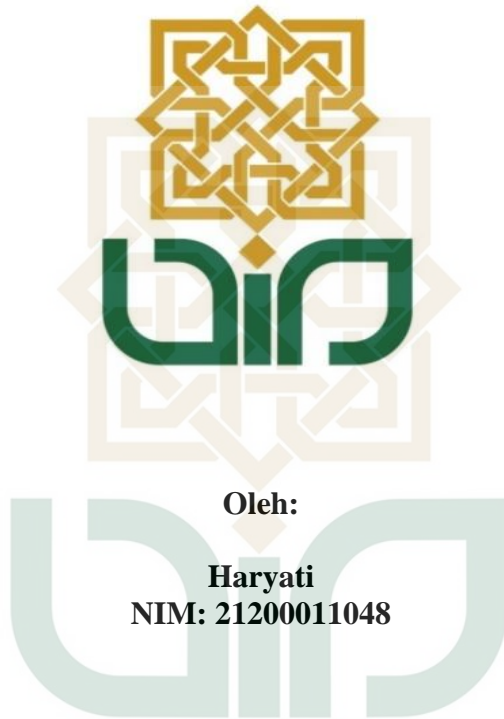


**MENJADI MUSLIM DAN NCTZEN:  
FANDOM K-POP MUSLIM DI INDONESIA**



**Oleh:**

**Haryati  
NIM: 21200011048**

**TESIS**

**Diajukan kepada Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga  
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh  
Gelar Master of Arts (M.A.)  
Program Studi Interdisciplinary Islamic Studies  
Konsentrasi Bimbingan dan Konseling Islam**

**YOGYAKARTA**

**2023**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :


Nama : Haryati  
NIM : 21200011048  
Fakultas : *Interdisciplinary Islamic Studies*  
Konsentrasi : Bimbingan Konseling Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian /karya saya sendiri, kecuali pada bagian yang dirujuk sumbernya. Jika di kemudian hari terbukti bahwa naskah tesis ini bukan karya saya sendiri, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 26 Juni 2023

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALINGGA  
YOGYAKARTA

Saya yang menyatakan



1000  
METERAI  
TEMPEL  
EE9AKX483927371

Haryati, S.Sos

NIM. 21200011048

## FERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

*Bismillahirohmanirohim,*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Haryati., S. Sos  
Program Studi : *Interdisciplinary Islamic Studies*  
Konsentrasi : Bimbingan Konseling Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian yang bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti bahwa naskah tesis ini bukan karya saya sendiri, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
Yogyakarta, 26 Juni 2023  
Yang menyatakan,



*Haryati*  
Haryati, S.Sos

NIM. 21200011048



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
PASCASARJANA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 519709 Fax. (0274) 557978 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-683/Un.02/DPPs/PP.00.9/08/2023

Tugas Akhir dengan judul : Menjadi Muslim dan NCTZEN: *Fandom* K-pop Muslim di Indonesia

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : HARYATI, S.Sos  
Nomor Induk Mahasiswa : 21200011048  
Telah diujikan pada : Kamis, 13 Juli 2023  
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Nina Mariani Noor, SS., MA.  
SIGNED

Valid ID: 64d05804ce2b3



Penguji II

Najib Kailani, S.Fil.L., M.A., Ph.D.  
SIGNED

Valid ID: 64efc35acc375



Penguji III

Dr. Roma Ulinnuha, S.S., M.Hum.  
SIGNED

Valid ID: 64c7437368b68



Yogyakarta, 13 Juli 2023

UIN Sunan Kalijaga  
Direktur Pascasarjana

Prof. Dr. H. Abdul Mustaqim, S.Ag., M.Ag.  
SIGNED

Valid ID: 64d073797d810

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,  
Direktur  
Pascasarjana UIN  
Sunan Kalijaga  
Yogyakarta

*Assalamu'alaikum wr.wb.*

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

***MENJADI MUSLIM DAN NCTZEN:FANDOM K-POP MUSLIM  
DI INDONESIA***

Yang ditulis oleh:

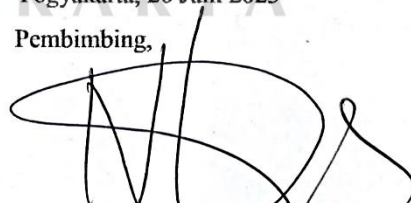
Nama : Haryati  
Nim : 21200011048  
Jenjang : Magister (S2)  
Program Studi : *Interdisciplinary Islamic Studies*  
Konsentrasi : Bimbingan Konseling Islam

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Master of Arts (M.A.).

*Wassalamu'alaikum wr. wb.*

Yogyakarta, 26 Juni 2023

Pembimbing,



**Najib Kailani, S.FIL., M.A., Ph.D.**

## KATA PENGANTAR


Puji syukur *Alhamdulillah* dipanjatkan kepada Allah SWT dikarenakan pada akhirnya saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat waktu. Tesis ini merupakan hasil dan dedikasi yang telah saya curahkan selama periode penelitian yang intensif kurang lebih selama 5 bulan. Penulisan tesis ini tidak akan terwujud tanpa dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk yang pertama saya ucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada Bapak Najib Kailani, Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah membantu mengurai ‘benang kusut’, saat saya kehilangan arah mengenai tema penelitian yang akan saya ambil. Berkat dukungan, arahan dan masukannya saya yakin dan memantapkan diri untuk menulis tema penelitian yang pada akhirnya dikaitkan dengan pemuda muslim. Bapak Najib tidak hanya membantu saya dalam menemukan fokus penelitian yang tepat, tetapi juga menginspirasi saya untuk mencapai hasil yang lebih baik. Dengan gaya penyampaian beliau yang sangat *friendly* dan juga sangat terbuka, membuat saya mendapatkan kemudahan ketika proses bimbingan berlangsung.

Selanjutnya, saya ucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada bapak Dr. Sunarwoto, M.A., Beliau dosen yang sangat terbuka mengenai isu-isu populer yang sedang berlangsung. Sehingga saya tetap bisa meneliti isu tentang budaya populer sampai penelitian ini selesai. Beliau dengan baik mendampingi, membimbing serta mengarahkan saya untuk melihat titik fokus penelitian terkait budaya

populer K-pop yang akan saya ambil. Beliau juga rutin mengirimkan artikel-artikel bahasa asing terkait fenomena penelitian yang akan saya teliti. Dari beliau saya belajar akan pentingnya keseriusan dan juga dedikasi dalam menulis serta mengasah kemampuan membaca literatur berbahasa asing. Selain itu juga melalui beliau, pada akhirnya saya bisa berkesempatan untuk bisa dibimbing oleh bapak Najib Kailani, Ph.D atas rekomendasi beliau. Beliau menyampaikan bapak Najib Kailani, Ph.D sangat cocok dan sesuai dengan kajian yang akan saya teliti yaitu terkait budaya populer.

Tak lupa saya ucapkan terima kasih untuk dosen-dosen mata kuliah dari awal perkuliahan sampai detik ini. Terimakasih juga untuk teman-teman seperjuangan keluarga besar Bimbingan Konseling Islam angkatan 2021. Terimakasih untuk kerja sama yang baik selama proses perkuliahan kurang lebih dua tahun belakang ini. Tidak terkecuali saya ucapkan terimakasih untuk Gita Erwilnya yang selalu menjadi teman diskusi selama saya menempuh pendidikan, tidak terkecuali ketika saya sedang menyelesaikan tugas akhir. Begitu juga dengan Tika Wahyu untuk kesediannya meminjamkan laptopnya untuk saya gunakan selama mengerjakan tugas akhir. Serta kesediannya menemani saya ketika observasi berlangsung selama penelitian. Untuk Uri Ghianie yang membantu memberikan ide dan juga membantu saya menemukan narasumber dalam penelitian ini saya ucapkan terimakasih. Terimakasih karena selalu memberikan informasi terbaru mengenai NCT. Sehingga tesis ini selesai dengan baik.

Pada kesempatan ini saya juga ingin menyampaikan bahwa saya menyadari karya ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan juga saran yang membangun sangat dibutuhkan. Semoga karya ini dapat bermanfaat khususnya bagi saya pribadi dan para pembaca. *Kamsahamnida yeorobun*



Yogyakarta, 26 Juni 2023

Penulis

Haryati



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



## ABSTRAK

Tesis ini mengkaji tentang fenomena anak muda muslim keranjingan K-pop yang berupaya memaknai kegiatan tersebut secara positif serta menyesuaikan dengan koridor keislaman. Elemen budaya pop Korea seperti selalu mendengarkan lagu K-pop, langganan *bubble*, membeli *merchandise*, menonton konser, *fanmeeting*, menghadiri acara-acara K-pop seperti acara ulang tahun serta kegiatan galang dana dimaknai dengan tidak menanggalkan selayaknya sebagai seorang muslim. Penelitian ini berkontribusi terhadap kajian anak muda muslim dan budaya pop dengan mengembangkan gagasan Asef Bayat dan Linda Herera mengenai "*Being young and Muslim*". Studi ini menunjukkan anak muda berupaya mengakomodasi aspek-aspek hiburan dengan kesalehan secara inovatif serta menggunakan musik sebagai repertoar budaya untuk mengekspresikan identitas kepemudaan dan kemusliman. Data penelitian ini diambil dan di peroleh dari observasi dan wawancara mendalam selama lima bulan kepada penggemar *boy group* NCT. Tesis ini menunjukkan *fandom* K-pop muslim cenderung dihadapkan dengan serentetan negosiasi yang terus menerus terjadi di dalam diri mereka. Bentuk dari negosiasi yang mereka lakukan yaitu dengan memaknai segala kegiatan keranjingan K-pop ke dalam ranah muslim, seperti memaknai pertemuan antara penggemar dimaknai sebagai silaturahmi, mengikuti gaya berpakaian sang idola dengan tetap bergaya islami, memaknai kegemaran mengoleksi album dimaknai untuk belajar menjadi Musadiq dan *entrepreneur*. Serta menjadi anak muda yang tetap religious dan taat dengan mengikuti kegiatan galang dana, dan menjadi anak muda yang tetap menjalankan ibadah sebagai seorang muslim ketika menonton konser.

**Kata Kunci:** Budaya Pop, K-pop, Muslim K-pop

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Tesis ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya:

Ibunda Trisnani dan Ayahanda Tasiman yang selalu memberikan dukungan penuh untuk anaknya dalam segala hal terutama dalam hal pendidikan.

