

BENTUK CELEBRITY WORSHIP DALAM FANDOM K-POP NCT

(Studi Fenomenologi Pada NCTzen Yogyakarta)



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh:

Maya Maulida Rifa'i

20107030141

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

YOGYAKARTA

2024



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Maya Maulida Rifa'i
Nomor Induk : 20107030141
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya/ penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/ penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dean penguji.

Yogyakarta, 7 Agustus 2024

Yang menyatakan,



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Maya Maulida Rifa'i

20107030141

NOTA DINAS PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Maya Maulida Rifa'i
NIM : 20107030141
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

BENTUK CELEBRITY WORSHIP DALAM FANDOM K-POP NCT **(Studi Fenomenologi NCTZen Yogyakarta)**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 19 Agustus 2024
Pembimbing

Lukman Nusa, M.I.Kom
NIP. 19861221 201503 1 005

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1466/Un.02/DSH/PP.00.9/10/2024

Tugas Akhir dengan judul : Bentuk Celebrity Worship Dalam Fandom K-Pop NCT (Studi Fenomenologi Pada NCTZen Yogyakarta)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MAYA MAULIDA RIFA'I
Nomor Induk Mahasiswa : 20107030141
Telah diujikan pada : Senin, 02 September 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B


dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

 Ketua Sidang

Lukman Nusa, M.I.Kom.
SIGNED

Valid ID: 66fb7066a7f52

 Penguji I


Dr. Fatma Dian Pratiwi, S.Sos M. Si.
SIGNED

Valid ID: 66f3987fefb9a

 Penguji II

Achmad Zuhri, M.I.Kom.
SIGNED

Valid ID: 66fab3a4dc53

 Yogyakarta, 02 September 2024
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 66fb7a9e162f2

MOTTO



Karena pelaut hebat

Tak pernah lahir di laut yang tenang

-Hivi!-



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini peneliti persembahkan kepada:

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahiim

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, taufik, serta hidayahNya. Sholawat serta salam semoga selalu terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa manusia dari zaman jahiliyah menuju zaman Islamiyah dengan ilmu dan pengetahuan.

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian mengenai “Bentuk Celebrity Worship Dalam Fandom K-Pop (Studi Fenomenologi NCTzen Yogyakarta.” Peneliti bagitu menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terwujud dengan lancer dan maksimal tanpa adanya bantuan, bimbingan, serta dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan rasa terima kasih banyak kepada:

1. Prof. Dr.Phil. H. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sekaligus rekan kerja Alm. Bapak peneliti yang telah membantu Almarhum dalam mengurus peneliti selama studi.
2. Dr. Mochammad Sodik, S.sos, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sekaligus rekan kerja Alm. Bapak peneliti yang telah membantu Almarhum dalam mengurus peneliti selama studi.
3. Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., M.Sn, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Tariq Yazid, S.I.Kom, M.A., selaku Dosen Penmbimbing Akademik yang telah membatu peneliti dalam pengajuan penelitian ini.
5. Lukman Nusa, M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selama ini sudah berbaik hati meluangkan waktu, tenaga, bahkan pikiran dan senantiasa memberi bimbingan, ilmu, arahan, sekaligus dukungan moral untuk mengantarkan peneliti mengantungi gelar sarjana ini.
6. Dr. Fatma Dian Pratiwi, S.Sos. M. Si., selaku dosen penguji 1 dan Achmad Zuhri M.I.Kom Selaku dosen penguji 2 yang bersedia meluangkan waktu

sekaligus memberi masukan untuk menyempurnakan penyusunan skripsi ini.

