tidak wajar jika penggemar menjadi tergila-gila atau terobsesi dengan idola mereka. Semakin tinggi intensitas pemujaan, semakin terobsesi pula penggemar kepada idolanya.²⁹

Sementara itu, Chapman mendefinisikan pemujaan selebriti sebagai obsesif adiktif dengan selebriti dan segala hal yang berhubungan dengan mereka. Berdasarkan pengertian tersebut, *celebrity worship* adalah rasa kekaguman terhadap selebriti yang menimbulkan obsesi dengan kehidupan selebriti, sehingga terjadi interaksi satu arah antara penggemar dan selebriti.³⁰

2. **Aspek *Celebrity Worship***

Menurut Maltby dkk. aspek *celebrity worship* ada tiga tahap, yaitu:

a. Hiburan Sosial (*Entertainment-Sosial*)

Hiburan sosial merupakan tahapan terendah pada *celebrity worship*. Pada titik ini, para penggemar memiliki insentif untuk melakukan pencarian aktif pada idola mereka. Pada tahap ini, Maltby dkk. mendefinisikan perilaku penggemar terhadap idolanya yaitu senang menggali informasi idolanya, suka membicarakan idolanya ke teman pergaulan, saling bertukar informasi terkait idolanya, serta tertarik mengamati penampilan idolanya.

²⁹Siti Luthfathul Millah, "Hubungan Antara Celebrity Worship Dengan ...", Hlm. 8.

³⁰Ni Wayan Reza Savitri Ayu dan Dewi Puri Astiti, "Gambaran Celebrity Worship...", Hlm. 205.

b. Perasaan Pribadi yang Intens (*Intense-Personal Feeling*)

Tahap kedua pemujaan selebriti adalah perasaan pribadi yang intens. Pada tahap ini, penggemar mengembangkan perasaan intensif dan obsesif dengan selebriti mereka. Pada titik ini, Maltby dkk. mendefinisikan tindakan penggemar pada selebriti mereka dengan:

1) Empati

Penggemar yang sudah merasakan empati atas idolanya seringkali bisa ikut merasakan hal yang dirasakan idolanya, bahkan bias lebih mendalam. Misalnya, saat idolanya terlibat dalam kecelakaan, penggemar akan merasa sedih bahkan ingin mengunjungi tempat idolanya dirawat.

2) Imitasi

Penggemar akan meniru sang idola mulai dari penampilan hingga cara bicaranya. Misalnya penggemar akan mengganti model rambutnya sehingga serupa dengan idolanya.

c. Patologis (*Boderline Pathological*)

Patologis adalah jenis pemujaan selebriti yang paling ekstrem. Pada tingkat ini, penggemar menunjukkan sikap seperti kesanggupan atau kesediaan untuk melanggar hukum demi idola mereka. Tahap ini, menurut Maltby dkk., ditentukan oleh ciri-ciri perilaku penggemar terhadap idolanya yaitu berfantasi sang idola menjadi kekasihnya, terlalu obsesif pada idolanya seolah sang idola hanya miliknya, dan histeris ketika melihat idolanya.³¹

³¹Ni Wayan Reza Savitri Ayu dan Dewi Puri Astiti, "Gambaran....", Hlm. 205-206.

3. Dampak *Celebrity Worship*

Celebrity worship dapat memberikan dampak positif maupun negatif yaitu:

- a. Dampak positifnya yaitu menjadikan idola sebagai inspirasi kesuksesannya dan merupakan tanda perkembangan diri pada manusia, karena mengidolakan seseorang adalah hal yang wajar.
- b. Dampak negatifnya yaitu menimbulkan kecanduan konten terkait idola, menyia-nyiakan waktu untuk mengamati kegiatan idola, menumbuhkan kebiasaan hedonis, memunculkan sifat narsis serta bisa berujung kriminal ketika rasa suka pada idola yang berlebihan.³²

4. *Celebrity Worship* dalam Perspektif Islam

Saat ini banyak fenomena yang terjadi pada sebagian besar kaum muslimin yang mengagumi dan mengidolakan orang-orang dengan gaya hidup yang bertentangan dengan ajaran Islam, seperti penyanyi, pemain film, dan lain-lain. Hal tersebut menyebabkan mereka lebih mengenal idolanya daripada mengenal Nabi dan Rasul serta para sahabatnya. Jika hal tersebut diteruskan akan berakibat fatal, karena dapat mempengaruhi tingkah laku dan gaya hidup para penggemarnya, yang mana hal tersebut sangat bertentangan dengan nilai-nilai ajaran Islam.³³

Rasulullah SAW. Bersabda:

مَنْ شَبَّهَ بِقَوْمٍ فَهُوَ مِنْهُمْ

Artinya: “Barangsiapa yang menyerupai suatu kaum maka dia termasuk golongan mereka” (HR. Abu Dawud, Hasan).

³²Ni Wayan Reza Savitri Ayu Dan Dewi Puri Astiti, “Gambaran...”, Hlm. 207-208.

³³Siti Luthfathul Millah, “Hubungan...”, Hlm. 26.

Menurut sebagian ulama hadist tersebut memiliki makna barangsiapa yang menyerupai orang-orang shalih, maka ia akan dimuliakan sebagaimana orang-orang shalih dimuliakan. Dan siapa yang menyerupai orang-orang fasiq, maka ia akan dihina sebagaimana orang-orang fasiq itu juga dihina. Dan siapa yang terdapat padanya ciri-ciri orang mulia, ia akan ikut dimuliakan walaupun belum tentu ia memang orang yang mulia.³⁴

B. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono perilaku konsumtif merupakan perilaku berbelanja yang dimotivasi oleh keinginan semata tanpa pertimbangan yang rasional.³⁵

Sementara menurut Fromm, perilaku konsumtif adalah dorongan untuk memperoleh suatu barang atau jasa tanpa memperhatikan kegunaan atau manfaatnya. Perilaku ini sering dilakukan secara berlebihan demi kesenangan, meskipun kesenangan yang diperoleh hanya sesaat.³⁶

Perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal. Perilaku konsumtif ini terkesan tidak memiliki manfaat baik bagi pelakunya, karena selain dapat menguras pendapatan juga dapat menimbulkan sifat boros.³⁷

2. Faktor Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono timbulnya perilaku konsumtif disebabkan beberapa faktor, yaitu:³⁸

³⁴Siti Luthfathul Millah, "Hubungan...", Hlm. 26.

³⁵Dewa Nyoman Yogananda Saputra, Dewi Puri Astiti, "Peran Citra Tubuh dan Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif dalam Membeli Kosmetik pada Siswi Sekolah Menengah Atas di Kota Denpasar", *Jurnal Psikologi Konseling Vol. 18 No. 1, Juni 2021, Hlm 911*.

³⁶Siti Luthfathul Millah, "Hubungan...", Hlm. 16.

³⁷Ance M. Siallagan Dkk, "Hubungan Kontrol Diri...", Hlm. 56.

³⁸Siti Luthfathul Millah, "Hubungan...", Hlm. 19-20.

a. Faktor Internal

1) Motivasi dan Harga Diri

Motivasi adalah faktor yang berpengaruh atas keputusan seseorang dalam membeli produk untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Harga diri berpengaruh pada perilaku konsumtif, karena motivasi membeli sangat terkait dengan perasaan seseorang seperti, kenyamanan, kebanggan, pengungkapan kasih sayang, dan sebagainya.

2) Pengamatan dan Proses Belajar

Seseorang akan melakukan pengamatan sebelum memilih produk, kemudian akan menentukan apakah akan membeli atau tidak. Ada proses belajar yang terjadi sebagai akibat dari pengamatan tersebut, jika seseorang melakukan pembelian tetapi tidak puas karena tidak sesuai dengan harapannya, dia tidak akan melakukan pembelian lagi. Oleh karena itu, ketika seseorang melakukan pembelian, ia juga memperoleh pengetahuan.

3) Kepribadian dan Konsep Diri

Kata "kepribadian" mengacu pada bentuk tindakan seseorang yang mempengaruhi bagaimana individu merespons untuk bertindak. Sementara itu, konsep diri digambarkan sebagai metode individu dalam membentuk opini tentang suatu merek, penjual, atau aspirasi mereka sendiri.

b. Faktor Eksternal

1) Kebudayaan

Kebudayaan memberikan pengaruh bagi perilaku konsumen. Artinya budaya mewakili adat, *life style*, serta perilaku individu dalam keinginan pembeli akan komoditas.

2) Kelas Sosial

Kelas sosial berdampak signifikan bagi kebiasaan pola pembelian karena pada kelas sosial terdiri dari individu yang mempunyai berbagai nilai, pandangan, dan sikap.

3) Kelompok-kelompok Sosial

Seseorang yang berinteraksi di kelompok sosial akan terpengaruh pada ide dan preferensi mereka, yang akan berdampak pada pilihan produk atau merek mereka.

4) Kelompok Referensi

Individu sangat dipengaruhi oleh kelompok referensi mereka, karena mereka menentukan perilaku dan kepribadian mereka. Selain itu, kelompok referensi sering digunakan dalam perilaku sebagai rekomendasi atau referensi.

5) Keluarga

Keluarga adalah kelompok referensi yang paling penting karena setiap anggota keluarga berinteraksi secara terus menerus sehingga mempengaruhi preferensi konsumen.

3. Karakteristik Perilaku Konsumtif

Menurut Fromm aspek perilaku konsumtif yaitu sebagai berikut:³⁹

a. Melakukan Pembelian *Impulsive*

Pembelian yang didasarkan atas keinginan yang kuat dan bersifat tiba-tiba tanpa ada pertimbangan terlebih dahulu.

b. Pemborosan (*Wasteful Buying*)

Membeli sesuatu bukan atas dasar kebutuhan, melainkan hanya keinginan semata yang menimbulkan perasaan senang.

³⁹Siti Luthfathul Millah, "Hubungan...", Hlm.20.

c. Tidak Bernilai Kebutuhan (*Non Rational Buying*)

Melakukan pembelian dengan tidak memikirkan jumlah uang yang dikeluarkan, dengan tujuan hanya untuk memenuhi keinginan semata.

d. Ingin Lebih dari Orang Lain (*Satisfaction Seeking*)

Ketidakpuasan akan hadir karena adanya keinginan untuk bisa lebih dari orang lain dalam memiliki suatu produk.

4. Motif Perilaku Konsumtif

Kuatnya pengaruh teman sebaya terhadap penampilan, mendorong remaja untuk menampilkan diri mereka dengan sebaik mungkin agar tidak merasa ditolak oleh kelompoknya. Keinginan untuk meningkatkan harga diri dan penerimaan menyebabkan remaja melakukan pembelian secara berlebihan, yang dapat menimbulkan gejala perilaku belanja yang tidak wajar pada remaja. Remaja juga tidak segan untuk membeli barang-barang yang menarik dan mengikuti trend terkini, karena jika tidak maka dianggap kuno dan tidak gaul. Akibatnya, remaja tidak memperhatikan kebutuhannya saat membeli barang. Mereka cenderung membeli apa yang mereka inginkan secara berlebihan dan tidak wajar, bukan apa yang mereka butuhkan.⁴⁰

Perilaku pembelian ini lebih didasarkan pada faktor keinginan daripada kebutuhan, dan hanya didasarkan pada keinginan untuk memenuhi kesenangan semata. Munculnya fenomena budaya konsumtif ini dikarenakan masyarakat yang bergaya hidup materialistik yang tidak lagi memperhatikan kebutuhan melainkan mudah ter hanyut untuk memuaskan keinginannya.⁴¹

Dalam konteks perilaku konsumen, motif konsumen dapat dibedakan menjadi enam jenis, yaitu (1) motif primer (alasan yang

⁴⁰Eni Lestarina,dkk, “Perilaku Konsumtif...”, Hlm. 2

⁴¹Ummi Aiman, David Hizkia Tobing, “Pengaruh Kontrol Diri...”, Hlm. 96.

menjadi dasar pembelian suatu produk); (2) motif sekunder (alasan yang mendasari pembelian suatu merek); (3) motif rasional (alasan yang menjadi dasar penilaian logis terhadap keadaan konsumen saat ini); (4) motif emosional (alasan yang berkaitan dengan perasaan konsumen terhadap merek tertentu); (5) motif sadar (alasan yang diketahui konsumen); dan (6) motif tersembunyi (alasan yang tidak diketahui konsumen).⁴²

Proses motivasi dipicu oleh kebutuhan yang tidak terpenuhi dalam diri individu. Kebutuhan ini kemudian menciptakan tekanan yang mendorong individu untuk mencoba menghilangkannya. Kebutuhan itu sendiri dapat bersifat utilitarian (manfaat fungsional atau praktis) atau hedonis (manfaat emosional atau pengalaman). Dalam hal ini, pemasar berusaha menciptakan, mengkomunikasikan, dan menawarkan produk dan jasa yang memenuhi manfaat yang diharapkan konsumen sehingga bisa mengurangi atau menghilangkan tekanan yang dirasakan.⁴³

Masyarakat konsumen saat ini sulit membedakan antara keinginan dan kebutuhan. Hal ini menjadikan berbelanja sebagai gaya hidup baru. Hal ini bisa disebabkan oleh gengsi masyarakat terhadap pengakuan di lingkungannya.

Menurut Suyanto ada dua faktor pendorong masyarakat konsumen saat ini. Pertama, konsumen ditekan oleh kebutuhan terus menerus untuk berbelanja memenuhi gaya hidupnya. Kedua, konsumen mendapat tekanan dari kekuatan industri komersial yang selalu menawarkan produknya. Adanya keinginan pengakuan dari lingkungan sekitar menyebabkan terjadi bias antara kebutuhan dan keinginan masyarakat. Mereka menginginkan pengakuan dari lingkungan sesuai dengan apa yang diharapkan. Pengakuan masyarakat membuatnya untuk selalu mengikuti perkembangan

⁴²Vania Rosalin Irmanto, Fandy Tjiptono, "Motivasi dan Perilaku Penggemar K-Pop di Daerah Istimewa Yogyakarta", *Modus*, Vol. 2, No. 1, 2013, Hlm 4.

⁴³Vania Rosalin Irmanto, Fandy Tjiptono, "Motivasi dan Perilaku...", Hlm. 4.

zaman dan menciptakan realitas atau konstruksi sosial baru di masyarakat.⁴⁴

5. Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Islam

Menurut keyakinan Islam perilaku konsumtif dianggap boros, karena perilaku tersebut hanya mengedepankan hawa nafsu. Selain itu pemborosan juga merupakan perbuatan yang tercela, karena pada dasarnya setiap harta milik seorang muslim bukanlah sepenuhnya miliknya, melainkan ada hak fakir miskin.⁴⁵

Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Isra ayat 26 dan ayat 27:

وَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ۚ
إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ۚ

Artinya: “Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros (26). Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya (27)”.

Disebutkan dalam ayat tersebut adanya perintah Allah SWT untuk berinfak kepada kerabat, orang-orang miskin dan orang yang berjihad di jalan Allah. Allah SWT juga melarang manusia untuk melakukan pemborosan, karena pemborosan merupakan saudara setan, karena setan ingkar kepada nikmat Allah SWT.⁴⁶

⁴⁴Rossy Ayu Sulistianti, Nugraha Sugiarta, “Konstruksi Sosial Konsumen Online Shop di Media Sosial Tiktok (Studi Fenomenologi Tentang Konstruksi Sosial Konsumen Generasi Z pada Online Shop Smilegoddess di Media Sosial Tiktok)”, *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)*, Vol. 6, No. 1, Januari 2022, Hlm. 3462.

⁴⁵Rasyid, Arbanur, “Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Agama Islam”, *Yurisprudencia: Jurnal Hukum Ekonomi*, Vol. 5, No. 2, 2019, Hlm. 175.

⁴⁶Siti Luthfathul Millah, “Hubungan...”, Hlm. 21.

C. Remaja

1. Pengertian Remaja

Remaja berasal dari kata latin yaitu *adolescere* yang artinya pendewasaan. *Adolescence* istilah yang sering digunakan saat ini memiliki pengertian lebih luas meliputi kematangan emosi, sosial, fisik, dan mental.⁴⁷

Periode peralihan anak-anak menuju dewasa dinamakan remaja. Tahap ini dikenal dengan masa pubertas yang umumnya dimulai pada usia 14 tahun bagi laki-laki dan sekitar usia 12 tahun bagi perempuan. Menurut Hurlock, perubahan fisik dan mental terjadi selama periode ini. Perubahan fisik meliputi mulai berfungsinya organ-organ seksual dan mencapai kematangan sedangkan perubahan psikologi meliputi kecerdasan, sikap sosial dan emosi.⁴⁸

Sementara menurut Wirawan, untuk mendefinisikan remaja haruslah disesuaikan dengan budaya setempat, sehingga di Indonesia digunakan batasan usia antara 11-24 tahun dan belum menikah dengan pertimbangan-pertimbangan sebagai berikut:

- a. Usia 11 tahun merupakan usia dimana umumnya tanda-tanda sekunder mulai terlihat
- b. Pada masyarakat Indonesia, usia 11 tahun sudah dianggap akil baligh, baik menurut adat maupun agama, sehingga masyarakat tidak lagi memperlakukan mereka sebagai anak-anak
- c. Pada usia tersebut mulai ada tanda-tanda penyempurnaan perkembangan jiwa seperti tercapainya identitas ego (menurut Ericson), tercapainya fase genital dari perkembangan psikoseksual (menurut Freud), dan

⁴⁷Gatot Marwoko, "Psikologi Perkembangan Masa Remaja", *Tasyri: Jurnal Tarbiyah-Syariah-Islamiah*, Vol. 26, No. 1, 2019, Hlm. 60-75.

⁴⁸Eling Anissela, "Hubungan Antara Tingkat Kesepian Dengan Parasocial Relationship Pada Remaja Penggemar K-Pop Di Komunitas ARMY Purwokerto", *Skripsi*, (Purwokerto: Iain Purwokerto, 2021), Hlm. 3.

tercapainya puncak perkembangan kognitif (menurut Piaget), maupun moral (menurut Kohlberg).

- d. Batas usia 24 tahun merupakan batas maksimal, yaitu untuk memberi peluang bagi mereka yang sampai batas usia tersebut masih bergantung dengan orangtua, belum mempunyai hak-hak penuh sebagai orangtua.
- e. Dalam definisi tersebut, status perkawinan sangat menentukan apakah individu masih digolongkan sebagai remaja atau bukan.⁴⁹

2. Karakteristik Remaja

Remaja memiliki karakteristik yaitu:⁵⁰

- a. Masa remaja sebagai periode yang penting

Era ini sangat penting untuk pertumbuhan fisik dan psikologis. Kondisi ini menuntut remaja mampu mengubah pikiran, sikap, dan nilai-nilainya.

- b. Masa remaja sebagai masa peralihan

Pada titik ini individu tidak lagi terlihat jelas sifat kekanakannya, tetapi juga belum berkembang menjadi dewasa. Hal tersebut menciptakan ketidakpastian dan keraguan dalam pikiran individu mengenai tugas yang harus dia lakukan.

- c. Masa remaja sebagai periode perubahan

Secara universal remaja akan mengalami perubahan, yaitu naiknya emosional, perubahan minat dan fisik, serta menginginkan kebebasan dalam bertindak.

- d. Masa remaja sebagai usia bermasalah

Tahap ini sebagai waktu tersulit dalam mengatasi masalah. Kesulitan tersebut ada dua sebab, yang pertama, ketika masih

⁴⁹Khamim Zarkasih Putro, "Memahami Ciri dan Tugas Perkembangan Masa Remaja", *APLIKASIA: Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama*, Volume 17, Nomor 1, 2017, Hlm. 26.

⁵⁰Latifah Nur Ahyani And Rr. Dwi Astuti, "*Buku Ajar: Psikologi Perkembangan Anak Dan Remaja*", (Kudus: Badan Penerbit Universitas Muria Kudus, 2018), Hlm. 83-88.

anak-anak permasalahan mereka biasa dibantu orang lain, sehingga terkadang kesulitan menyelesaikan masalah secara mandiri dan kedua, karena remaja memiliki kemauan yang keras dan berekspektasi tinggi sehingga rentan berpikir tidak berhasil.

e. Masa remaja sebagai masa pencarian identitas

Pada masa ini remaja sering menginginkan perbedaan identitas dari teman sebaya mereka, tetapi mereka juga ingin konsisten dengan lingkaran pertemanan mereka.

f. Masa remaja sebagai masa yang menimbulkan ketakutan

Banyak opini dari masyarakat bahwa remaja merupakan anak yang sulit diatur, tidak dapat dipercaya dan rentan terhadap perilaku merusak diri sendiri dan orang lain. Stereotip tersebut tentunya akan mempengaruhi pemikiran dan sikap remaja.

g. Masa remaja sebagai masa yang tidak realistis

Biasanya remaja memiliki ekspektasi tidak logis. Apabila harapan atau keinginan tersebut tidak dapat tercapai maka mereka akan sakit hati dan emosinya tidak stabil. Namun akibat kekecewaan itu, mereka akan memahami kehidupan yang realistis.

h. Masa remaja sebagai ambang masa dewasa

Ketika remaja mencapai titik di mana mereka secara hukum dianggap dewasa, mereka mengalami kecemasan tentang berbagai tuntutan yang terkait dengan masa dewasa. Akibatnya, jika pengawasan orang tua tidak memadai, anak-anak akan melakukan atau memanfaatkan apa yang mereka lihat dari orang dewasa, seperti merokok, meminum alkohol, hingga menggunakan obat-obatan terlarang.

3. Tahapan Remaja

Kartono membagi masa remaja menjadi tiga tahap yaitu:⁵¹

a. Remaja Awal (12-15 tahun)

Di tahap ini dialami perubahan fisik dan perkembangan intelektual yang sangat pesat, sehingga tidak mau lagi disebut anak-anak tetapi nyatanya tetap tidak bisa lepas dari perilaku anak-anaknya.

b. Remaja Tengah (15-18 tahun)

Tahap ini muncul pemahaman pada jati diri dan hidupnya. Di tahap ini remaja memiliki kestabilan dan kemantapan dalam diri. Mereka juga mencoba mengembangkan rasa percaya diri serta mencari jati dirinya.

c. Remaja Akhir (18-21 tahun)

Pada tahap ini remaja sudah mulai mantap dan stabil. Makin mengenali diri mereka sendiri dan belajar mengatur gaya hidup mereka. Pada tahap ini, mereka sudah mulai mempunyai aturan atau prinsip tertentu dari hal baru yang ditemukan.

4. Tugas Perkembangan Remaja

Tahap ini adalah tahap kritis dalam proses pertumbuhan seseorang karena menandai perpindahan dari anak-anak menuju dewasa. Jika hal ini diselesaikan dengan baik, mereka tidak akan mengalami kesulitan di lingkungannya dan akan bahagia serta berhasil dalam menuntaskan tugas perkembangan di tahap selanjutnya. Sebaliknya ketika remaja gagal menjalankan tugas perkembangannya maka akan membawa dampak negatif dalam kehidupannya.⁵²

Menurut William Key tugas-tugas perkembangan di tahap ini yaitu:⁵³

a. Dapat memahami kondisi fisik dan kualitasnya

⁵¹Eling Anissela, Hubungan Antara..., Hlm. 31.

⁵²Khamim Zarkasih Putro, "Memahami...", Hlm 29

⁵³Khamim Zarkasih Putro, "Memahami...", Hlm. 29-30.

- b. Bisa mandiri secara emosional
- c. Belajar berkomunikasi dan bergaul dengan teman sebaya
- d. Menemukan manusia yang menjadi model bagi identitas pribadinya
- e. Menerima diri sendiri serta mempercayai potensi diri
- f. Mampu mengontrol diri menurut prinsip dan norma
- g. Bisa meninggalkan sikap kekanak-kanakan

Sementara menurut Havighurst tugas-tugas perkembangan masa remaja di antaranya yaitu:⁵⁴

- a. Menerima perubahan fisik yang terjadi dan mampu melakukan peran sesuai jenisnya serta merasa puas dengan keadaan tersebut.
- b. Belajar mempunyai peranan sosial dengan teman sebaya baik teman sejenis maupun lawan jenis.
- c. Mampu lepas dari ketergantungan terhadap orang tua dan orang dewasa lainnya.
- d. Mengembangkan kemampuan intelektual dan konsep-konsep tentang kehidupan bermasyarakat.
- e. Mencari jaminan bahwa suatu saat harus mampu berdiri sendiri dalam bidang ekonomi untuk mencapai kebebasan ekonomi.
- f. Mempersiapkan diri untuk menentukan pekerjaan yang sesuai dengan bakat dan keahliannya.
- g. Memahami dan bertingkah laku sesuai dengan norma-norma dan nilai-nilai yang berlaku.
- h. Memperoleh informasi terkait pernikahan dan mempersiapkan diri untuk berkeluarga.
- i. Mendapatkan penilaian bahwa dirinya mampu bersikap tepat sesuai dengan pandangan ilmiah.

⁵⁴Khamim Zarkasih Putro, "Memahami...", Hlm.31.

D. Teori Interaksi Simbolik

Teori interaksi simbolik berakar pada interaksionisme simbolik yang digagas oleh George Herbert Mead, sebuah perspektif sosiologi yang berkembang sekitar pertengahan abad ke-20 dan berlanjut menjadi beberapa pendekatan teoritis yaitu aliran Chicago oleh Herbert Blumer, aliran Iowa oleh Manford Kuhn, dan aliran Indiana oleh Sheldon Stryker. Herbert Blumer mendefinisikan interaksionisme simbolik atau teori interaksi simbolik sebagai sebuah proses interaksi yang bertujuan untuk membentuk makna bagi individu.⁵⁵

Teori interaksi simbolik dipengaruhi oleh struktur sosial yang menimbulkan perilaku tertentu, yang kemudian membentuk simbol dalam interaksi masyarakat. Teori interaksi simbolik menekankan pada dua hal yaitu pertama, bahwa manusia dalam masyarakat tidak akan lepas dari interaksi sosial. Kedua, interaksi dalam masyarakat ditunjukkan dengan simbol-simbol tertentu yang bersifat dinamis. Teori ini berpendapat bahwa individu membentuk makna melalui proses komunikasi karena makna tidak bersifat intrinsik terhadap apapun. Diperlukan konstruksi interpretif antar individu untuk menciptakan makna.⁵⁶

Pada dasarnya teori ini berakar dan berfokus pada hakikat manusia sebagai makhluk relasional. Setiap individu pasti akan terlibat relasi satu sama lain. Salah satu alasannya karena manusia muncul di dalam dan melalui interaksi dengan yang di luar dirinya. Interaksi tersebut tentunya membutuhkan simbol-simbol tertentu. Simbol tersebut biasanya disepakati bersama dalam skala kecil maupun besar. Simbol tersebut misalnya berupa bahasa, tulisan, dan simbol lainnya yang dipakai serta bersifat dinamis dan unik.⁵⁷

⁵⁵ Aidil Haris, Asrinda Amalia, "Makna dan Simbol Dalam Proses Interaksi Sosial (Sebuah Tinjauan Komunikasi)", *Jurnal Risalah*, Vol. 29, No. 1, Juni 2018, Hlm 17.