Terima kasih atas doa-doa yang selalu mengiringi Uri Eomma, Uri Abeoji dan juga Uri dongsaeng Rahmad Doni Saputra.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## MOTTO

*“Even if what you do is tough, if you give it your best, the day will come where many people will acknowledge all you do.”*

-Lee Taeyong-



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....	iii
PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	ix
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	x
MOTTO .....	xi
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR SINGKATAN.....	xviii
GLOSARIUM .....	xix
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
D. Kajian Pustaka .....	10
E. Kerangka Teoritis .....	14
F. Metode Penelitian.....	18
G. Sistematika Pembahasan.....	20
<b>BAB II CELEBRITY WORSHIP PADA PENGGEMAR</b>	
<b>K-POP.....</b>	<b>22</b>
A. Pengantar .....	22
B. Budaya <i>Celebrity Worship</i> Pada K-pop Di Dunia.....	23
1. Sisi Negatif <i>Celebrity Worship</i> .....	34
2. Sisi Positif <i>Celebrity Worship</i> .....	36
C. <i>Celebrity Worship</i> pada <i>Boy group</i> NCT di Indonesia.....	38
1. Sejarah <i>Boy group</i> NCT Dibentuk.....	39

2. <i>Boy group</i> Nct Mulai Dikenal dan Digemari di Indonesia .....	55
3. Eksistensi <i>Boy group</i> NCT Di Indonesia.....	75
a. Konser Dan Festival Yang Didatangi Di Indonesia .....	75
b. NCT Sebagai <i>Brand Ambassador</i> Produk Lokal .....	99
D. Kesimpulan .....	106
<b>BAB III BEING YOUNG, GAUL BERSAMA NCT</b> .....	108
A. Pengantar .....	108
B. <i>Why You Like</i> NCT? .....	109
1. SMstan dan Sistem <i>Group Limitless</i> .....	109
2. Keindahan Musik dan <i>Personality</i> Idol .....	118
C. Perayaan Sebagai NCTzen .....	127
D. Kesimpulan .....	131
<b>BAB IV BEING YOUNG MUSLIMAH SEKALIGUS NCTZEN</b> .....	133
A. Pengantar .....	133
B. Meet Up: Sebagai Interaksi Sosial NCTzen.....	133
C. Menikmati K-pop dengan Tampilan Gaya Hidup Islami.....	138
D. Kesalehan Beragama dengan Menjadi NCTzen .....	142
1. Musadiq Sekaligus <i>Entrepreneur</i> .....	142
2. <i>Religiositas</i> .....	145
E. Kesimpulan.....	150
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	152
A. Kesimpulan .....	152
B. Saran.....	154
DAFTAR PUSTAKA.....	155
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	165

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1:	Konten Raffi Nagita Trending di Indonesia dan Korea sampai masuk Pann .....	2
Gambar 2:	Penggemar K-pop muslim ketika <i>Fansign</i> dengan Idolanya .....	4
Gambar 3:	Negara yang paling banyak membicarakan K-pop di Twitter .....	24
Gambar 4:	Black Pink yang masuk menjadi 10 top global album menurut IFPI.....	28
Gambar 5:	<i>Boy</i> dan <i>Girl Group</i> Korea Selatan yang masuk Billboard World Album Chart2023.....	29
Gambar 6:	Tampilan layanan Bubble sumber dari Narasumber ..	31
Gambar 7:	Atas <i>Fansign</i> secara langsung, Bawah <i>Fansign</i> secara <i>online (Video call)</i> .....	33
Gambar 8:	Sertifikat Kemanusiaan Yang Diberikan Untuk “Huang Renjun” .....	38
Gambar 9:	Pertumbuhan percakapan di Twitter tentang K-pop secara Global dalam periode 2010-2012 .....	39
Gambar 10:	Pengumuman SM Global Audition .....	43
Gambar 11:	Artis-Artis SM di undang untuk menghadiri acara bersama Presiden Korea saat itu Moon Jae-In .....	44
Gambar 12:	Member Exo bersama presiden Korea Moon Jae In saat kedatangan presiden amerika serikat Donald Trump .....	45
Gambar 13:	<i>Group</i> yang berhasil di debutkan melalui proyek SM Rookies sebagai bentuk pelaksanaan <i>New Culture Technology</i> .....	46
Gambar 14:	<i>NCT U –Unit The 7th Sense</i> dan <i>NCT U-Unit Without You</i> .....	48
Gambar 15:	Anggota NCT 2018, dan anggota yang berpartisipasi dalam lagu “Baby Don’t Stop” dan lagu “Boss” .....	49
Gambar 16:	Secara resmi akun Instagram NCT memberikan ucapan terimakasih kepada penggemar atas tercapainya 200 Juta views di platform youtube .....	50
Gambar 17:	Anggota NCT 127 secara aktif berjumlah 9 anggota ..	51
Gambar 18:	Anggota NCT Dream secara resmi berjumlah 7 orang.....	52

Gambar 19: Anggota Wavy secara resmi berjumlah 6 anggota.....	53
Gambar 20: Anggota tetap NCT DoJaeJung ada 3 anggota.....	53
Gambar 21: Seluruh Anggota NCT Dari Unit NCT U, NCT 127, NCT Dream, Wavy, NCT DOJAEJUNG Berjumlah 23 (Maret 2023).....	54
Gambar 22: Aktivitas anggota NCT sebelum melakukan debut, dan juga anggota SMrookies secara keseluruhan.....	55
Gambar 23: Kerjasama SM Entertainment dan Transmedia.....	58
Gambar 24: Kantor SM Entertainmen Indonesia.....	60
Gambar 25: Kwangya Jakarta.....	62
Gambar 26: Kegiatan <i>Volunter</i> kemanusiaan yang diikuti Jaemin dan Jeno di Bekasi Indonesia.....	65
Gambar 27: Postingan respon positif yang di berikan oleh penggemar untuk aksi volunter Jaemin dan Jeno.....	67
Gambar 28: Jaemin dan Jeno mengunjungi SM Entertainment Jakarta.....	68
Gambar 29: NCT Dream menghadiri konser Korean Wave di Ecovention Ancol Jakarta Utara, 10 September 2019.....	69
Gambar 30: Data Artis K-pop yang paling banyak di Mention di Twitter tahun 2020.....	71
Gambar 31: Beberapa konten NCT tentang Indonesia.....	74-75
Gambar 32: NCT Dream mendatangi museum tekstil di Indonesia.....	76
Gambar 33: NCT Dream menghadiri acara HUT Transmedia Ke-18 tahun 2019 silam.....	79
Gambar 34: Mecimapro terkait konser The Dream Show In Jakarta.....	81
Gambar 35: The Dream Show In Jakarta pada 01 Maret 2020 di Istora Senayan Jakarta Pusat Indonesia.....	82
Gambar 36: Pengumuman resmi dari Ig @Allobank, antusias penggemar yang sudah menunggu menjelang masuk ke venue festival konser.....	83-84
Gambar 37: NCT Dream wawancara dengan CNN Indonesia setelah festival Allobank di Jakarta 2022.....	85
Gambar 38: Konser The Dream Show di tonton 36.000, dan <i>Vlog</i> Vidi Aldiano, Fadil Jaidi.....	89
Gambar 39: Penampilan NCT 127 dalam acara Spotify On Stage di Jakarta 2017.....	90

Gambar 40: NCT 127 Menghadiri Indonesian Television Award 2019 dan menerima penghargaan spesial Award yang diberikan langsung Oleh Harry Tanoesoedibjo, Selaku CEO dari RCTI .....	92
Gambar 41: Pemberitahuan harga tiket konser The LINK NCT 127, dan tiket terjual habis .....	94
Gambar 42: Kebersamaan Jerome Polin dengan NCT 127 diakses melalui Twitter pribadi @Jeromepolinsijabat .....	95
Gambar 43: Tagar twitter yang dibuat oleh penggemar, dan kebersamaan keluarga Ruben Onsu dengan anggota Wavy .....	97
Gambar 44: Penampilan Wavy di Indonesian Television Asia (ITA) 2022.....	97
Gambar 45: Pencapaian yang diraih oleh NCT Dojaejung dan pengumuman akan diadakannya acara <i>Face To Face</i> kepada Nctzen Indonesia.....	99
Gambar 46: NCT 127 sebagai <i>Brand Ambassador</i> dari beberapa produk local .....	102
Gambar 47: NCT Dream menjadi <i>Brand Ambassador</i> Somethinc, dan Lemonilo.....	104
Gambar 48: Lucas anggota dari NCT U dan Wavy yang menjadi <i>Brand ambassador</i> Neo Coffe.....	105
Gambar 49: Data perkembangan SMStan Indonesia, sumber gambar dari CNN .....	111
Gambar 50 : Tabloid gaul yang menginformasikan tentang K-pop menjadi media yang paling banyak dinikmati oleh penggemar tahun 2000 an.....	114
Gambar 51: Konser SMTOWN di GBK Indonesia pada tahun 2012 .....	116
Gambar 52: Musik Video Beautiful NCT .....	121
Gambar 53: Contoh percakapan penggemar dengan idola melalui aplikasi bubble.....	125
Gambar 54: Anggota NCT donasi untuk Suriah, Turki .....	126
Gambar 55: Contoh ketika idol melakukan bow .....	127
Gambar 56: Penggemar yang berkesempatan menonton konser maupun <i>fanmeet</i> NCT .....	128
Gambar 57: Koleksi Album serta merchandise Nctzen muslimah Indonesia .....	129



Gambar 58: Acara nonton bareng dengan NCTzen di Sukabumi.....	130
Gambar 59: Perayaan projek <i>Birthday Party Februari Boys Of NCT</i> di Yogyakarta.....	135
Gambar 60: Meet: Up sekaligus nonton bareng sesama Nctzen ...	136
Gambar 61: Gaya berpakaian NCTzen Muslimah ketika menghadiri acara konser.....	140
Gambar 62: Akun Instagram untuk mempromosikan usaha .....	143
Gambar 63: Konten yang terdapat sang idola melakukan doa setiap akan memulai aktivitas.....	146
Gambar 64: Bentuk projek berbagi dan galang dana .....	148

## DAFTAR SINGKATAN

- BTS : Singkatan dari *Bangtan Boys*. Sebuah *boy band* asal Korea Selatan yang beranggotakan tujuh orang
- IFPI : Singkatan dari *International Federation of the Phonographic Industry*. Sebuah organisasi yang bekerja di bidang rekaman dunia
- ITA : Singkatan dari Indonesian Television Awards
- NCT : Singkatan dari *Neo Culture Technology*. *Boy band* asal Korea Selatan dengan jumlah keseluruhan 23 anggota
- SNSD : Nama lain dari *girl band* “Girl Generation”
- SUJU : Nama lain dari Super Junior. Sebuah *boy band* Korea Selatan di bawah naungan SM Entertainment
- TVXQ : Singkatan dari *Tong Vfang Xien Qi* yang saat ini beranggotakan 2 orang
- TXT : Singkatan dari *Tomorrow X Together*. *Boy band* asal Korea Selatan
- Wamil : Singkatan dari wajib militer. Wamil menjadi kewajiban bagi setiap pria warga negara Korea Selatan biasanya berkisaran umur 18-27 tahun
- WAVY : Singkatan dari *Way Your Vision*. *Boy band* Korea Selatan beranggotakan 7 orang

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## GLOSARIUM

- Army** : Nama penggemar dari boy group BTS.
- Beyond live** : layanan streaming konser langsung *online* dan seri konser. Pertama kali didirikan pada April 2020 oleh perusahaan SM Entertainment yang berkemitraan dengan Naver.
- Bias** : Kecenderungan mendukung ataupun menentang suatu hal, orang maupun kelompok dari pada orang lain dengan cara yang kurang adil. Namun dalam dunia K-pop *bias* merupakan sebutan untuk seseorang idol yang paling favorit dalam satu grup. Biasanya penggemar K-pop bisa memiliki *bias* minimal satu dan tidak lebih dari dua dari jumlah keseluruhan anggota *boy group* tersebut.
- Blink** : Nama penggemar dari *girl band* Blackpink.
- Brand ambassador** : Seseorang yang dipercaya untuk mempromosikan sebuah produk untuk meningkatkan aktivitas *marketing* dan mendorong penjualan.
- Bside** : Lagu yang ada didalam album yang tidak dijadikan andalan atau dijagokan dalam aktiviats promosi.
- Comeback** : Dalam istilah K-pop yaitu ketika seseorang solois, *band* ataupun *boy group* akan kembali merilis lagu dan akan memasuki masa promosi. Tidak jauh berbeda dengan makna asli yaitu “kembali”.
- Debut** : Penampilan pertama artis atau penyanyi di depan umum.
- ELF** : Nama penggemar *boy group* Super Junior.