7. Seluruh dosen dan staff Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah membagikan ilmu pengetahuan, pengalaman, dan bantuan dalam segi apapun selama peneliti menjalani studi.
8. Almarhum Drs. Muhammad Rifa'i. M.A, dan Almarhumah Wiwi Widi Murdiasih selaku orang tua peneliti yang sangat cintai dan sayangi, khususnya kepada Alm. Bapak yang sudah bekerja keras semasa hidupnya sehingga bisa membiayai peneliti hingga mengantungi gelar sarjana sekaligus menjadi single parent bagi peneliti sejak kecil. Vira & suami, Vicky & suami, Dina & suami selaku kakak, selaku keluarga peneliti yang tidak pernah berhenti memberikan dukungan dan doa untuk peneliti. dan Adam, AghWiqoy, Naya, Shanum, Richie dan Nidya selaku ponakan peneliti yang menjadi penghibur dan memberikan semangat bangkit untuk peneliti.
9. Pengurus Komunitas Fandom NCTzen Yogyakarta yang telah berkenan memberikan izin untuk dilakukannya penelitian.
10. Nur Lina Setyawati, Arum Wiqoyati, dan Shofi selaku narasumber yang berkenan diwawancarai untuk melengkapi penelitian ini.
11. Drs. Rubertus Budi Sarwono, M.A., selaku narasumber ahli yang bersedia membantu peneliti untuk menyelesaikan skripsi.
12. Muhammad Abdussalam Arief B, yang peneliti sayangi setelah keluarga yang senantiasa memberikan dukungan, kebaikan, perhatian, dan kebijaksanaan serta menemani dalam penyelesaian skripsi ini. Nadin, Nakita, Safa, Jamed, Arya, Rizky, Awek, dan Linuy yang turut membantu dan berjuang dalam menyelesaikan skripsi bersama.
13. Seluruh pihak yang terlibat khususnya kerabat tidak bisa peneliti sebut satu per satu yang telah membantu dan mendukung peneliti dalam penyusunan skripsi ini.

Peneliti ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini baik dalam memberikan doa, dukungan moral dan material, dan bantuan yang peneliti tidak bisa balas satu per satu. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti.

Yogyakarta, 7 Agustus 2024

Peneliti

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Maya Maulida Rifa'i', is written over a large, faint watermark of the university's logo.

Maya Maulida Rifa'i

NIM. 20107030141

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
B. RUMUSAN MASALAH	8
C. TUJUAN PENELITIAN	8
D. MANFAAT PENELITIAN.....	8
E. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
F. LANDASAN TEORI	16
G. KERANGKA PEMIKIRAN	25
H. METODOLOGI PENELITIAN.....	26
BAB II.....	33
GAMBARAN UMUM.....	33
NCTzen Yogyakarta	33
BAB III	49
HASIL DAN PEMBAHASAN	49
A. Profil Responden	49
B. Hiburan Sosial (Entertainment Social).....	53

C. Perasaan Pribadi Yang Intens (<i>Intense-personal feeling</i>)	64
D. <i>Borderline-pathological Tendency</i> (Patologis)	70
E. Fandom	78
F. Analisis Data	85
BAB IV	92
A. Kesimpulan	92
B. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN – LAMPIRAN	98



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Kajian Pustaka.....	11
Tabel 2 Kerangka Pemikiran.....	25
Tabel 3 Struktur Organisasi NCTzen Yogyakarta.....	35



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Cuplikan Konten JCC.....	6
Gambar 2 Tangkapan Layar Berita Korea.boo	7
Gambar 3 Logo NCTzen Yogyakarta.....	34
Gambar 4 Account Instagram NCTzen Yogyakarta.....	34
Gambar 5 Kegiatan NCTzen Yogyakarta : Listening Party	37
Gambar 6 Kegiatan NCTzen Yogyakarta : Buka Bersama Anggota	38
Gambar 7 Kegiatan NCTzen Yogyakarta : Nonton Bersama Live Streaming Concert ..	39
Gambar 8 Kegiatan NCTzen Yogyakarta : Birthday Party Anggota NCT	40
Gambar 9 Kegiatan NCTzen Yogyakarta : Cup Sleeve/Café Event	40
Gambar 10 Kegiatan NCTzen Yogyakarta : NCTzen Yogyakarta Menjadi Media Partner Yogyakarta X Beauty.....	41
Gambar 11 Account X NCTzen Yogyakarta.....	42
Gambar 12 Logo NCT	43
Gambar 13 Unit NCT 127	44
Gambar 14 Unit NCT Dream	45
Gambar 15 Unit WayV.....	46
Gambar 16 Unit DoJaeJung	47
Gambar 17 Unit NCT Wish.....	48