⁵⁶ Fairuz Mardhiyah, 2019, "Interaksi Simbolik Sebagai Wujud Identitas Diri Pada Komunitas Army Di Kota Medan (Studi Pada Boyband Korea Bts)", *Skripsi*, (Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara), Hlm 17-18.

⁵⁷ Dadi Ahmadi, "Interaksi Simbolik: Suatu Pengantar", *MEDIATOR*, Vol. 9 No. 2, Desember 2008, Hlm 311.

1. Prinsip Dasar Interaksi Simbolik

Herbet Mead memiliki tiga gagasan dasar dalam teori interaksi simbolik yaitu:⁵⁸

- a. Pikiran (*Mind*) adalah kemampuan untuk menggunakan simbol dengan makna sosial yang sama, dimana setiap individu harus mengembangkan pemikirannya melalui interaksi dengan individu lain.
- b. Diri (*Self*) adalah kapasitas individu untuk merefleksikan diri dari pandangan atau pendapat orang lain.
- c. Masyarakat (*Society*) adalah jaringan hubungan sosial yang diciptakan, dibangun, dan dikonstruksikan oleh tiap individu dalam masyarakat, dan setiap individu terlibat dalam perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela, yang pada akhirnya membawa manusia dalam proses pengambilan peran di dalam masyarakat.

2. Tema dari Interaksi Sosial

Tiga tema dalam konsep pemikiran George Herbert Mead yang mendasari interaksi simbolik antara lain:⁵⁹

- a. Pentingnya makna bagi perilaku manusia.

Berfokus pada pentingnya pembentukan makna bagi perilaku manusia, yang dalam teori interaksi simbolik tidak dapat dipisahkan dari proses komunikasi, karena awalnya makna itu tidak ada artinya, hingga akhirnya dikonstruksi oleh individu secara interpretatif melalui proses interaksi, untuk menciptakan makna yang dapat disepakati secara bersama. Hal ini sesuai dengan tiga dari tujuh asumsi karya Herbert Blumer, yaitu sebagai berikut:

⁵⁸Nina Siti Salmaniah Siregar, "Kajian Tentang Interaksionisme Simbolik", *Jurnal Ilmu Sosial-Fakultas Isipol Uma: Perspektif*, Volume 4, Nomor 2, Oktober 2011, Hlm 104.

⁵⁹Nina Siti Salmaniah Siregar, "Kajian Tentang Interaksionisme Simbolik...", Hlm 104.

- 1) Manusia bertindak terhadap manusia lainnya berdasarkan makna yang orang lain berikan kepada mereka.
 - 2) Makna diciptakan dalam interaksi antar manusia.
 - 3) Makna dimodifikasi melalui proses interpretif.
- b. Pentingnya konsep mengenai diri
- Berfokus pada pentingnya konsep diri atau *self-concept*. Dimana tema interaksi simbolik ini menekankan pada pengembangan konsep diri melalui individu tersebut secara aktif, berdasarkan pada interaksi sosial dengan orang lainnya. Menurut LaRossan & Reitzes tema ini memiliki dua asumsi tambahan, yaitu:
- 1) Individu mengembangkan konsep diri melalui interaksi dengan orang lain.
 - 2) Konsep diri membentuk motif yang penting untuk perilaku.
- c. Hubungan antara individu dengan masyarakat
- Berkaitan dengan hubungan antara kebebasan individu dan masyarakat, yang menganggap bahwa norma-norma sosial membatasi perilaku pada setiap individu, namun pada akhirnya setiap individulah yang memutuskan pilihan yang ada dalam sosial kemasyarakatannya. Fokus dari tema ini adalah untuk menjelaskan keteraturan dan perubahan dalam proses sosial. Asumsi yang berkaitan dengan tema ini adalah:
- 1) Kelompok masyarakat dan individu dipengaruhi oleh proses sosial dan budaya.
 - 2) Stuktur sosial diciptakann melalui interaksi sosial.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang digunakan dalam meneliti suatu objek bersifat alamiah, peneliti dalam metode kualitatif sebagai kunci dengan teknik pengumpulan data secara gabungan (triangulasi), dengan analisis data bersifat induktif, dan hasil dari pendekatan kualitatif lebih menekankan kepada pemahaman suatu makna dibandingkan hanya menyimpulkan secara umum atas suatu fenomena. Menurut Naution pendekatan kualitatif sebenarnya meneliti dengan mengamati orang yang berada dalam lingkungannya, peneliti dapat berinteraksi dengan mereka untuk berusaha memahami bahasa dan tafsiran tentang lingkungan sekitarnya.⁶⁰

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif yaitu penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta atau kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu. Dalam penelitian deskriptif cenderung tidak perlu mencari atau menerangkan saling hubungan dan menguji hipotesis.⁶¹

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan sumber data yang digunakan sebagai sumber informasi dengan mengajukan pertanyaan yang nantinya akan diberikan respon dan jawaban atas berbagai pertanyaan yang telah diajukan oleh peneliti.⁶²

⁶⁰Inas Amirah, "Budaya Populer Korea...", Hlm. 25-26.

⁶¹Hardani, et al., "*Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif, ed. Husnu Abadi*" (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group, 2020), Hlm 53.

⁶²Haedar Nawawi, "*Penelitian Terapan*", (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1996), Hlm. 45.

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah empat remaja penggemar K-Pop di Komunitas NCTzen Purwokerto yang bernama Nesya, Ninditya, Yahya, dan Tami (Nama Samaran), serta satu orang pengurus Komunitas NCTzen Purwokerto yang bernama Mita (Nama Samaran). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik purposive sampling karena kriteria pengambilan sampel sudah ditentukan oleh peneliti.⁶³ Kriteria pemilihan subjek dalam penelitian ini yaitu:

- a. Remaja penggemar K-Pop yang tergabung dalam Komunitas NCTzen Purwokerto dengan usia mulai dari 16 sampai 23 tahun.
 - b. Tergabung di Komunitas NCTzen Purwokerto minimal 1 tahun.
 - c. Pernah membeli barang-barang atau merchandise yang berhubungan dengan NCT.
2. Objek penelitian

Objek penelitian adalah berbagai himpunan atau elemen yang akan diteliti. Dalam hal ini yang menjadi objek penelitian dapat terdiri dari orang, organisasi, layanan, praktik pembelajaran, program kerja, dan kegiatan yang terjadi.⁶⁴

Objek dalam penelitian ini adalah *celebrity worship* dan perilaku konsumtif remaja penggemar K-Pop.

C. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan April sampai Juli 2022.

D. Sumber Data

1. Sumber data primer

Sumber data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung melalui pihak pertama.⁶⁵ Data dikumpulkan melalui instrument-instrument yang sebelumnya telah ditentukan oleh peneliti, diikuti dengan wawancara

⁶³Siti Luthfathul Millah, "Hubungan...", Hlm. 44.

⁶⁴Haedar Nawawi, "Penelitian Terapan...", Hlm. 45.

⁶⁵Sugiyono, "*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D, 19th Ed*" (Bandung: Cv. Alfabeta, 2013), Hlm. 137.

dan observasi kepada subjek. Data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian Sumber data primer dalam penelitian ini yaitu empat remaja penggemar K-Pop yang tergabung di Komunitas NCTzen Purwokerto yang bernama Nesya, Ninditya, Yahya, dan Tami (Nama Samaran).

2. Sumber data sekunder

Menurut Suharsimi Arikunto data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak kedua atau melalui studi pustaka.⁶⁶ Sumber data sekunder ini digunakan sebagai pendukung sumber data primer atau diperoleh dari informasi lain yaitu berupa kepustakaan.⁶⁷

Sumber data sekunder penelitian ini yaitu satu orang pengurus Komunitas NCTzen Purwokerto yang bernama Mita (Nama Samaran). dan kepustakaan berupa buku, skripsi, dan jurnal yang berhubungan dengan K-Pop.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Menurut Usman dan Purnomo observasi adalah pengamatan dengan pencatatan secara sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Sedangkan Sukmadinata mengatakan bahwa observasi merupakan cara pengumpulan data dengan mengamati kegiatan yang sedang berlangsung. Observasi dapat dilakukan secara partisipatif maupun nonpartisipatif. Dalam observasi partisipatif pengamat ikut serta dalam kegiatan yang sedang berlangsung. Sedangkan pada observasi nonpartisipatif pengamat tidak ikut serta dalam kegiatan, tetapi hanya berperan mengamati kegiatan tersebut. Observasi dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung.⁶⁸

⁶⁶Desy Amaliati Setiawa, "Tinjauan Atas Implementasi Siklus Pembelian dan Pembayaran Barang Import Studi Kasus Pt. Fanuc", *Jurnal Stei Ekonomi*, Vol. 26, No. 01, Juni 2017, Hlm. 48.

⁶⁷M. Iqbal Hasa. "*Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*", (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002), Hlm. 58.

⁶⁸Hardani, et al., "*Metode Penelitian...*", Hlm. 123-124.

Dalam penelitian ini, observasi dilakukan dengan teknik purposive sampling melalui survey dari tanggal 14 Mei 2022 sampai 25 Mei 2022 kepada Komunitas NCTzen Purwokerto yang menghasilkan 5 subjek penelitian.

2. Wawancara

Wawancara merupakan tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung atau percakapan dengan tujuan tertentu. Percakapan tersebut dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut. Sementara menurut Nazir wawancara yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan narasumber atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan interview guide (panduan wawancara).⁶⁹

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi-terstruktur dan wawancara terstruktur. Wawancara semi-terstruktur merupakan wawancara dengan mengajukan pertanyaan terbuka dan lebih fleksibel namun terkontrol serta memiliki topik yang terbatas seputar K-Pop, yang bertujuan agar wawancara yang dilakukan tidak terkesan kaku dan tidak menyebar kemana-mana. Selain itu juga dilakukan wawancara secara terstruktur, dimana peneliti menyiapkan pertanyaan untuk ditanyakan kepada subjek mengenai celebrity worship dan perilaku konsumtif remaja penggemar K-Pop. Tujuannya adalah untuk mendapatkan data yang sebanyak-banyaknya secara mendalam. Wawancara direkam menggunakan handphone dan melalui catatan tertulis.

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan kepada empat remaja penggemar K-Pop di Komunitas NCTzen Purwokerto yang bernama Nesya, Ninditya, Yahya, dan Tami (Nama Samaran), serta satu orang pengurus Komunitas NCTzen Purwokerto yang bernama Mita (Nama Samaran) untuk memperoleh informasi mengenai *celebrity worship* dan

⁶⁹Hardani, et al., “Metode Penelitian...”, Hlm. 137-138.

perilaku konsumtif remaja penggemar k-pop di Komunitas NCTzen Purwokerto.

3. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang artinya barang-barang tertulis. Metode dokumentasi berarti cara mengumpulkan data dengan mencatat data-data yang sudah ada. Menurut Sugiyono dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Data-data yang dikumpulkan dengan teknik dokumentasi cenderung merupakan data sekunder, sedangkan data-data yang dikumpulkan dengan teknik observasi dan wawancara merupakan data primer atau data yang langsung didapat dari pihak pertama.⁷⁰ Dokumentasi diperoleh dari hasil wawancara ataupun observasi untuk melengkapi data berupa foto, audio, buku-buku pedoman serta artikel yang berkaitan dengan penelitian.⁷¹

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dokumen berupa foto kegiatan dan data diri subjek dan pengurus Komunitas NCTzen Purwokerto.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan usaha untuk menemukan dan mengorganisasikan secara terstruktur rangkaian pengamatan, wawancara, serta data lain untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang masalah yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain.⁷² Proses analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

⁷⁰Hardani, et al., “Metode Penelitian...”, Hlm. 148-149.

⁷¹Sandi Hesti Sondak, Dkk, “Faktor-Faktor Loyalitas Pegawai di Dinas Pendidikan Daerah Provinsi Sulawesi Utara”, *Jurnal Emba*, Vol.7, No.1, 2019, Hlm. 675.

⁷²Ahmad Rijali, “Analisis Data Kualitatif”, *Jurnal Alhadharah*, Vol. 17, No. 33, Januari-Juni 2018, Hlm. 84.

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses seleksi yang berfokus pada penyederhanaan, abstraksi dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan lapangan. Proses ini berlangsung terus menerus selama penelitian, bahkan sebelum data benar-benar dikumpulkan, sebagaimana terlihat dari kerangka konseptual penelitian, masalah penelitian, dan metode pengumpulan data yang dipilih oleh peneliti.⁷³

Reduksi data merupakan bagian dari analisis yang menyaring, mengklasifikasikan, mengarahkan, menghilangkan data yang tidak perlu, dan mengatur data sehingga kesimpulan dapat ditarik dan diverifikasi. Dengan reduksi data, data kualitatif dapat disederhanakan dan ditransformasikan dengan berbagai cara melalui pemilihan yang cermat. Dengan ringkasan atau deskripsi singkat, menggolongkannya dalam skema yang lebih besar, dan sebagainya.⁷⁴ Dalam penelitian ini reduksi data dilakukan dengan mengklasifikasikan data pada hasil transkrip wawancara yang telah diverbatim.

b. Penyajian Data

Penyajian data adalah kegiatan mengumpulkan informasi, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajian data kualitatif dapat berupa teks naratif berbentuk catatan lapangan, matriks, grafik, jaringan, dan tabel. Bentuk-bentuk ini menggabungkan informasi yang tersusun kedalam suatu bentuk yang terpadu dan mudah didapat, sehingga memudahkan untuk melihat apa yang sedang terjadi, dan apakah kesimpulannya benar.⁷⁵ Penyajian data dalam penelitian ini yaitu dengan mengidentifikasi bentuk celebrity worship dan perilaku konsumtif remaja penggemar K-Pop di Komunitas NCTzen Purwokerto.

⁷³Ahmad Rijali, "Analisis Data Kualitatif ...", Hlm. 91.

⁷⁴Hardani, et al., "*Metode Penelitian...*", Hlm. 164.

⁷⁵Ahmad Rijali, "Analisis Data Kualitatif...", Hlm. 94.

c. Menarik Kesimpulan

Menurut Miles dan Huberman langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah menarik kesimpulan dan memverifikasi. Simpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah jika tidak ditemukan bukti yang kuat untuk mendukung tahap pengumpulan data selanjutnya. Namun, jika kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Kesimpulan yang dibuat harus sesuai dengan fokus penelitian, tujuan penelitian dan temuan penelitian yang sudah dilakukan interpretasi dan pembahasan.⁷⁶

Upaya penarikan kesimpulan dilakukan terus menerus oleh peneliti di lapangan. Dari awal pengumpulan data, mencari makna dalam segala hal, mencatat keteraturan pola-pola, penjelasan-penjelasan, kemungkinan konfigurasi, alur sebab akibat, dan proposisi.⁷⁷

Penarikan kesimpulan penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik deduktif yaitu menganalisis data dengan melihat gambaran besar melalui teori yang disajikan, kemudian baru ditarik kesimpulan secara spesifik.

G. Teknik Uji Keabsahan Data

Dalam proses penelitian, keabsahan data sangat penting, keabsahan data disebut sebagai validitas data. Keabsahan data dalam penelitian kualitatif akan menentukan seberapa akurat penelitian tersebut.⁷⁸ Agar kesimpulan yang dihasilkan dalam penelitian ini akurat dan dapat dipertanggungjawabkan, maka peneliti melakukan uji keabsahan data tentang *celebrity worship* dan

⁷⁶Hardani, et al., “Metode Penelitian...”, Hlm. 166.

⁷⁷Ahmad Rijali, “Analisis Data Kualitatif...”, Hlm. 94.

⁷⁸Sugiyono, “Metode Penelitian...”, Hlm. 269-273.

perilaku konsumtif remaja penggemar K-Pop di Komunitas NCTzen Purwokerto.

Teknik validasi yang digunakan peneliti adalah teknik triangulasi. Teknik triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai verifikasi data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Dalam hal ini triangulasi dilakukan dengan menyelaraskan antara data observasi, wawancara dan dokumentasi.



BAB IV

PERILAKU KONSUMTIF, DAN CELEBRITY WORSHIP NCTZEN PURWOKERTO

A. Komunitas NCTzen Purwokerto

Gambar 1

Logo Komunitas NCTzen Purwokerto



Komunitas NCTzen Purwokerto merupakan sebuah komunitas penggemar (*fanbase*) dari *boyband* asal Korea Selatan yang bernama NCT (*Neo Culture Technology*) yang berada di Purwokerto. *Boyband* ini berada di bawah naungan SM Entertainment dan saat ini memiliki 23 member. NCT sendiri merupakan istilah yang dibuat oleh Lee Soo-Man pendiri SM Entertainment untuk menggambarkan konsep atau aturan dari *boyband* ini yang memiliki jumlah member tak terbatas, yang kemudian terbagi menjadi beberapa sub-unit yang berbasis dari berbagai kota di dunia. Sub-unit pertamanya yaitu NCT U yang memulai debutnya pada April 2016. Sub-unit kedua yaitu NCT 127 memulai debutnya pada Juli 2016 yang berbasis di Seoul, dan sub-unit ketiga yaitu NCT Dream yang memulai debutnya pada Agustus 2016.

Komunitas ini berdiri pada 26 Juli 2019 yang terdiri dari 180 anggota di grup chat WhatsApp berusia antara 16-30 tahun. Anggota komunitas ini sebagian besar adalah perempuan tetapi ada juga laki-lakinya. Anggota komunitas ini berasal dari berbagai latar belakang, mulai dari siswa, mahasiswa hingga yang sudah bekerja. Jika akan bergabung masuk grup chat WhatsApp pertama-tama bisa menghubungi pengurus

komunitas, kemudian nanti akan ditanyakan nama dan tahun lahir lalu pengurus akan memasukkan anggota baru ke grup chat WhattsApp dan terakhir anggota baru disuruh untuk *follow* instagram dan twitter NCTzen Purwokerto.

Komunitas NCTzen Purwokerto sering melakukan agenda atau *event* terkait NCT, seperti *Gathering* atau *Cafe Event*, *Anniversary*, nonton bareng, dan lain-lain. Biasanya kegiatan-kegiatan tersebut dilakukan di kafe yang ada di Purwokerto yang bernuansa K-Pop misalnya “Kopi Cuseyyo” atau kafe-kafe lainnya. Agenda atau *event* yang akan dilakukan oleh komunitas biasanya akan diatur oleh *crew event*. *Crew* bisa diambil dari anggota atau *followers* sosial media. Ketika komunitas akan mengadakan *event* biasanya akan diberitahukan melalui poster *event* di sosial media dan juga grup chat serta *crew* akan mencari media patner untuk *share event* komunitas.

B. Profil Subjek

Dalam penelitian ini terdapat lima orang subjek yaitu empat remaja penggemar K-Pop di Komunitas NCTzen Purwokerto yang bernama Nesya, Ninditya, Yahya, dan Tami (nama samaran), serta satu orang pengurus Komunitas NCTzen Purwokerto yang bernama Mita (nama samaran) yang ditentukan berdasarkan pada kriteria subjek.

1. Profil Subjek Pertama

Subjek pertama yaitu bernama Nesya, berjenis kelamin perempuan, dan berusia 19 tahun. Subjek merupakan anak pertama dari tiga bersaudara dan saat ini ia tinggal bersama orang tua dan saudaranya di Baturraden, Purwokerto. Saat ini subjek menjadi mahasiswa di salah satu perguruan tinggi di Purwokerto.

Subjek mulai menyukai K-Pop sejak berada di kelas 3 SD, berawal dari mendengarkan lagu Super Junior yang *viral* pada saat itu. Ketertarikan akan musik dan idol K-Pop menjadi semakin berkembang ketika berada di jenjang perguruan tinggi. Subjek pernah membeli

produk yang diiklankan oleh NCT dan juga make-up yang berasal dari Korea.

2. Profil Subjek Kedua

Subjek kedua yaitu bernama Ninditya, berjenis kelamin perempuan, dan berusia 20 tahun. Subjek merupakan anak terakhir dari tiga bersaudara dan saat ini ia tinggal bersama kedua orang tua dan saudaranya di Kembaran, Purwokerto. Kedua orang tua subjek merupakan seorang guru PNS. Saat ini subjek menjadi mahasiswa program studi pendidikan matematika di salah satu perguruan tinggi swasta di Purwokerto.

Subjek mulai menyukai K-Pop sejak tahun 2013. Ketertarikan akan musik dan idol K-Pop menjadi semakin berkembang hingga saat ini. Subjek pernah meniru gaya rambut idola favorite terutama untuk warna rambut dan membeli hoodie, vest, topi, aksesoris, atau cardigan yang sama seperti idola, dan produk yang diiklankan oleh NCT, serta mengoleksi poster, album dan photo card NCT.

3. Profil Subjek Ketiga

Subjek ketiga yaitu bernama Yahya, berjenis kelamin perempuan, dan berusia 23 tahun. Subjek merupakan anak pertama dari tiga bersaudara dan saat ini ia tinggal bersama kedua orang tua dan saudaranya di Kaligondang, Purbalingga. Ibu subjek merupakan seorang ibu rumah tangga, dan ayah subjek berprofesi sebagai pedagang baju online. Saat ini subjek menjadi mahasiswa di salah satu perguruan tinggi swasta di Purwokerto sekaligus bekerja sebagai admin di sebuah online shope.

Subjek mulai menyukai K-Pop berawal dari menonton konser Super Junior di TV kemudian berkembang sampai sekarang. Subjek pernah membeli blazer ala Korea dan lipstick produk Korea serta memiliki dua album NCT dan papan nama idola.

4. Profil Subjek Keempat

Subjek keempat yaitu bernama Tami (nama samaran), berjenis kelamin perempuan, dan berusia 17 tahun. Subjek merupakan anak terakhir dari empat bersaudara dan saat ini ia tinggal bersama kedua orang tua dan saudaranya di Karanglewas, Purwokerto. Ibu subjek merupakan seorang ibu rumah tangga dan ayah subjek berprofesi sebagai guru. Saat ini subjek menjadi siswa di salah satu SMK di Purwokerto.

Subjek baru mengenal K-Pop dari tahun 2019 ketika ada kompetisi dance. Kemudian salah satu temannya mengajak untuk mengikuti kompetisi tersebut. Dari situlah subjek mulai suka dan bergabung dengan NCTzen Purwokerto hingga sampai saat ini. Subjek pernah membeli skincare dari Korea yaitu Nature Republic, pernah membeli produk yang diiklankan oleh NCT, serta memiliki tiga album NCT dan photo card lima.

5. Profil Subjek Kelima

Subjek kelima yaitu bernama Mita (nama samaran), merupakan pengurus komunitas dan salah satu pendiri dari Komunitas NCTzen Purwokerto. Berjenis kelamin perempuan, dan berusia 26 tahun. Subjek bertempat tinggal di Purwokerto Timur. Saat ini ia menjadi salah satu karyawan swasta di Purwokerto.

C. Perilaku Konsumsi Komunitas

Konsumsi atas budaya populer Korea berupa musik (K-Pop) telah memunculkan penggemarnya di seluruh dunia yang biasa disebut dengan *K-Pop Lovers* atau *K-Popers*. K-Pop mampu membentuk sebuah dunia baru, menghasilkan nilai-nilai baru, dan juga memunculkan *trend* baru yang diikuti oleh banyak orang. Secara khusus, penggemar K-Pop tidak memiliki penampilan yang khas, namun dalam hal kegemaran memiliki minat yang besar terhadap K-Pop. Terbukti dari minat yang sama terhadap K-Pop. Mereka tidak akan berhenti menceritakan idolanya ketika sedang

berkumpul. Saling berbagi informasi, bertukar koleksi musik, koleksi musik video, dan bertukar gosip tentang idola mereka. Fenomena Korean Wave mendorong Korea Selatan untuk mengeksport produk-produk seperti elektronik, kecantikan, fashion, dan makanan. Perkembangan yang pesat membuat musik K-Pop memiliki banyak penggemar setia, seperti halnya dengan NCTzen Purwokerto sebagai penggemar dari NCT. Untuk memberi dukungan kepada NCT akan memunculkan bentuk perilaku konsumsi dari NCTzen sebagai penggemarnya. Mereka akan mengumpulkan barang-barang yang berhubungan dengan idolanya seperti album, poster dan merchandise. Konsumsi yang dilakukan penggemar akan memunculkan sifat perilaku konsumtif, karena mereka memandang barang bukan sebagai kebutuhan tetapi sebagai simbol dan tanda serta hanya untuk kepuasan. Para penggemar setia biasanya rela mengeluarkan banyak uang untuk mendapatkan barang-barang yang berhubungan dengan idolanya.

1. Fashion dan Make-up

Melihat dari segi penampilan saat ini banyak dari remaja yang berpakaian ala Korea. Meskipun tidak sepenuhnya meniru cara berpakaian Korea tapi paling tidak ada satu unsur dari cara berpakaian Korea yang melekat pada cara remaja berpakaian misalnya make-up, model rambut, dan pakaian yang dipakai. Semua itu diperoleh baik dari *boyband*, *girlband*, maupun K-Drama yang menjadi favorit para remaja. Gaya busana Korea yang simpel, modis dengan aksesoris dan gaya yang *cute* banyak diikuti oleh masyarakat Indonesia. Perubahan perilaku pada remaja yang meniru gaya berbusana para idol menjadikan remaja menjadi *fashion victims*. Hal tersebut membuat para remaja rela membeli apa yang dilihatnya dalam tayangan video klip idolnya agar terlihat sama seperti idolanya. Hal tersebut sesuai dengan yang dialami subjek Ninditya.

Subjek Ninditya

“Saya pernah meniru gaya rambut idol favorite saya terutama untuk warna rambut. Dan juga terkadang saya membeli hoodie, vest, topi, aksesoris, atau cardigan yang sama seperti idol saya.”⁷⁹

Dari segi penampilan tidak semua anggota Komunitas NCTzen Purwokerto menonjolkan karakteristik mereka karena memang berbeda-beda, ada yang memakai jilbab, ada yang berambut pendek, ada juga yang menggunakan baju yang bermodel ala Korea. Dari hasil wawancara hampir semua subjek menyatakan suka dengan fashion ala Korea. Sebagaimana yang disampaikan oleh subjek Yahya.

Subjek Yahya

“Kalau fashion ala Korea nggak terlalu ngikutin, tapi kalau look-nya aku suka.”⁸⁰

Walaupun menyukai fashion ala Korea akan tetapi tidak semua subjek mengikuti dan menggunakan baju look ala Korea, karena tetap memperhatikan apa yang sekiranya cocok dengan mereka. Jadi ketika merasa cocok dengan modelnya maka mereka akan membeli dan memakainya namun jika tidak mereka tidak akan memaksakannya. Seperti yang disampaikan subjek Ninditya dan Yahya.