EXO-L	: Nama Penggemar dari <i>boy group</i> EXO.
<i>Fan Meeting</i>	: Acara resmi yang diselenggarakan oleh agensi atau perusahaan dari artis yang dinaungi guna mempertemukan <i>fans</i> dengan idola mereka. Perbedaan antara konser dengan <i>fan Meeting</i> yaitu terletak pada fokus acaranya, jika konser terfokus kepada idola membawakan lagu hits mereka, tetapi jika <i>fan meeting</i> idol lebih banyak dan lebih fokus untuk mengobrol santai kepada penggemar.
<i>Fangirling</i>	: Julukan untuk para penggemar perempuan yang sedang melakukan aktivitas baik mencari informasi idol, menonton musik video idol, dan apapun yang berkaitan dengan idolanya.
<i>Fansign</i>	: Acara bertemunya penggemar dengan idola untuk meminta tanda tangan mereka secara langsung.
<i>Games Variety Show</i>	: Acara permainan yang biasa dilakukan oleh selebriti, anggota masyarakat dan pesohor lainnya. MV Reaction yaitu konten memberikan reaksi berupa komentar dari musik video yang baru di rilis.
K-pop	: Korean pop adalah jenis musik populer yang berasal dari Korea Selatan.
Leader	: Orang yang bertugas memimpin dan mengatur semua anggota di dalam grup. Dalam dunia K-pop biasanya yang menjadi leader yaitu anggota yang paling tua maupun anggota yang memiliki waktu pelatihan paling lama diantara anggota yang lainnya.
Lysn	: (Hangul: 리슨) adalah aplikasi seluler Korea yang dibuat oleh perusahaan Korea Selatan

Dear U khusus untuk SM Entertainment. Aplikasi ini digunakan para artis untuk berkomunikasi berupa chatt kepada penggemar yang berlangganan. Aplikasi ini diciptakan pada tahun 2018, dan mendapatkan kepopuleran pada Februari 2020.

- Main dancer : Anggota yang memiliki kemampuan menari yang paling baik diantara anggota lain dalam grupnya.
- Main Rapper : Julukan untuk anggota yang memiliki teknik dan kemampuan rap terbaik dalam sebuah grup. Main rapper juga biasanya sering mendapatkan bagian paling banyak dalam setiap lagu yang dibawakan.
- Majalah “Gaul” : Kata lain dari tabloid adalah majalan remaja yang diterbitkan oleh PT Nuansa Karya Berita. Tabloid ini pertama kali terbit pada tahun 2002. Pada umumnya tabloid ini menyediakan informasi tentang film, musik. Tokoh. Tabloid ini memfokuskan diri menjadi sebuah media yang berkutat seputar dunia K-pop dan berhenti produksi pada Agustus 2014.
- Merchandise Official* : Beragam pernak pernik yang dijual ke publik dengan tema dan konsep tertentu, yang di desain secara unik yang dapat mempresentasikan grup idola /idola tertentu. Jenis-jenis *merchandise* diantaranya, *photocard, lightstik, photobook*, album, baju, gantungan kunci, poster, kalender, *casing handphoone, phone holder*.
- NCTzen : Sebutan penggemar dari boy group NCT. Nama penggemar atau *fandom* NCTzen

- secara resmi dibuat serta diumumkan kepada publik pada tanggal 12 Juni 2017.
- Pann** : Situs web milik Chaebol terkaya di Korea Selatan yaitu SK Group. Melalui web ini pengguna dapat memulai membahas topik pembicaraan atau diskusi antar penggemar.
- Sasaeng** : Penggemar yang sangat obsesif dari idola pop Korea, atau tokoh masyarakat lainnya, yang terlibat dalam penguntitan atau perilaku lain yang merupakan pelanggaran privasi. Istilah sasaeng berasal dari kata-kata dalam Bahasa Korea yaitu sa (Hangul: 사; Hanja: 私) yang berarti "pribadi" dan saeng (Hangul: 생; Hanja: 生) yang berarti "kehidupan," mengacu pada intrusi para penggemar ke kehidupan pribadi selebritas.
- SMStan** : Sebutan penggemar yang menyukai semua artis di bawah naungan SM Entertainment, baik dari artis generasi pertama sampai saat ini yang sudah memasuki generasi ke lima yaitu dari mulai penggemar HOT, BOA, TVQU, SUPER JUNIOR, SNSD, SHINNE, EXO, RED VELVET, NCT dan AESPA. Penggemar menyukai semua artis dari generasi ke generasi dan tidak bisa berpaling ke agensi musik lainnya.
- SMRookies** : Sebuah tim yang dibentuk secara resmi oleh perusahaan sebelum debut atau diperkenalkan kepada publik.
- Title track** : Judul lagu. Biasanya lagu title track digunakan sebagai lagu andalan ataupun lagu yang dijadikan sebagai lagu andalan (lagu utama) dalam setiap album yang akan di rilis

- Trainee* : Sebutan untuk siswa pelatihan yang di latih untuk menjadi artis/idol yang dibekali kelas akting, dancing, vokal, etika, dan bahasa. Waktu yang ditempuh selama menjadi *trainee* biasanya memakan waktu yang lama, sebelum akhirnya di debut kan secara resmi menjadi artis/idol.
- Tyongf : Nama penggemar yang mencintai Taeyong NCT.
- V live : Salah satu aplikasi yang digunakan idol korea untuk melakukan siaran langsung guna menyapa penggemar tercinta.
- Visual : Merujuk kepada seseorang yang memiliki penampilan fisik paling mencolok diantara anggota lain didalam grupnya.
- War tiket : War sendiri menurut bahasa yaitu perang, War tiket berarti perang tiket. Dalam istilah dunia K-pop war tiket yaitu berhubungan dengan momen penggemar memburu tiket konser baik dari band maupun *boy band* atau idola kesayangan mereka. Momen war tiket menjadi momen yang menegangkan bagi para penggemar dikarenakan selain jumlah tiket yang tersedia terbatas, penggemar harus rebutan dengan penggemar lainnya dalam hitungan detik.
- Wayzenni : Sebutan untuk penggear dari *Boy group* Wavy.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Baru-baru ini masyarakat dan penggemar K-pop Indonesia dihebohkan dengan kedatangan beberapa anggota NCT yaitu unit DOJAEJUNG (Doyoung, Jaehyun, Jungwoo) ke kediaman artis kondang tanah air yaitu Raffi Ahmad Nagita Slavina (RANS). Kedatangan anggota NCT diabadikan oleh Raffi Ahmad melalui Vlog melalui platform *youtube* yang berjudul “NCT DOJAEJUNG Diajak Tumpengan Di Rumah Baru Raffi Nagita! Rafathar & Jaehyun Akhirnya Dipertemukan” dan juga “Cipung Ajak NCT DOJAEJUNG Makan Bakso Di Garasi! NCT DOJAEJUNG Salfoks Liat Koleksi Mewah Raffi Nagita”. Kedua vlog tersebut sempat trending 1 dan 2 di Indonesia. Bukan hanya menyita perhatian masyarakat Indonesia, nyatanya melalui konten vlog tersebut penggemar Korea Selatan juga ikut berkomentar hingga trending di pann.<sup>1</sup> Di Indonesia sendiri selain trending di youtube juga trending di Twitter, penggemar menaikkan tagar #Raffi, #Rafathar, #Jaehyun, #Jungwoo.

Melalui vlog ini bahkan banyak melahirkan penggemar baru, pasalnya mereka benar-benar dibuat tertarik dengan interaksi dan keseruan NCT dengan Raffi Nagita, bahkan Jaehyun mendapatkan

---

<sup>1</sup>Pann adalah situs web milik Chaebol terkaya di Korea Selatan yaitu SK Group. Melalui web ini pengguna dapat memulai membahas topic pembicaraan atau diskusi antar penggemar



*followers* tambahan di akun instagramnya sebanyak +65.915, Jungwoo sebanyak +40.324, dan Doyoung +33 dalam 1 kali 24 jam. Hal ini menunjukkan bahwa kepopuleran serta antusiasme penggemar terhadap NCT.



**Gambar 1:** Konten Raffi Nagita Trending di Indonesia dan Korea sampai masuk Pann

Fenomena tersebut mampu mencuri perhatian masyarakat dan juga penggemar K-pop di Indonesia. Jauh sebelumnya,

penggemar K-pop terlebih dahulu dihebohkan dengan fenomena penggemar muslim Indonesia yang berkesempatan menghadiri *fansign*<sup>2</sup> secara langsung dengan idolanya di Korea Selatan, penggemar tersebut bernama Monika. Monika adalah selebgram hijabers sekaligus penggemar dari *boy group* BTS. Monika sempat mencuri perhatian penggemar K-pop terutama BTS dikarenakan ia berkesempatan menghadiri *fansign* mini album BTS bertajuk MAP OF THE SOUL:PERSONA 2019 silam.

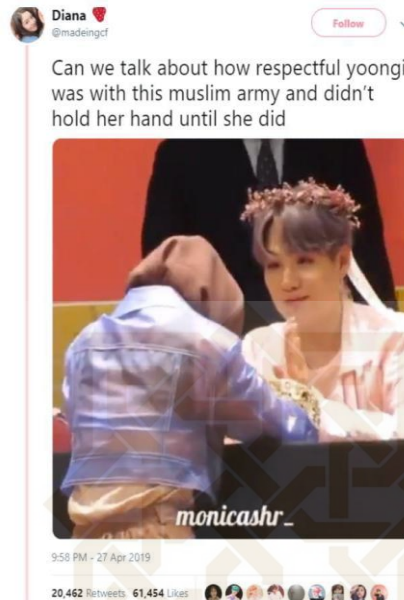
Hal menarik yang menjadi perbincangan yaitu ketika ia berinteraksi dengan salah satu anggota BTS yaitu Suga. Monika justru menunduk dan menghindari kontak mata secara langsung dengan sang idola. Begitupun dengan Suga yang terlihat menghindari kontak mata secara langsung dengan penggemar berhijab tersebut. Bahkan ketika Suga ingin bersalaman, ia terlebih dahulu meminta izin kepada Monika.

Interaksi keduanya sempat ramai menjadi perbincangan di kalangan Army.<sup>3</sup> Penggemar merasa *respect* dengan sikap Suga yang dinilai menghargai serta menghormati penggemar muslimah. Penggemar BTS lainnya juga sangat *respect* dengan sikap Monika yang tetap menjaga dirinya sesuai kepercayaannya, sekalipun di depan sang idola.

---

<sup>2</sup>*Fansign* yaitu acara bertemunya penggemar dengan idola untuk meminta tanda tangan mereka secara langsung.

<sup>3</sup>Army yaitu nama penggemar dari *boy group* BTS.



**Gambar 2:** Penggemar K-pop muslim ketika *Fansign* dengan Idolanya

Kedua fenomena tersebut menggambarkan fenomena *Celebrity Worship* pada penggemar K-pop tidak terkecuali penggemar K-pop muslimah. *Celebrity Worship* sendiri secara sederhana dimaknai sebagai keadaan di mana individu menjadi lebih tertarik untuk mengikuti segala aktivitas idola, bahkan sampai ke ranah pribadi sang idola.