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara dengan Followers & Pengurus Fandom NCTzen Yogyakarta	78
Lampiran 2 : Dokumentasi Wawancara	79
Lampiran 3 : Dokumentasi Surat Izin Penelitian Untuk NCTZen Yogyakarta	83
Lampiran 4 : Curriculum Vitae	84



ABSTRACT

*This final project is titled *The Form of Celebrity Worship in the K-Pop NCT Fandom. (Phenomenological Study on NCTzen Yogyakarta)*. NCTzen is an abbreviation of NCT and Citizen, but the members of NCT also use another name for their fans. When written in Latin letters and pronounced "Sijeuni," it means seasons, and czens. This research aims to understand the form of celebrity worship fandom among NCTzens in Yogyakarta. This research was conducted using a qualitative research type with a phenomenological method. The data collection techniques used are observation, interviews, and non-human sources. (dokumen dan data). After the interview is conducted, the data will be analyzed until it is ready to be presented in the form of a final project. The results of this study can be concluded that the form of celebrity worship in the NCTzen fandom in Yogyakarta experiences forms of entertainment social, intense-personal feeling, and only the third characteristic at borderline pathological. Meanwhile, fandom activities involve meaning making, meaning sharing, poaching, collecting, and knowledge building.*

Keywords: *Celebrity worship, K-POP, NCTZen*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Media sosial memungkinkan masyarakat untuk berinteraksi satu sama lain dan memungkinkan budaya Korea Selatan berkembang pesat di seluruh dunia, yang menjadi salah satu faktor masuknya budaya asing ke Indonesia. Salah satu contohnya adalah ketika budaya populer Korea Selatan, atau K-Pop, masuk ke Indonesia bersamaan dengan kemunculan grup band K-Pop, yang menarik perhatian remaja Indonesia dan menghasilkan peningkatan pesat kegemaran terhadap budaya tersebut. (Ardani S, 2023)

Di zaman yang serba cepat penyebaran informasi, media sosial menjadi alatnya. K-Pop artist dan penggemarnya paling banyak menggunakan Instagram sebagai media interaksi. Dengan penggunaan media sosial, interaksi antara penggemar dan artist akan semakin intens karena penggemar pasti menyukainya kemudian muncul imajinasi dan obsesi penggemar agar dapat lebih dekat dengan idolanya. Perasaan suka kepada artist yang menjadi obsesi disebut celebrity worship. Faktor kemunculan celebrity worship dipengaruhi dari usia, ketrampilan sosial, dan jenis kelamin. (Marchellia & Siahaan, 2022)

Dengan perkembangan global K-pop. Penggemar dari berbagai fandom idol group memiliki nama sendiri, seperti NCTzen, yang merujuk pada penggemar NCT; EXO-L, yang merujuk pada penggemar EXO, dan ARMY, yang merujuk pada penggemar BTS. Fandom memainkan peran penting dalam industri musik Korea. Namun, ada beberapa orang yang menganggap fandom K-Pop terlalu obsesif, gila, dan berlebihan. Dikutip dari sindonews.com fandom terbesar di dunia yang juga terbesar di Indonesia saja dipegang oleh ARMY dari fandom BTS. (Imanuella, 2023)

Meskipun fandom terbesar dipegang oleh ARMY, peneliti tidak memilih ARMY Yogyakarta karena NCTzen Yogyakarta juga memiliki keunggulan yaitu kepengurusan yang terorganisir seperti organisasi pada umumnya dan aktif mengadakan acara untuk penggemar NCT. NCT merupakan salah satu boyband yang diciptakan oleh agensi hiburan terbesar kedua di Korea Selatan yaitu SM Entertainment sejak 2016 sampai sekarang sehingga, agensi tersebut dapat menggelar *world tour* untuk boyband ini karena sudah lama berdiri sejak tahun debutnya. (Tracy, 2018b)