Subjek Ninditya

“Kalau pakaian si kalau kayak yang bias aku pake kadang kalau itu sesuai sama aku, aku ikutin. Tapi kalau enggak ya nggak maksain gitu.”⁸¹

Subjek Yahya

“Baju-bajunya enggak si kak aku baju-bajunya normal kayak orang sini. Soalnya kan kalau baju Korea kan badannya langsing-langsing saya kan tidak langsing jadi tidak cocok

⁷⁹Wawancara dengan subjek Ninditya di cafe pada tanggal 22 Juli 2022

⁸⁰Wawancara dengan subjek Yahya di rumah subjek pada tanggal 24 Juli 2022

⁸¹Wawancara dengan subjek Ninditya di cafe pada tanggal 22 Juli 2022

hahaha. Kalo fashion paling baru pernah beli blazer aja si ka”⁸²

Tidak hanya pakaian, make-up natural ala Korea biasanya juga banyak digemari para penggemar K-Pop. Make-up tersebut identik dengan riasan yang tidak terlalu tebal atau biasa disebut dengan tren “*Make Up, No Make Up*”, yaitu penggunaan make up yang terlihat alami seperti tidak memakai riasan. *Make-up* ala Korea memiliki konsep yang natural dan simple dengan perpaduan berbagai warna yang natural sehingga memberikan tampilan yang sederhana bagi usia remaja, hal inilah yang membuat para remaja anggota Komunitas NCTzen Purwokerto menjadi suka dan sering meniru *make-up* ala Korea.

Subjek Nesya

*“Paling dari cara mereka make up si, kayak apa ya, mereka kan makenya tebal tapi kesannya masih kesan natural, mungkin karena warna yang dipilih kali ya.”*⁸³

Subjek Ninditya

*“... kalau make up emang aku suka karena simple.”*⁸⁴

Subjek Yahya

*“Iya kalau look makeup itu kan bagus Korea flawless tapi nggak medok, tapi bagus gitu. Terus juga kalau stylishnya kan maju, semakin tahun tetep ada stylish yang baru.”*⁸⁵

Berbeda dengan ketiga subjek lainnya, subjek Tami mengatakan ada yang suka look makeup ala Korea namun ada juga yang tidak. Hal tersebut karena memang pada dasarnya subjek Tami tidak suka berdandan.

Subjek Tami

“...ada yang suka ada yang nggak, karena nggak suka dandan.”

⁸²Wawancara dengan subjek Yahya di rumah subjek pada tanggal 24 Juli 2022

⁸³Wawancara dengan subjek Nesya di rumah subjek pada tanggal 20 Juli 2022

⁸⁴Wawancara dengan subjek Ninditya di cafe pada tanggal 22 Juli 2022

⁸⁵ Wawancara dengan subjek Yahya di rumah subjek pada tanggal 24 Juli 2022

Tak hanya menyukai dan meniru make-up ala Korea, ketiga subjek mengatakan pernah menggunakan dan membeli produk-produk make-up dan skincare dari Korea. Sebagaimana yang disampaikan oleh subjek Yahya dan Nesya berikut ini:

Subjek Yahya

“Kalau produk-produk Korea kemaren aku baru beli lipstik si kalau lipstik kan warnanya bisa dipake sama aku kalau misalkan kayak skincare itu kan takutnya nggak cocok karena kita kan nggak tau buat kulit kering atau apa misal di keterangan juga ada tapi biasanya di kulit nggak cocok jadi kalau skincare aku nggak pake paling makeupnya aja si.”⁸⁶

Subjek Nesya

“Iya sering, kayak misalnya aegyo sal itu sering make gitu.”⁸⁷

Walaupun jarang memakai make-up dan skincare namun subjek Tami pernah beberapa kali memakai produk skincare asal Korea yaitu Natur Republic, sebagaimana yang disampaikan berikut ini:

Subjek Tami

“Jarang sih tapi pernah pakai yang produk nature republic.”⁸⁸

Untuk model fashion dan make-up yang dibeli, setiap subjek memiliki pilihannya masing-masing. Begitu juga dengan durasi pembeliannya. Subjek Nesya lebih menyukai baju simple yang berwarna cerah seperti blouse yang biasanya dibeli setiap bulan sekali. Kemudian untuk make-upnya, menyukai eyeshadow yang warnanya cenderung oren dan biasanya dibeli dua kali dalam sebulan. Sedangkan subjek Ninditya memilih warna yang soft untuk make-up dan membeli pakaian yang sekiranya menarik perhatian dan cocok dengannya. Untuk durasi pembeliannya tidak tentu, karena biasanya saat subjek

⁸⁶Wawancara dengan subjek Yahya di rumah subjek pada tanggal 24 Juli 2022

⁸⁷Wawancara dengan subjek Nesya di rumah subjek pada tanggal 20 Juli 2022

⁸⁸Wawancara dengan subjek Tami di café pada tanggal 24 Juli 2022

Ninditya melihat barang yang menarik di Shopee atau TikTok bisa langsung dibeli. Sementara untuk subjek Yahya baru pernah sekali membeli lipstick produk Korea dan fashion ala Korea. Untuk lipstick subjek Yahya cenderung memilih warna *nude* sedangkan untuk fashionnya membeli *blazer*. Sebagaimana yang disampaikan berikut ini.

Subjek Nesya

“Kalo fashion baju yang simple, warnanya cerah kaya blouse. Biasanya beli 1 bulan sekali. Kalo make-up eyeshadow yang warnanya cenderung oren. Biasanya sebulan 2 kali beli.”

Subjek Ninditya

“Saya lebih memilih yang soft untuk make up, dan untuk fashion tidak semua hal saya beli. Seperti contohnya saat saya membeli pakaian yang sama dengan idol saya, tidak semua saya beli, hanya memang yang menarik perhatian saya saja dan sekiranya cocok untuk saya. Kalau itu tergantung mood juga si. Biasanya ngeliat di Shopee atau TikTok kalo menarik juga bisa langsung beli.”

Subjek Yahya

“Kalo untuk make-up aku paling baru lipstick brand Korea dan baru pertama kali beli, kalo fashion paling baru pernah beli blazer aja si ka, kalo lainnya belum. Kalo warna lipstick lebih ke nude si ka. Untuk blazer si baru satu kali hehe.”

2. Makanan

Korean Wave tidak hanya sukses dalam memasarkan budaya Korea Selatan, tetapi juga mampu memasarkan produk-produk komersial dan pariwisata Korea Selatan kepada publik di berbagai negara. Aktris maupun aktor Korea Selatan yang tampil dalam drama turut membawa pengaruh cukup besar dalam menyebarkan aspek kebudayaan. Dari seluruh produk yang dipasarkan tersebut, serial drama Korea Selatan yang tayang memiliki genre yang beragam. Namun, sebagian besar cuplikan dari drama tersebut pasti menampilkan adegan yang menunjukkan pemainnya sedang

menyantap hidangan Korea Selatan. Dari berbagai macam makanan Korea ada beberapa yang cukup populer di antaranya yaitu tteokbokki, kimchi, ramyeon, kimbab, bulgogi, corndog, dan lain sebagainya. Akan tetapi tidak semua subjek menyukai makanan tersebut, hanya beberapa macam yang mereka sukai. Sebagaimana yang disampaikan berikut ini.

Subjek Nesya

“Suka tapi beberapa terutama corndog, kalau tteokbokki, nggak terlalu suka si kalau ramyeon sebenarnya kayak mie biasa kan ya suka saya emang suka mie gitu si.”⁸⁹

Subjek Yahya

“Paling suka tteoboki ka sama kimbap.”⁹⁰

Subjek Tami

“Beberapa si, kayak bulgogi. Kalau tteokbokki, enggak hehe keras soalnya.”⁹¹

3. Gaya Hidup

Gaya hidup menurut Plummer adalah cara hidup individu yang ditentukan oleh bagaimana individu menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam hidupnya (ketertarikan) dan apa yang mereka pikirkan tentang dunia di sekitarnya. Gaya hidup merupakan pola yang diyakini dapat membentuk identitas diri individu. Gaya hidup merupakan salah satu bentuk budaya yang dapat dijumpai dalam kehidupan sehari-hari, karena gaya hidup merupakan bagian dari diri manusia yang dapat menunjukkan siapa dirinya dan identitas dirinya. Jadi, gaya hidup dapat dikatakan sebagai suatu pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktifitas, minat, dan pendapatnya.⁹²

⁸⁹ Wawancara dengan subjek Nesya di rumah subjek pada tanggal 20 Juli 2022

⁹⁰ Wawancara dengan subjek Yahya di rumah subjek pada tanggal 24 Juli 2022

⁹¹ Wawancara dengan subjek Tami pada tanggal 24 Juli 2022 di sebuah cafe

⁹² Olivia M. Kaparang, “Analisa Gaya Hidup Remaja dalam Mengimitasi Budaya Pop Korea Melalui Televisi”, *Acta Diurna Komunikasi*, Vol 2, No 2, 2013, Hlm 3-4.

Gaya hidup para penggemar budaya korea (K-Pop) biasanya mengikuti gaya hidup para idolanya, maupun budaya Korea itu sendiri. Hal ini dipengaruhi beberapa faktor seperti musik, drama, *fashion* dan film asal Korea sehingga mereka mulai menyukai hal-hal yang berbau Korea dan juga menyebabkan makin bertambahnya para penyuka budaya populer Korea (K-Pop).

Gaya hidup yang dijalani sehari-hari akibat menggemari budaya populer korea (K-Pop) adalah menghabiskan waktu luangnya untuk menonton dan mendengarkan musik, drama, film dan variety show Korea dari berbagai media sosial seperti Youtube, Instagram, Facebook dan media sosial lainnya, mengikuti perkembangan para artis yang digemari melalui media sosial, selain itu juga mengikuti sedikit trend berpakaian ala Korea, mereka mengikuti sebagian cara berpakaian para artis Korea seperti jenis celana atau rok sepatu, aksesoris dan cara memadu pandangkannya, menggunakan penggalan kata Korea dalam kehidupan sehari-hari serta menggunakan uangnya untuk membeli produk makanan atau minuman lokal yang dibintangi oleh para artis/idol Korea, dan mengoleksi beberapa album dan merchandise dari artis kesukaanya.⁹³

Subjek Nesya

“Paling ini si seringnya liat konten yang dibuat sama fansnya itu misal hal yang lucu atau apa gitu. Itu sering muncul sendiri di beranda. Yang sering si ndukung ya kalau mereka comeback lagu baru gitu atau mereka ikut drama apa dengan cara ngasih komen positif di instagram mereka, terus juga buat story tentang mereka.”⁹⁴

Pernyataan di atas menunjukkan kegiatan atau aktivitas subjek Nesya yang merupakan bagian dari gaya hidup yang dilakukan sebagai

⁹³Ledy Femina Sitanggung, Eddy Lion, Offeny, “Perspektif Mahasiswi Prodi Ppkn Universitas Palangka Raya Tetang Budaya Populer Korea (K-Pop) Terhadap Gaya Hidup”, *Jurnal Paris Langkis Jurnal Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan*, Vol.1 Nomor 2, Maret 2021, Hlm. 30.

⁹⁴Wawancara dengan Subjek Nesya di rumah subjek padatanggal 20 Juli 2022

seorang penggemar K-Pop yaitu mulai dari melihat konten-konten lucu yang dibuat oleh sesama fans hingga mendukung mereka (K-Pop Idol) ketika comeback lagu baru dengan cara memberi komentar positif di instagram mereka dan juga membuat story tentang mereka.

Subjek Ninditya

“Paling sering si Twitter sama TikTok si karena jarang main Ig juga, paling kalau kayak mereka lagi update dibuka, tapi kalau yang benar-bener info tuh dari Twitter sama TikTok. Kalau YouTube paling kayak buat streaming aja si. Paling ya apa ya kayak streaming udah pasti terus ngevot kayak misalnya ada awards itu kan ada dari kalau nggak salah satu ya semuanya itu aku vote tapi kalau aku pribadi biasanya ngevot yang biasku sama yang ada biasku kayak misal kan ada vote solo kayak misalnya itu Jaemin itu aku kurang ngevot nggak sesering aku ngevot Haecan sama Mark.”⁹⁵

Dari wawancara di atas subjek Ninditya menyatakan aktivitas yang sering dilakukan sebagai seorang penggemar K-Pop yaitu mulai dari mencari informasi tentang idola melalui Twitter dan TikTok kemudian streaming konten mereka di YouTube serta memberi dukungan ketika ada awards dengan cara memberikan vote kepada idolanya.

Subjek Yahya

“Kalau streaming YouTube ya pasti, setiap comeback YouTube itu kan pengaruh kayak misalnya kita comeback eh apa mereka comeback itu kan ikut acara show jadi acara show itu kan ada itungannya jadi ada yang dari YouTube ada yang dari album kayak gitu. Kalau kita kan fans modal gitu ya jadi nontonnya YouTube jadi bantu buat digitalnya tuh tinggi gitu. Kalau buat cari informasi tentang mereka lebih ke Ig si soalnya mereka kan punya Ig masing-masing, biasanya update foto kalau mau comeback, update kegiatan sehari-hari.”⁹⁶

Dalam wawancara bersama subjek Yahya, ia mengatakan bahwa aktivitas yang sering dilakukan sebagai seorang penggemar K-Pop

⁹⁵Wawancara dengan subjek Ninditya di Cafe pada tanggal 22 Juli 2022.

⁹⁶Wawancara dengan subjek Yahya di rumah subjek pada tanggal 24 Juli 2022.

yaitu streaming di YouTube setiap mereka comeback sedangkan untuk mencari informasi tentang mereka subjek mencarinya melalui instagram.

Subjek Tami

“Ya itu dari streaming terus juga kalau misalnya ada event-event gitu ikut, terus kalau ada konser online juga nonton. Kadang di twitter, youtube juga, instagram sama spotify.”⁹⁷

Subjek Tami mengatakan bahwa aktivitas yang sering dilakukan sebagai seorang penggemar K-Pop yaitu streaming konten-konten mereka di YouTube kemudian mengikuti event-event serta menonton konser onlinenya. Selain itu untuk mencari informasi tentang mereka dan menonton konten mereka subjek sering menggunakan Twitter, YouTube, Instagram, dan juga Spotify.

Walaupun sebagai seorang penggemar K-Pop subjek mengatakan jarang nongkrong dengan anak K-Popers maupun non K-Popers kecuali ketika ada event di komunitas. Sedangkan subjek Ninditya lebih sering main atau nongkrong dengan teman yang non K-Popers dikarenakan anak K-Popers memiliki kesibukan masing-masing. Seperti yang disampaikan berikut ini:

Subjek Yahya

“Enggak, kalau ada event aja. Aku anak rumahan haha. Aku pergi paling cuma kerja, kuliah terus juga kalau misalkan mau diajak temen mau kemana, kayak gitu aja si. Nggak pernah gabut terus jalan-jalan gitu main.”⁹⁸

Subjek Ninditya

“Jarang nongkrong si, cuma emang ya kalau anak-anak K-Popers yang dekat ya ada yang sampai main ya ada cuma gak yang sering banget gitu. Kalau buat main ya kalau yang sama K-Popers sendiri gak itungan malah sebulan kan mereka juga sibuk

⁹⁷Wawancara dengan subjek Tami di sebuah café pada tanggal 24 Juli 2022.

⁹⁸Wawancara dengan subjek Yahya di rumah subjek pada tanggal 24 Juli 2022.

jadi ya paling kayak bulan ini kalau bisa ya bisa kalau enggak ya enggak. Kalau sama temen yang non K-Popers sering.”⁹⁹

4. Ikon atau Merchandise

Kebanyakan NCTzen yang berada akan membeli album dan melakukan konsumsi merchandise NCT sebagai bentuk dukungan untuk idolanya. Selain itu juga untuk mendapatkan kepuasan tersendiri jika sudah membeli merchandisenya. Seperti halnya NCTzen Purwokerto mereka mengoleksi album dan berbagai merchandise NCT, dari hasil penelitian kebanyakan mereka belum terlalu lengkap mengoleksi merchandise, hal itu di karenakan mereka membeli merchandise yang harganya mendukung dengan kondisi uang mereka, seperti membeli album dan photocard yang sering di beli oleh penggemar. Sebagaimana yang disampaikan ketiga subjek berikut ini.

Subjek Ninditya

“Iya koleksi, poster, album sama photo card. Sekitar 5 atau 6 kalau nggak salah. Poster iya banyak. Poster Kalau yang official ngikutin albumnya si kan poster sekalian sama album.”¹⁰⁰

Subjek Yahya

“Kalau aku punya album aja si. Baru 2 haha soalnya kalau album mahal. Paling yang unofficial si beli-beli di Korea edition tuh yang di Purwokerto kayak papan nama aja gitu si.”¹⁰¹

Subjek Tami

“Punya, album ada, photo card ada terus ada majalah juga. Album punya 3, photo card cuma 5.”¹⁰²

Berbeda dengan ketiga subjek lainnya, subjek Nesya menyatakan tidak mempunyai album dan merchandise, hal itu dikarenakan subjek merasa berat untuk biayanya. Seperti yang disampaikan berikut ini.

⁹⁹Wawancara dengan subjek Ninditya pada tanggal 22 Juli di sebuah Cafe

¹⁰⁰Wawancara dengan subjek Ninditya di sebuah café pada tanggal 22 Juli 2022

¹⁰¹Wawancara dengan subjek Yahya di rumah subjek pada tanggal 24 Juli 2022

¹⁰²Wawancara dengan subjek Tami di sebuah café pada tanggal 24 Juli 2022

Subjek Nesya

“Nggak punya sama sekali. Sebenarnya si pengen cuman biayanya itu.”

Konsumsi yang dilakukan oleh NCTzen ini menunjukkan bahwa perilaku yang mereka lakukan disebabkan adanya dorongan dari individu itu dengan melakukan terus konsumsi demi kepentingan emosional sebagai penggemar untuk terus membeli album maupun merchandise yang hanya sebagai koleksi daripada untuk kebutuhan sendiri sehingga terlihat bahwa penggemar dalam konsumsi lebih mementingkan keinginan mereka untuk mengoleksi sehingga memunculkan perilaku konsumtif dalam diri mereka. Hal tersebut sesuai dengan yang disampaikan ketiga subjek berikut ini.

Subjek Ninditya

“Nggak ada si selain seneng hehe. Cuma kayak maksudnya hobby gitu terus juga kayak misalnya aku bosan terus aku jualin karena kemarin juga aku udah sempet jual beberapa photo card tapi baru yang selain Haechan sama Mark. Kalau yang Haechan sama Mark masih aku simpen kayak masih eman-eman hehe.”

Subjek Yahya

“Seneng kayak ih aku bisa beli ini kayak gitu.”

Subjek Tami

“Eee yang pertama sih nyesel ya kalau pas udah sampai terus pas udah dibuka nyesel, kenapa beli kayak gini terus abis itu biasa aja si. Tapi juga seneng si, puas juga bisa memiliki barang itu.”

5. Bahasa

Seringnya melihat video-video yang berhubungan dengan idolanya, yang tentunya kental dengan budaya Korea pastinya akan memberi pengaruh bagi penggemar. Pada akhirnya, kebiasaan mendengarkan bahasa Korea akan membuat para penggemar secara tidak sadar menyebut berbagai kosakata Korea yang sering didengar

melalui video yang ditonton, seperti pengucapan salam, rasa kagum dan terimakasih. Mereka biasanya menyelipkan beberapa bahasa Korea saat sedang berkomunikasi bersama teman sebayanya. Melalui kegiatan menonton drama dan konten idola mereka yang membuat para remaja menjadi terbiasa mendengar bahasa Korea, yang kemudian diterapkan untuk berkomunikasi sehari-hari saat melakukan percakapan dengan teman sebayanya. Dari keempat subjek semuanya mengatakan sering menggunakan bahasa atau istilah-istilah Korea. Seperti yang disampaikan berikut ini.

Subjek Nesya

“Iya si sering pake kayak kata-kata “jinja” gitu.”¹⁰³

Subjek Ninditya

“Iya kadang si.”¹⁰⁴

Subjek Yahya

“Uhh sering banget hehehe. Kalo ketemu orang jadi kadang bilangnyanya annyeonghaseyo haha.”¹⁰⁵

Subjek Tami

“Eee kadang gini si, apa ya namanya kayak reflek gitu.”¹⁰⁶

Dari hasil wawancara, keempat subjek mengatakan bahwa penggunaan bahasa atau istilah-istilah Korea digunakan hanya kepada sesama penggemar K-Pop. Hal itu dikarenakan tidak semua orang paham dengan bahasa atau istilah-istilah Korea sehingga dikhawatirkan akan membuat lawan bicaranya bingung atau tidak memahami maksud dari subjek. Seperti yang disampaikan berikut ini.

¹⁰³Wawancara dengan subjek Nesya di rumah subjek pada tanggal 20 Juli 2022

¹⁰⁴Wawancara dengan subjek Ninditya di sebuah café pada tanggal 22 Juli 2022

¹⁰⁵Wawancara dengan subjek Yahya di rumah subjek pada tanggal 24 Juli 2022

¹⁰⁶Wawancara dengan subjek Tami di sebuah café pada tanggal 24 Juli 2022

Subjek Nesya

“Sesama K-Pop si, kalau sama yang lain takutnya mereka nggak ngerti artinya kan.”¹⁰⁷

Subjek Ninditya

“...nggak ke semua orang kayak maksudnya oh dia suka Korea jadi aku ngomong sama dia bisa kadang ya bawa-bawa bahasa Korea tapi kalau yang orang-orang umum kaya gitu enggak.”¹⁰⁸

Subjek Yahya

“Ke sesama K-Pop si, kalau sama yang lain biasanya nggak nyambung maksudnya aku bilang apa dia nggak ngerti.”¹⁰⁹

Subjek Tami

“Sesama K-Pop doang.”¹¹⁰

D. K-Pop dan Idola Baru Remaja

1. Awal Mula Menyukai K-Pop

Berbagai hal menjadi penyebab subjek mulai menyukai K-Pop. Beberapa subjek telah mengenal fenomena *Korean Wave* khususnya musik *Korean Pop* dan menjadikan musik K-Pop beserta idolanya sebagai kegemaran mereka sejak berada di jenjang sekolah yakni dari SD hingga saat ini. Ketertarikan akan musik dan idol K-Pop menjadi semakin berkembang ketika berada di jenjang perguruan tinggi. Sebagaimana yang disampaikan oleh subjek Nesya dan Yahya berikut ini.

Subjek Nesya

“Jadi pas pertama suka sama K-Pop dari kelas 3 SD. Sukanya karena waktu itu kan lagunya Super Junior yang Mr Simple kan lagi viral banget kan di tv terus jadinya suka gitu. Jadi pertama suka tuh sama Super Junior dulu terus berkembang sampai sekarang.”¹¹¹

¹⁰⁷Wawancara dengan subjek Nesya di rumah subjek pada tanggal 20 Juli 2022

¹⁰⁸Wawancara dengan subjek Ninditya di sebuah café pada tanggal 22 Juli 2022

¹⁰⁹Wawancara dengan subjek Yahya di rumah subjek pada tanggal 24 Juli 2022

¹¹⁰Wawancara dengan subjek Tami di café pada tanggal 24 Juli 2022

¹¹¹Wawancara dengan subjek Nesya di rumah subjek pada tanggal 20 Juli 2022

Subjek Yahya

“Kalau suka K-Pop itu awalnya dari TV, dulu kan taun berapa itu ada Super Junior kan konser, terus ditayangin itu udah mulai suka. Jadi Super Junior itu awalnya.”¹¹²

Sedangkan pada subjek Ninditya, awal mula menyukai K-Pop berawal dari menonton drama Korea. Kemudian dalam drama tersebut ada salah satu pemeran yang disukai dan ternyata pemeran tersebut merupakan salah satu dari member *girl group*. Sejak saat itu subjek Ninditya mulai menyukai K-Pop hingga saat ini. Sesuai yang disampaikan berikut ini.

Subjek Ninditya

“Pertama tuh dari 2013, pertama kali nonton Drakor terus ada satu pemeran yang aku suka banget terus ternyata dia tuh salah satu member girl group jadi sejak saat itu jadi pengen kenal K-Pop aja gitu.”¹¹³

Berbeda dengan ketiga subjek lainnya, subjek Tami mengatakan baru mengenal K-Pop dari tahun 2019 ketika ada kompetisi dance. Kemudian salah satu temannya mengajak subjek untuk mengikuti kompetisi tersebut. Dari situlah subjek mulai suka dan bergabung dengan NCTzen Purwokerto hingga sampai saat ini.

Subjek Tami

“Tau K-Pop itu dari tahun 2019, itu waktu itu ada kayak kompetisi dance, temenku itu ngajakin buat ikut dance, waktu itu ngajakin buat gabung yang NCT grup. Itu langsung tau.”¹¹⁴

2. Alasan Menyukai K-Pop

Ada banyak alasan subjek menyukai K-Pop, diantaranya yaitu dari segi *visual*, *music*, dan *dance*. *Visual* merujuk pada wajah idola yang tampan, kulit putih, dan cara berpakaian yang kekinian menarik minat untuk menyukai idola K-Pop. *Idol music* merupakan alasan

¹¹²Wawancara dengan subjek Yahya di rumah subjek pada tanggal 24 Juli 2022

¹¹³Wawancara dengan subjek Ninditya di sebuah café pada tanggal 22 Juli 2022

¹¹⁴Wawancara dengan subjek Tami di sebuah café pada tanggal 24 Juli 2022

menyukai K-Pop karena musik yang dibawakan idola K-Pop mudah dan menyenangkan untuk didengar, genre musik yang ditampilkan beragam sehingga menambah pengetahuan bagi responden tentang musik. Seperti yang disampaikan subjek Nesya dan Yahya berikut ini.