Fenomena *Celebrity Worship* sendiri telah ramai diperdebatkan para sarjana. Mereka menyatakan bahwa *Celebrity Worship* menyebabkan kecanduan dengan selalu mencari informasi tentang sang idola. Selain itu juga menyebabkan kriminalitas, kecemasan, depresi serta cenderung melahirkan

tindakan negatif. Bahkan individu tersebut akan cenderung memiliki tingkat religiusitas yang rendah.<sup>4</sup>

Fenomena di mana anak muda muslimah menjadi penggemar dari idola K-pop, sampai mengikuti *fansign* secara langsung dengan sang idola menarik untuk kita bahas. Ketika sebagian dari perempuan muslim Indonesia saat ini sedang berusaha untuk memperjuangkan revitalisasi Islam serta mengadvokasi model kesalehan gender<sup>5</sup>, para penggemar K-pop justru memilih mengekspresikan dengan cara yang berbeda, yaitu dengan cara mengungkapkan secara terbuka hasratnya terhadap sang idola dan menolak apa yang ditabukan dalam urusan gender dan juga seksualitas.

Pendapat lain melihat fenomena tersebut sebagai bentuk partisipasi konsumen perempuan muda untuk dapat terlibat secara aktif dalam perdebatan wacana seputar identitas.<sup>6</sup> Hasrat muslimah K-pop untuk dapat mendefinisikan identitas diri mereka tidak

---

<sup>4</sup>Lorrain Sheridan dkk., "Celebrity Worship, Addiction and Crime," *Psychology Crime and Law* 13, no.6 (2007):559-57, DOI:10.1080/10683160601160653; John Maltby dkk., "Thou Shalt Worship No Other Gods-Unless They Are Celebrities: The Relationship Between Celebrity Worship and Religious Orientation," *Personality and Individual Differences* 3, no. 2 (2002):1157-1172, PII:S0191-8869(01)00059-9; John Maltby dkk., "The Self-Reported Psychological Well-Being Of Celebrity Worshipers," *North American Journal of Psychology* 3, no.3 (2001):441-452; John Maltby dkk., "Thou Shalt Worship No Other Gods-Unless They Are Celebrities: The Relationship Between Celebrity Worship and Religious Orientation," *Personality and Individual Differences* 3, no.2 (2002):1157-1172, PII:S0191-8869(01)00059-9.

<sup>5</sup>Rachel Rinaldo, "Muslim Women, Middle Class Habitus, and Modernity in Indonesia," *Contemporary Islam* 2, no.1 (Februari 2008): 25-27.

<sup>6</sup>Ariel Heryanto, *Identitas dan Kenikmatan Politik Budaya Layar Indonesia*, (Jakarta:Kepustakaan Populer Gramedia, 2015) 276.

hanya didasarkan kepada kenikmatan dalam budaya konsumen, tetapi sekaligus dapat dipahami sebagai usaha untuk membentuk serta membangun narasi baru serta posisi baru mereka dari campuran kreatif terhadap budaya lokal dan juga pengaruh dari budaya global.<sup>7</sup>

Dalam hal ini Asef Bayat selaku sosiolog kontemporer Iran berpendapat bahwa generasi muda muslim memainkan peran penting dalam menciptakan agenda politik baru. Di mana budaya, aspirasi maupun kapasitas sosio-ekonomi merepresentasikan identitas di kalangan komunitas muslim saat ini.<sup>8</sup> Sejalan dengan hal tersebut, peneliti berpendapat bahwa anak muda muslim yang menyukai K-pop menjadi subjek penting guna memahami generasi muda Indonesia, yang saat ini hidup dalam lanskap arus kebudayaan global. Partisipasi mereka terhadap budaya populer seperti K-pop tidak dapat dihindari bahkan menjadi bagian penting dalam keseharian anak muda Indonesia saat ini.

Selain itu cara-cara mereka berinteraksi dengan budaya populer yang ada tentunya membuka diskursif baru seputar identitas anak muda Indonesia kontemporer. Dengan mereka yang berusaha untuk mendamaikan kesalahan yang berlandaskan moral agama dengan sekaligus menjadi penikmat dari budaya populer menjadi terobosan serta usaha baru yang dilakukan anak muda.

---

<sup>7</sup>*Ibid.* 49

<sup>8</sup>Asef Bayat dan Linda Herrera, "Introduction: Being Young and Muslim in Neoliberal times" dalam *Being Young and Muslim: New Culture Politics in Global South and North*, ed. Oleh Asef Bayat dan Linda Herrera (New York;Oxford: Oxford university Press, 2010), 3.

Sejalan dengan fenomena tersebut Yoon berusaha melihat perjumpaan anak muda muslim Indonesia dengan K-pop di mana anak muda muslim Indonesia cenderung taat terhadap agamanya tetapi pada saat yang bersamaan mereka juga sekaligus sebagai pecinta K-pop yang bersemangat.<sup>9</sup>

Richtig dan Rahmatullah dalam studi mengenai pemuda muslim yang hijrah dari penikmat budaya Korea menyatakan kehadiran budaya pop Korea mendapatkan penolakan dari sebagian masyarakat muslim, kalangan aktivis dan juga pendakwah. Melihat hal tersebut, K-popers Hijrah hadir sebagai media yang berupaya untuk membentuk otoritas keagamaan baru yang fokus menyuarakan generasi muslimah untuk hijrah dari budaya Korea menuju kepada nilai-nilai kesalehan dengan menampilkan simbol-simbol keagamaan di ruang media sosial.<sup>10</sup>

Penelitian-penelitian sebelumnya menjadi sumbangan keilmuan dalam penelitian yang saya lakukan. Tesis ini secara khusus mengkaji tentang perjumpaan anak muda muslim dengan budaya populer Korea khususnya pada penggemar *boy group NCT*. Sejauh ini studi-studi terdahulu yang berkaitan dengan anak muda muslim dengan budaya populer korea seperti Yoon dan Richtig menunjukkan bagaimana proses negosiasi dan adaptasi anak muda muslim terhadap pasifnya budaya populer khususnya K-pop ke

---

<sup>9</sup>Soony Yoon, "K-pop *Fandom* in Veil: Religious Reception and Adaptation to Popular Culture," *Journal of Indonesian Islam* 13, no.1 (Juni 2019):1-20, <https://doi.org/10.15642/JIIS.2019.13.1.1-20>.

<sup>10</sup>Iqomah Richtig, Rahmatullah, "@K-popers.Hijrah:Otoritas Keagamaan dan Kesalehan Di Kalangan K-popers Muslimah Muda Indonesia," *Jurnal Masyarakat dan Budaya* 24 no.3 (2022), DOI: 10.55981/jmb.1664.

Indonesia. Berkontribusi dalam perdebatan tersebut, saya akan mengambil studi kasus pada *boy group NCT* untuk melihat bagaimana *fandom* NCTzen menegosiasikan diri mereka sebagai muslimah sekaligus sebagai penggemar.

Saya berargumen bahwa anak muda muslim Indonesia keranjingan K-pop saat ini mampu menerima dan mengapresiasi budaya populer yang ada. Secara bersamaan muslimah muda Indonesia mampu menjadi muslimah yang taat, dalam waktu bersamaan juga muslimah muda Indonesia aktif mengikuti budaya populer K-pop, seperti menonton konser, menghadiri acara *fanmeeting*, membeli album, serta menghadiri proyek-proyek yang diadakan oleh penggemar NCT. Anak muda Indonesia mampu mengakomodasi aspek hiburan dengan kesalehan yang inovatif, serta menggunakan musik sebagai repertoar budaya untuk mengekspresikan identitas kepemudaannya.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini berupaya untuk menjawab beberapa pertanyaan yaitu sebagai berikut:

1. Apa yang membuat anak muda muslim menyukai K-pop?
2. Bagaimana tipikal dan karakter penggemar *boy group* NCT?
3. Bagaimana cara mereka memaknai menjadi anak muda muslim sekaligus menjadi NCTzen?

### C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguraikan fenomena *Celebrity Worship* anak muda muslim penggemar K-pop dari salah satu *boy group* Korea Selatan yaitu NCT (*Neo Culture Technology*) yang tetap menjadi penikmat keranjingan K-pop sekaligus tanpa menghilangkan identitasnya sebagai muslimah. Beberapa isu menjadi titik fokus kajian dalam penelitian ini yaitu dimulai dari fenomena *Celebrity Worship* pada K-pop secara keseluruhan. Diawali dengan pembahasan mengenai kepopuleran K-pop yang mampu diterima dan mendapatkan popularitasnya bukan hanya di kancah Asia saja namun juga mampu diterima di kancah internasional, kesuksesan yang diraih oleh K-pop tentu tidak lepas dari aktivitas *Celebrity Worship* di mana penggemar secara aktif ikut berpartisipasi diterimanya K-pop di seluruh dunia. Selain itu, penelitian ini tentunya berupaya untuk mendeskripsikan secara mendalam mengenai eksistensi dan asal mula *boy group* NCT digemari di Indonesia. Secara lebih dalam penelitian ini juga berupaya untuk menguraikan bagaimana penggemar muslim memaknai identitasnya sebagai muslimah yang secara bersamaan juga menjadi penggemar dari *boy group* NCT.

Dalam ranah akademik, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam diskusi akademik mengenai anak muda muslim yang mampu menjadi penikmat dari budaya populer (K-pop) sekaligus juga bisa membatasi dan mengontrol diri dengan mampu memilih mana yang baik dan tidak baik, mana yang bisa ditiru dan mana yang tidak bisa ditiru dari paparan budaya K-pop



itu sendiri. Pada dasarnya anak muda saat ini sangat selektif mengenai apa yang dapat dan tidak dapat mereka tiru dari budaya-budaya populer.

#### **D. Kajian Pustaka**

Untuk mempermudah pembacaan kajian pustaka, peneliti membagi menjadi tiga bidang kajian *Celebrity Worship* pada muslimah yaitu dampak yang ditimbulkan dari *Celebrity Worship*, alasan individu melakukan *Celebrity Worship*, dan juga *Celebrity Worship* yang termasuk kedalam budaya populer K-pop pada muslimah.

Pertama kajian *Celebrity Worship* yang berfokus pada dampak. *Celebrity Worship* sendiri mengakibatkan pemuja cenderung memiliki sifat narsis, *materialism*, *self esteem* rendah. Selain itu mereka cenderung akan kesulitan dalam membentuk identitas diri. Individu yang melakukan *Celebrity Worship* akan cenderung membeli barang-barang yang sama dengan sang idola. Hal ini mereka lakukan guna mendapatkan perhatian dari penggemar lain.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup>John Maltby dkk., "Personality And Coping: A Context For Examining Celebrity Worship And Mental Health," *British Journal of Psycholog* 95, no.4 (2004):411–428, <https://doi.org/10.1348/0007126042369794>; Chau kui Cheung dan Xiao Dong Yue, "Identity Achievement And Idol Worship Among Teenagers In Hong Kong," *International Journal of Adolescence and Youth* 11, no.1 (2003):1–26, <https://doi.org/10.1080/02673843.2003.9747914>; Tahir Islam dkk., "Determinant Of Compulsive Buying Behavior Among Young Adults: The Mediating Role Of Materialism," *Journal Of Adolescence* (2017):117-130, DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.adolescence.2017.10.004>.