NCTzen tidak akan terbentuk tanpa adanya tujuan itu sendiri, fandom NCT ini dibentuk sejak *boyband* grup NCT debut di tahun 2016 silam. Secara sederhana, fandom merupakan sebuah komunitas yang pada dasarnya memiliki kesamaan (homogen), hubungan antar individu yang tidak bahkan tidak intensif saling mengenal satu dengan lainnya. (Indriani & Kusuma, 2022) Kesamaan homogen diatas dapat menimbulkan dampak bentuk positif maupun negatif, namun yang peneliti akan tulis di penelitian

ini adalah dampak negatif. *Celebrity worship* termasuk jenis hubungan parasosial yang tidak normal dengan *artist* yang munculnya dari pemahaman identitas terhadap *artist* yang berlebihan kemudian rasa kecanduan pada hal apapun dari *artist* tersebut. (Rizky et al., 2023)

World tour terkait dengan fenomena yang ada dalam penelitian ini, tahun 2023 lalu NCT127 telah menyelesaikan *world tour* salah satunya di Amerika bagian barat tengah yaitu Chicago. Disela waktu senggang member NCT127 Mark, Doyoung, Johnny, dan Yuta melakukan berseluncur salju disalah satu tempat di Chicago. Kegiatan itu direkam lalu diunggah oleh akun YouTube NCT dengan judul “Sledding is Fun! A Fine Day in Chicago ❄️ with YT, DY, MK | Johnny's Communication Center (JCC) Ep.37”. Didalam unggahan video tersebut terekam tindakan penggemar yang sudah termasuk *celebrity worship* yang mana akan peneliti teliti disini.

Berkaitan fenomena penggemar diatas, penggemar tersebut dapat dikategorikan sebagai *stalker/sasaeng*. *Sasaeng* secara bahasa Indonesia disebut *stalker* idola. Dalam prambosfm.com menuliskan bahwa *sasaeng* dari kata *sasaenghwal* dalam bahasa Korea artinya adalah kehidupan pribadi seseorang atau mudahnya bisa disebut *stalker* (Fajrina Nadya, 2022). *Stalking* ini adalah tindakan yang negatif baik dalam persepsi umum maupun agama. Islam melarang keras bagi umatnya untuk mengikuti, menyukai hal yang berlebihan karena termasuk dalam sifat yang

tercela. Allah Subhanahu wa Ta'ala telah berfirman dalam Q.S An-Nisa ayat 171 yang bunyinya:

يَا أَهْلَ الْكِتَابِ لَا تَغْلُوا فِي دِينِكُمْ وَلَا تَقُولُوا عَلَى اللَّهِ إِلَّا الْحَقَّ

Terjemah Kemenag 2019

171. Wahai Ahlulkitab, janganlah kamu berlebih-lebihan dalam (menjalankan) agamamu¹⁸⁸) dan janganlah kamu mengatakan terhadap Allah, kecuali yang benar.

Dalam ayat ini, Allah memperingatkan kaum anak cucu Adam untuk tidak berlebihan dalam menyukai segala sesuatu yang disenangi. Selain dilarang Allah sikap berlebihan lebih banyak mendatangkan mudharat daripada manfaat itu sendiri. Karenanya, orang yang berlebihan akan merugi di kemudian hari. Menurut Tafsir Kementerian Agama RI, telah mengajak seluruh manusia untuk beriman, ayat ini menyeru kepada Ahli Kitab yang pada ayat-ayat lalu dilukiskan telah melampaui batas dalam kepercayaan mereka. Orang-orang Nasrani melampaui batas dalam kepercayaan mereka karena menuhankan Nabi Isa dan orang-orang Yahudi melampaui batas karena menuduh Nabi Isa sebagai pendusta. Kepada Ahli Kitab yang melampaui batas itu, ayat ini diarahkan. Wahai Ahli Kitab! Janganlah kamu melampaui batas kewajaran yang ditetapkan oleh akal dan agama dalam melaksanakan agamamu, dan janganlah kamu mengatakan terhadap Allah kecuali yang benar. Dalam ayat ini pun Allah juga melarang umatnya memuja-muja hal secara berlebihan (Kemenag, 2019).