Nesya

“Terutama dari segi lagunya. Kalau dibandingkan Indonesia kayak beda gitu kan. Kalau dari segi lagunya kayak apa ya menarik gitu kayak beda dari yang lain cara mereka nyanyi, teknik-teknik nyanyinya gitu. Disitu aku juga belajar cara nyanyinya gitu.”¹¹⁵

Yahya

“Kalau dari visual jelas ya, terus juga bakatnya 1 orang itu bisa tiga atau maksudnya 1 orang itu bisa rap semua, bisa nyanyi semua bisa dance semua kayak gitu si. Terus juga musiknya lebih modern, lagu-lagunya lebih bagus.”¹¹⁶

Alasan lain yang menjadikan subjek menyukai K-Pop yaitu karena *dancenya* yang memiliki koreografi yang bagus dan keren. Seperti yang disampaikan subjek Ninditya dan Tami berikut ini:

Ninditya

“Pertama si dari dancenya, karena aku kan anak dance terus bosan aja gitu kayak pelajaran hip hop terus jadi pengen coba K-Pop terus dari dancenya NCT tuh aku suka juga kebetulan aku tuh suka lagu-lagu yang rap, intinya kan K-Pop banyak rapnya, kebetulan Mark itu rapper terus jadinya aku suka sama NCT karena banyak rapper yang aku suka disitu.”¹¹⁷

Tami

“Hiburannya, musiknya, terus juga orang-orangnya kayak apa ya menghibur gitu lh. Terus dancenya juga.”¹¹⁸

¹¹⁵Wawancara dengan subjek Nesya di rumah subjek pada tanggal 20 Juli 2022

¹¹⁶Wawancara dengan subjek Yahya di rumah subjek pada tanggal 24 Juli 2022

¹¹⁷Wawancara dengan subjek Ninditya di sebuah café pada tanggal 22 Juli 2022

¹¹⁸Wawancara dengan subjek Tami di sebuah café pada tanggal 24 Juli 2022

3. Fangirling atau Aktivitas Pengidolaan

Keempat subjek dalam penelitian ini memiliki aktivitas pengidolaan yang berbeda. Walaupun aktivitas pengidolaan utama yang dilakukan semua subjek sama yaitu memberikan dukungan pada karir idolanya dan melakukan pencarian informasi terkait idolanya di media sosial. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, masing-masing subjek mengembangkan aktivitasnya menjadi lebih beragam. Pada subjek Ninditya, bentuk pengembangan aktivitas pengidolaan ditunjukkan dengan keikutsertaan *dance cover*, mengikuti *event* komunitas dan membuat project untuk mempromosikan idola dan mengoleksi barang-barang yang berkaitan dengan idola. Sebagaimana yang disampaikan berikut ini:

Subjek Ninditya

“Saya pernah mengikuti perlombaan dance cover, mengikuti event komunitas, saya juga sering membuat project untuk birthday idol saya bersama teman teman saya atau melakukan project untuk mempromosikan mereka kemudian koleksi, poster album dan photo card.”¹¹⁹

Subjek Tami dan Yahya mengembangkan aktivitasnya melalui *streaming MV*, *scroll* instagram atau twitter dan *voting* idol, Selain itu mereka juga memiliki koleksi yang berhubungan dengan idolanya. Seperti yang disampaikan berikut ini:

Subjek Tami

“Kegiatan yang saya lakukan ketika fangirling seperti streaming mv, menonton konten/live idol, scroll instagram/twitter idol, melihat update-an idol dari akun fanbase, vote idol, mendengarkan musiknya, menonton idol funny moments. Terus juga album ada, photo card ada terus ada majalah juga.”¹²⁰

¹¹⁹ Wawancara dengan subjek Ninditya di sebuah café pada tanggal 22 Juli 2022

¹²⁰ Wawancara dengan subjek Tami di sebuah café pada tanggal 24 Juli 2022

Subjek Yahya

“Kalo untuk kegiatan paling ikut event, streaming youtube pas idol comeback, ngevote di acara music supaya idol kita menang, like coment di ig. Terus punya album juga.”¹²¹

Sementara subjek Nesya kegiatan yang dilakukan yaitu menonton video Idol di Youtube dan *scroll* media sosial idol. Seperti yang disampaikan berikut ini:

Subjek Nesya

“Nonton video di youtube yang isinya idol korea, scroll medsos yang isinya idol korea juga kaya moment lucunya mereka.”¹²²

4. Tingkatan Celebrity Worship

Celebrity worship dapat didefinisikan sebagai pengidolaan atau pemujaan terhadap selebriti dimana individu secara berlebihan terpicak dan terikat pada selebriti. Menurut Maltby, dkk. aspek *celebrity worship* ada tiga tingkatan yaitu, pertama hiburan Sosial (*Entertainment-Sosial*) yang merupakan tingkatan terendah pada *celebrity worship*, berupa melakukan pencarian aktif terhadap idola, kedua perasaan pribadi yang intens (*Intense-Personal Feeling*) yang pada tingkatan ini, penggemar mengembangkan perasaan intensif dan obsesif terhadap idola mereka, dan ketiga patologis (*Boderline Pathological*) yang merupakan tingkatan paling tinggi berupa kesanggupan atau kesediaan untuk melanggar hukum demi idola mereka.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan, keempat subjek memenuhi unsur pada tingkatan *entertainment sosial* yaitu melakukan pencarian aktif terhadap idola dan menikmati kontennya sebagai hiburan. Akan tetapi terdapat dua subjek yang mengalami keterikatan emosi pada tingkat *intense personal feeling*. Keterikatan emosi ini kemudian membuat subjek ikut merasakan apa

¹²¹Wawancara dengan subjek Yahya di rumah subjek pada tanggal 24 Juli 2022

¹²² Wawancara dengan subjek Nesya di rumah subjek pada tanggal 20 Juli 2022

yang sedang dirasakan oleh idolanya, ikut merasakan keadaan yang sedang dialami oleh idolanya, berkeinginan membanggakan kemampuan idolanya sehingga tidak jarang muncul perasaan marah dan sedih ketika idolanya mendapatkan perlakuan tidak adil, komentar serta rumor yang buruk. Sesuai dengan yang disampaikan subjek berikut ini.

Ninditya

“Saya terkadang lebih merasa memiliki kesamaan dengan idol saya seperti kami sama-sama emosional, sama sama lebih condong di bidang dance.”¹²³

Tami

“Iya terkadang saya ikut merasakan apa yang idol alami bahkan pernah hingga berkepanjangan.”¹²⁴

Keempat subjek tidak menunjukkan adanya pemikiran obsesif terhadap sosok idola, dan tidak menunjukkan perilaku yang melanggar norma sosial. Hal ini dikarenakan keempat subjek memiliki pemikiran dan pemahaman realistis tentang kehidupan idolanya serta memahami tanggungjawab dan kewajiban yang sudah harus dilaksanakan pada usia remaja.

E. Makna Tindakan Komunitas

Pencarian identitas diri merupakan ciri perkembangan remaja dalam mengatasi masa peralihan atau transisi. Remaja ingin menjadi seseorang yang dianggap benar dalam menghadapi kehidupan ini. Oleh karena itu, remaja perlu memiliki keyakinan hidup dan figur yang benar untuk mengarahkan mereka dalam berperilaku. Pembentukan identitas diri dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain faktor lingkungan, kelompok referensi dan tokoh idola. Individu akan meniru apa atau siapa panutannya, sehingga identitas diri yang terbentuk akan memiliki kemiripan dengan panutannya.

¹²³Wawancara dengan subjek Ninditya di sebuah café pada tanggal 22 Juli 2022 .

¹²⁴Wawancara dengan subjek Tami di sebuah café pada tanggal 24 Juli 2022.

Identitas diri memiliki dua aspek, yaitu eksplorasi dan komitmen. Eksplorasi adalah kegiatan yang dilakukan untuk mencari informasi atau alternatif mengenai masa depan, sedangkan komitmen adalah sikap yang menetap dan setia terhadap alternatif yang dipilih. Kedua aspek tersebut muncul dalam penetapan faktor yang mempengaruhi identitas diri, yaitu lingkungan sosial, kelompok referensi, dan tokoh idola. Lingkungan sosial merupakan tempat individu tumbuh dan berkembang seperti keluarga, tetangga, dan teman sebaya. Kelompok referensi merupakan kelompok yang terbentuk pada remaja, biasanya berisi anggota kelompok teman sebaya. Tokoh idola merupakan individu yang sangat berarti dan dikagumi oleh seseorang.¹²⁵

Tokoh idola yang dimaksud dalam penelitian ini adalah *idol* Korea, sehingga keberadaan K-Pop memberikan referensi terhadap faktor yang mempengaruhi identitas diri. Identitas diri *K-Popers* adalah persepsi individu untuk menempatkan diri dan memberi arti pada dirinya sebagai penggemar K-Pop dalam konteks kehidupan yang akan datang dan menjadi jati dirinya. Status identitas ini mengisyaratkan bahwa identitas diri telah terbentuk di dalam individu.

Teori interaksi simbolik dipengaruhi oleh struktur sosial yang menimbulkan perilaku tertentu, yang kemudian membentuk simbol dalam interaksi masyarakat. Teori interaksi simbolik menekankan pada dua hal yaitu pertama, bahwa manusia dalam masyarakat tidak akan lepas dari interaksi sosial. Kedua, interaksi dalam masyarakat ditunjukkan dengan simbol-simbol tertentu yang bersifat dinamis. Teori ini berpendapat bahwa individu membentuk makna melalui proses komunikasi karena makna tidak bersifat intrinsik terhadap apapun.¹²⁶ Pada dasarnya teori ini berakar dan berfokus pada hakikat manusia sebagai makhluk relasional. Setiap

¹²⁵Arif Rahman Hakim, dkk, "Pembentukan Identitas Diri Pada Kpopers", *Motiva : Jurnal Psikologi*, 2021, Vol 4, No 1, Hlm 19-20.

¹²⁶Fairuz Mardiyah, 2019, "Interaksi Simbolik Sebagai Wujud Identitas Diri Pada Komunitas Army Di Kota Medan (Studi Pada Boyband Korea Bts)", *Skripsi*, (Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara), Hlm 17-18.

individu pasti akan terlibat relasi satu sama lain. Salah satu alasannya karena manusia muncul di dalam dan melalui interaksi dengan yang di luar dirinya. Interaksi tersebut tentunya membutuhkan simbol-simbol tertentu. Simbol tersebut biasanya disepakati bersama dalam skala kecil maupun besar. Simbol tersebut misalnya berupa bahasa, tulisan, dan simbol lainnya yang dipakai serta bersifat dinamis dan unik.¹²⁷

Subjek menganggap menjadi bagian dari fandom atau komunitas memiliki makna tersendiri, di antaranya yaitu rajin menabung untuk mendapatkan hal yang diinginkan, membantu meningkatkan kepercayaan diri mereka untuk bergaul dengan lingkungan yang besar diluar zona nyaman mereka, lebih menghargai perbedaan, saling support satu sama lain, dan ketika berkumpul mereka merasa bahagia dan seperti memiliki keluarga baru yang memiliki kegemaran yang sama dapat berbaur satu sama lain. Lingkungan tersebutlah yang dicari mereka dengan kesadaran dan sengaja. Seperti yang disampaikan keempat subjek berikut ini.

Subjek Nesya

“Jadi rajin nabung buat beli fashion atau make-up. Kalo ngobrol ngga bingung yang dibahas mau apa.”¹²⁸

Subjek Ninditya

“Selama menjadi NCTzen saya lebih mengerti mengenai perbedaan si. Karna NCTzen itu dari solostan (fans yang hanya mengidolakan satu member) itu sangat banyak. Dari situ saya lebih mengerti mengenai perbedaan dan menghargai pilihan dan kesukaan masing masing pribadi. Ketika kami berkumpul saya merasa memiliki keluarga lain dan saya merasa bahagia karna saya dapat melihat orang-orang yang sama sama mencintai idola saya juga.”¹²⁹

¹²⁷Dadi Ahmadi, “Interaksi Simbolik: Suatu Pengantar”, *MEDIATOR*, Vol. 9, No. 2, Desember 2008, Hlm 311.

¹²⁸ Wawancara Subjek Nesya di rumah subjek pada tanggal 20 Juli 2022

¹²⁹ Wawancara dengan Subjek Ninditya di Cafe pada tanggal 22 Juli 2022

Subjek Yahya

“...lebih ke saling menghargai si kalo misal kita punya kesukaan yang beda-beda dan bisa punya banyak temen lagi jadi relasi banyak dan bisa untuk sharing. Kalo makna pas kumpul kira bisa happy bareng, biasa sharing-sharing pengalaman ada yang pernah nonton konser jadi kita tau di konser tuh gimana seneng ga liat idol langsung.”¹³⁰

Subjek Tami

“Memperluas jangkauan pertemanan dan saling support satu sama lain. Dapat dengan mudah berbaur, ramah, mengisi waktu dengan bersenang-senang bersama.”¹³¹

Subjek menganggap K-Pop mengajarkan mereka tentang budaya, disiplin dan perjuangan. Berbanding terbalik dengan stereotype yang berkembang di masyarakat tentang K-Pop. Kesukaan akan K-Pop atau idolnya pun oleh para subjek membawa hal yang positif sebab membuat subjek lebih percaya diri dan berani berinteraksi dengan orang-orang di luar, kesukaan mereka mendorong mereka untuk berinteraksi dengan dengan orang asing melalui media sosial ataupun internet untuk memenuhi kesukaannya terhadap idonya. Dari pergaulan di komunitas itu, akhirnya berkembang menjadi lingkungan yang awalnya karena kesukaan yang sama, menjadi hubungan pertemanan diluar urusan fandom.

Untuk menunjukkan identitas dirinya sebagai penggemar K-Pop, anggota dari Komunitas NCTzen Purwokerto cukup sering menggunakan simbol tertentu, misalnya dengan membeli barang-barang yang berkaitan dengan idola seperti album dan photo card dan sengaja memakai barang yang berhubungan dengan idolanya seperti meletakkan beberapa foto idolanya dibelakang case hp dan gantungan kunci mereka dengan alasan karena mencintai idolanya. Sebagaimana yang disampaikan oleh subjek Ninditya dan subjek Yahya berikut ini.

¹³⁰ Wawancara dengan Subjek Yahya di rumah subjek pada tanggal 24 Juli 2022.

¹³¹ Wawancara dengan subjek Tami di Café pada tanggal 24 Juli 2022

Ninditya

“Biasanya orang tahu saya adalah seorang K-Popers dari photocard yang ada di case hp saya dan juga gantungan kunci saya.”¹³²

Yahya

“Kalo simbol biasanya beli sesuatu yang berkaitan sama idol, contoh seperti album, photocard dan misal beli case hp pakai nama bias.”¹³³

F. Pembahasan

Munculnya fenomena *Korean Wave* membuat para remaja mulai menyukai selebriti Korea yang dijadikan sebagai panutan atau role model sebagai inspirasi dan motivasi untuk berkembang mencari jati diri. Namun hal tersebut menjadi tidak wajar, jika seorang remaja terlalu berlebihan dalam mengagumi dan mengidolakan seorang selebriti. Hal inilah yang dinamakan *celebrity worship*. Ketika remaja mengidolakan selebriti, terkadang akan membuat para remaja berupaya meniru segala bentuk gaya penampilan ataupun karakternya. Selain itu, dengan rasa tingginya memuja artis idolanya terkadang akan membuat para penggemar ikut serta merasakan emosional yang sama dengan selebriti idolanya.

Fenomena *Korean Wave* mendorong Korea untuk mengeksport produk-produk seperti elektronik, kecantikan, fashion, dan makanan. Perkembangan yang pesat membuat musik K-Pop memiliki banyak penggemar setia, seperti halnya dengan NCTzen Purwokerto sebagai penggemar dari NCT. Untuk memberi dukungan kepada NCT akan memunculkan bentuk perilaku konsumsi dari NCTzen sebagai penggemarnya. Mereka akan mengumpulkan barang-barang yang berhubungan dengan idolanya seperti album, poster dan merchandise. Konsumsi yang dilakukan penggemar akan memunculkan sifat perilaku

¹³² Wawancara dengan Subjek Ninditya di Cafe pada tanggal 22 Juli 2022

¹³³ Wawancara dengan Subjek Yahya di rumah subjek pada tanggal 24 Juli 2022.

konsumtif, karena mereka memandang barang bukan sebagai kebutuhan tetapi sebagai simbol dan tanda serta hanya untuk kepuasan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, subjek Nesya menunjukkan perilaku *celebrity worship* yang memenuhi tingkatan *entertainment social* yaitu berupa melakukan pencarian aktif terhadap idola dan menikmati kontennya sebagai hiburan. Perilaku konsumsi yang dilakukan subjek berupa fashion yang dibeli setiap bulan sekali dan make-up berupa eyeshadow yang dibeli dua kali dalam sebulan. Serta membeli produk yang diiklankan NCT seperti lemonilo dan nu green tea. Selain itu subjek juga pernah membeli makanan khas Korea yaitu corndog dan ramyeon dan sering menggunakan kata “jinja” kepada sesama penggemar K-Pop.

Subjek Ninditya menunjukkan perilaku *celebrity worship* pada tingkatan *entertainment social* berupa melakukan pencarian aktif terhadap idola dan menikmati kontennya sebagai hiburan serta mengalami keterikatan emosi pada tingkat *intense personal feeling* yang membuat subjek ikut merasakan apa yang sedang dirasakan oleh idolanya dan sering meniru gaya rambut idola. Perilaku konsumsi yang dilakukan subjek berupa membeli hoodie, vest, topi, aksesoris, atau cardigan yang sama seperti idol dan pembelian dilakukan secara tiba-tiba atau ketika merasa tertarik dengan suatu produk. Subjek juga mengoleksi poster album dan photo card, serta membeli produk lemonilo karena mengincar photo cardnya. Selain itu subjek juga sering menggunakan bahasa dan istilah-istilah Korea hanya kepada sesama penggemar K-Pop.

Subjek Yahya menunjukkan perilaku *celebrity worship* yang memenuhi tingkatan *entertainment social* yaitu berupa melakukan pencarian aktif terhadap idola dan menikmati kontennya sebagai hiburan. Perilaku konsumsi yang dilakukan subjek berupa membeli blazer ala Korea dan lipstik produk Korea yang baru dibeli satu kali. Subjek juga memiliki dua album NCT dan papan nama idola. Selain itu subjek juga pernah

membeli tteobokki dan kimbab yang merupakan makanan khas Korea serta Sering menggunakan kata sapaan Korea yaitu “*annyeonghaseyo*”.

Subjek Tami menunjukkan perilaku *celebrity worship* pada tingkatan *entertainment sosial* berupa melakukan pencarian aktif terhadap idola dan menikmati kontennya sebagai hiburan serta mengalami keterikatan emosi pada tingkat *intense personal feeling* yang membuat subjek ikut merasakan apa yang sedang dirasakan oleh idolanya. Perilaku konsumsi yang dilakukan subjek berupa pembelian skincare Natur Republik yang pernah dibeli beberapa kali, pernah membeli makanan khas Korea yaitu bulgogi. Subjek juga mempunyai album tiga dan photo card lima, dan pernah membeli produk mie lemonillo karena mengincar photo cardnya. Selain itu subjek juga sering menggunakan bahasa dan istilah-istilah Korea kepada sesama penggemar K-pop dikarenakan reflek atau sudah terbiasa.

Perilaku konsumsi yang dilakukan keempat subjek merupakan simbol dukungan penggemar kepada idolanya dan bentuk rasa suka kepada idolanya. Selain itu, dengan memakai atribut atau barang-barang yang berkaitan dengan idola, secara tidak langsung akan menunjukkan identitas mereka sebagai seorang penggemar K-Pop. Makna yang subjek dapatkan saat berkumpul dengan sesama anggota Komunitas NCTzen Purwokerto bisa memperluas jangkauan pertemanan, menghargai perbedaan dan kesukaan masing masing, saling *support* satu sama lain, memperluas wawasan mereka dan merasakan kebersamaan yang hangat seperti memiliki keluarga baru.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data penelitian yang diuraikan diatas, maka hasil penelitian tentang Celebrity Worship dan Perilaku Konsumtif Remaja Penggemar K-Pop di Komunitas NCTzen Purwokerto dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Keempat subjek menunjukkan perilaku *celebrity worship* yang memenuhi tingkatan *entertainment social* yaitu melakukan pencarian aktif terhadap idola dan menikmati kontennya sebagai hiburan. Akan tetapi terdapat dua subjek yang mengalami keterikatan emosi pada tingkat *intense personal feeling*. Keterikatan emosi ini kemudian membuat subjek ikut merasakan apa yang sedang dirasakan oleh idolanya, namun tidak sampai menunjukkan pemikiran obsesif, dan perilaku irasional lain yang mengganggu keseharian sebagai seorang penggemar K-Pop. Keempat subjek menunjukkan pemikiran realistis. Perilaku konsumsi yang dilakukan subjek terbilang cukup rendah dan tidak menunjukkan perilaku konsumsi yang berlebihan mulai dari mengoleksi album dan merchandise idola.
2. Perilaku konsumsi yang dilakukan subjek merupakan simbol dukungan penggemar kepada idolanya dan bentuk rasa suka kepada idolanya. Selain itu, dengan memakai atribut atau barang-barang yang berkaitan dengan idola secara tidak langsung akan menunjukkan identitas mereka sebagai seorang K-Popers. Makna yang subjek dapatkan saat berkumpul dengan sesama anggota NCTzen Purwokerto yaitu bisa memperluas jangkauan pertemanan, merasakan kebersamaan yang hangat seperti memiliki keluarga baru, menghargai perbedaan dan kesukaan masing-masing, saling *support* satu sama lain, dan dapat memperluas wawasan.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, saran yang dapat diberikan oleh peneliti terkait proses serta hasil yang diperoleh dari penelitian ini, yaitu:

1. Bagi individu penggemar K-Pop penting untuk meningkatkan kemampuan berpikir dengan cara belajar melihat berbagai hal dari sudut pandang yang berbeda dan mampu mengontrol diri untuk tidak berlebihan mengagumi sosok idola dan tidak melakukan perilaku konsumsi secara berlebihan.
2. Bagi orangtua yang memiliki anak penggemar K-Pop dapat memperkuat ikatan mereka dengan mempelajari alasan anak menyukai K-Pop, sering melakukan *sharing* berbagai hal dengan anak, dan meluangkan waktu untuk mendampingi anak ketika melakukan aktivitas sebagai penggemar.
3. Bagi masyarakat untuk tidak mendiskriminasi terhadap penggemar K-Pop, memperlakukan penggemar K-Pop sama seperti individu lain, serta memperingatkan dengan penggunaan bahasa yang baik dan tidak melukai hati penggemar K-Pop ketika perilaku yang ditunjukkan penggemar K-Pop sudah berlebihan
4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan responden berjenis kelamin laki-laki, untuk mengetahui apakah ada perbedaan *celebrity worship* dan perilaku konsumtif pada penggemar K-Pop berdasarkan jenis kelamin. Penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat mengkaji lebih dalam tentang pentingnya peran orangtua bagi penggemar K-Pop, untuk melihat sejauh mana peran orangtua dapat meminimalisir *celebrity worship* dan perilaku konsumtif pada penggemar K-Pop.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusti, Ivo Selvia dan Nining Dewanti Gultom. (2019). "Pengaruh Literasi Ekonomi dan Modernitas terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa". *NIAGAWAN*. Vol 8. No 2.
- Ahmadi, Dadi. (2008). "Interaksi Simbolik: Suatu Pengantar". *MEDIATOR*, Vol. 9. No. 2.
- Ahyani, Latifah Nur and Rr. Dwi Astuti. (2018). "*Buku Ajar: Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*". (Kudus: Badan Penerbit Universitas Muria Kudus).
- Aini, Titi Nur. (2019). "Hubungan Celebrity Worship dengan Psychological Well Being pada Remaja Penggemar Korean Pop di All Fandom K-Popers Malang". *Skripsi*. (Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim Malang).
- Amirah, I. (2020). "Budaya Populer Korea Selatan (K-Pop) dan Perilaku Konsumtif Penggemar Grup Musik Korea Selatan: Studi Kasus Exo-L Markas Lotto". *Skripsi*. (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Ananda, Marino, dkk. (2021). "Di Balik Perilaku Konsumtif NCTZen dalam Pembelian Merchandise NCT (Studi Kasus Komunitas NCTzen Malang)". *Jurnal Integrasi dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial*. Vol. 1. No. 9.
- Anissela, Eling. (2021). "Hubungan Antara Tingkat Kesepian Dengan Parasosial Relationship Pada Remaja Penggemar K-Pop Di Komunitas ARMY Purwokerto". *Skripsi*. (Purwokerto: IAIN Purwokerto).
- Arifin, Zaenal. (2017). "Kriteria Instrumen dalam Suatu Penelitian". *Jurnal THEOREMS (The Original Research of Mathematics)*. Vol. 2.No. 1.
- Asrie, Nadine Denita dan Dian Misrawati. (2020). "Celebrity Worship dan Impulsive Buying pada Penggemar K-Pop Idol". *Journal of Psychological Perspective*. Vol. 2.No. 2.
- Astiti, Putri, dkk. (2018). "Konstruksi Identitas Guru Bimbingan Konseling sebagai Komunikator Pendidikan". *Jurnal Kajian Komunikasi*. Volume 6. No. 1.
- Aufa, Rahmatul, dkk. (2019). "Peranan *Cognitive Flexibility*, *Self-Esteem*, dan *Loneliness* terhadap *Celebrity Worship* pada Remaja". *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*. Vol. 3. No. 2.

- Ayu, Ni Wayan Reza Savitri dan Dewi Puri Astiti. (2020). "Gambaran Celebrity Worship pada Penggemar K-Pop". *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi*. Vol. 1. No. 3.
- Benu, Juliana Marlin Y, dkk. (2019). "Perilaku Celebrity Worship pada Remaja Perempuan". *Journal of Health and Behavioral Science*. Vol.1. No.1.
- Diananda, Amita. (2019). "Psikologi Remaja dan Permasalahannya". *Journal ISTIGHNA*. Vol .1 No. 1.
- Driana, Hurun In dan Aniek Indrawati. (2021). "Pengaruh Celebrity Worship, Gaya Hidup Hedonis, dan Kecanduan Internet terhadap Pembelian Kompulsif Merchandise Band Day6 pada Online Shop Uriharu Id". *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Pendidikan*. 1(5).
- Fatimah, Nurul, dkk. (2021). "Perilaku Celebrity Worship pada Remaja Komunitas Nctzens di Indonesia Ditinjau dari Loneliness". *Sukma: Jurnal Penelitian Psikologi*. Vol. 2, No. 02.
- Fitriyani, Alia Lely Dwi, dkk. (2021). "Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa ditinjau dari Motif Pembelian Makanan dan Produk Fashion Secara Online". *Academic: Journal of Multidisciplinary Studies*. Vol. 5 No. 2.
- Hakim, Arif Rahman, dkk. (2021). "Pembentukan Identitas Diri Pada K-Poppers", *Motiva: Jurnal Psikologi*. Vol 4. No 1.
- Haq, Shafir Walida. 2019. "Pengaruh Terpaan Tayangan Drama Korea Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kuliner Korea". *Ilmu Komunikasi*. Vol 2. No 2.
- Hardani et al. (2020). "*Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif, ed. Husnu Abadi*". (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group).
- Haris Aidil dan Asrinda Amalia, "Makna dan Simbol dalam Proses Interaksi Sosial (Sebuah Tinjauan Komunikasi)", *Jurnal Risalah*, Vol. 29, No. 1, Juni 2018.
- Hasa, M. Iqbal. (2002). "*Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*". (Bogor: Ghalia Indonesia).
- Irmanto, dkk. (2013). "Motivasi dan Perilaku Penggemar K-Pop di Daerah Istimewa Yogyakarta". *Modus*. Vol. 2, No. 1.
- Jeanette dan Sinta Paramita.(2018). "Makna Idola dalam Pandangan Penggemar (Studi Komparasi Interaksi Parasosial Fanboy dan Fangirl NCTzen terhadap BTS)". *Koneksi*. Vol. 2. No. 2.
- Juliawan, Wayan. dkk. (2020). "Konstruksi Identitas Guru Bimbingan Konseling di SMA Negeri Sekota Tabanan sebagai Komunikator Pendidikan". *Widyadari*. Vol. 21. No. 1.