Kedua kajian *Celebrity Worship* yang berfokus pada alasan individu melakukan *Celebrity Worship*, yaitu untuk menghilangkan depresi dan kecemasan. Kondisi individu yang merasa kesepian serta memiliki harga diri rendah juga akan sering mengunjungi media sosial sang idola. Hal ini mereka lakukan tidak lain guna mengisi kekosongan pada dirinya. Selain itu individu yang tidak nyaman dengan kedekatan dalam hubungan nyata juga akan memilih melakukan hubungan *Celebrity worship* dengan idola yang mereka anggap memiliki kemiripan dengan dirinya. Bahkan ketika individu merasa kehilangan sosok figur orang tua dalam hidupnya, mereka cenderung akan mencari sosok tersebut pada idola mereka.<sup>12</sup>

Ketiga yaitu kajian yang berfokus pada budaya K-pop dengan muslimah yaitu seperti yang dilakukan oleh Mulya yaitu muslimah Indonesia mampu memilih mana yang baik dan mana yang tidak baik dari budaya K-pop untuk dirinya. Pada posisi ini

---

<sup>12</sup>John Maltby dkk., "The Self-Reported Psychological Well-Being Of Celebrity Worshipers," *North American Journal Of Psychology* 3, no.3 (2001):441-452; Kristina Fianiyanti, Yulia Sari, Istar Yuliadi, "Hubungan Celebrity Worship Dengan Perilaku Berbelanja Kompulsif Pada Remaja," *Journal Plexus Medical* 1 no.2 (2022):75-80, DOI:<https://doi.org/10.20961/plexus.v1i2.28>; Nurul Fatimah, Iga Noviekayati, Amherstia Pasca Rina, "Perilaku Celebrity Worship Pada Remaja Komunitas Nctzens Di Indonesia Ditinjau Dari Loneliness," *Jurnal Penelitian Psikologi* 2 no.2 (Desember 202):122-135; Jaye L Derrick, Shira Gabriel, Brooke Trippin, "Parasocial Relationships And Self-Discrepancies: Faux Relationships Have Benefits For Low Self-Esteem Individuals," *Journal Of The Interpersonal Association For Relationships Research* 15 (2008):261-280, <https://doi.org/10.1111/j.1475-6811.2008.00197.x>; Chau-kui Cheung, Xiao Dong Yue, "Idol Worship As Compensation For Parental Absence," *International Journal of Adolescence and Youth* 17 no. 1 (March 2012):35-46, <https://doi.org/10.1080/02673843.2011.649399>.

penggemar muslimah menunjukkan bahwa menikmati K-pop tidak berarti meniru budaya K-pop secara keseluruhan dan sembarangan, tetapi mereka mengapropriasi budaya asing tersebut dan menyelaraskannya dengan nilai-nilai agama lokal.

Penggemar muslim Indonesia juga beranggapan bahwa keimanan tidak relevan dengan praktik dan subjektivitas mereka sebagai penggemar. K-pop hanya dijadikan sebagai hiburan saja. Penggemar muslim Indonesia mengaku lebih menekankan pada persamaan serta hubungan silang antara kedua budaya yaitu K-pop dan Islam.<sup>13</sup>

Penelitian serupa dilakukan oleh Richtig kepada penggemar keranjingan *hallyu*. Narasumber dalam penelitian ini yaitu muslim yang dulunya sebagai penikmat *hallyu* dan berusaha untuk menjadi saleh yang terhubung dalam komunitas X-Kwavers (komunitas mantan keranjingan *hallyu* yang berupaya menjadi saleh). Dalam penelitiannya anak muda muslim keranjingan *hallyu* saat ini mengalami ambiguitas. Di mana di satu sisi mereka dihadapkan pada tuntutan sebagai muslim yang saleh, tetapi di sisi lain juga mereka tetap ingin mengkonsumsi budaya K-pop. X-Kwavers hadir guna mengisi kekosongan tersebut, menjadikan anak muda bukan hanya sebagai konsumen yang pasif tetapi juga

---

<sup>13</sup>Teguh Wijaya Mulya, "Keyakinan Dan *Fandom*: Pemuda Muslim Indonesia Menegosiasikan K-pop Dan Islam," *Islam Kontemporer*, Fakultas Psikologi Universitas Surabaya, (04 Oktober 2021), <https://doi.org/10.1007/S11562-021-00475-1>.

menjadi agen yang aktif dalam menyebarkan narasi-narasi dakwah melalui elemen-elemen *hallyu*.<sup>14</sup>

Syed dan Kwon dalam penelitian yang dilakukan kepada mahasiswa muslim Malaysia yang mengikuti pertukaran pelajar di Korea menghasilkan bahwa mahasiswa muslimah tersebut tetap menggunakan hijab serta berusaha mencari dan hanya mengkonsumsi makanan yang halal selama mereka tinggal di Korea. Hal ini mereka lakukan sebagai simbol kehormatan sebagai seorang muslimah. Pada penelitian ini penulis tidak secara spesifik mengulik identitas mereka sebagai penggemar idol tertentu, dikarenakan narasumber atau partisipan lebih yang lebih banyak membicarakan pengalamannya selama tinggal di Korea dibandingkan dengan kegiatannya menjadi penggemar dari idol Korea tertentu. Namun pada penelitian ini mahasiswa muslim menyatakan bahwa mereka mulai belajar memakai *make-up* korean *looks*. Hal tersebut mereka anggap sebagai salah satu bentuk dari pemberdayaan perempuan dalam ranah publik.<sup>15</sup>

Yoon menggunakan studi etnografi guna memotret fenomena budaya K-pop pada muslimah Indonesia di Yogyakarta Indonesia. Dengan mewawancarai penggemar muslimah taat yang sekaligus juga sebagai penikmat K-pop. Ia beranggapan bahwa penggemar muslim Indonesia mampu menerima serta meniru

---

<sup>14</sup>Iqomah Richtig, "Religious Authority and Negotiating Piety Amongst Indonesian Female Muslim Youth K-popers," *Jurnal Masyarakat dan Budaya* 24, no.3 (2022), <https://doi.org/10.55981/jmb.2022.1664>.

<sup>15</sup>Syed, MAM, & Kwon, S.-H, "Hallyu and Strategic Interpretation Of Malaysian Modernity Among Young Malay Women," *Asian women* 35 no.3 (2019):1–24, <https://doi.org/10.14431/aw.2019.09.35.3.1>.

budaya pop Korea tetapi tidak menghindari dari norma-norma sosial serta doktrin agama. Seperti halnya”mereka meniru gaya rambut idol mereka, tetapi mereka tetap menggunakan hijab ketika keluar rumah”. Mereka juga memakai lip tint Korea, serta memakai *hotpants* (Celana pendek) ketika mereka berada di kamar pribadinya. Dalam studinya Yoon juga menganalisis terkait cita-cita penggemar terhadap maskulin baru yang diadopsi penggemar sebagai bentuk perlawanan terhadap norma gender, seperti mengidealkan pria pekerja keras dan baik hati. Dalam hasil temuannya juga diketahui bahwa penggemar muslimah menginginkan jalan yang bersih untuk semua orang.<sup>16</sup>

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh sarjanawan baik mengenai fenomena *Celebrity Worship* maupun perjumpaan anak muda muslim dengan budaya populer Korea tidak terkecuali yaitu K-pop menjadi sumbangan penelitian dalam tesis ini. Namun secara khusus dalam tesis ini peneliti akan membahas mengenai perjumpaan anak muda muslim yang keranjingan budaya Korea yaitu *Celebrity worship* pada salah satu *fandom* K-pop yang ada di Indonesia yaitu NCTzen (penggemar *boy group* NCT).

### **E. Kerangka Teoritis**

Penelitian ini berusaha untuk melihat bagaimana perjumpaan anak muda muslim terhadap budaya populer, serta bagaimana mereka menegosiasikan kedua hal tersebut sebagai anak muda.

---

<sup>16</sup>Soony Yoon, “K-pop *Fandom* in Veil: Religious Reception and Adaptation to Popular Culture,” *Journal of Indonesian Islam* 13, no.1 (Juni 2019), <https://doi.org/10.15642/JIIS.2019.13.1.1-20>.

Asumsi ini berangkat dari anak muda yang mengalami ambiguitas. Mereka secara aktif mengkonsumsi budaya populer, tetapi tetap berusaha memaknai hal tersebut selayaknya seorang muslim. Budaya populer yang penulis maksud disini yaitu fenomena *Celebrity Worship* pada K-pop.

*Celebrity Worship* atau biasa dikenal dengan idol worship merupakan bentuk pengidolaan terhadap selebriti atau orang yang terkenal dan mendapatkan perhatian dari publik dan juga media.<sup>17</sup> *Celebrity Worship* ini menjadi bentuk kekaguman dan rasa cinta individu terhadap idola yang mereka tunjukkan dengan berbagai bentuk yang mengakibatkan terciptaan kelekatan terhadap sang idola.<sup>18</sup>

*Celebrity Worship* terdiri dari tiga aspek, diantaranya yaitu *entertainment social* yaitu tingkat terendah dalam *Celebrity Worship*. Pada tahap ini penggemar menganggap idola sebagai hiburan sosialnya. Penggemar juga mulai bergabung kedalam *fandom* idola yang mereka ikuti, *Intense personal feeling*, pada tahap ini penggemar tergolong menjadi impulsif dan juga kompulsif terhadap segala sesuatu yang berhubungan dengan idolanya. Hal ini menyebabkan penggemar kemudian menjadi memiliki kebutuhan untuk mengetahui apapun tentang idolanya.

---

<sup>17</sup>Chau kui Cheung, Xiao Dong Yue, "Identity Achievement And Idol Worship Among Teenagers In Hong Kong," *International Journal of Adolescence and Youth* 11, no.11 (2003):1-26, <https://doi.org/10.1080/02673843.2003.9747914>.

<sup>18</sup>Jacky Ka Kei Liu, "Idol Worship,Religiosity, and Self Esteem Among University and Secondary Students in Hong Kong," *Retrieved from City University of Hong Kong, CityU Institutional Repository*, (April 2013), <https://www.researchgate.net/publication/330727653>.

Baik dari berita terbaru hingga informasi mengenai pribadi dari idola tersebut. *Borderline pathology* di mana individu pada tahap ini akan melakukan apapun demi idolanya meskipun hal tersebut melanggar hukum serta terkadang juga bias membahayakan sang idola seperti halnya seorang *sasaeng*.<sup>19</sup>

Budaya pop sendiri dari waktu ke waktu akan terus berkembang sesuai dengan derasnya arus globalisasi. Setiap generasi memiliki kecenderungan terhadap budaya populer, seperti halnya musik, generasi-generasi selanjutnya akan mendengarkan musik sesuai dengan generasi mereka. Salah satu budaya yang saat ini mulai populer yaitu budaya pop.<sup>20</sup> Anak muda menjadikan musik sebagai repertoar budaya yang darinya mereka dapat mengekspresikan banyak identitas. Bahkan ketika hal itu mungkin tampak kontradiktif.<sup>21</sup>

Pemuda muslim pada umumnya menunjukkan minat serta keterlibatan yang besar dalam jenis musik global seperti pop, rock,

---

<sup>19</sup>Sasaeng atau penggemar sasaeng adalah penggemar yang sangat obsesif dari idola pop Korea, atau tokoh masyarakat lainnya, yang terlibat dalam penguntitan atau perilaku lain yang merupakan pelanggaran privasi. Istilah *sasaeng* berasal dari kata-kata dalam Bahasa Korea yaitu *sa* (Hangul: 사; Hanja: 私) yang berarti "pribadi" dan *saeng* (Hangul: 생; Hanja: 生) yang berarti "kehidupan," mengacu pada intrusi para penggemar ke kehidupan pribadi selebritas. Lih Maltby, "Personality and Copying: A Context For Examining Celebrity Worship and Mental Health," *British Journal of Psychology* 95, no.4 (November 2004):411-28, <https://doi.org/10.1348/0007126042369794>.

<sup>20</sup>Asef Bayat, "Maroc-Hop: Music and Youth Identities in the Netherlands", dalam *Being young and Muslim: new cultural politics in the global south and north*, ed. Oleh Asef Bayat dan Linda Herrera (New York: Oxford University Press, 2010), 322.