Dari Firman Allah tersebut, perlu kita pahami bahwa menyukai sesuatu hal yang berlebihan ini tidak disukai Allah, baik dalam pandangan agama maupun umum. *Stalking* seperti perbuatan penggemar asal Chicago itu termasuk perbuatan yang hanya memenuhi hawa nafsu saja, kesenangannya terhadap idolanya membuat hal yang dapat mengganggu ketenangan orang lain. Hal yang seperti ini sudah sangat diperhatikan dari negara asal NCT sendiri yaitu Korea Selatan, diketahui juga bahwa di Korea Selatan sangat menjunjung tinggi privasi masing-masing individu, seperti hal memotret dan merekam gambar (Courses, 2023).

Konten yang selebriti Korea Selatan bagikan berisi orang yang bersangkutan dengan isi konten tersebut, para penggemar K-pop pasti sudah tidak asing dengan hal ini. Kemudian video konten JCC di Chicago unggahan bulan Februari tahun 2023 lalu, terlihat tidak sedikit wajah yang tidak di-blur. Masalah tersebut menarik perhatian pengguna X hingga bertahan *trending* hingga 2 hari lamanya, kemudian peneliti mendapati penggemar yang berkomentar pada unggahan 27 Februari 2023 oleh *official account X NCT* “*But yo, can we talk about those stalker sasaeng girls? They're creeping me out! I spotted them all over the vid at 3:20, 3:29, 5:28, 8:22, 15:34, and 15:58. The platinum blonde and brown hair girls need to chill - why are they always clinging to the boys like that? So not cool!!!*” ujar pemilik akun @FlyingNursery yang diunggah pada 27 Februari 2023 pukul 21.15 WIB silam.

Gambar 1



Cuplikan Konten JCC, Sumber: (NCT, 2023)

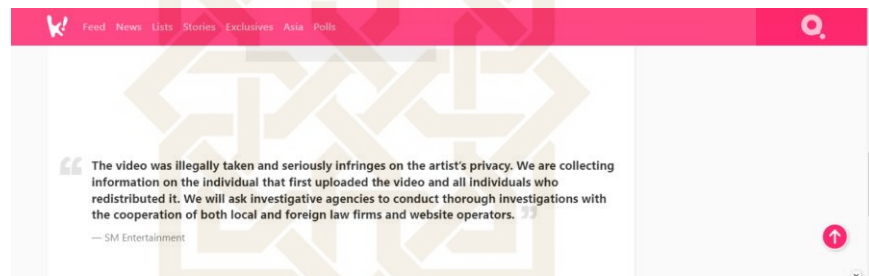
Gambar diatas menunjukkan bahwa *stalker* berambut pirang itu sedang menguntit Johnny dan Mark yang sedang berjalan menuju puncak garis *start* seluncur salju. Tidak sedikit wanita berambut pirang dan teman-temannya dalam video tersebut tidak diburamkan wajahnya.

Fenomena *sasaeng* tersebut juga diekspos oleh berita lokal yakni, “Sasaeng Fans NCT 127 Bikin Heboh Penggemar, Ini Reaksi Knetz” kemudian kanal media berita cewekbanget.id juga membenarkan dalam isi beritanya “...faktanya, ini bukanlah pertama kali bagi sasaeng tersebut mengikuti NCT 127 dan berada di sekitar member. Akun Twitter @nct_menfess menyebutkan bahwa sasaeng alias si pemilik akun @sunkissedviews sebelumnya sudah diberikan peringatan...”(Perangin, 2023). Dari berita tersebut semakin meyakinkan penggemar (NCTzen) termasuk peneliti sendiri bahwa dalam penguntit member NCT di Chicago

merupakan satu orang yang sama, yang bernama Judy Hoang pemilik akun X @sunkissedviews.

Menghadapi hal yang tidak sepele ini, SM Entertainment tidak hanya tinggal diam. Dalam media berita Koreaboo.com ditulis pesan dari SM Entertainment.