- Kaparang, O. M. (2013). "Analisa Gaya Hidup Remaja dalam Mengimitasi Budaya Pop Korea Melalui Televisi". *Acta Diurna Komunikasi*. Vol 2. No 2.
- Khairani, A. M., & Rismawaty, S. "Communication Behavior Of Fanatic Fans In Netzen Bandung Communities". *Jurnal UNIKOM*.
- Laksmi, Alissa. (2019). "Hubungan antara Status Identitas Diri dengan Celebrity Worship pada Remaja Akhir Penggemar Korean Pop di Kota Malang", *Skripsi*, (Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Lutfiah. dkk. (2022). "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi PPAPK FKIP Universitas Tanjungpura Pontianak", *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*. Vol. 11. No 3.
- Mandas, Astrid Lingkan, dkk. (2018). "Hubungan Antara Konsep Diri dengan *Celebrity Worship* pada Remaja Pecinta Korea di Manado ditinjau dari Jenis Kelamin". *Psikovidya: Jurnal Fakultas Psikologi Universitas Wisnuwardhana Malang*. Vol 22. No. 2.
- Mardhiyah, Fairuz. (2019). "Interaksi Simbolik Sebagai Wujud Identitas Diri Pada Komunitas Army di Kota Medan (Studi Pada Boyband Korea BTS)", *Skripsi*, (Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara).
- Marwoko, Gatot. (2019). "Psikologi Perkembangan Masa Remaja". *Tasyri: Jurnal Tarbiyah-Syariah-Islamiah*. Vol. 26. No.1.
- Maryam, Naqiyah dan Mulia Sari Dewi. (2016). "Pengaruh Pola Asuh Orang Tua dan Celebrity Worship Terhadap Self-Esteem Remaja Penggemar K-Pop di DKI Jakarta", *Tazkiya Journal Of Psychology*, Vol. 4 No. 2.
- Melinda. dkk. (2022). "Perilaku Konsumtif dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Toraja di Universitas Sam Ratulangi Manado)". *JURNAL ILMIAH SOCIETY*. Volume 2 .No. 1.
- Millah, Siti Luthfathul. (2019). "Hubungan antara Celebrity Worship dengan Perilaku Konsumtif Remaja Penggemar Boyband BTS". *Skripsi*. (Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya)
- Munica, Rica. (2021). "Gambaran Celebrity Worship terhadap Idola-K-Pop pada Mahasiswa Selama Pandemi Covid-19". *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*. Volume 4, No. 1.
- Muslihat, S. P. (2020). "Sindrom Celebrity Worship Remaja Penggemar Boyband Bts Kota Bandung Ditinjau dari Perspektif Tindakan Sosial". *Skripsi*. (Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia).
- Nasution, Sangkot. (2017). "Variabel Penelitian". *Raudhah*. Vol. 05. No. 02.

- Nawawi, Haedar. (1996). *“Penelitian Terapan”*. (Yogyakarta: Gajah Mada University Press).
- Nugraini, E. D. (2016). “Fanatisme Remaja Terhadap Musik Populer Korea dalam Perspektif Psikologi Sufistik (Studi Kasus Terhadap EXO-L)”. *Skripsi*. (UIN Walisongo: Semarang).
- Praundrianagari, Salsabiila Baswoko dan Hendry Cahyono. (2021). “Pola Konsumsi Mahasiswa K-Popers yang Berhubungan dengan Gaya Hidup K-Pop Mahasiswa Surabaya”. *INDEPENDENT: Journal Of Economics*. Vol. 1. No 2.
- Purwitasari, Anastasia Noor Adianti. (2021). “Hubungan antara Peer Attachment dan Celebrity Worship pada Remaja Penggemar Neo Culture Technology (NCT)”. *Skripsi*. (Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma Yogyakarta).
- Putri, Nurul Ariesta. (2018). “Hubungan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Penggemar K-Pop BTS NCTzen Gaperta”. *Skripsi*. (Medan: Universitas Medan Area).
- Putro, Khamim Zarkasih. (2017). “Memahami Ciri dan Tugas Perkembangan Masa Remaja”. *APLIKASIA: Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama*. Vol. 17. No. 1.
- Rasyid, A. (2019). “Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Agama Islam”. *Yurisprudencia: Jurnal Hukum Ekonomi*. 5(2).
- Rijali, Ahmad. (2018). “Analisis Data Kualitatif”. *Jurnal Alhadharah*. Vol. 17. No. 33. Januari-Juni.
- Salmaniah Siregar, Nina Siti. (2011). “Kajian Tentang Interaksionisme Simbolik”, *Jurnal Ilmu Sosial-Fakultas Isipol Uma: Perspektif*. Volume 4. Nomor 2.
- Saputra, Dewa Nyoman Yogananda dan Dewi Puri Astiti. (2021). “Peran Citra Tubuh dan Konsep Diri terhadap Perilaku Konsumtif dalam Membeli Kosmetik pada Siswi Sekolah Menengah Atas di Kota Denpasar”. *Jurnal Psikologi Konseling*. Vol. 18. No. 1.
- Sari, Rahmi Fentina. (2017). “Hubungan Pengetahuan Guru tentang Manajemen Pembelajaran dengan Kinerja Guru di MTs Negeri 2 Medan”. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*. Vol. 1.No. 1.
- Setiawa, Desy Amaliati. (2017). “Tinjauan atas Implementasi Siklus Pembelian dan Pembayaran Barang Import Studi Kasus PT. Fanuc”. *Jurnal STEI Ekonomi*. Vol. 26. No. 01.
- Siallagan, Ance M., dkk. (2021). “Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Stikes Santa Elisabeth Medan”. *Jurnal Darma Agung Husada*. Volume 8.Nomor 1.

Sitanggang, Ledy Femina, dkk. (2021). “Perspektif Mahasiswi Prodi Ppkn Universitas Palangka Raya Tetang Budaya Populer Korea (K-Pop) Terhadap Gaya Hidup”, *Jurnal Paris Langkis Jurnal Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan*, Vol.1. Nomor 2.

Sugiyono. (2013). “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, 19th ed*”. (Bandung: CV. ALFABETA).

Sulistianti, Rossy Ayu dan Nugraha Sugiarta. (2022). “Konstruksi Sosial Konsumen Online Shop di Media Sosial Tiktok (Studi Fenomenologi tentang Konstruksi Sosial Konsumen Generasi Z pada Online Shop Smilegoddess di Media Sosial Tiktok)”. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)*. Vol. 6, No. 1.

Vinola, R. (2021). “Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Celebrity Worship pada Penggemar K-Pop”. *Skripsi*. (Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim).



LAMPIRAN-LAMPIRAN



LAMPIRAN 1
PANDUAN WAWANCARA

A. Identitas Subjek

1. Nama Subjek :
2. Usia :
3. Jenis Kelamin :
4. Pekerjaan :
5. Alamat :
6. Tanggal Wawancara :
7. Waktu Wawancara :
8. Lokasi Wawancara :

B. Wawancara Anggota Komunitas

1. Sejak kapan Anda mengenal K-Pop dan bagaimana awal Anda mengenal K-pop?
2. Apa yang membuat Anda tertarik dengan K-Pop?
3. Apakah Anda hanya menyukai K-Pop atau semua hal tentang Korea?
4. Sejak kapan Anda menyukai NCT dan apakah alasan Anda menyukai NCT?
5. Seberapa jauh Anda tahu tentang NCT?
6. Media apa saja yang biasa Anda gunakan untuk mencari tahu informasi tentang NCT?
7. Berapa lama Anda biasa mengakses media?
8. Apa saja yang Anda lakukan ketika menggunakan media?
9. Sudah berapa lama Anda bergabung di Komunitas NCTzen Purwokerto?
10. Selain bergabung di Komunitas NCTzen Purwokerto, apakah Anda bergabung dengan komunitas yang lain baik di dunia nyata maupun media sosial?

11. Apa saja kegiatan di Komunitas NCTzen Purwokerto? Apakah Anda sering mengikuti kegiatan tersebut?
12. Kegiatan apa saja yang pernah Anda lakukan sebagai seorang penggemar K-Pop atau sebagai anggota komunitas NCTzen Purwokerto? (Misalnya mengikuti event komunitas, dance cover, dll)
13. Apakah Anda pernah menonton konser K-Pop secara langsung?
14. Apakah Anda mempunyai *merchandise* atau barang-barang yang berkaitan dengan NCT? Berapa banyak yang Anda punya?
15. Apakah Anda pernah memakai produk perawatan atau *skincare* yang digunakan idol?
16. Terkait fashion dan make-up ala Korea yang pernah dibeli biasanya model seperti apa yang dipilih? Lalu berapa kali durasi pembelian?
17. Apa pertimbangan Anda sebelum membeli barang tersebut?
18. Apa yang dirasakan setelah membeli barang tersebut?
19. Apakah orang tua Anda mengetahui kalau Anda menyukai K-Pop? Bagaimana tanggapannya?
20. Apakah orang tua Anda pernah melarang untuk membeli barang-barang yang berkaitan dengan NCT tersebut?
21. Apa alasan Anda menjadi seorang penggemar K-Pop?
22. Bagaimana pandangan Anda terhadap idola Anda?
23. Bagaimana pandangan Anda terhadap Negara Korea sendiri?
24. Bagaimana cara Anda menunjukkan betapa Anda menyukai idola Anda?
25. Selama menyukai K-Pop dampak-dampak seperti apa yang dirasakan, baik yang positif maupun negative?
26. Komentar apa yang sering Anda dapatkan dari non K-Popers?
27. Bagaimana Anda menanggapi komentar tersebut?
28. Bagaimana tanggapan Anda terkait *fan war*?
29. Apakah kalian pernah mendengar istilah *celebrity worship*? Dalam *celebrity worship* terdapat beberapa kategori, pertama ada yang menikmati sebagai hiburan, kedua mulai memiliki hubungan dan

tergabung dalam komunitas, dan ketiga sampai melakukan tindakan membahayakan demi selebriti. Menurut Anda sendiri ada dalam kategori yang mana?

30. Apakah Anda pernah merasa memiliki ikatan atau hubungan khusus dengan K-Pop idol?
31. Apa saja kegiatan yang dilakukan ketika fangirling?
32. Apa yang Anda dapatkan dari kegiatan fangirling?
33. Apakah Anda pernah melakukan *fangirling* terhadap *K-Pop idol* sebagai pelarian dari masalah di kehidupan nyata?
34. Apakah Anda pernah atau sering meniru gaya berpakaian atau gaya bicara dari idola Anda? Jika pernah seperti apa?
35. Apakah ada simbol yang menggambarkan bahwa Anda sebagai K-popers atau sebagai anggota komunitas NCTzen Purwokerto?
36. Nilai moral apa saja yang sudah Anda peroleh selama bergabung dengan komunitas NCTzen Purwokerto?
37. Makna apa yang Anda dapatkan ketika berkumpul dengan sesama K-Popers atau sesama anggota komunitas NCTzen Purwokerto?
38. Apa yang biasa Anda bicarakan dengan teman sesama K-Popers ketika berkumpul?
39. Bagaimana dampak K-Pop idol terhadap *body image*? Pernahkah Anda membandingkan diri dan merasa *insecure* dengan K-Pop idol atau malah justru menjadikan K-Pop idol sebagai motivasi agar seperti mereka?
40. Apakah Anda sering berbicara menggunakan bahasa ataupun istilah-istilah Korea dalam kehidupan sehari-hari? Bagaimana tanggapan orang sekitar?
41. Apakah ada perbedaan dengan diri Anda sebelum dan sesudah menyukai K-Pop?
42. Anda lebih suka berkumpul dengan teman sesama penggemar K-pop atau non-K-pop?

43. Apakah Anda nyaman dengan identitas diri sebagai seorang penggemar K-Pop?
44. Apa pengalaman atau kejadian tertentu yang membuat Anda tertarik dengan K-Pop?
45. Apa pengalaman terburuk yang dirasakan selama menjadi penggemar K-Pop?

C. Wawancara Pengurus Komunitas

1. Bagaimana sejarah berdirinya Komunitas NCTzen Purwokerto?
2. Berapa jumlah anggota Komunitas NCTzen Purwokerto? Apakah hanya terdiri dari perempuan saja atau ada laki-lakinya?
3. Berapa rata-rata usia anggota Komunitas NCTzen Purwokerto?
4. Apakah anggota Komunitas NCTzen Purwokerto rata-rata masih mahasiswa atau ada yang sudah bekerja?
5. Bagaimana proses rekrutmen anggota komunitas NCTzen Purwokerto?
6. Apa saja kegiatan atau event yang sering diselenggarakan oleh Komunitas NCTzen Purwokerto?
7. Dimana tempat kegiatan atau event komunitas NCTzen dilaksanakan?
8. Siapa yang mengatur segala hal terkait kegiatan atau event yang akan dilaksanakan?
9. Untuk kegiatan atau event yang akan dilaksanakan biasanya diberitahukan melalui apa?
10. Ketika akan membuat event atau project apakah anggota ikut terlibat?
11. Apakah ada simbol yang menggambarkan anggota komunitas NCTzen Purwokerto?
12. Dalam berkomunikasi sesama anggota komunitas NCTzen Purwokerto apakah menggunakan simbol atau bahasa tertentu atau tetap menggunakan bahasa Indonesia?

LAMPIRAN 2
HASIL WAWANCARA

Subjek 1

Nama Subjek : Nesya

Usia : 19 tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Mahasiswa

Alamat : Karangmangu, Baturraden

Tanggal Wawancara : 20 Juli 2022

Waktu Wawancara : 14.00 s.d selesai

Lokasi Wawancara : Rumah subjek

Peneliti : Sejak kapan mengenal K-Pop dan bagaimana awalnya boleh diceritakan?

Nesya : Jadi pas pertama suka sama K-Pop dari kelas 3 SD. Sukanya karena waktu itu kan lagunya super junior yang Mr Simple kan lagi viral banget kan di tv terus jadinya suka gitu. Jadi pertama suka tuh sama Super Junior dulu terus berkembang sampai sekarang.

Peneliti : Terus awal dari Super Junior berarti langsung ke NCT gitu apa sempat ke yang lain dulu?

Nesya : Enggak, dulu sempat ke Super Junior abis itu ke Exo baru ke NCT.

Peneliti : Apa si yang membuat kamu tertarik dengan dunia K-Pop?

Nesya : Terutama dari segi lagunya. Kalau dibandingkan Indonesia kayak beda gitu kan. Kalau dari segi lagunya kayak apa ya menarik gitu kayak beda dari yang lain cara mereka nyanyi, teknik-teknik nyanyinya gitu. Disitu aku juga belajar cara nyanyinya gitu.

Peneliti : Berarti Kak Nesya emang suka nyanyi ya? Terus Kalau dari yang lainnya gitu, kayak banyak orang yang bilang artis-artis Korea

ganteng-ganteng cakep-cakep gitu, kalau dari ketertarikan fisik atau visual iya nggak si?

Nesya : Iya betul.

Peneliti : Selain dengan K-Pop apa si yang Kak Nesya sukai dari Korea? Maksudnya tuh apa dari drama kah, makanannya atau fashionnya gitu?

Nesya : Dari K-beautynya kayak make-up-make-up gitu.

Peneliti : Terus sering beli atau mempraktekkan tentang make-upnya nggak?

Nesya : Iya sering, kayak misalnya egzosal itu sering make gitu.

Peneliti : Terus suka sama NCTitu berarti dari kapan?

Nesya : Sukanya itu berarti dari kelas 9 SMP.

Peneliti : Seberapa jauh Kak Nesya mengenal NCT? Maksudnya kayak mengetahui informasinya gitu?

Nesya : Paling kayak hal-hal yang lucu dari mereka si.

Peneliti : Terus kalau kayak data diri tentang mereka, kesukaan mereka tau nggak?

Nesya : Tau tapi nggak semuanya cuma beberapa member aja.

Peneliti : Kalau biasanya siapa?

Nesya : Mas Mark hehe.

Peneliti : Terus hafal nama-nama semua membernya gak, kan jumlahnya ada 23 gitu ya?

Nesya : Iya hafal.

Peneliti : Kalau scroll atau liat konten-konten mereka biasanya kak Nesya lewat apa?

Nesya : Lewat Ig, Twitter, YouTube. Udah itu aja.

Peneliti : Biasanya berapa lama kak Nesya mengakses media untuk mencari informasi tentang mereka dalam sehari?

Nesya : Kayaknya si sekitar 4 jam'an.

Peneliti : Apa saja yang biasa dilakukan ketika menggunakan media itu? Maksudnya mencari informasinya apakah hanya sekedar streamingkah atau lihat-lihat komen atau liat apa gitu?

Nesya : Paling ini si seringnya liat konten yang dibuat sama fansnya itu misal hal yang lucu atau apa gitu. Itu sering muncul sendiri di beranda

Peneliti : Kalau bergabung di komunitas NCTzen berarti udah setahunan ya? Terus kalau di NCTzen sendiri setaunya kak Nesya kegiatannya ada apa aja si?

Nesya : Iya, nobar terus sering kumpul-kumpul sesama NCTzen kalau misalnya ada salah satu member yang ultah nih kadang suka bikin acara kumpul-kumpul, atau suka bagi-bagi hadiah.

Peneliti : Itu biasanya dilaksanakannya dimana?

Nesya : Emm suka beda-beda tempat si tapi seringnya di cafe gitu.

Peneliti : Terus kak Nesya sering ikut nggak?

Nesya : Baru dua kali si.

Peneliti : Itu nobar semua atau acara apa?

Nesya : Acara kumpul-kumpul sama yang kemaren Haechan ulang tahun.

Peneliti : Kalau boleh tau untuk acara itu biasanya HTMnya berapa?

Nesya : Sekitaran 45 ribu.

Peneliti : Terus kalau nobar lebih mahal nggak si?

Nesya : Iya biasanya kan sekalian buat beli tiketnya si.

Peneliti : Terus kalau nonton konsernya secara langsung pernah nggak si?

Nesya : Belum pernah.

Peneliti : Tapi kepengin?

Nesya : Iya hehe.

Peneliti : Kalau di K-Pop sendiri kan ada yang namanya merchandise, album dll gitu, kalau kak Nesya sendiri punya apa gitu?

Nesya : Nggak punya sama sekali.

Peneliti : Alasannya kenapa itu? Emang karena nggak pengen aja apa ada alasan lain?

Nesya : Sebenarnya si pengen cuman biayanya itu.

Peneliti : Tapi kalau kayak produk-produk yang berkaitan dengan NCT selain merchandise gitu, kan NCT jadi brand ambassador di apa gitu terus kak Nesya beli produk tersebut nggak?

Nesya : Iya beli sempet yang waktu Lemonilo itu terus yang Nu Greentea juga beli.

Peneliti : Terus yang lainnya kayak misalnya fashion-fashion mereka kak Nesya ngikutin nggak?

Nesya : Enggak si.

Peneliti : Tapi Kalau tadi make-up nya iya?

Nesya : Kalau make-up mah iya.

Peneliti : Terus kalau untuk make up itu berarti sering beli?

Nesya : Iya sering.

Peneliti : Berarti emang udah dipake sehari-hari gitu?

Nesya : Iya kayak misalnya ke kampus gitu, itu pake juga.

Peneliti : Kalau fashion yang bukan ke NCTnya tapi kayak ke Koreanya itu kak Nesya kayak sering make style atau fashion seperti mereka nggak?

Nesya : Kalau dibilang iya mungkin iya tapi nggak sebagian besar.

Peneliti : Kalau makeupnya kira-kira sebulan bisa menghabiskan uang berapa?

Nesya : Kayaknya si sekitar 150an.

Peneliti : Kalau untuk ke fashion gitu?

Nesya : Kalau fashion malah jarang, jarang beli. Seringnya lebih ke make-up.

Peneliti : Kak Nesya pake make-up itu karena emang cocok atau karena berawal dari si idol make itu jadi mau pake itu apa gimana?

Nesya : Yang pertama karena temen-temen, kan pada make terus jadi pengen make gitu. Awal-awal pake kayak cuma buat hiasan aja gitu kan tapi sekarang jadi buat sehari hari gitu loh, kayak misalnya

pensil alis itu kayak harus pake gitu setiap hari Kalau enggak kayak ada yang kurang.

Peneliti : Dalam membeli barang-barang itu termasuk kosmetik atau fashionnya itu apa aja si yang menjadi pertimbangan kak Nesya untuk membeli itu?

Nesya : Yang pertama model, modelnya si yang diliat terus sama kayak kualitasnya gitu. Itu aja si.

Peneliti : Kalau dari orang tua sendiri tau nggak si kalau kak Nesya suka K-Pop? Terus gimana tanggapannya?

Nesya : Iya tau, biasa aja si.

Peneliti : Terus kalau kayak tadi kan mengeluarkan uang buat beli make up dll sering dibilangin nggak kayak suruh jangan sering-sering beli apa gimana gitu?

Nesya : Iya, terutama kayak lipstik itu. Itu kayak kalau main ke tempat mana Kalau gak beli kayak gatel gitu. Paling dibilangin kayak jangan sering-sering beli lipstik buat apa gitu, padahal masih ada yang lain.

Peneliti : Apa si yang kak Nesya rasakan setelah membeli barang-barang itu?

Nesya : Yang pertama seneng terus kayak punya pengalaman lebih, soalnya kalau lipstik saya kan sering belinya warna-warna yang beda gitu jadi kan kesannya beda gitu.

Peneliti : Apa saja kegiatan yang dilakukan ketika fangirling?

Nesya : Nonton video di youtube yang isinya idol Korea, scroll medsos yang isinya idol Korea juga kaya moment lucunya mereka.

Peneliti : Apa yang didapatkan dari kegiatan fangirling?

Nesya : Rasa seneng pastinya

Peneliti : Ketika kak Nesya melakukan fangirling apakah kak Nesya pernah melakukan itu sebagai bentuk pelarian dari masalah di kehidupan nyata?

Nesya : Pernah, sering.

Peneliti : Apakah anda pernah atau sering meniru gaya berpakaian atau gaya bicara dari idola Anda? Jika pernah seperti apa?

Nesya : Kalo gaya bicara lebih ke bahasanya si, sering ngomong beberapa kata bahasa korea gitu. Kalau fashion kadang-kadang aja

Peneliti : Apakah ada simbol yang menggambarkan bahwa kak Nesya sebagai K-popers atau sebagai anggota komunitas NCTzen Purwokerto?

Nesya : Karena saya anggota biasa aja jadi ngga ada simbol apa-apa.

Peneliti : Nilai moral apa saja yang sudah diperoleh selama bergabung dengan komunitas NCTzen Purwokerto?

Nesya : Jadi rajin nabung buat beli fashion atau make-up.

Peneliti : Makna apa yang Anda dapatkan ketika berkumpul dengan sesama K-Popers atau sesama anggota komunitas NCTzen Purwokerto?

Nesya : Kalo ngobrol ngga bingung yang dibahas mau apa.

Peneliti : Apa yang biasa Anda bicarakan dengan teman sesama K-Popers ketika berkumpul?

Nesya : Berita idol terbaru misal idolnya pacaran atau mau konser ke mana, come back, lagu-lagunya idol.

Peneliti : Terkait fashion dan make-up ala Korea yang pernah dibeli biasanya model seperti apa yang dipilih? Lalu berapa kali durasi pembelian?

Nesya : Fashion: baju yang simple, warnanya cerah kaya blouse. Biasanya beli 1 bulan sekali Make up: eyeshadow yang warnanya cenderung oren. Biasanya sebulan 2 kali beli.

Peneliti : Alasan kak nesya menjadi K-Popers itu apa si?

Nesya : Karena melihat visual mereka terus lama-lama jadi suka cara mereka nyanyi jadi coba terus ngikutin terus dari tingkah lucu mereka yang kadang jadi buat hiburan tersendiri.

Peneliti : Apa si bentuk rasa suka kak nesya terhadap idola kakak?

Nesya : Yang sering si ndukung ya kalau mereka comeback lagu baru gitu atau mereka ikut drama apa dengan cara ngasih komen positif di instagram mereka, terus juga buat story tentang mereka.

Peneliti : Bagaimana pandangan kak nesya terhadap Korea sendiri?

Nesya : Paling dari cara mereka make-up si, kayak apa ya, mereka kan makenya tebal tapi kesannya masih kesan natural, mungkin karena warna yang dipilih kali ya.

Peneliti : Selama menyukai K-Pop apa si yang kak Nesya rasakan baik dampak positif maupun negatifnya?

Nesya : Dampak positifnya eee kan kayak misalnya di sekolah gitu kan banyak yang suka jadi kalau mau kenalan itu apa ya nggak bingung topiknya apa jadi kayak misalnya langsung ngomong aja kan, kamu suka ini ya, kayak gitu, jadi nyambung. Kalau negatifnya ngabisin duit si hehe.

Peneliti : Berarti kayak satu circlenya kak Nesya emang suka K-Pop semua atau ada yang enggak?

Nesya : Ada yang enggak si.

Peneliti : Kalau dari kalangan non K-Popers gimana si tanggapan mereka terhadap orang-orang K-Popers?

Nesya : Mereka si biasa aja ya, mungkin karena mereka liat saya emang biasa aja gitu, apa ya paling yang kadang suka dibikin bercanda itu ini kayak, ih kamu mimpinya ketinggian mau nikah sama ini, misalnya kek gitu.

Peneliti : Jangan halu gitu ya.

Nesya : Iya hehe

Peneliti : Tapi nggak sampai jelek-jelekin si idolnya?

Nesya : Enggak.

Peneliti : Terus kalau yang berkaitan fan war gimana tanggapannya kak Nesya?

Nesya : Kayak apa ya, kayak nggak baik gitu lah maksudnya kan kalau misalnya nggak suka ya udah gitu kayak dibiarin aja gitu nggak usah bikin rusuh atau gimana gitu.

Peneliti : Istilah celebrity worship kak Nesya pernah denger nggak?

Nesya : Belum, belum pernah denger

- Peneliti : Jadi Celebrity worship itu diartikan sebagai pemujaan atau pengidolaan yang berlebihan terhadap selebriti. Dalam *celebrity worship* terdapat beberapa kategori, pertama ada yang menikmati sebagai hiburan, kedua mulai memiliki hubungan dan tergabung dalam komunitas, dan ketiga sampai melakukan tindakan membahayakan demi selebriti. Kalau menurut kak Nesya sendiri dari ketiga tingkatan itu kak Nesya masuk dikategori mana?
- Nesya : Tingkat dua si, yang udah ikut komunitas gitu kan.
- Peneliti : Kalau kak Nesya sendiri merasa kayak memiliki ikatan nggak si sama idolnya?
- Nesya : Nggak ada, cuma ya udah mereka sebatas artis saya penggemar gitu.
- Peneliti : Kalau misalnya mereka kayak dijodoh-jodohin dengan artis lain tanggapannya kak Nesya gimana?
- Nesya : Nggak papa, yang penting hubungan mereka tuh baik baik aja gitu loh.
- Peneliti : Kalau misalnya biasanya kak Nesya punya hubungan dengan seseorang yang nggak kak Nesya suka, itu gimana tanggapannya kak Nesya?
- Nesya : Dicuekin si.
- Peneliti : Kalau terkait body image, kita kan tahu kalau artis artis Korea itu ganteng-ganteng cantik-cantik tubuhnya bagus. Pernah nggak si Kak Nesya kayak membandingin diri dengan mereka kayak jadi insecure gitu atau malah justru kayak menjadikan motivasi biar kayak mereka?
- Nesya : Nggak ada si, biasa aja.
- Peneliti : Kalau dalam kehidupan sehari-hari kak Nesya sering pake bahasa atau istilah-istilah Korea nggak?
- Nesya : Iya si sering pake kayak kata-kata “jinja” gitu.
- Peneliti : Itu kalau dipergaulan tanggapan dari temen-temen kak Nesya itu gimana?