<sup>21</sup>*Ibid.* 323

rap. Genre musik global nyatanya telah menjadi penanda identitas penting baik kaum muda perkotaan, baik muslim maupun non muslim.<sup>22</sup> Namun ada negosiasi yang sedang berlangsung antara penggunaan budaya populer ini dan habitus “kemusliman”. Oleh karena itu mereka cenderung akan mengalami ambiguitas. Posisi tersebut menjadikan mereka tidak hanya taat sebagai seorang muslim, tetapi juga berusaha untuk menjadi anak muda yang modern.<sup>23</sup> Anak muda saat ini mampu menciptakan caranya sendiri dalam merespon budaya pop. Mereka berusaha untuk mengartikulasikan keislaman dengan cara mengakomodasi habitus mereka sebagai anak muda tanpa menghilangkan kesenangannya.<sup>24</sup>

Anak muda saat ini juga mampu mempertimbangkan mana yang baik dan mana yang tidak baik untuk dirinya sendiri, dan dijuluki sebagai pelopor baik untuk dirinya maupun untuk komunitasnya. Bahkan secara khusus kaum muda saat ini mampu menjadi anak muda yang sangat selektif dalam menerima budaya populer yang tengah marak di kalangan anak muda.<sup>25</sup>

Nampaknya anak muda saat ini tidak hanya sebagai penikmat aktif tetapi juga menggabungkan diri mereka dengan tren global dari budaya populer, tetapi justru mereka juga mampu

---

<sup>22</sup>Bayat, “Being Young and Muslim Neoliberal time,” 23.

<sup>23</sup>Bayat, 20.

<sup>24</sup>Bayat, 18-19.

<sup>25</sup>Asef Bayat, “Musik VCD sand the New Generation:Negotiating Youth, Femininity, and Islam in Indonesia”, dalam *Being young and Muslim: new culture politics in the global south and north*, ed. Oleh Asef Bayat dan Linda Herrera (New York:Oxford University Press, 2010), 354.



mengambil inspirasi dari perkembangan dari tren global tersebut baik dari bahasa, *fashion*, musik maupun gaya hidup.<sup>26</sup>

Dari uraian di atas, peneliti berpendapat bahwa anak muda muslim saat ini cenderung akan menegosiasikan kedua identitasnya yaitu dengan berusaha menjadi muslimah yang taat, sekaligus sebagai penikmat budaya K-pop (*Celebrity Worship*). Mereka akan tetap mencari cara untuk mendamaikan keduanya, selain itu juga mereka anak muda muslimah saat ini justru dapat memilih secara selektif bagian mana yang bisa mereka ikuti dan mana yang tidak bisa mereka ikuti dari budaya K-pop yang mereka gemari. Bahkan tidak sedikit dari mereka justru memadupadankan kedua identitas tersebut seperti yang terlihat dalam pemilihan gaya hidup seperti *fashion* (anak muda saat ini akan menggabungkan gaya pakaian idol K-pop dengan gaya pakaian muslimah).

## **F. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan studi kualitatif dengan menerapkan metode *digital ethnography*. Penulis secara intens memulai pengambilan data sejak Desember 2022 sampai Mei 2023. Penghimpunan data dilakukan dalam dua cara yaitu pertama mewawancarai penggemar sekaligus penyelenggara acara yang berkaitan dengan sang idola. Penulis mendapatkan dua penggemar yang sekaligus sebagai aktor dalam mengadakan proyek untuk idola seperti proyek ulang tahun dan juga galang dana. Perjumpaan

---

<sup>26</sup>Suzanne Naafs dan ben White, "Intermediate Generations: Reflections on Indonesian Youth Studies," *The Asia Pacific Journal of Anthropology* 13, no.1 (Februari 2012):16-17.

awal penulis dengan penggemar sekaligus anggota proyek ulang tahun dan galang dana yaitu melalui media sosial *Instagram*, kemudian dilanjutkan dengan komunikasi intens (wawancara mendalam) melalui *WhatsApp*. Setelah itu penulis mengikuti serangkaian kegiatan yang diadakan oleh penggemar.

Untuk menggambarkan sejauh mana aktivitas *Celebrity Worship* penggemar terhadap *boy group* NCT, penulis mewawancarai 5 orang lainnya yang tergabung dalam grup *WhatsApp* “*Sijeuni House*”. Dalam grup ini terdiri dari 66 anggota dari berbagai kota yang berbeda. Penulis mengawali dengan memberikan karakteristik sebagai narasumber dari penelitian yang akan dilakukan yaitu seperti yang sudah pernah mengikuti konser NCT baik *online* maupun secara langsung, penggemar yang pernah atau memiliki *photo cart* dan *merchandise* lainnya, serta penggemar muslimah yang memakai hijab.

Narasumber yang memenuhi karakteristik tersebut kemudian melakukan obrolan secara personal dengan peneliti dan dimulainya wawancara mendalam terhadap narasumber. Dalam wawancara yang dilakukan penulis mengajukan pertanyaan seperti sejak kapan menyukai NCT, alasan mengapa menyukai NCT, dan hal apa saja yang dilakukan penggemar selama menyukai NCT, serta bagaimana penggemar memaknai identitasnya sebagai muslimah sekaligus sebagai NCTzen.

Penulis juga melakukan observasi langsung (terlibat secara langsung) dengan penggemar, dimulai dengan menjadi anggota aktif dalam grup *WhatsApp* “*Sijeuni House*”, kemudian mengikuti

acara-acara yang diadakan di Yogyakarta seperti menghadiri proyek ulang tahun idol, nonton bareng (nonton konser secara *online*). Selain itu, penulis juga mengamati interaksi antar penggemar yang ada di grup “*Sijeuni House*”. Penulis juga secara aktif melakukan observasi dengan mengamati keeksistensian *boy group* NCT dari berbagai media sosial seperti Twitter, *Instagram*, dan juga *Youtube*. Informasi melalui beberapa media seperti berita, artikel, poster dari *boy group* NCT penulis gunakan sebagai penunjang bahan penelitian ini.

### **G. Sistematika Pembahasan**

Untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif dan logis, penulis menyusun pembahasan tesis ini menjadi lima bab. Setiap bab terdiri dari beberapa subbab. Bab pertama berisi tentang pendahuluan yang tersusun menjadi tujuh sub bab pembahasan, yaitu latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, kajian teoritis, metode penelitian dan terakhir yaitu sistematika pembahasan.

Selanjutnya yaitu bab kedua mengurai tentang fenomena *Celebrity Worship* pada penggemar K-pop. Pada bab ini diawali dengan pembahasan mengenai budaya *Celebrity Worship* pada K-pop secara universal, kemudian dilanjutkan dengan pembahasan *Celebrity Worship* pada *boy group* NCT di Indonesia, pada bagian ini penulis juga menyinggung terkait bagaimana sejarah dibentuknya *boy group* NCT, kemudian kapan NCT mulai digemari di Indonesia dan bagaimana eksistensi *boy group* NCT di

Indonesia. Pembahasan ini menjadi penting karena agar kita mengetahui sosok yang digemari oleh pemuda Indonesia saat ini.

Bab ketiga membahas tentang anak muda yang menggemari budaya K-pop dengan menjadi penggemar NCT. Bab ini diawali dengan penjelasan alasan mengapa anak muda memilih dan menyukai NCT sebagai idola yang mereka ikuti atau gemari. Selanjutnya, dilanjutkan dengan pembahasan mengenai bentuk-bentuk perayaan selama menggemari *boy group* NCT.

Bab keempat secara khusus mengeksplorasi pembahasan mengenai pemuda muslim yang sekaligus menjadi penggemar NCT (NCTzen). Pada bagian ini akan dijelaskan bagaimana muslimah mampu memaknai perayaan-perayaan selama menjadi NCTzen dengan tidak meninggalkan identitasnya sebagai muslimah. Bab ini diawali dengan pembahasan *meet-up* sebagai interaksi sosial antara penggemar (NCTzen), dilanjutkan dengan menikmati K-pop dengan gaya hidup yang islami, dan terakhir pembahasan pada bab ini akan ditutup dengan penjelasan terkait kesalahan beragama dengan menjadi NCTzen (penggemar NCT).

Bab kelima berisi kesimpulan secara keseluruhan dari semua bab untuk menjawab rumusan masalah yang diajukan pada bab pertama. Pada bab ini juga menyertakan saran untuk penelitian selanjutnya.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Budaya K-pop akhir-akhir ini mampu mencuri perhatian penggemar di berbagai negara. K-pop akhirnya mulai memasuki pasar Asia dan pasar Internasional sejak pertengahan 2000 an. Beberapa nama idol yang mendunia pada saat itu diantaranya yaitu BOA, TvXq, Super junior, girl Generation, Exo dan masih banyak lagi artis-artis lain yang berada di luar perusahaan SM Entertainment. Kesuksesan idol tersebut mampu membuka jalan bagi artis-artis dan idola baru seperti NCT, Blackpink, BTS, Red Velvet, dll untuk masuk ke pasar Asia maupun Internasional. Kesuksesan yang diraih idol memberikan dampak positif bagi eksistensinya di dunia hiburan, sehingga *brand-brand* ternama seperti Dior, Chanel menjadikan mereka *Brand/Global Ambassador* dari produk tersebut.

Namun tentunya dibalik kesuksesan yang diraih oleh idol K-pop ada campur tangan (dukungan dan cinta) dari penggemar. Bentuk dukungan yang berikan penggemarpun beragam. Seperti yang dilakukan NCTzen penggemar dari *boy group* NCT di Indonesia yaitu mulai dari *streaming* lagu-lagu NCT, membeli *merchandise*, menonton konser, menghadiri *fanmeeting*, menghadiri acara *birthday party*, berlangganan *bubble*, dan melakukan kegiatan galang dana. Beberapa perayaan K-pop yang

dilakukan penggemar tersebut ditunjukkan sebagai bentuk dukungan penggemar terhadap sang idola.

Namun tidak dapat dipungkiri bahwa *stereotype* masyarakat yang memandang bahwa budaya K-pop tidaklah cocok untuk diikuti muslimah kerap muncul. K-pop selalu dikaitkan dengan kemudharatan, yang terlalu memikirkan duniawi, hanya sebatas hiburan semata tanpa ada esensi lain yang lebih dalam. Akan tetapi hasil penelitian yang dilakukan kepada 7 NCTzen muslimah tentu menjadi semakin menarik melihat bagaimana mereka mampu menegosiasikan diri mereka sebagai muslimah sekaligus NCTzen.

Tesis ini berisi tentang anak muda yang berupaya mengakomodasi aspek-aspek hiburan dengan kesalehan secara inovatif serta menggunakan musik sebagai repertoar budaya untuk mengekspresikan identitas kepemudaan dan kemusliman. Hasil dari tesis ini menunjukkan *fandom* K-pop muslim cenderung dihadapkan dengan serentetan negosiasi yang terus menerus terjadi di dalam diri mereka. Bentuk dari negosiasi yang mereka lakukan yaitu dengan memaknai segala kegiatan keranjingan K-pop ke dalam ranah muslim. Hal ini terjadi pada NCTzen muslim Indonesia yaitu memaknai acara pertemuan antara penggemar dimaknai sebagai silaturahmi, mereka mampu mempertahankan gaya hidup islami dengan tetap memakai hijab dan memilih memadupadankan gaya berpakaian idol dengan hijab yang mereka kenakan. Memaknai kegemaran mengoleksi album dimaknai untuk belajar menjadi Musadiq dan *entrepreneur*. Bahkan ada yang menarik lagi ketika narasumber justru merasa lebih religius

dengan mengenal NCT, melalui melihat konten-konten NCT yang selalu mengawali kegiatan dengan berdoa, dan juga ingin menjadi penggemar yang tetap mendukung dan mencintai idola sekaligus juga dapat bermanfaat untuk orang dengan kerap ikut serta dalam kegiatan galang dana. Kemudian ketika mereka sedang asik menikmati konser berlangsung, mereka masih mengutamakan kewajibannya sebagai muslim yaitu menunaikan ibadah sholat. Penelitian ini mampu berkontribusi dalam penelitian Yoon dan menjadi temuan baru terhadap temuan sebelumnya yang dilakukan oleh Richtig terkait individu yang melakukan keranjingan terhadap K-pop (Korean Wave) harus berhijrah guna mencapai keagamaan (religiusitas) yang lebih baik.