Gambar 2



Tangkapan Layar Berita Korea.boo, Sumber: (Kim, 2023)

Dalam gambar diatas diunggah oleh Koreaboo.com SM Entertainment mengatakan bahwa mereka *sasaeng* telah melanggar privasi *artistnya*, kemudian mereka mengumpulkan informasi tentang pelaku dan menyerahkan kepada pihak yang berwajib. Melihat berita yang sudah diunggah di internet, ternyata penguntit member dalam konten video Johnny Communication Center dan penerobos kamar hotel Jaehyun adalah *sasaeng* lokal Chicago yang sama dan secara sengaja melakukan aksi pengutitan yang melanggar hukum.

Penelitian ini juga berangkat dari kegelisahan teman peneliti yang mengalami kesedihan hingga menangis tersedu saat anggota *boyband groupnya* memutuskan untuk meninggalkan grupnya untuk berkarir sebagai

soloist. *Soloist* tersebut adalah mantan anggota *boyband group* Treasure dari agensi yang sama dengan *girlband group* Black Pink yaitu YG Entertainment. Menghadapi

Tindakan *stalker* tersebut telah menarik perhatian para penggemar (NCTzen) dari yang berada di luar negeri hingga di Indonesia sendiri. Peneliti khawatir tindakan tersebut dapat mempengaruhi penggemar Indonesia, khususnya di wilayah Yogyakarta yang domisili peneliti. Peneliti ingin mengetahui bagaimana bentuk *celebrity worship* setelah NCTzen Yogyakarta mengetahui fenomena tersebut.

B. RUMUSAN MASALAH

Maka dirumuskan bagaimana bentuk *celebrity worship* pada fandom NCTzen Yogyakarta menggunakan studi fenomenologi?

C. TUJUAN PENELITIAN

Merujuk pada latar belakang serta rumusan masalah, penelitian ini untuk memahami bagaimana bentuk *celebrity worship* dalam fandom NCTzen Yogyakarta melalui metode analisis *data reduction*, *data display* dan *conclusion drawing/verification* dengan wawancara, observasi, dan sumber bukan manusia (dokumen dan data).

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memperluas wawasan pengetahuan komunikasi melalui teori *celebrity worship* yang tidak hanya terhadap antara Idol Korea Selatan namun, pada selebritas lokal maupun mancanegara dan penggemar.

2. Manfaat Praktis

Sementara secara praktis, manfaat penelitian ini sebagai berikut:

- a) Diharapkan dapat berkontribusi di bidang diskusi akademik tentang wacana *celebrity worship* dan dapat digunakan sebagai acuan dalam pengembangan keilmuan, terutama bidang komunikasi.
- b) Menjadi alternatif solusi dalam permasalahan dari bentuk *celebrity worship*.
- c) Menjadi referensi bagi peneliti lain yang mengusut kajian dengan *celebrity worship*.

E. TINJAUAN PUSTAKA

Dalam melakukan penelitian, peneliti menggunakan penelitian sebelumnya sebagai bahan informasi dan referensi dari temuan yang telah mereka temukan.

Terdapat lima penelitian yang berkaitan dan serupa dengan penelitian yang akan peneliti teliti, diantaranya penelitian oleh mahasiswa program studi ilmu komunikasi Universitas Trunojoyo Madura, Nadhifa Arundati, Almira Alda VaWiqoy, dan Melisa Arisanti yang berjudul

“Perilaku Celebrity Worship Pada Anggota Fandom EXO Dalam Komunikasi EXO-L Bandung”, penelitian ini menggunakan teori yang sama yaitu celebrity worship dan metode penelitian yang sama yaitu fenomenologi. Kesimpulan hasil dari penelitian tersebut Menurut ketiga informan, aktivitas yang menghiburnya termasuk pengeluaran album kembali EXO, karena EXO terus menghasilkan ide-ide baru, mengikuti pertemuan EXO-L, menonton MV (music video), penampilan langsung, acara varietas, dan sering berbicara tentang EXO di media sosial seperti Twitter, Instagram, dan grup line. Menurut hasil wawancara, informan satu di tahap hiburan sosial menyatakan bahwa dia terhibur dengan EXO, tetapi tidak terlalu ekspresif saat berbicara tentangnya. Namun, meskipun jawaban mereka kurang ekspresif, informan satu memiliki pengetahuan yang lebih dalam daripada informan dua dan tiga, yang sangat ekspresif, tetapi pengetahuan mereka tentang EXO tidak sedalam informan satu. (Arundati Nadhifa et al., 2019).