Nesya : Aneh si, misalnya mereka kan nggak ngerti artinya kan.

Peneliti : Mereka cenderung kayak cuma menanggapi kak Nesya sekedar lucu-lucuan doang atau sampai berkomentar negative?

Nesya : Enggak si, lebih ke bingung aku ngomong apa gitu.

Peneliti : Apa si yang kak Nesya rasakan setelah menjadi penggemar K-Pop?

Nesya : Apa ya, ee jadi kayak dunianya tuh kayak sedikit berwarna gitu lah jadi nggak item-item banget gitu terus eemm pertemanan semakin luas.

Peneliti : Kalau boleh tau emang kehidupan kak Nesya sebelum mengenal K-Pop itu gimana?

Nesya : Ya sebenarnya si hampir sama kek gini cuman apa ya yang bikin beda itu mungkin pergaulannya kali ya jadi lebih luas.

Peneliti : Kalau boleh tau menurut kak Nesya sendiri kak Nesya cenderung ke orang yang introvert kah atau ekstrovert?

Nesya : Introvert si termasuknya.

Peneliti : Tapi setelah menyukai K-Pop apakah jadi semakin berkembang maksudnya udah nggak terlalu introvert?

Nesya : Masih introvert si, cuman apa ya kalau misalnya ketemu sama temen yang sefrekuensi ya tetep si bisa menyesuaikan.

Peneliti : Kak Nesya pernah nggak kayak dapet komentar negative dari orang-orang non K-Popers?

Nesya : Pernah si kayak misalnya itu orangnya putih-putih suka oplas.

Peneliti : Ketika mendengar komentar negative tersebut gimana tanggapan kak Nesya sendiri?

Nesya : Sekarang si udah biasa ya, soalnya kan kayak dulu apa si ngomong kayak gitu, gitu kan, terus sekarang karena udah sering denger kayak gitu jadi biasa aja si.

Peneliti : Lebih suka atau nyaman dengan siapa antara berkumpul dengan anak K-Popers atau yang non K-Popers?

Nesya : Sebenarnya si nyaman dua-duanya, Cuma karena memang saya lebih sering kumpulnya sama yang non K-Popers jadi lebih nyamannya ke yang non K-Popers.

Peneliti : Apakah kak Nesya nyaman dengan identitas sebagai seorang K-Popers?

Nesya : Enggak malu sama sekali malahan, ya udah biasa aja.

Peneliti : Kalau terkait yang fan war kak Nesya pernah sampai ikut komen-komen gitu?

Nesya : Nggak pernah si, eh pernah cuman bukan lebih ke komen hatenya nggak si kayak lebih mendamaikan aja gitu, udah si itu kan masalahnya sana nggak usah kita nggak usah ngurusin.

Peneliti : Kalau terkait makanan Korea kak Nesya suka nggak?

Nesya : Suka tapi beberapa terutama corndog, kalau topokki nggak terlalu suka si kalau ramyeon sebenarnya kayak mie biasa kan ya suka saya emang suka mie gitu si.

Peneliti : Itu jadi kayak buat konsumsi sehari-hari nggak?

Nesya : Enggak, ya paling kalau misalnya lagi di luar beli gitu, ya kalau misalnya lagi pengen si.

Peneliti : Bisa dikira-kira nggak kira-kira sebulan bisa mengonsumsi makanan itu sampai berapa kali?

Nesya : Mungkin kayak lima kali atau tiga kali gitu.

Peneliti : Kalau kak Nesya sering nggak si ke kafe-kafe yang bernuansa K-Pop?

Nesya : Jarang si.

Peneliti : Kegiatan apa saja yang pernah Anda lakukan sebagai seorang penggemar K-Pop atau sebagai anggota komunitas NCTzen Purwokerto? (Misalnya mengikuti event komunitas, dance cover, dll)

Nesya : Acara ultah member nct, haechan.

Peneliti : Ada nggak si kejadian menarik yang membuat kak Nesya jadi suka dengan K-Pop?

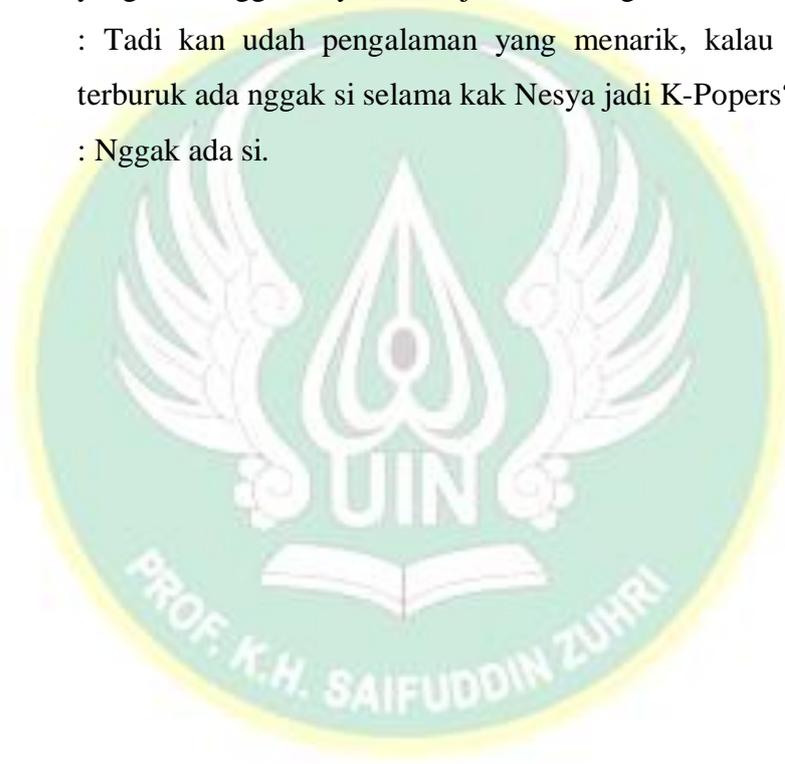
Nesya : Eemm enggak si, paling cuma apa ya suka sama mereka karena sering liat di TV gitu, udah paling itu aja si terus lama-lama kepo sendiri gitu.

Peneliti : Kalau terkait lagu-lagunya itu nyampe hafal liriknya atau sekedar tau artinya doang?

Nesya : Kalau waktu jaman SMP itu kayak satu album itu hafal semua tapi kalau sekarang apa ya mungkin karena lebih sibuk itu jadi cuma hafal beberapa lagu aja lah paling cuma atau beberapa bagian yang hafal nggak kaya waktu jaman SMP gitu.

Peneliti : Tadi kan udah pengalaman yang menarik, kalau pengalaman terburuk ada nggak si selama kak Nesya jadi K-Popers?

Nesya : Nggak ada si.



Subjek 2

Nama Subjek : Ninditya
Usia : 20 tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Kembaran RT 3 RW 1
Tanggal Wawancara : 22 Juli 2022
Waktu Wawancara : 12.00
Lokasi Wawancara : Café

Peneliti : Sejak kapan Ninditya mengenal K-Pop dan bagaimana awalnya?
Bisa dijelaskan.

Ninditya : Pertama tuh dari 2013, pertama kali nonton drakor terus ada satu pemeran yang aku suka banget terus ternyata dia tuh salah satu member girl group jadi sejak saat itu jadi pengen kenal K-Pop aja gitu.

Peneliti : Kalau boleh tau itu member yang kamu suka itu siapa?

Ninditya : Yuna SNSD.

Peneliti : Itu dulu kan sukanya SNSD terus kenapa sekarang jadi sukanya NCT?

Ninditya : Kan dulu aku suka banget sama SNSD terus sempet berhenti, terus aku lebih ke barat dan suka One Direction terus abis itu kan One Direction sempet hiatus jadinya pengen kenal lagi sama K-Pop pertama kali suka sama BTS, temen aku juga suka BTS tapi dia juga suka NCT terus ngeliat dia lagi streaming MVnya NCT terus aku jadi kepo karena aku ngeliat Mark disitu terus jadi sejak itu suka.

Peneliti : Berarti itu juga termasuk karena dorongan temen ya?

Ninditya : Hehe iya.

Peneliti : Sebenarnya apa si yang membuat kamu tertarik dengan K-Pop? Apakah visualnya atau karena musiknya?

- Ninditya : Pertama si dari dancenya, karena aku kan anak dance terus bosen aja gitu kayak pelajaran hip hop terus jadi pengen coba K-Pop terus dari dancenya NCT tuh aku suka juga kebetulan aku tuh suka lagu-lagu yang rap, intinya kan K-Pop banyak rapnya, kebetulan Mark itu rapper terus jadinya aku suka sama NCT karena banyak rapper yang aku suka disitu.
- Peneliti : Dulu awalnya kan karena suka drakor ya, kalau sekarang apakah K-popnya doang atau semua tentang Korea?
- Ninditya : Lebih ke musiknya, cuma kalau kayak drakor cuma yang lagi hits-hits aja si. Kalau musiknya banyak yang aku suka selain NCT gitu.
- Peneliti : Terus kalau kaya fashion, make-up sama makanan suka nggak?
- Ninditya : Kalau pakaian si kalau kayak yang bias aku pake kadang kalau itu sesuai sama aku, aku ikutin. Tapi kalau enggak ya enggak maksain gitu. Terus kalau make-up emang aku suka karena simple.
- Peneliti : Kalau terkait fashion atau make up sering beli nggak si kayak make-up produk Korea atau baju-baju yang bergaya Korea sering beli nggak?
- Ninditya : Kalau dari make-up si enggak kayak maksudnya cuma yang aku pengen aja dan kebanyakan aku malah belinya yang produk lokal. Kalau baju kayak yang emang aku tertarik aja nggak semuanya tapi kalau look-nya aku suka Korea.
- Peneliti : Seberapa jauh si kamu tau informasi tentang NCT? Mungkin biodata atau favorit mereka?
- Ninditya : Cukup jauh si, karena aku kan sering ngikutin info-infonya juga, kayak emang udah suka jadi pasti kepingin tau lebih lanjut.
- Peneliti : Berarti itu mulai dari apa? Bisa diceritain lebih detail.
- Ninditya : Ya paling kayak keluarganya, agamanya, terus kesukaannya, yang nggak disukain gitu-gitu paling.
- Peneliti : Member NCT itu kan ada 23, lah itu hafal semuanya nggak?
- Ninditya : Hehe hafal.

- Peneliti : Kan sering tuh ya ngepoin mereka, terus media apa si yang biasa digunain buat ngepoin mereka?
- Ninditya : Paling sering si Twitter sama TikTok si karena jarang main Instagram juga, paling kalau kayak mereka lagi update dibuka, tapi kalau yang bener-bener info tuh dari Twitter sama TikTok. Kalau YouTube paling kayak buat streaming aja si.
- Peneliti : Yang biasa dilakuin ketika ngepoin mereka?
- Ninditya : Kalau misal ada waktu ya streaming, kalau misal kayak sekarang kan libur jadi paling scroll-scroll. Kebetulan aku kan punya akun yang khusus buat NCT gitu ya, jadi emang disitu cuma buat ngepoin mereka aja.
- Peneliti : Terus sering ikut komen-komen nggak kayak misalnya mereka lagi come-back terus ikut nyemangatin?
- Ninditya : Hehe iya pasti.
- Peneliti : Kalau buat story tentang mereka di WhatsApp gitu?
- Ninditya : Sering sering.
- Peneliti : Biasanya tuh dalam mengakses media buat ngepoin mereka nyampe berapa jam dalam sehari?
- Ninditya : Kayak kalau misalnya luangnya sejam ya sejam, aku kan ngepoin mereka kalau lagi santai kalau lagi gak ada kerjaan jadinya Kalau lagi nggak ngapa-ngapain ya udah scroll aja. Oh tiba-tiba udah jam segini nggak kerasa.
- Peneliti : Pernah lupa waktu nggak si pas lagi ngepoin mereka?
- Ninditya : Kalau lupa waktu si enggak, karena aku kan buka tentang mereka kalau lagi nggak ngapa-ngapain.
- Peneliti : Kalau ditotal kira-kira sehari bisa nyampe 5 jam nggak?
- Ninditya : Mungkin bisa mungkin.
- Peneliti : Berapa lama tergabung di Komunitas NCTzen Purwokerto?
- Ninditya : Aku si dari awal baru dibikin langsung ikut, jadi sekitar tahun 2019 lah.
- Peneliti : Biasanya kegiatan di NCTzen itu apa aja?

Ninditya : Nobar, karaoke terus kayak games kayak gitu. Itu kalau nggak buat pas lagi konser atau ngerayain pas ulang tahun member NCT atau anniversary.

Peneliti : Seberapa sering si ikut kegiatan di Komunitas NCTzen Purwokerto?

Ninditya : Kalau di NCTzen Purwokerto itu sekitar harusnya si sampe 4 atau 5 ya cuma emang ini sering bolong, udah pesen cuma nggak bisa dateng jadinya dapet goodiesnya aja.

Peneliti : Kalau di K-Pop kan ada yang namanya album, merchandise, light stick dan sebagainya. Ninditya punya gak atau mengoleksi gitu?

Ninditya : Iya koleksi, poster album sama photo card.

Peneliti : Kalau album punya berapa?

Ninditya : Sekitar 5 atau 6 kalau nggak salah.

Peneliti : Kalau poster banyak?

Ninditya : Poster iya banyak. Poster kalau yang official ngikutin albumnya si kan poster sekalian sama album.

Peneliti : NCT itu kan jadi brand ambassador nya Lemonilo, suka nggak atau pernah beli?

Ninditya : Pernah beli si tapi nggak yang sesuka itu, ya enak cuma ya udah.

Peneliti : Belinya karena emang pengen aja apa karena mereka?

Ninditya : Karena mereka hehe karena ada photo card-nya.

Peneliti : Kalau boleh tau kisaran harga album itu sampai berapa?

Ninditya : Yang aku beli 2020 itu 350k, itu karena tebalnya emang sampai 300 kan 23 member itu jadi satu terus kalau yang 2021 itu paling 295. Cuma kemaren yang album itu naik jadi 300.

Peneliti : Itu kalau buat beli album itu emang sengaja menyisihkan uang atau nabung apa minta langsung ke orang tua?

Ninditya : Sengaja nabung, sistemnya kan juga pre-order jadi kayak dp dulu terus nanti baru pelunasan jadi nanti kayak ada sela-sela buat nabung.

Peneliti : Terus kalau nonton konser secara langsung pernah nggak?

Ninditya : Belum.

Peneliti : Tapi kepingin?

Ninditya : Pengin si, cuma nabung maksudnya juga bisa cuma belum dapet izin dari orang tua jadi ya udah.

Peneliti : Suka nggak pake produk perawatan Korea atau yang biasa dipake mereka?

Ninditya : Enggak si, emang kalau buat muka itu flexibel aja cocok-cocokan juga.

Peneliti : Ada nggak si pertimbangan ketika membeli barang-barang itu?

Ninditya : Ada, kayak ini harganya emang pas segini nggak si maksudnya kayak pasarannya itu kan kadang kita kan beli dari orang ya bukan secara langsung dari NCTnya, jadi ya kita dapet harga tambahan kan otomatis buat fee dari merekanya, nah itu kadang mikir ini tuh mereka jualanya over price nggak si, kalau misalnya over price ya udah aku skip. Terus juga kayak aku mbatesin sendiri kayak buat photo card itu aku beli maksimal beli 180, buat album itu berapa jadi emang mikir dulu nggak asal beli.

Peneliti : Kalau yang lainnya misal kualitasnya atau melihat produk itu dari kemasannya iya nggak si?

Ninditya : Iya kayak misal album, aku kan pernah beli album sampai 3 itu kayak mikir oh karena ini tuh kan NCT Dream kan sempet 6 terus 7 nah itu aku mikir ini tuh kayak baliknya Mark ke NCT Dream gitu loh aku mau kayak totalitas jadinya beli 3 beli satu set terus kayak kemaren sempet gak beli yang album Hello Pitzer tapi aku beli yang album Glimo karena aku ada pertimbangan lagi gak yang asal beli.

Peneliti : Menurut kamu apa si keuntungan membeli barang-barang itu?

Ninditya : Nggak ada si selain seneng hehe. Cuma kayak maksudnya hobby gitu terus juga kayak misalnya aku bosan terus aku jualin karena kemarin juga aku udah sempet jual beberapa photo card tapi baru

yang selain Haechan sama Mark. Kalau yang Haechan sama Mark masih aku simpen kayak masih eman-eman hehe.

Peneliti : Kalau event-event itu kan biasanya di cafe-cafe gitu ya, kalau secara pribadi kamu suka nongkrong di cafe-cafe nggak si sama anak-anak K-popers?

Ninditya : Jarang nongkrong si, cuma emang ya kalau anak-anak K-popers yang deket ya ada yang sampai main ya ada cuma gak yang sering banget gitu.

Peneliti : Kalau dihitung dalam sebulan kira-kira bisa sampai berapa kali?

Ninditya : Kalau buat main ya kalau yang sama K-popers sendiri gak itungan malah sebulan kan mereka juga sibuk jadi ya paling kayak bulan ini kalau bisa ya bisa kalau enggak ya enggak. Kalau sama temen yang non K-popers sering.

Peneliti : Kalau dari orang tua sendiri tau nggak si kalau kamu itu suka K-Pop?

Ninditya : Tau

Peneliti : Terus gimana tanggapan mereka?

Ninditya : Malah kayak suka ngeledekin si, kayak itu ada Haechan itu ada Mark, paling cuma kayak gitu si

Peneliti : Berarti emang nggak ngelarang ya?

Ninditya : Enggak karena emang aku kan masih tau batesan jadi ya udah nggak papa.

Peneliti : Kamu kan suka beli album dll itu kalau dari orang tua jadi kayak ngingetin jangan boros ya dll gitu nggak?

Ninditya : Kalau ngingetin jangan boros si iya cuma kayak sampe yang ngelarang si enggak terus paling kayak kakakku suka ngeledekin tuh photo cardnya dateng kayak kalau ada paket.

Peneliti : Kalau dari lingkungan sosial atau temen-temen itu gimana pandangan mereka melihat kamu sebagai K-popers apakah ada yang berkomentar negatif?

- Ninditya : Kalau pas SMA si ada, kayak suka ngatain suka kok sama plastik gini-gini. Tapi kalau kuliah enggak si karena emang banyak juga yang suka, bahkan walaupun mereka nggak suka lagunya tapi mereka suka drakor. Kebanyakan kan kayak gitu, jadi ya udah nggak papa.
- Peneliti : Kalau boleh tau gimana perasaan kamu pas dapet komentar negatif dari mereka?
- Ninditya : Ya marah si ya kesel, kepingin bales si cuma kayak kalau dibales malah jadi tambah.
- Peneliti : Kalau berkaitan sasaeng fans gitu pernah nggak si kamu ikut komen buat mendamaikan mereka atau malah justru ngompor- ngomporin mereka?
- Ninditya : Aku paling si cuma ngingetin ya, kayak misal kan ada sasaengnya Haechan yang suka banget ngeganggu gitu, aku ngingetin terus malah aku di-block sama mereka hahaha. Terus juga pernah sampai diteror sama sasaengnya Jungwok dulu karena aku, jadi dia tuh ngupload video tapi aku nggak tau kalau itu sasaeng terus aku crop terus aku upload yang Haechan, terus ternyata dia itu sasaeng waktu aku, aku juga tau waktu dikasih tau kan terus aku nyari usernamenya kan ternyata bener dan dia notice aku, karena postingan aku rame, terus dia notice aku dia bilang aku udah hapus videonya tapi ada yang ngeviralin jadi ya udah, dia kayak seneng gitu loh. Terus aku langsung ya udah aku hapus terus aku ngingetin sama yang lain juga kalau itu sasaeng.
- Peneliti : Berarti itu jadi kayak salah satu pengalaman gitu ya?
- Ninditya : Sejak itu si malah jadi yang seanti itu si sama sasaeng kayak pokoknya bener-bener jangan sampai nghype sasaeng baik itu apa ya kayak privat schedule maupun yang udah SM kayak sebarin schedulanya.

- Peneliti : Kamu kan sebagai seorang penggemar pasti kan kayak mengangumi mereka, menyukai mereka. Gimana si bentuk rasa suka kamu rasa kagum kamu, kamu mewujudkannya dengan apa?
- Ninditya : Paling ya apa ya kayak streaming udah pasti terus ngevote kayak misalnya ada awards itu kan ada dari kalau nggak salah satu ya semuanya itu aku vote tapi kalau aku pribadi biasanya ngevote yang biasku sama yang ada biasku kayak misal kan ada vote solo kayak misalnya itu Jaemin itu aku kurang ngevote nggak sesering aku ngevote Haecan sama Mark.
- Peneliti : Selama menyukai K-Pop apa si yang kamu rasakan baik dari dampak positif maupun negatifnya?
- Nesya : Kalau dari dampak positifnya ya apa ya, dulu kan kayak suka insecure gitu ya nggak pede terus sekarang jadi lebih pede karena apa si kayak yaitu pertama dari dance aku kan dulu kayak masih bad istilahnya terus aku ngeliat Haechan sama Mark terus kayak aku harus kayak mereka, terus jadi perlahan-lahan belajar-belajar terus juga ningkatin rasa pede terus juga apa ya banyak temen si jelas karena kan masuk komunitas-komunitas terus apa lagi ya paling itu si yang paling kerasa terus kalau negatifnya ya kadang suka boros hehehe.
- Peneliti : Kalau di kehidupan sehari-hari sering nggak si kamu ngomong pakai bahasa Korea atau istilah-istilah Korea gitu?
- Ninditya : Iya kadang si tapi nggak ke semua orang, kayak maksudnya oh dia suka Korea jadi aku ngomong sama dia bisa kadang ya bawa-bawa bahasa Korea tapi kalau yang orang-orang umum kaya gitu enggak.
- Peneliti : Kamu sendiri pernah denger istilah celebrity worship nggak?
- Ninditya : Itu gimana?
- Peneliti : Jadi celebrity worship itu diartikan sebagai pemujaan atau pengidolaan yang berlebihan terhadap selebriti. Dalam *celebrity worship* terdapat beberapa kategori, pertama ada yang menikmati

sebagai hiburan, kedua mulai memiliki hubungan dan tergabung dalam komunitas, dan ketiga sampai melakukan tindakan membahayakan demi selebriti. Kalau menurut kamu sendiri kamu berada dalam tingkatan yang mana?

Ninditya : Dua si, cuma kayak yang sampai komunitas aja kayak misal kata mba kan ada yang sampai pengen punya pacar kek gitu aku enggak si, aku masih punya tipeku sendiri yang kebetulan emang tipe biasku ya tipe pacarku hehe bukan yang aku punya tipe pacar yang kayak biasku.

Peneliti : Kadang kan kalau K-Popers kayak apa ya berangan-angan pengen punya pacar kayak mereka atau orang-orang ngomongnya halu gitu ya, berarti kamu nggak sampai kayak gitu ya?

Ninditya : Kalau kayak gitu paling ya cuma just for fun aja si kayak yang nggak serius, paling kayak reflek karena dia ganteng atau dia dancenya bagus atau apa, kayak gitu doang.

Peneliti : Apakah kalian pernah merasa memiliki ikatan atau hubungan khusus dengan K-Pop idol?

Ninditya : Saya terkadang lebih merasa memiliki kesamaan dengan idol saya seperti kami sama-sama emosional, sama sama lebih condong di bidang dance.

Peneliti : Ketika melakukan fangirling kamu pernah nggak melakukan fangirling buat pelarian dari masalah di kehidupan nyata? Kayak misalnya kamu lagi capek ngerjain tugas terus kamu streaming video mereka terus jadi kembali fresh pikirannya.

Ninditya : Iya sering, apalagi kan kayak kalau di twitter kan ada yang suka bikin cerita kayak gitu soal mereka nah itu aku suka baca, kesitu paling. Paling kayak rasanya lebih baik aja si walaupun nggak berdampak banget cuma kayak ya seenggaknya membaik moodnya naik.

Peneliti : Artis-artis Korea itu kan diidentikkan ganteng-ganteng cantik-cantik gitu ya, pernah nggak si kamu kayak membandingkan diri

kayak merasa insecure dengan mereka atau ketika melihat mereka malah justru kamu jadi termotivasi buat kayak mereka?

Ninditya : Lebih ke termotivasi si kayak biar gimana ya mereka cara ngerawat badannya gitu maksudnya biar tetep kayak gitu kan misalnya aku suka sama Mark, Mark tuh kadang tuh update dia tuh lagi breakout banget mukanya nah aku tuh kadang juga suka breakout tuh mukanya, nah aku mikir gimana ya dia buat mbalikin wajahnya dia, paling kayak gitu si.

Peneliti : Apa si perubahan yang terjadi sebelum dan setelah kamu menjadi K-Popers?

Ninditya : Apa ya paling lebih pede si terus juga kayak dulu kan rada tertutup ya orangnya terus jadi lebih terbuka sama orang terus lebih bisa juga buat milih temen gitu karena kayak udah ngalamin oh temen yang kayak gini disini tuh emang kayak gitu terus yang disini juga beda lagi.

Peneliti : Komentar yang sering didapat dari non K-Popers selain tadi yang plastik-plastik?

Ninditya : Paling kayak kan aku suka banget beli photo card sama album ya terus kan ada non K-Popers tapi dia suka drakor terus dia tahu kalau aku suka ngoleksi kayak gitu, paling kalau dia ngerti ada yang comeback paling bilang pasti mau beli album, kan kadang aku suka nggak jajan kayak maksudnya hemat dulu lah buat nabung, paling temen-temen bilang pasti mau beli album paling kayak gitu si.

Peneliti : Lebih suka kumpul sama anak K-Popers atau non K-Popers?

Ninditya : Sebenarnya si ya sama aja ya karena temen-temenku juga maksudnya kalau aku bahas K-Pop juga nggak masalah terus juga emang ada yang temen kampus yang K-Popers juga terus ada yang enggak, tapi yang enggak dia kayak suka nonton drakor gitu.

Peneliti : Kamu nyaman nggak si dengan identitas kamu sebagai seorang K-Popers?