## **B. Saran**

Budaya populer K-pop akan terus berkembang mengikuti derasnya arus globalisasi. Hal ini mengakibatkan banyaknya anak muda yang mulai tertarik mengikuti budaya populer tersebut, tidak terkecuali anak muda muslim. Dalam penelitian ini penulis memaparkan bagaimana negosiasi yang dilakukan anak muda muslim terhadap budaya populer K-pop secara keseluruhan. Tanpa melihat secara khusus pada organisasi-organisasi seperti NU, Muhammadiyah dan organisasi lainnya. Selain itu, dalam penelitian ini penulis juga tidak melihat latar belakang ekonomi narasumber dalam mengkaji fenomena *Celebrity Worship*. Oleh karena itu penelitian selanjutnya dapat memenuhi kekosongan tersebut agar pembahasan terkait fenomena budaya populer (*Celebrity Worship*) pada muslim lebih terperinci dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku dan Artikel Jurnal

- Aini Nur, Ayu, Muhammad Fahmi, Andri Ardiansyah, dan Bagja Rahma Putra. "K-pop's Popularity Strategy In The International Arena." *International Conference on Economics, Management and Accounting NST Process*, (2021):56-65. <https://doi.org/10.11594/nstp.2021.1006>.
- Bayat, Asef. "Being Young and Muslim Neoliberal time," dalam *Being young and Muslim: new cultural politics in the global south and north*, ed. Oleh Asef Bayat dan Linda Herrera. New York:Oxford University Press, 2010.
- \_\_\_\_\_. "Conclusion:Knowing Muslim Youth". Dalam *Being young and Muslim:new cultural politics in the global south and north*, ed. Oleh Asef Bayat dan Linda Herrera. New York:Oxford:Oxford University Press, 2010.
- \_\_\_\_\_. "Maroc-Hop:Music and Youth Identities in the Netherlands", dalam *Being young and Muslim: new cultural politics in the global south and north*, ed. Oleh Asef Bayat dan Linda Herrera. New York:Oxford University Press, 2010.
- \_\_\_\_\_. "Musik VCD sand the New Generation:Negotiating Youth, Femininity, and Islam in Indonesia", dalam *Being young and Muslim: new culture politics in the global south and north*, ed. Oleh Asef Bayat dan Linda Herrera. New York:Oxford University Press, 2010.
- \_\_\_\_\_. "Muslim Youth and the Claim of Youthfulness," dalam *Being young and Muslim: new cultural politics in the global south and north*, ed. Oleh Asef Bayat dan Linda Herrera.New York:Oxford University Press, 2010.
- Chau-kui, Cheung, dan Yue, Xiao Dong. "Identity Achievement And Idol Worship Among Teenagers In Hong Kong." *International Journal of Adolescence and Youth* 11,



- no.1 (2003):1–26. <https://doi.org/10.1080/02673843.2003.9747914>.
- \_\_\_\_\_. “Idol Worship As Compensation For Parental Absence.” *International Journal of Adolescence and Youth* 17, no. (1 March 2012):35–46. <https://doi.org/10.1080/02673843.2011.649399>.
- Derrick, Jaye L , Shira Gabriel, Brooke Trippin. “Parasocial Relationships And Self-Discrepancies: Faux Relationships Have Benefits For Low Self-Esteem Individuals.” *Journal Of The Interpersonal Association For Relationships Research* 1, no.5 (2008):261–280. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6811.2008.00197.x>.
- Faauzi, Ahmad. “Pakaian Wanita Muslimah Dalam perspektif Hukum Islam.” *Jurnal Ekonomi Syariah institut Agama Islam Al-Qolam Gondanglegi Malang* 1, no.1 (Maret, 2016).
- Fatimah, Nurul, Iga Noviekayati, Amherstia Pasca Rina. “Perilaku Celebrity Worship Pada Remaja Komunitas Nctzens Di Indonesia Ditinjau Dari Loneliness.” *Jurnal Penelitian Psikologi* 2, no.2 (Desember 2021):122-135.
- Fianiyanti, Kristina, Yulia Sari, Istar Yuliadi. “Hubungan Celebrity Worship Dengan Perilaku Berbelanja Kompulsif Pada Remaja.” *Journal Plexus Medical* 1, no. 2 (2022):75-80. <https://doi.org/10.20961/plexus.v1i2.28>.
- Gittinger, J. “Hijabi Cosplay: Pertunjukan Budaya, Agama, Dan Fandom.” *Jurnal Agama Dan Budaya Populer* 30, no.3 (2018):87-105. <https://doi.org/10.3138/Jrpc.2016-0005.R1>.
- Hanafi, Novchi, Arlizon. “Hallyu Di Pekanbaru: Kajian Etnografi Tentang Parasosialitas K-popers Indonesia.” *Prosiding Konferensi Komunikasi*, (September 2018). 7.
- Hendrastomo, Hilaliyah. “Fenomena K-pop Sebagai Konsumsi Budaya Populer Di Kalangan Santriwati Di Pondok Pesantren Al Barokah Yogyakarta.” *Jurnal Pendidikan Sosiologi* 10, no. 2 (2021).

- Heryanto, Ariel. *Identitas dan Kenikmatan:Politik Budaya Layar Indonesia*. Jakarta:Kepustakaan Populer Gramedia, 2015.
- Hyunjoon, Shin. "Have You Ever Seen the Rain? And Who'll Stop the Rain?:the Globalizing of Korean Pop (K-pop)." *Inter-Asia Culture Studies* 10, no. 4 (2009).
- Islam, Tahir, Jiuchaing Wer, Zaryab Sheikh, Zahid Hameed, Rauf I Azam, "Determinal Of Compulsive Buying Behavior Among Young Adults: The Mediating Role Of Materialism." *Journal Of Adolescence* (2017):117-130. <http://dx.org/10.1016/j.adolescence.2017.10.004>.
- Jamaan, Ahmad, and Indah C. Sari. "Hallyu Sebagai Fenomena Transnasional." *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau* 1, no.1 ( Februari 2014).
- Iarasati, Dina Mutiah Hadwi Prihatanta. "Pengaruh Terapi Musik Terhadap Tingkat Kecemasan Sebelum Bertanding Pada Atlet Futsal Putri." *Jurnal Pendidikan Kesehatan dan Rekreasi FIK UNY, MEDIKORA* 181, no. 1 (April 2017).
- Lazarus, R S. "Coping Theory and Research : Past, Present and Future." *Psychosomatic Medicine* 55, no. 3 (1993):234-247. <https://doi.org/10.1097/00006842-199305000-00002>.
- Lee, M. H. "Penetration Strategies of SM Entertainment in Global Market." *Journal of the Korea Society of IT Services* 13, no.3 (2014):77-92. <https://doi.org/10.9716/kits.2014.13.3.077>.
- Liu, Jacky Ka Kei . "Idol Worship,Religiosity, and Self Esteem Among University and Secondary Students in Hong Kong." Retrieved from City University of Hong Kong, CityU Institutional Repository (April 2013). <https://www.researchgate.net/publication/330727653>.
- McCutcheon, Lynn E, Rense Lange, dan James Houran."Conceptualizationand Measurement of Celebrity Worship." *British Journal of Psychology* 93, no.1

(December 2010):67-87. <https://doi.org/10.1348/000712602162454>.

Maltby, John, Liza Day, Lynn E. McCutcheon, Raphael Gillett, James Houran, Diane D. Ashe. "Personality And Coping: A Context For Examining Celebrity Worship And Mental Health." *British Journal of Psychology* 95, no. 4 (2004):411–428. <https://doi.org/10.1348/0007126042369794>.

Maltby, John, James Houran, Rense Lange, Diane Ashe, Lynn E Mccutcheon. "Thou Shalt Worship No Other Gods-Unless They Are Celebrities: The Relationship Between Celebrity Worship and Religious Orientation." *Personality and Individual Differences* 3, no.2 (2002):1157-1172. PII:S0191-8869(01)00059-9.

Maltby, John, Lynn E Mccutcheon, Diane D. Ashe, James Houran. "The Self-Reported Psychological Well-Being Of Celebrity Worshipers." *North American Journal Of Psychology* 3, no.3 (2001):441-452.

Mulya, Teguh Wijaya. "Keyakinan Dan *Fandom*: Pemuda Muslim Indonesia Menegosiasikan K-pop Dan Islam." *Islam Kontemporer, Fakultas Psikologi Universitas Surabaya* 4 (Oktober 2021). <https://doi.org/10.1007/S11562-021-00475-1>.

Naafs, Suzanne, dan ben White. "Intermediate Generations: Reflections on Indonesian Youth Studies." *The Asia Pacific Journal of Anthropology* 13, no.1 (Februari 2012):16-17.

Purnamasari, Cahyani. "Celebrity Worship on Early Adult K-pop Fangirling." *Atlantis Press* 304 (2019):167-170. <https://doi.org/10.2991/acpch-18.2019.41>.

Puspitasari, Hermawan."Gaya Hidup Penggemar K-pop (Budaya Korea) Dalam Mengeskpresikan Kehidupannya Studi Kasus K-pop Lovers Di Surakarta." *Sosialitas:Jurnal Ilmiah Pendidikan Sosiologi-Antropologi* (2013).

- Richtig, Iqomah, Rahmatullah. “@K-popers.Hijrah:Otoritas Keagamaan dan Kesalehan Di Kalangan K-popers Muslimah Muda Indonesia.” *Jurnal Masyarakat dan Budaya* 24, no.3 (2022):<https://doi.org/10.55981/jmb.1664>.
- Rinaldo, Rachel. “Muslim Women, Middle Class Habitus, and Modernity in Indonesia.” *Contemporary Islam* 2, no.1 (Februari 2008):25-27.
- Rosidi. “Menjadi Konsumen Aktif: Pemuda Muslim Indonesia Terlibat dengan Televisi Korea Drama.” *Institut Studi Asia, Universiti Brunei Darussalam* (2016). [https://ias.ubd.edu.bn/wp-content/uploads/2018/09/working\\_paper\\_series\\_23.pdf](https://ias.ubd.edu.bn/wp-content/uploads/2018/09/working_paper_series_23.pdf).
- Sheridan, Lorrain, Adrian Utara, John Maltby, and Raphael Gillet.”Celebrity Worship, Addiction and Crime.” *Psychology Crime and Law* 13, no.6 (December 2007):559-571. <https://doi.org/10.1080/10683160601160653>.
- Shim, D. “Hybridity and the Rise of Korean Popular Culture in Asia.” *Media, Culture and Society* 28, no. 1 (2006):25–44. <https://doi.org/10.1177/0163443706059278>.
- Sunarni. “Pengaruh Celebrity Worship terhadap Identitas Diri Remaja usia SMA Di Kota Yogyakarta.” *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling* 5, no.1 (2016):2580-6831.
- Syahmar, Nur Magfirah , Idham Irwansyah Idrus, M. Ridwan Said Ahmad. “Budaya K-pop Kehidupan Sosial Remaja (Studi Komunitas K-pop Makassar: NCTZen Makasar).” *Jurnal Predestination* 3 no. 1 (Agustus 2022).
- Syed dan Kwon. “Hallyu and Strategic Interpretatio Of Malaysian Modernity Among Young Malay Women.” *Asian Women* 35, no. 3 (2019):1-24. <https://doi.org/10.14431/aw.2019.09.35.3.1>.
- Trisni, Putri. “Peran SM Entertaimnet Melalui New Culture Technology dalam Diplomasi Publi Korea Selatan.”