Penelitian kedua yang serupa yaitu oleh mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala, Jennifer Riona dan Nanang Krisdinanto yang berjudul “Ketika Penggemar ‘Menikahi’ Idolanya: Studi Fenomenologi tentang Loyalitas Fandom BTS”, penelitian ini menggunakan objek berbeda dari penelitian peneliti yaitu pemaknaan terhadap loyalitas sedangkan, subjeknya Army Surabaya memaknai loyalitasnya terhadap grup idolanya, BTS, sebagai bentuk kesetiaan yang wajib dilakukan secara tulus tanpa memperhitungkan biaya atau upaya yang

harus dikeluarkan. Bentuk loyalitas bisa berupa membeli semua album, merchandise, produk-produk terkait BTS, atau menonton konser BTS (baik secara live maupun streaming). Meskipun mereka banyak membelanjakan uang untuk mengonsumsi beragam produk BTS, Army Surabaya juga memaknainya sebagai kegembiraan tanpa batas yang tidak dapat digantikan oleh yang lain. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa anggota Army Surabaya tidak hanya konsumen tetapi juga produser, berpartisipasi dalam menyebarkan makna loyalitas. Penggemar tidak hanya menonton; mereka aktif membentuk makna. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa subjek penelitian terlibat dalam aktivitas yang disebut *meaning making* (menciptakan makna melalui syair lagu BTS); *meaning sharing* (berbagi makna dengan sesama penggemar melalui media sosial); dan *poaching* (mengumpulkan informasi). (Riona & Krisdinanto, 2021).

Penelitian yang ketiga yang serupa yaitu oleh mahasiswa prodi ilmu komunikasi, fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Nita Novita Sari dan Ahmad Zamzamy yang berjudul “Gambaran Pola Komunikasi Orang Tua Dalam Memantau Perilaku Celebrity Worship Remaja Penggemar NCT di Twitter”, penelitian ini menggunakan kajian yang sama yaitu celebrity worship dan penggunaan subjek penggemar NCT. Hasil kesimpulan dari penelitian ini adalah Pola komunikasi keluarga yang digunakan akan sangat memengaruhi hubungan dengan remaja, bahkan dapat membantu mereka mengawasi perilaku pemuja artis sebagai penggemar NCT. Pola komunikasi demokratis yang

diterapkan oleh orang tua dan remaja akan berdampak positif pada perkembangan dan keyakinan diri remaja. Oleh karena itu, para orang tua harus terus berkomunikasi dengan remaja penggemar NCT agar mereka lebih terbuka dan memiliki kontrol diri yang lebih baik. (Sari & Zamzamy, 2023). (Sari & Zamzamy, 2023).

Penelitian keempat yang serupa yaitu oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Nurul Hidayatulloh yang berjudul “Interaksi Parasosial Idol NCT Dalam Membangun Kedekatan Dengan NCTzen”, penelitian ini menggunakan subjek yang sama yaitu NCT dan NCTzen dan media YouTube sebagai objek. Hasil kesimpulan dari penelitian ini interaksi yang dilakukan oleh NCTzen terhadap tayangan NCT, yang didasarkan pada proses interaksi parasosial pada Idol NCT untuk membangun kedekatan dengan NCTzen, ditandai dengan berpartisipasi dalam konten yang ditayangkan oleh NCT, seperti siaran langsung, video keseharian, *music video*, acara varietas, dan lainnya di kolom komentar YouTube. (Hidayatulloh, 2023).