- Ninditya : Biasa aja si sebenarnya karena kan apa ya nggak setiap saat aku tuh kayak ngebawa jiwa K-Pop gitu loh kayak yang nggak harus dimana-mana K-Pop, cuma emang kalau orang ngeliat aku pasti mereka bisa liat oh ini K-Popers.
- Peneliti : Apa saja kegiatan yang dilakukan ketika fangirling?
- Ninditya : Biasanya streaming, baca au, update story, scroll info di Twitter, TikTok, atau Ig.
- Peneliti : Apa yang Anda dapatkan dari kegiatan fangirling?
- Ninditya : Yang pasti lebih mendapat banyak teman, dan juga bagi saya pribadi membuka wawasan saya sendiri karna saya sering mendapat banyak informasi dari idol saya sendiri, contohnya saat live di Instagram, mereka biasanya sering bercerita dan dari situ saya sering mendapat informasi baru.
- Peneliti : Apakah anda pernah atau sering meniru gaya berpakaian atau gaya bicara dari idola Anda? Jika pernah seperti apa?
- Ninditya : Saya pernah meniru gaya rambut idol favorite saya terutama untuk warna rambut. Dan juga terkadang saya membeli hoodie, vest, topi, aksesoris, atau cardigan yang sama seperti idol saya..
- Peneliti : Apakah ada simbol yang menggambarkan bahwa Anda sebagai K-popers atau sebagai anggota Komunitas NCTzen Purwokerto?
- Ninditya : Biasanya orang tahu saya adalah seorang K-Popers dari photocard yang ada di case hp saya dan juga gantungan kunci saya.
- Peneliti : Nilai moral apa saja yang sudah Anda peroleh selama bergabung dengan komunitas NCTzen Purwokerto?
- Ninditya : Selama menjadi NCTzen saya lebih mengerti mengenai perbedaan si. Karna NCTzen itu dari solostan (fans yang hanya mengidolakan satu member) itu sangat banyak. Dari situ saya lebih mengerti mengenai perbedaan dan menghargai pilihan dan kesukaan masing masing pribadi.
- Peneliti : Makna apa yang Anda dapatkan ketika berkumpul dengan sesama K-Popers atau sesama anggota komunitas NCTzen Purwokerto?

- Ninditya : Ketika kami berkumpul saya merasa memiliki keluarga lain dan saya merasa bahagia karna saya dapat melihat orang-orang yang sama sama mencintai idola saya juga.
- Peneliti : Apa yang biasa Anda bicarakan dengan teman sesama K-Popers ketika berkumpul?
- Ninditya : Biasanya kami membicarakan tentang moment yang pernah dialami NCT dan NCTzen ataupun mengenai update terbaru idola kami.
- Peneliti : Terkait fashion dan make-up ala Korea yang pernah dibeli biasanya model seperti apa yang dipilih? Lalu berapa kali durasi pembelian?
- Ninditya : Saya lebih memilih yang soft untuk make up, dan untuk fashion tidak semua hal saya beli. Seperti contohnya saat saya membeli pakaian yang sama dengan idol saya, tidak semua saya beli, hanya memang yang menarik perhatian saya saja dan sekiranya cocok untuk saya.
- Peneliti : Dalam sebulan kira-kira bisa membeli make-up atau fashion sampai berapa kali?
- Ninditya : Kalau itu tergantung mood juga si. Biasanya ngeliat di shopee atau tiktok kalo menarik juga bisa langsung beli.
- Peneliti : Kegiatan apa saja yang pernah Anda lakukan sebagai seorang penggemar K-Pop atau sebagai anggota komunitas NCTzen Purwokerto?
- Ninditya : Saya pernah mengikuti perlombaan dance cover, mengikuti event komunitas, saya juga sering membuat project untuk birthday idol saya bersama teman teman saya atau melakukan project untuk mempromosikan mereka.
- Peneliti : Bagaimana perasaan Anda ketika idola Anda sedang merasa bahagia maupun sedih? Apakah Anda ikut merasakannya?
- Ninditya : Ya saya ikut merasakannya.

Peneliti : Ada nggak si pengalaman lain yang menarik yang membuat kamu jadi suka K-Pop?

Ninditya : Pengalaman yang paling kerasa si paling dari segi dance, maksudnya dulu kan aku biasa aja gitu ya terus sejak aku kayak termotivasi buat belajar-belajar tuh pelatih aku suka bilang kamu udah lebih bagus juga apa ya lebih pede terakhir juga waktu perform di SMA tuh dari depan sampai belakang semuanya teriak jadi kayak oh ya udah jadi aku bener-bener maksudnya jadi ini tuh buat tempat aku belajar gitu, paling kayak gitu si.

Peneliti : Itu kan tadi pengalaman yang menarik ya, kalau yang kurang enak atau yang buruk ada nggak selain tadi yang sasaeng fans?

Ninditya : Pernah ribut sama temen si karena dia non K-Popers. Tadinya kan aku kan directioner dia juga directioner, dia tuh minta temenan sama aku ya karena itu kita sama-sama suka terus dia baru tau waktu save WA ku ternyata aku tuh K-Popers juga, aku suka Jimin tapi dia tuh benci Jimin terus kebetulan yang dia suka tuh disama-samain sama Jimin terus dia tuh ngehate abis-abisan ke Jimin terus aku bilang Jimin tuh nggak kayak gitu-gitu, terus dia tuh bukan bales waku tapi dia tuh bales di story, sejak saat itu jadi nggak akur terus sempet aku tuh malah jadi kebawa dunia nyatanya gitu loh maksudnya nggak di medsos doang, dia tuh bener-bener sampe kayak sebel terus pernah kan kita ternyata satu kelas tapi dia tuh sebenarnya takut sama aku sampai dia tuh nangis sekelas sama aku. Tapi dia tuh ujung-ujungnya di sosmed kayak nyindir-nyindir terus sempet bilang kamu mati aja sana kayak gitu tapi pake bahasa Inggris, nah kebetulan kan aku ada kelas bahasa Inggris ya lumayan paham gitu dan aku juga sekelas sama dia, dia nyindir kayak gitu ya aku cuma bilang sorry kalau misal ada kata-kata yang nggak kamu suka terus ya udah sejak itu baikan. Cuma sekarang dia tuh masih suka cari perkara. Tapi kena karma si sekarang dia jadi suka K-Pop haha.

Subjek 3

Nama Subjek : Yahya
Usia : 23 tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Kaligondang
Tanggal Wawancara : 24 Juli 2022
Waktu Wawancara : 10.00 s.d selesai
Lokasi Wawancara : Rumah subjek

Peneliti : Sejak kapan kak Yahya menyukai K-Pop dan bagaimana awal mula menyukai K-Pop?

Yahya : Kalau suka K-Pop itu awalnya dari TV, dulu kan taun berapa itu ada Super Junior kan konser, terus ditayangin itu udah mulai suka. Jadi Super Junior itu awalnya.

Peneliti : Terus abis itu langsung suka ke NCT atau ke yang lain dulu?

Yahya : Enggak si ke yang lain dulu, kalau NCT itu kan baru 2016 kalau nggak salah. Kalau sebelum NCT itu ada Exo, BTS itu dulu sebelum suka NCT.

Peneliti : Berarti sejak kapan kak Yahya menyukai NCT?

Yahya : Dari debut, dari debut itu kan aku tau NCT debut lagu tapi dari situ nggak ngikutin banget, terus dia comeback sama lagu terbaru terus abis itu baru ngikutin-ngikutin lagi. Terus gabung sama grup NCTzen kan itu baru udah terus-terusan.

Peneliti : Apa si yang membuat kak Yahya tertarik dengan K-Pop?

Yahya : Musiknya asik terus juga kalau lagi stres dengerin tuh enak kayak gitu.

Peneliti : Kalau alasan menyukai NCTitu apakah dari visual atau yang lainnya?

Yahya : Kalau dari visual jelas ya, terus juga bakatnya 1 orang itu bisa tiga atau maksudnya 1 orang itu bisa rap semua, bisa nyanyi semua

bisa dance semua kayak gitu si. Terus juga musiknya lebih modern, lagu-lagunya lebih bagus.

Peneliti : Kalau biasanya kak Yahya siapa?

Yahya : Jaehyun.

Peneliti : Terus kenapa suka Jaehyun?

Yahya : Eem ganteng hehe.

Peneliti : Terus ada lagi?

Yahya : Baik terus humoris, dia tuh humoris maksudnya kocak tapi karena ganteng jadinya kelihatan cool tapi ya aslinya kocak kaya gitu konyol.

Peneliti : Apakah kak Yahya hanya menyukai K-Pop saja atau semua tentang Korea?

Yahya : Eee kalau utama si K-Pop ya, tapi kalau Korea kayak wisatanya, budayanya, bahasanya juga suka si.

Peneliti : Terus kalau makanannya suka nggak?

Yahya : Suka suka, paling suka tteoboki ka sama kimbap.

Peneliti : Kalau look mak-eup sama fashionnya?

Yahya : Iya kalau look make-up itu kan bagus Korea flawless tapi nggak medok, tapi bagus gitu. Terus juga kalau stylishnya kan maju, semakin tahun tetep ada stylish yang baru.

Peneliti : Kalau dalam kehidupan sehari-hari sering nggak si pake kayak look Korea gitu?

Yahya : Enggak si, maksudnya suka kadang kalau dipake aku suka nggak pas kayak gitu, jadinya jarang dipake.

Peneliti : Seberapa jauh si kak Yahya tau tentang NCT? Kayak misalnya biodatanya terus favorit mereka.

Yahya : Kalau misalnya sama bias kayak gitu tau misalkan dia suka apa terus ulang tahunnya kapan, nama fanbasenya kan misalnya per member beda-beda gitu tau gitu terus apa ya minuman kesukaan kadang ada yang tau ada yang enggak.

Peneliti : Kalau nama semua member NCT hafal semua ya yang 23?

- Yahya : Hafal si, tapi kalau diurutin banyak yang lupa tapi kalau liat foto pasti hafal.
- Peneliti : Sebagai seorang penggemar kan pasti sering streaming, sering cari informasi tentang mereka. Nah media apa saja si yang sering digunain?
- Yahya : Kalau streaming YouTube ya pasti, setiap comeback YouTube itu kan pengaruh kayak misalnya kita comeback eh apa mereka comeback itu kan ikut acara show jadi acara show itu kan ada itungannya jadi ada yang dari YouTube ada yang dari album kayak gitu. Kalau kita kan fans modal gitu ya jadi nontonnya YouTube jadi bantu buat digitalnya tuh tinggi gitu. Kalau buat cari informasi tentang mereka lebih ke Ig si soalnya mereka kan punya Ig masing-masing, biasanya update foto kalau mau comeback, update kegiatan sehari-hari.
- Peneliti : Sering ikut komen nggak kalau mereka update foto?
- Yahya : Iya, paling luv luv kayak gitu hahaha.
- Peneliti : Dalam mengakses media untuk mencari informasi tentang mereka biasanya dalam sehari kira-kira sampai berapa jam?
- Yahya : Kalau aku kan kerjanya fleksibel kan pegang hp maksudnya karena aku di online, misalkan ada notif buka notif buka kayak gitu si tapi yang Ig kalau yang YouTube nanti nunggu senggang misalnya nggak lagi ngapa-ngapain oh ya udah lihat-lihat YouTube.
- Peneliti : Tapi pernah nggak si sampai lupa waktu gara-gara streaming atau yang lain gitu?
- Yahya : Kalau streaming enggak kalau ig'an iya, misalkan udah malem gitu misalkan patokannya jam 10 tapi lagi asik kayak gitu jadinya sampai lupa waktu.
- Peneliti : Sering ikut kegiatan di komunitas NCTzen Purwokerto nggak?
- Yahya : Aku kayaknya ikut terus deh
- Peneliti : Berarti hampir tiap event ikut ya? Berarti yang besok nobar ikut?

Yahya : Iya ikut haha.

Peneliti : Sebagai seorang penggemar kan pasti punya album atau merchandise yang berkaitan dengan idola kan, kalau kak Yahya sendiri punya apa?

Yahya : Kalau aku punya album aja si.

Peneliti : Itu punya berapa?

Yahya : Baru dua haha soalnya kalau album mahal.

Peneliti : Kalau boleh tau itu album harganya sampai berapa?

Yahya : Kalau album sekitar 300 kayaknya 310an.

Peneliti : Terus kalau yang lainnya ada lagi nggak kayak poster?

Yahya : Kalau poster biasanya ada di albumnya, kalau album kan banyak isinya ada stiker ada photo card sama poster.

Peneliti : Terus kalau barang-barang lainnya yang merchandisenya ada nggak?

Yahya : Paling yang unofficial si beli-beli di Korea edition tuh yang di Purwokerto kayak papan nama aja gitu si.

Peneliti : NCT sendiri kan kayak brand ambasadornya mie Lemonilo kan, pernah beli mie Lemonilonya nggak?

Yahya : Nggak pernah hehe.

Peneliti : Emang nggak suka mienya atau kenapa?

Yahya : Kalau aku bukan tipe fans yang kayak misal dia keluar apa terus beli enggak kayak gitu si maksudnya enggak yang ngoyo banget, terus juga menurutku sayang banget misal kita beli mie cuma mau dapet photo card aja.

Peneliti : Terus kalau nonton konser udah pernah belum?

Yahya : Belum

Peneliti : Tapi kepengin?

Yahya : Kepengin banget. Kayaknya tahun ini konser di sini.

Peneliti : Kalau misalnya kak Yahya udah nabung nih buat nonton konser, kira-kira kalau dari orang tua ngebolehkan nggak?

Yahya : Kalau ada temennya boleh si, kalau sendiri jelas nggak boleh.

Peneliti : Orang tua kak Yahya sendiri tau nggak kalau kak Yahya suka K-Pop?

Yahya : Tau, kan kalau misalnya mau pergi gitu, aku mau ini ke Purwokerto, mau nonton konser gitu, izinnya kek gitu. Terus kalau ada event juga mau ke Purwokerto mau acara ini.

Peneliti : Terus tanggapan dari mereka gimana?

Yahya : Nggak papa si. Soalnya aku kan ngefans yang nggak lebay kayak gitu maksudnya dalam kalau di rumah juga biasa aja nggak yang kayak gini kayak gini enggak si.

Peneliti : Kalau di kehidupan sehari-hari sering nggak si pake bahasa atau istilah-istilah Korea gitu?

Yahya : Uhh sering banget hehehe.

Peneliti : Itu ke sesama K-Pop atau ke yang lain juga?

Yahya : Ke sesama K-Pop si, kalau sama yang lain biasanya nggak nyambung maksudnya aku bilang apa dia nggak ngerti.

Peneliti : Ketika kak Yahya beli album dan merchandise lainnya itu kak Yahya kayak nabung dulu atau minta langsung ke orang tua?

Yahya : Kalau aku beli itu nggak pernah minta ke orang tua. Kalau itu kan sebetulnya kalau beli album itu enak karena kita kan sistemnya DP jadi misalnya dp 100 ya 100 lagi nanti nunggu barangnya datang nanti kita pelunasan kayak gitu si jadi bisa nabung pelunasannya.

Peneliti : Ketika membeli barang itu apa saja si pertimbangan dari kak Yahya? Misal dari harga, kualitas, dan sebagainya.

Yahya : Sebenarnya kalau album itu yang paling penting photo cardnya hehe. Album kan emang isinya foto-foto yang kayak photo card itu kan kalau dijual mahal, lebih mahal dari album biasanya. Terus juga excitednya tuh kalau buka album masih baru ya masih diplastikin deg-degannya dapet photo cardnya siapa dapet bias nggak kayak gitu si.

Peneliti : Kalau selain itu mungkin ngeliat dari kemasannya atau yang lain?

- Yahya : Tergantung konsepnya misalnya pas comeback konsepnya beda jadi lebih menarik si kadangan.
- Peneliti : Apa si yang kak Yahya rasain setelah membeli barang-barang itu apa keuntungannya?
- Yahya : Seneng kayak ih aku bisa beli ini kayak gitu.
- Peneliti : Kalau kak Yahya sendiri pake make-up yang kayak mereka nggak, kayak pake make up atau produk-produk Korea?
- Yahya : Kalau produk-produk Korea kemaren aku baru beli lipstik si kalau lipstik kan warnanya bisa dipake sama aku kalau misalkan kayak skincare itu kan takutnya nggak cocok karena kita kan nggak tau buat kulit kering atau apa misal di keterangan juga ada tapi biasanya di kulit nggak cocok jadi kalau skincare aku nggak pake paling make-upnya aja si.
- Peneliti : Terus kalau fashionnya baju-bajunya gitu?
- Yahya : Baju-bajunya enggak si kak aku baju-bajunya normal kayak orang sini. Soalnya kan kalau baju Korea kan badannya langsing-langsing saya kan tidak langsing jadi tidak cocok hahaha.
- Peneliti : Sebagai seorang penggemar pasti kan menunjukkan kayak rasa kagum rasa suka ke mereka, cara kak Yahya sendiri buat menunjukkan bahwa kak Yahya suka mereka itu gimana?
- Yahya : Paling kalau sendiri uhh cakep banget kayak gitu misalkan dia lagi videoklip MVnya bagus banget tariannya kayak gitu terus lagunya terus juga kadang ya seneng gitu gemes gitu.
- Peneliti : Selama menyukai K-Pop dampak apa si yang kak Yahya rasakan kayak dampak positif maupun negatifnya?
- Yahya : Kalau positifnya banyak si lebih disiplin maksudnya disiplinnya tuh nggak malas-malasan kayak gitu kalau malas kan biasa ya tapi kalau misalnya kerja kayak gitu kadang mereka tuh ngasih motivasi maksudnya nggak papa kalau nggak kerja tapi jangan nyesel itu pilihan kamu. Lakukan apa yang kamu mau tapi setelah itu jangan nyesel kayak gitu, terus mikir lagi oh iya ya maksudnya

kalau ambil keputusan itu boleh tapi jangan terburu-buru liat ke belakangnya gimana kayak gitu si. Dampak negatifnya apa ya jadi sering begadang hehe kayak buat nonton mereka.

Peneliti : Terus ada lagi nggak kayak jadi boros gitu?

Yahya : Aku enggak kalau untuk kayak K-Pop aku enggak si. Takut banget kalau sampai kayak gitu maksudnya biasanya kalau orang sampe kayak gitu dia bisa sampe utang-utang.

Peneliti : Terus kalau yang positifnya ada lagi nggak mungkin nambah relasi kali ya?

Yahya : Oh banyak banget, biasanya kalau misal suka K-Pop itu entar ketemu orang dia tetap suka gitu loh ketemu satu frekuensi jadi nambah temen lagi.

Peneliti : Terkait body image pernah nggak si kak Yahya merasa insecure ketika melihat mereka atau malah justru jadi motivasi kakak untuk lebih baik lagi untuk lebih merawat diri?

Yahya : Kalau insecure paling ke badan si ya, maksudnya mereka tuh kan badannya bagus-bagus, langsing kayak gitu. Kalau motivasi itu apa ya eem mereka tuh nggak pernah sombong misal dia tahu dia ganteng dia cantik kayak gitu tapi nggak pernah aku tuh ganteng aku tuh cantik jadi dia tuh tetep rendah hati kaya gitu nggak yang sombong jadi ngajarin apa ya maksudnya apapun yang kita punya harus tetep disyukuri yang penting kan hatinya dulu.

Peneliti : Kita kan hidup di lingkungan sosial ya kak, pernah nggak si kak Yahya dapet komentar negatif dari orang-orang non K-Pop?

Yahya : Banyak banget, di tempat kerjaku juga gitu. Aaa Korea plastik Korea ini, tapi menurutku mau dia operasi plastik kek orang uang-uang dia juga, itu juga kan budaya di sana nggak sama kayak disini terus ih laki-laki make-up orang artis laki-laki sini aja mak-eup kan nggak cuma sana. Kalau orang yang nggak tau tetep ngejudgenya kayak gitu mau dikasih tau kayak apa tetep juga kayak gitu.

Peneliti : Terus kalau dari kak Yahya sendiri menanggapi hal itu gimana?

- Yahya : Kalau udah kenal lama kayak gitu "husst diem ah" haha biasanya kayak gitu, tapi kalau yang baru-baru aku nggak ambil pusing si soalnya nggak kenal juga, ngapain.
- Peneliti : Jadi kan ini penelitian aku terkait celebrity worship dan perilaku konsumtif. Sebelumnya pernah denger nggak celebrity worship itu apa?
- Yahya : Eeem enggak.
- Peneliti : Jadi celebrity worship itu diartikan sebagai pemujaan atau pengidolaan yang berlebihan terhadap selebriti. Dalam *celebrity worship* terdapat beberapa kategori, pertama ada yang menikmati sebagai hiburan, kedua mulai memiliki hubungan dan tergabung dalam komunitas, dan ketiga sampai melakukan tindakan membahayakan demi selebriti. Kalau menurut kak Yahya sendiri dikategori yang mana?
- Yahya : Kalau menurut aku sendiri kayak no 1 sama 2 si, tapi kalau yang nganggep pacar enggak si masih biasa aja cuma kan ikut komunitas juga kan. Kalau yang nganggep pacar cuma kayak buat have fun aja, kalau di sehari-hari nganggep dia pacar enggak si.
- Peneliti : Ketika kak Yahya melakukan fangirling apakah kak Yahya pernah menjadikan itu sebagai pelarian dari masalah di kehidupan nyata?
- Yahya : Iya, misalkan kalau lagi tugas banyak kayak dosen ngasih tugas satu makul satu entar makul lagi tugas lagi gitu aku nggarapnya sambil YouTubean terus sambil nyanyi-nyanyi gitu jadinya kan nggak beban banget.
- Peneliti : Apa yang kak rasakan sebelum dan setelah menjadi penggemar K-Pop, apakah ada perbedaannya?
- Yahya : Kalau sebelum jarang happy si terus setelah menjadi penggemar sering happy soalnya kan kadang lihat-lihat konten happy terus jadi apa ya males keluar juga si jadi tetep di rumah jarang main-main

kayak gitu. Lebih asikan lihat konten mereka daripada jalan-jalan sebetulnya.

Peneliti : Kalau boleh tau kak Yahya sebelum jadi penggemar itu tipenya yang introvertkah atau ekstrovert?

Yahya : Aku introvert.

Peneliti : Tapi setelah menjadi penggemar gimana?

Yahya : Tetep introvert hehe tapi sedikit lebih terbuka. Aku tuh tipe yang susah maksudnya kalau ketemu orang aku emang introvert ya tapi kalau misalkan aku butuh sesuatu aku harus jadi ekstrovert, harus jadi kayak gitu. Kalau enggak ya aku enggak punya temen haha. Apalagi kalau di tempat baru kayak gitu, misalkan ketemu orang mau enggak mau aku harus tanya dulu namanya siapa kayak gitu biar kenal dulu.

Peneliti : Terus kalau perubahan yang dialami dalam lingkungan sosial misalnya dari pertemanan kayak gitu ada enggak?

Yahya : Lebih selektif si eh bukan selektif si maksudnya kadang aku punya temen tapi dia enggak suka terus kadang ngapain si suka kayak gitu kadangan kalau mau cerita tentang K-Pop enggak ke dia lagi, kadangan enggak nyambung aja karena enggak sefrekuensi juga kan beda kesukaan tapi kadang bikin perasaan aku juga enggak pernah menghina-ngehina kesukaan mereka gitu ya maksudnya dia suka dangdut ya udah, aku enggak pernah ngomong ngapain suka kayak gitu.

Peneliti : Kalau disuruh milih lebih suka kumpul sama temen-temen K-Popers atau non K-Popers?

Yahya : Temen-temen K-Popers si, karena lebih sefrekuensi terus juga bahasannya enggak cuma tentang K-Pop tapi tentang yang lainnya juga, terus juga banyak wawasannya si, biasanya kalau orang-orang K-Popers itu kan jauh juga wawasannya tentang ini tentang itu entar jadi merebet kemana-kemana jadi dapet ilmu baru juga.

- Peneliti : Sebagai penggemar K-Pop apakah kak nyaman dengan identitas itu?
- Yahya : Nyaman, aku aja kalau di tempat kerja kayak itu apa ya bluetoothan speaker lagu Korea, bodo amat temen-temen suka apa enggak hahaha.
- Peneliti : Apa saja kegiatan yang dilakukan ketika fangirling?
- Yahya : Kalo fangirl biasanya nonton konten-konten dan MV si ka sama scroll-scroll foto idol.
- Peneliti : Apa yang Anda dapatkan dari kegiatan fangirling?
- Yahya : Yang didapat dari fangirling happy ,menurut aku si fangirling salah satu cara untuk menghilangkan stress.
- Peneliti : Apakah kak Yahya pernah atau sering meniru gaya berpakaian atau gaya bicara dari idola Anda? Jika pernah seperti apa?
- Yahya : Kalo berpakaian paling yang kaya blazer panjang, kalo cara bicara jadi suka bicara bahasa korea kalo nyapa orang, kalo ketemu orang jadi kadang bilangannya annyeonghaseyo haha.
- Peneliti : Apakah kak Yahya pernah merasa memiliki ikatan atau hubungan khusus dengan K-Pop idol?
- Yahya : Kalo ikatan si ya sewajarnya aja kaya idol sama fans, jangan sampe lebih kalo udah lebih biasanya jadi fans yang toxic nantinya.
- Peneliti : Apakah ada simbol yang menggambarkan bahwa Anda sebagai K-popers atau sebagai anggota komunitas NCTzen Purwokerto?
- Yahya : Kalo simbol biasanya beli sesuatu yang berkaitan sama idol, contoh seperti album, photocard dan misal beli case hp pakai nama bias.
- Peneliti : Nilai moral apa saja yang sudah diperoleh selama bergabung dengan komunitas NCTzen Purwokerto?
- Yahya : Nilai moralnya lebih ke saling menghargai si kalo misal kita punya kesukaan yang beda-beda dan bisa punya banyak temen lagi jadi relasi banyak dan bisa untuk sharing.

- Peneliti : Makna apa yang didapatkan ketika berkumpul dengan sesama K-Popers atau sesama anggota komunitas NCTzen Purwokerto?
- Yahya : Kalo makna pas kumpul kira bisa happy bareng, biasa sharing-sharing pengalaman ada yang pernah nonton konser jadi kita tau di konser tuh gimana seneng ga liat idol langsung.
- Peneliti : Apa yang biasa Anda bicarakan dengan teman sesama K-Popers ketika berkumpul?
- Yahya : Kalo hal-hal yang dibicarakan biasanya seputar idol si, kaya bias kita tuh hari ini ngapain atau idol syuting apa, kapan mereka comeback.
- Peneliti : Kegiatan apa saja yang pernah dilakukan sebagai seorang penggemar K-Pop atau sebagai anggota komunitas NCTzen Purwokerto? (Misalnya mengikuti event komunitas, dance cover, dll)
- Yahya : Kalo untuk kegiatan paling ikut event, streaming YouTube pas idol comeback, ngevot di acara musik supaya idol kita menang, like coment di instagram.
- Peneliti : Terkait make-up biasanya milih modelnya yang bagaimana misal dari kemasannya atau warnanya yang seperti apa? Kalau terkait fashion ala Korea memang belum pernah beli sama sekali atau hanya sekedar suka fashion look Korea?
- Yahya : Kalo untuk make-up aku paling baru lipstick brand Korea dan baru pertama kali beli, kalo fashion paling baru pernah beli blazer aja si ka, kalo lainnya belum.
- Peneliti : Kalau warna lipstick milihnya lebih ke yg natural atau agak cerah kak? Terus itu kalau blazer kira-kira udah beli berapa kali kak atau biasanya kira-kira dalam sebulan bisa beli berapa kali?
- Yahya : Kalo warna lipstick lebih ke nude si ka. Untuk blazer si baru satu kali hehe.
- Peneliti : Ada nggak si pengalaman atau kejadian menarik yang membuat kak Yahya jadi suka K-Pop awal-awal dulu?