*Padjadjaran Journal of internasional relations* 3, no. 1 (Januari 2021): 73-88. <https://doi.org/10.24198/padjir.v3i1.29391>. 7.

Walid, Muhammad, dan Firatul Uyun. *Etika Berpakaian Bagi Perempuan*. Malang:UIN Malang Press, 2012.

Yoon, Soony. “K-pop *Fandom* in Veil: Religious Reception and Adaptation to Popular Culture.” *Journal of Indonesian Islam* 13, no.1 (Juni 2019). <https://doi.org/10.15642/JIIS.2019.13.1.1-20>.

### Sumber Internet

Aini, Syarifah. “NCT 127 Raih Penghargaan Khusus Di Indonesia Television Award 2019.” *tirto.id*, 25 September 2019. <https://tirto.id/nct-127-raih-penghargaan-khusus-di-Indonesia-television-award-2019-eiJD>. Diakses 19 Mei 2023.

Angelina, Ditha. “MV Make Awish Birthday Party milik NCT U Sukses Raih 200 Juta Views.” <https://www.K-popchart.net/idol-celeb/pr-9166307696/make-a-wish-birthday-song-nct-u-jadi-mv-pertama-nct-yang-mencapai-200-juta-views>. Diakses 17 Mei 2023.

Anggraini, Pingkan. “Pertama Kali Konser Di Jakarta NCT Dream Ngaku Mau Balik Lagi.” *hot.detik.com*. Dipublis Selasa 10 Septemebr 2019. <https://hot.detik.com/K-pop/d-4701075/pertama-kali-konser-di-jakarta-nct-dream-ngaku-mau-balik-lagi>. Diakses 18 Mei 2023.

Armenia, Resti. ”Red Velvet Bakalan Nyanyikan dua Lagu Hit di Korea Utara.” *CNN Indoensia*. 26 Maret 2018. <https://www.cnnIndonesia.com/hiburan/20180326150908-227-285971/red-velvet-bakal-nyanyikan-dua-lagu-hit-di-korea-utara>. Diakses 30 Mei 2023.

B1. “Konser SMTOWN Live World Tour III di Jakarta Diklaim Terbesar.” 25 September 2012. <https://www.beritasatu.com/>

[hiburan/73807/konser-smtown-live-world-tour-iii-di-jakarta-diklaim-terbesar](https://hiburan/73807/konser-smtown-live-world-tour-iii-di-jakarta-diklaim-terbesar). Diakses 27 Mei 2023.

bibli.com Terkait “NCT 127 Menjadi *Brand ambassador* Bibli!”  
<https://www.bibli.com/friends/blog/nct-127-jadi-brand-ambassador-bibli/>. Diakses 19 Mei 2023.

bni.co.id. <https://www.bni.co.id/id-id/beranda/kabar-bni/berita/articleid/22222>. Diakses 19 Mei 2023.

Dyandra Global. <https://dyandraglobal.com/id/event/nct-127-2nd-tour-neo-city-jakarta-the-link-2/>. Diakses 19 Mei 2023.

Hallo82. “NCT Dream Ribut Demi Gelar Jagoan Bahasa Indonesia.”  
<https://www.youtube.com/watch?v=bWxqYXFGUtw>.  
Diakses 2023.

Handayani, Sri Niken. “Strategi Trans Media Bertahan Hingga 17 Tahun di Industri Pertelevision.” *SWA Online Strateg*. Publis Desember 2018. <https://swa.co.id/swa/business-strategy/strategi-transmedia-bertahan-hingga-17-tahun-di-industri-pertelevision>. Diakses 19 Mei 2023.

Hello82. “Apakah Wavy Jago Bahasa Indonesia.” [https://www.youtube.com/watch?v=-z3BJ1\\_i4dY](https://www.youtube.com/watch?v=-z3BJ1_i4dY). Diakses 2023

Hello82. “NCT Daily, Kuy Ayo Belajar Bahasa Indonesia Bersama NCT 127.” <https://www.youtube.com/watch?v=xkfebR9KhI0>. Diakses 2023

Herman, Tamar. “SM Entertainment A&R Chris Lee Talks Cultural Technology & Creating K-pop Hits.”  
<https://www.billboard.com/articles/news/international/8526172/chris-lee-sm-entertainments-K-pop-interview>. Diakses 2023.

Hesti ya. “Chery Boom Lagu Pertama NCT 127 Yang Raih 100 Juta Streaming Spotify.” *yoursay.id*. <https://yoursay.suara.com/entertainment/2022/04/10/070040/chery>

[ybomb-lagu-pertama-nct-127-yang-raih-100-juta-streaming-di-spotify](#). Diakses 29 Mei 2023.

[https://id.wikipedia.org/wiki/NCT\\_127](https://id.wikipedia.org/wiki/NCT_127). Diakses 17 Mei 2023.

<https://www.cnnIndonesia.com/hiburan/20181008124533-227336572/transmedia-resmi-jalin-kerja-sama-dengan-sm-entertainment>. Diakses 18 Mei 2023.

<https://www.cnnIndonesia.com/hiburan/20220525212253-234-801302/nct-dream-berterima-kasih-atas-antusiasme-nctzen-Indonesia>. Diakses 19 Mei 2023.

Id.korean. “Korea Cultural Center, Deman Korea *Hallyu*.” <https://id.korean-culture.org/id/144/korea/46>. Diakses 20 Mei 2023.

Jamhari, Ony. “Minat Belajar Bahasa Indonesia Meningkatkan di Korea Selatan.” *Kompasiana*, 2015. <https://www.kompasiana.com/onyjamhari/552af7606ea8349d60552cf7/>. Diakses 19 Mei 2023.

Kristianto, Andrean. “Geger Penggemar NCT Dream Serbu Allobank Festival”, *CNBC Indonesia*, 20 Mei 2022. [https://www.cnbcIndonesia.com/lifestyle/20220520132447-34\\_340471/geger-penggemar-nct-dream-serbu-allo-bank-festival](https://www.cnbcIndonesia.com/lifestyle/20220520132447-34_340471/geger-penggemar-nct-dream-serbu-allo-bank-festival). Diakses pada 19 Mei 2022.

Kurniawansyah, Reza. ”NCT Peringkat Ke-2 Artis K-POP Paling Banyak di Menttion di Twitter Pada 2020.” *ai100fm.id*, dipublis 5 Februari 2021. <https://www.sai100fm.id/K-pop-area/nct-peringkat-ke-2-artis-K-pop-paling-banyak-di-mention-di-twitter-pada-2020/>. Diakses 18 Mei 2023.

Liu Xuezhe. “The Rise of the Korean Wave Among Chinese Youth.” <http://www.fxqw820.tripod.com/AWS.pdf>. Diakses 28 Maret 2023.

NCT Daily. “Enak Ingin Coba Kuy Waktu Makan Siang, NCT 127.” <https://www.youtube.com/watch?v=kIqW9W-4Ynw>. Diakses 25 Mei 2023.

- NCT Music. "Cover Doyoung & Haechan Cinta Luar Biasa Anmesh Kumalang." Diakses <https://www.youtube.com/watch?v=ruGhshs4Us8>, 27 Mei 2023.
- Noviandi, Feri. "Lemonilo Gandeng *boyband* Korea NCT Dream Sebagai *Brand ambassador*". *suara.com*. 11 Januari 2022. <https://www.suara.com/pressrelease/2022/01/11/022022/lemonilo-gandeng-boyband-korea-nct-dream-sebagai-brand-ambassador>. Diakses Mei 2023.
- Platform youtube officialpsy. <https://www.youtube.com/watch?v=9bZkp7q19f0>. Diakses 20 Mei 2023.
- Putri, Mega. "BTS *Group* K-POP Paling Banyak Disebut Di Twitter Sepanjang 2020." *internasional.kontan.co.id* publis 04 Februari 2021. <https://internasional.kontan.co.id/news/bts-grup-k-pop-paling-banyak-disebut-di-twitter-sepanjang-2020?page=all>. Diakses 18 Mei 2021.
- Rubbina. "Staff yang Bekerja di SM Entertainment Indonesia." <https://entertainment.kompas.com/read/2019/02/08/181035310/sm-entertainment-buka-kantor-perwakilan-di-Indonesia-apa-saja-isinya?page=all>. Diakses 18 Mei 2023.
- Safi'I, Muhammad Fahrur. "Potret Jeno dan Jaemin NCT Dream Jadi Relawan Kegiatan Kemanusiaan di Indonesia." *Liputan6.com* publis 09 Mei 2019. <https://www.liputan6.com/hot/read/3961925/potret-jeno-dan-jaemin-nct-dream-jadi-relawan-kegiatan-kemanusiaan-di-Indonesia>. Diakses Mei 2023.
- Sarajwati, Mar'a Kamila Ardani. "Fenomena Korean Wave di Indonesia." *Egsaugm*, 30 September 2020. <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2020/09/30/fenomena-korean-wave-di-Indonesia/>. Diakses 19 Mei 2023.
- Sumarni. "Alasan NCT 127 Didapuk Jadi *Brand Ambassador* Click." *Suara.com*. <https://www.suara.com/entertainment/2022/07/04/142924/alasan-nct-127-didapuk-jadi-brand-ambassador-click>. Diakses 19 Mei 2023.



Wardoyo, Erina, Septi Riani. “Data Perkembangan SMStan di Indonesia.” *idntimes.com*, 30 Januari 2020. <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/nadia-umara-1/infografis-mengukur-perkembangan-fans-sm-entertainment-di-Indonesia>. Diakses 27 Mei 2023.

wowkeren.com. <https://www.wowkeren.com/berita/tampil/00025906.html>. Diakses 20 Mei 2023.

Yeon Jeong, Kim. “K-pop Kembali Cetal Rekor dengan 7,5 Milyar Tweet.” Diakses @TheNolja 05 April 2023.

Yosron, Atmi Ahsani. “Indonesia Jadi Negara Ke 2 Terbanyak Memutar Lagu K-pop.” *detikHot*, Selasa 25 Februari 2020. <https://hot.detik.com/K-pop/d-4913437/Indonesia-jadi-negara-ke-2-terbanyak-memutar-lagu-K-pop>. Diakses 29 Mei 2023.

### **Sumber Wawancara**

Annisa, anggota grup WhatsApp “Sijeuni House”, Maret 2023

Dea, anggota grup WhatsApp “Sijeuni House”, Maret 2023

Icha, anggota grup WhatsApp “Sijeuni House”, Mei 2023

Rani, anggota grup WhatsApp “Sijeuni House”, Maret 2023

Ririn sebagai penyelenggara acara pertemuan penggemar, April 2023

Wahyuni, anggota grup WhatsApp “Sijeuni House”, Februari 2023

Dwi, sebagai penyelenggara acara galang dana, Mei 2023