Yahya : Eemm apa ya, suka dance si dulu. Kalau dulu kan kayak sekolah kayak gitu kan pulang sekolah nggak ngapa-ngapain, buka laptop musikan, terus latihan-latihan dance juga. Sekarang mah kayaknya udah jarang deh.

Peneliti : Kak Yahya sering nggak nongkrong di cafe gitu sama anak-anak K-Pop?

Yahya : Enggak, kalau ada event aja.

Peneliti : Kalau nongkrong selain sama anak-anak non K-Popers sering nggak?

Yahya : Enggak pernah, aku anak rumahan haha. Aku pergi paling cuma kerja, kuliah terus juga kalau misalkan mau diajak temen mau kemana, kayak gitu aja si. Nggak pernah gabut terus jalan-jalan gitu main.

Peneliti : Tadi kan udah pengalaman yang menarik ya kalau pengalaman terburuk ada nggak si?

Yahya : Paling kalau orang-orang jelek-jelekin aja si ke semua idol ya sampai menghina-hina kayak gitu. Maksudnya kan mereka (idol K-Pop) nggak merugikan juga kan. Idol itu kan nggak ngerugiin yang nggak suka kan terus ngapain sampai kayak gitu nggak ada untungnya juga kan sama yang ngehina-hina. Ngapain si buang-buang tenaga.

Peneliti : Berarti cuma itu ya?

Yahya : Iya, kalau sampai yang ke fisik nggak si.

Subjek 4

Nama Subjek : Tami (Nama Samaran)

Usia : 17 tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Siswa

Alamat : Karanglewas

Tanggal Wawancara : 24 Juli 2022

Waktu Wawancara : 13.00 s.d selesai

Lokasi Wawancara : Cafe

Peneliti : Sejak kapan Tami mengenal K-Pop dan bagaimana awalnya?
Boleh diceritain.

Tami : Tau K-Pop itu dari tahun 2019, itu waktu itu ada kayak kompetisi dance, temenku itu ngajakin buat ikut dance, waktu itu ngajakin buat gabung yang NCT grup. Itu langsung tau.

Peneliti : Dari situ berarti langsung sukanya ke NCT ya bukan ke yang lain-lain?

Tami : Awalnya cuma tau NCT terus belum suka jadi ke Shine dulu abis itu baru NCT.

Peneliti : Jaman dulu kan ada kayak Super junior dll, berarti itu emang belum suka ya?

Tami : Belum, tapi tau udah.

Peneliti : Awal masuk NCTzen Purwokerto itu kapan?

Tami : Dari tahun 2020.

Peneliti : Apa si yang membuat kamu tertarik dengan K-Pop?

Tami : Hiburannya, musiknya, terus juga orang-orangnya kayak apa ya menghibur gitu lah. Terus dancinya juga.

Peneliti : Kalau dari visualnya iya nggak?

Tami : Iya visual juga.

Peneliti : Kamu biasanya siapa?

Tami : Haechan.

Peneliti : Apa si alasan kamu menyukai dia?

Tami : Eee pertama kayak mood naikin mood gitu lah ceria, personalitynya juga suka terus suaranya juga bagus pokoknya suka aja lah hehe.

Peneliti : Tami cuma suka K-Pop doang apa semua tentang Korea?

Tami : Cuma suka K-Popnya doang.

Peneliti : Terus kalau kayak makanannya suka nggak misalnya topoki dan lain-lain?

Tami : Beberapa si.

Peneliti : Sukanya apa?

Tami : Bulgogi, kalau topoki enggak hehe keras soalnya.

Peneliti : Kalau kayak fashion sama look make-upnya suka nggak?

Tami : Ya sedikit lah, ada yang suka ada yang nggak.

Peneliti : Kalau Tami sendiri sering make look make-upnya nggak atau emang gak suka dandan?

Tami : Nggak suka dandan.

Peneliti : Fashionnya berarti juga kurang ya?

Tami : Kurang.

Peneliti : Seberapa jauh si Tami tahu tentang NCT? Kayak biodata atau kesukaan mereka.

Tami : Kalau biodata ada yang tahu ada yang nggak, terus kayak misalnya masa kecilnya juga tahu sedikit.

Peneliti : Kalau boleh tahu biasanya siapa?

Tami : Haechan hehe.

Peneliti : Hafal nggak semua nama member NCT?

Tami : Hafal.

Peneliti : Kalau di NCT sendiri kan ada yang namanya album foto card dll? Tami punya nggak?

Tami : Punya, album ada, photo card ada terus ada majalah juga.

Peneliti : Kalau album punya berapa?

Tami : Album punya 3.

Peneliti : Kalau photo card banyak ya?

Tami : Enggak hehe, photo card cuma lima.

Peneliti : Kalau boleh tau kalau album itu kisaran harganya sampai berapa?

Tami : Kalau yang Kihno Hoodie pack itu 200an kalau yang album photo book itu 300an.

Peneliti : Itu Tami beli album dan lain-lain pakai uang sendiri dengan cara nabung atau langsung minta ke orang tua?

Tami : Sendiri, nabung.

Peneliti : Ikut kayak sistem po itu nggak si?

Tami : Iya ikut

Peneliti : NCTsendiri kan jadi brain ambassador mie Lemonilo ya, kalau Tami pernah beli nggak?

Tami : Pernah.

Peneliti : Itu beli karena emang suka mi Lemonilonya atau karena ada merekanya?

Tami : Ngincer photo cardnya hehe.

Peneliti : Biasanya kalau cari info tentang mereka atau scroll tentang mereka Tami seringnya pakai media apa?

Tami : Kadang twitter, youtube juga, instagram sama spotify.

Peneliti : Terus kalau kayak di instagram sering ikut komen komen nggak?

Tami : Enggak, jarang.

Peneliti : Kalau buat story tentang mereka sering nggak?

Tami : Iya sering.

Peneliti : Biasanya dalam sehari kalau buat scroll-scroll tentang mereka kira-kira nyampe berapa jam?

Tami : Mungkin cuma malam doang kalau paginya kan buat sekolah.

Peneliti : Pernah nggak sih pas lagi scroll-scroll tentang mereka terus sampai lupa waktu?

Tami : Pernah.

Peneliti : Terus gimana perasaannya, kayak nyesel nggak si?

Tami : Kadang nyesel sih kayak ini kan cuma hiburan, ngapain sampai segitunya.

Peneliti : Gimana si cara kamu menunjukkan kalau kamu itu suka mereka?

Tami : Ya itu dari streaming terus juga kalau misalnya ada event-event gitu ikut, terus kalau ada konser online juga nonton.

Peneliti : Kalau di NCTzen Purwokerto sendiri kan sering ngadain event-event gitu kayak nobar dan lain-lain, kalau kamu sendiri sering ikut enggak?

Tami : Kalau nobar baru sekali.

Peneliti : Sering nggak sih kayak nongkrong atau main-main sama anak-anak K-Popers?

Tami : Jarang si, paling kaya kalau di sekolah.

Peneliti : Kalau disuruh milih nih antara main atau kumpul-kumpul sama anak K-Popers dan non K-Popers Tami pilih yang mana?

Tami : Kalau misalnya yang non K-Popers itu udah akrab, udah kenal lama milih itu.

Peneliti : Di pertemanan atau lingkungan sekitar Tami pernah nggak sih kayak dapet komentar negatif dari non K-Pop?

Tami : Sering.

Peneliti : Biasanya gimana tuh komentarnya?

Tami : Misalnya mau ikutan kompetisi dance itu kan harus latihan, biasanya dibilangin kayak gini kamu ngapain sih kayak gitu doang ngapain sampai segitunya ngeluarin biaya waktu dan sebagainya. Terus juga kalau pas mau beli photo card atau apa terus dibilangin kayak gini lu ngapain sih ngeluarin duit buat gitu doang nyetak sendiri juga bisa.

Peneliti : Terus Tami gimana setelah mendengar komentar dari mereka?

Tami : Biasa aja, cuek gitulah ini kan duit aku.

Peneliti : Kalau dari orang tua tahu nggak kalo kamu itu suka K-Pop? Terus gimana tanggapannya?

Tami : Tau, orang tua si pernah negur jangan terlalu sering tapi terus katanya nggak apa-apa lah biar kamu ada kegiatan, yang penting kamu seneng terus yang penting masih bisa kontrol diri.

Peneliti : Kalau beli barang kayak gitu misalnya album, photo card dll apa aja sih pertimbangan dari Tami?

Tami : Yang pertama konsep, saya suka apa enggak, kalau enggak ya nggak beli. Terus juga harga.

Peneliti : Di Korea sendiri kan banyak makeup makeup atau produk perawatan yang sering dipakai idol, Tami sering nggak make atau mengikuti produk-produk tersebut?

Tami : Jarang sih tapi pernah pakai yang produk Natur Republic, pernah cuma 2 kali.

Peneliti : Apa si yang dirasa Tami setelah membeli barang-barang itu terus apa sih keuntungannya bagi Tami?

Tami : Eee yang pertama sih nyesel ya kalau pas udah sampai terus pas udah dibuka nyesel, kenapa beli kayak gini terus abis itu biasa aja si. Tapi juga seneng si, puas juga bisa memiliki barang itu.

Peneliti : Kalau nonton konser secara langsung pernah nggak?

Tami : Belum.

Peneliti : Tapi kepengen?

Tami : Pengen.

Peneliti : Kalau dari orang tua sendiri izinin nggak buat nonton konser secara langsung?

Tami : Kalau misalnya masih di sekitar Indo si boleh, kalau udah di luar luar nggak boleh.

Peneliti : Selama Tami menyukai K-Pop dampak apa sih yang dirasain kayak dampak positif sama negatifnya?

Tami : Eee kalau dampak negatif si kayaknya nggak ada, kalau dampak positifnya kayak misalnya lagi bad mood lihat mereka terus jadi semangat lagi.

- Peneliti : Kamu kan suka beli barang barang gitu kan ya kalau menurut kamu sendiri jadi boros nggak sih?
- Tami : Hehe iya.
- Peneliti : Kalau terkait pertemanan jadi tambah luas nggak sih jadi makin banyak kenalan?
- Tami : Iya.
- Peneliti : Kalau boleh tahu karakter kamu atau sifat kamu sebelum dan sesudah mengenal K-Pop itu gimana?
- Tami : Kalau sebelum itu kayak lebih terbuka, kalau temen itu ini ini ini, terus pas udah kenal K-Pop jadi kayak sendiri gitu, soalnya ada dunia sendiri.
- Peneliti : Kan kita tahu ya kalau artis-artis Korea itu ganteng ganteng cakep cakep gitu ya nah kalau terkait body image kamu ngerasain insecure nggak sih atau malah justru jadi buat motivasi biar lebih baik lagi dan mau merawat diri?
- Tami : Insecure pernah, kalau misalnya motivasi si sering, kayak misalnya ih aku pengen bodinya kayak gini aku pengen kayak gini.
- Peneliti : Skripsiku kan terkait dengan celebrity worship ya, sebelumnya kamu tahu nggak istilah dari celebrity worship itu apa?
- Tami : Enggak.
- Peneliti : Jadi celebrity worship itu diartikan sebagai pemujaan atau pengidolaan yang berlebihan terhadap selebriti. Dalam *celebrity worship* terdapat beberapa kategori, pertama ada yang menikmati sebagai hiburan, kedua mulai memiliki hubungan dan tergabung dalam komunitas, dan ketiga sampai melakukan tindakan membahayakan demi selebriti. Kalau menurut kamu sendiri kamu berada dalam tingkatan yang mana?
- Tami : Yang kedua.
- Peneliti : Kamu pernah nggak si kayak menganggap mereka (idol K-Pop) sebagai teman sahabat atau pacar gitu?
- Tami : Enggak-enggak.

Peneliti : Kamu pernah nggak melakukan fangirling buat pelarian dari masalah di kehidupan nyata? Kayak misalnya kamu lagi capek ngerjain tugas terus kamu streaming video mereka terus jadi kembali fresh pikirannya?

Tami : Iya sering malah.

Peneliti : Dalam kehidupan sehari-hari sering nggak si Tami memakai bahasa atau istilah-istilah Korea?

Tami : Eee kadang gini si, apa ya namanya kayak reflek gitu.

Peneliti : Tapi itu kayak cuma ke sesama K-Pop atau semuanya?

Tami : Sesama K-Pop doang.

Peneliti : Kamu kan sebagai penggemar K-Pop atau K-popers gitu lah ya, apakah kamu nyaman dengan identitas itu?

Tami : Nyaman-nyaman aja si.

Peneliti : Apa saja kegiatan yang dilakukan ketika fangirling?

Tami : Kegiatan yang saya lakukan ketika fangirling seperti streaming mv, menonton konten/live idol, scroll instagram/twitter idol, melihat update-an idol dari akun fanbase, vote idol, mendengarkan musiknya, menonton idol funny moments.

Peneliti : Apa yang Anda dapatkan dari kegiatan fangirling?

Tami : Hanya kesenangan saja, seperti saat saya jenuh dengan tugas sekolah dan mengisi waktu luang.

Peneliti : Apakah Anda pernah atau sering meniru gaya berpakaian atau gaya bicara dari idola Anda? Jika pernah seperti apa?

Tami : Untuk gaya berpakaian saya tidak pernah meniru idol. Tetapi untuk gaya berbicara saya sering bahkan spontan meniru gaya bicara idol saat sedang mengobrol.

Peneliti : Apakah Anda pernah merasa memiliki ikatan atau hubungan khusus dengan K-Pop idol?

Tami : Tidak, hanya sebatas seorang idol dengan fans yang saling membutuhkan.

- Peneliti : Apakah ada simbol yang menggambarkan bahwa Anda sebagai K-Popers atau sebagai anggota komunitas NCTzen Purwokerto?
- Tami : Untuk simbol saya bergabung grup NCTzen Purwokerto.
- Peneliti : Nilai moral apa saja yang sudah diperoleh selama bergabung dengan komunitas NCTzen Purwokerto?
- Tami : Memperluas jangkauan pertemanan dan saling support satu sama lain.
- Peneliti : Makna apa yang didapatkan ketika berkumpul dengan sesama K-Popers atau sesama anggota komunitas NCTzen Purwokerto?
- Tami : Dapat dengan mudah berbaur, ramah, mengisi waktu dengan bersenang-senang bersama.
- Peneliti : Apa yang biasa Anda bicarakan dengan teman sesama K-Popers ketika berkumpul?
- Tami : Tentang hal yang trending terkait idol serta update-an terbaru dari idol.
- Peneliti : Kegiatan apa saja yang pernah Anda lakukan sebagai seorang penggemar K-Pop atau sebagai anggota komunitas NCTzen Purwokerto? (Misalnya mengikuti event komunitas, dance cover, dll)
- Tami : Mengikuti event komunitas seperti nobar konser, ultah/anniversary idol, dan noraebang. Serta mengikuti kompetisi dance cover.
- Peneliti : Bagaimana perasaan Anda ketika idola Anda sedang merasa bahagia maupun sedih? Apakah Anda ikut merasakannya?
- Tami : Iya terkadang saya ikut merasakan apa yang idol alami bahkan pernah hingga berkepanjangan.
- Peneliti : Ada nggak si kejadian menarik yang membuat kamu jadi suka dengan K-Pop?
- Tami : Ada eee itu kayak misalnya ada berita ini dating dengan ini terus jadi rame gitu, ini ada apa si terus jadi nyari-nyari tau.

Peneliti : Kadang kan idop K-Pop itu kan kayak dipasang-pasangin gitu, Kalau kamu sendiri gimana apakah kamu biasa aja atau gimana? Terus misalnya biasanya kamu dipasangin dengan si A, tapi kamu nggak suka si A nah terus gimana kamu reaksinya?

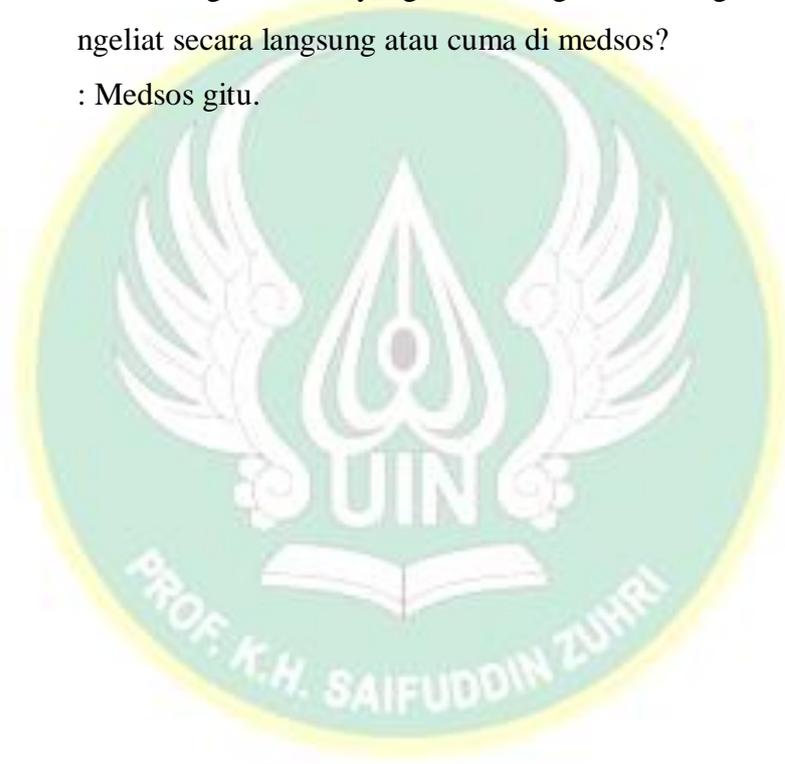
Tami : Biasa aja, lagian nanti ujung-ujungnya pasti ada dating.

Peneliti : Kalau pengalaman terburuk ada nggak selama kamu jadi K-popers?

Tami : Eee nggak ada.

Peneliti : Kalau ngeliat dari yang lain mungkin Sasaeng fans itu pernah ngeliat secara langsung atau cuma di medsos?

Tami : Medsos gitu.



Subjek 5 (Pengurus Komunitas)

Nama Subjek : Mita (Nama Samaran)
Usia : 26 tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Karyawan Swasta
Alamat : Purwokerto Timur
Tanggal Wawancara : 28 Mei 2022
Waktu Wawancara : 14.30 s.d selesai
Lokasi Wawancara : Kopi Chuseyyo Purwokerto

Peneliti : Bagaimana sejarah berdirinya komunitas NCTzen Purwokerto?
(alasan berdirinya komunitas, tanggal berdirinya komunitas, dll)

Pengurus : Awal berdiri tuh tahun 2017 deh waktu itu Twitter dulu soalnya aku nyari temen buat nonton konser bareng-bareng dari Purwokerto terus vakum lama ada mungkin 2 tahunan sampe tahun 2019 ada yang chat ngajakin join ke grup chat WhatsApp NCTzen Purwokerto, nah dia ini yang bikin grup chatt wa NCTzen Pwt sampe sekarang jadi deh NCTzen Purwokerto.

Peneliti : Ooh gitu ya mba, kalau untuk tanggal pasti berdirinya ada nggak mba?

Pengurus : 26 juli 2019 ya.

Peneliti : Berapa jumlah anggota Komunitas NCTzen Purwokerto? Apakah anggota hanya terdiri dari perempuan saja atau ada laki-lakinya?

Pengurus : Di grup chatt sendiri membersinya ada 180'an ya kebanyakan cewek sih tapi ada juga laki-laki.

Peneliti : Berapa rata-rata usia anggota NCTzen Purwokerto?

Pengurus : Untuk rata-rata umurnya tuh ya rata-rata pada 92-06'an.

Peneliti : Apakah anggota Komunitas NCTzen Purwokerto rata-rata masih mahasiswa atau ada yang sudah bekerja?

Pengurus : Ada yang masih pelajar, mahasiswa dan udah bekerja ya.

- Peneliti : Apa saja kegiatan atau event yang sering diselenggarakan oleh Komunitas NCTzen Purwokerto?
- Pengurus : Biasanya kalau member ulang tahun kita bikin event, cafe event atau gathering pas anniversary NCTzen sendiri, nobar-nobar konser gitu juga. Terakhir kita event nobar konser onlinenya NCT127 di Seoul Desember kemarin.
- Peneliti : Untuk kegiatan atau event komunitas NCTzen seringnya dilaksanakan dimana mba? Lalu siapa yang mengatur segala sesuatunya?
- Pengurus : Tergantung kita mau bikin event seperti apa sih kalo cuma birthday cafe kita biasanya di café-cafe yang ada di Purwokerto tapi kalau mau ada gathering kita nyari tempat yang ada meeting roomnya biar bisa lebih private. Untuk yang mengatur kita ada crew event ya.
- Peneliti : Kalau untuk gathering sendiri apakah hanya pas anniversary NCTsaja atau ada jadwal wajibnya misal satu kali dalam sebulan?
- Pengurus : Iyaaa untuk gathering biasanya untuk perayaan gede aja ya kalo tiap bulan member NCT kan ada 23 orang ya jadi tiap bulan pasti ada aja yang birthday biasanya kita gabung-gabungin dan bikin event cafe aja soalnya persiapannya lebih simpel kalau event cafe daripada gathering.
- Peneliti : Untuk kegiatan atau event yang akan dilakukan biasanya diberitahukan melalui apa? Apakah hanya diberitahukan di grup wa atau share pamflet di sosmed?
- Pengurus : Iyaaa biasanya kita share poster event di sosmed kita ya + grup chat sama biasanya kita mencari media patner juga untuk share event kita.
- Peneliti : Bagaimana proses rekrutmen anggota komunitas NCTzen Purwokerto?
- Pengurus : Proses rekrutmen anggota komunitas ngga ada mba, kalo mau masuk grup chat wa bisa lewat aku, nanti aku tanyain nama sama

line tahun lahir trus aku masukkin grup chat. Sma paling follow instagram dan twitter NCTzen Purwokerto.

Peneliti : Ketika akan membuat event atau project apakah anggota ikut terlibat?

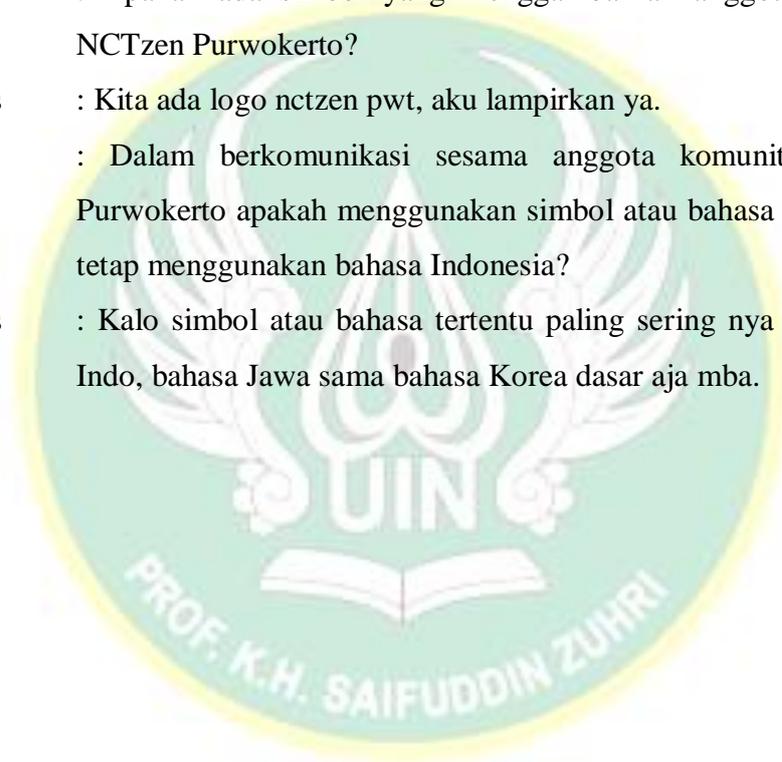
Pengurus : Kalo event atau project kita ada crew tetanya sendiri, crew bisa diambil dari anggota grup chat atau followers sosmed, setiap ada rekrutmen pasti kita update. Kita bisa bantu juga kalo member grup chat atau followers sosmed mau adain project kecil-kecilan.

Peneliti : Apakah ada simbol yang menggambarkan anggota komunitas NCTzen Purwokerto?

Pengurus : Kita ada logo nctzen pwt, aku lampirkan ya.

Peneliti : Dalam berkomunikasi sesama anggota komunitas NCTzen Purwokerto apakah menggunakan simbol atau bahasa tertentu atau tetap menggunakan bahasa Indonesia?

Pengurus : Kalo simbol atau bahasa tertentu paling sering nya pake bahasa Indo, bahasa Jawa sama bahasa Korea dasar aja mba.



LAMPIRAN 3
DOKUMENTASI



Wawancara dengan Subjek Nesya



Wawancara dengan Subjek Yahya



Wawancara dengan Subjek Ninditya



Wawancara dengan Subjek Tami



Wawancara dengan Pengurus Komunitas

CURRICULUM VITAE

A. DATA PRIBADI

Nama Lengkap : Syafina Alvi Damayanti
NIM : 1817101128
Tempat Tanggal Lahir : Banjarnegara, 5 Februari 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Warga Negara : WNI
Fakultas : Dakwah
Program Studi : Bimbingan dan Konseling Islam
Alamat : Rakit RT 03 RW 02, Kec. Rakit, Kab.
Banjarnegara
Email : syafinaalvi05@gmail.com

B. PENDIDIKAN FORMAL

No	Jenjang	Nama Lembaga Pendidikan	Periode (Tahun)
1	TK	TK Pertiwi Rakit	2004-2005
2	SD	SD Negeri 1 Rakit	2006-2012
3	SLTP	MTs Negeri 1 Rakit	2012-2015
4	SLTA	SMA Negeri 1 Banjarnegara (MIPA)	2015-2018
5.	PT	UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto	2018-2022

C. PENGALAMAN ORGANISASI DAN KERJA

1. Relawan peer counselor Divisi Teman Sehati UPT Pengembangan Karir tahun 2022
2. Relawan call center Divisi Teman Sehati UPT Pengembangan Karir tahun 2021
3. Bendahara Komunitas Mitra Remaja tahun 2020

4. Divisi Advokom Penamas tahun 2020
5. HRD Komunitas Mitra Remaja tahun 2019
6. Anggota Kopma KSM Purwokerto tahun 2019
7. Anggota Komunitas Mitra Remaja tahun 2018

Purwokerto, 22 September 2022

Syafina Alvi Damayanti