Penelitian kelima yang serupa yaitu oleh mahasiswa Universitas Padjajaran Razahra Rugunnita Hasiana, Duddy Zein, dan Ilham Gemiharto yang berjudul “Pemaknaan Pesan Dalam Perilaku Celebrity Worship Fandom Carat di Aplikasi Weverse”. Penelitian ini menggunakan kajian penelitian yang sama dengan peneliti yaitu celebrity worship. Kesimpulan hasil penelitian bahwa Carat menciptakan perasaan atau ikatan lebih dari sekadar penggemar dan idolanya, memaknai pesan SEVENTEEN sesuai

dengan harapan atau kebahagiaan mereka. Temuan ini sesuai dengan teori interaksi simbolik dan mencerminkan tingkat intense-personal dalam perilaku pengabdian celebrity. (Hasiana dkk., 2024





STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Tabel 1
Kajian Pustaka

No	Peneliti	Nama Jurnal	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1	Nadhifa Arundati, Almira Alda VaWiqoy, dan Melisa Arisanti	Jurnal Komunikasi, Penerbit: Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Trunojoyo Madura	Perilaku Celebrity Worship Pada Anggota Fandom EXO Dalam Komunitas EXO-L Bandung	Penggunaan kajian penelitian yang sama yaitu <i>celebrity worship</i>	Penggunaan objeknya. Objek yang digunakan adalah EXO-L. Sedangkan, peneliti adalah NCT.	Hasil penelitian yang ditemukan di penelitian ini yaitu <i>celebrity worship entertainment-social</i> , ketiga informan senang membicarakan EXO kepada orang-orang yang menyukai EXO juga; <i>intense-personal</i> , ketiga informan memi -liki perilaku yang berbeda; <i>borderline pathological</i> , ketiga informan memiliki pernyataan yang sama tetapi dengan perilaku yang berbeda-beda seperti hal ilegal dan kegiatan fantasi yang dilakukan.

2	Jennifer Riona dan Nanang Krisdinanto	Avant Grade: Jurnal Ilmu Komunikasi	Ketika Penggemar 'Menikahi' Idolanya: Studi Fenomenologi tentang Loyalitas Fandom BTS	Penggunaan teknik analisis data yaitu fenomenologi	Penggunaan subjek yang digunakan adalah fandom BTS. Sedangkan peneliti fandom NCT.	Loyalitas terhadap idola dimaknai sebagai kewajiban yang harus dilakukan secara tulus sebagai imbal-balik perjuangan idolanya. Teknologi informasi juga membuat relasi Army Surabaya dan idolanya juga telah melampaui kehidupan nyata, yang terlihat dari dianggapnya sang idola sebagai kekasih atau suami virtual. Mereka telah mengembangkan ikatan atau hubungan khusus dengan grup idolanya yang hanya dapat dirasakan diri mereka sendiri. Hasil penelitian juga menunjukkan, loyalitas Army Surabaya terhadap BTS telah mencapai tahapan yang disebut The Marriage.
---	---------------------------------------	-------------------------------------	---	--	--	---

3	Nita Novita Sari dan Ahmad Zamzamy	NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial	Gambaran Pola Komunikasi Orang Tua Dalam Memantau Perilaku Celebrity Worship Remaja Penggemar NCT di Twitter	Penggunaan kajian dan subjek penelitian	Subjek hanya dikategorikan pada remaja	Pola komunikasi yang diterapkan dalam keluarga akan berpengaruh secara signifikan terhadap kedekatan dengan remaja bahkan dapat membantu memantau perilaku celebrity worship sebagai penggemar NCT. Kedekatan orang tua dan remaja yang terbangun dari pola komunikasi demokratis akan berpengaruh positif pada perkembangan remaja dan self-esteem mereka. Jadi, para orang tua perlu mempertahankan iklim komunikasi yang baik dengan para remaja penggemar NCT agar keterbukaan semakin meningkat dan kontrol diri mereka semakin baik.
---	---	--	--	---	--	--

4	Nurul Hidayatulloh	Prosiding Konferensi Nasional Sosial Politik (KONASPOL)	Interaksi Parasosial Idol NCT Dalam Membangun Kedekatan Dengan NCTZen	Menggunakan NCTzen sebagai subjek penelitian	Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif	Banyak para NCTzen sering berkomentar dalam konten-konten NCT baik dalam konten musik, variety show, drama atau film, daily life, dan lain-lainnya. Bahkan tak jarang terkadang saat live ada beberapa penggemar yang di notice atau komentar penggemar dibaca oleh salah satu member NCT. Hal ini membuat adanya rasa kedekatan yang dirasakan oleh NCTzen terhadap NCT karena para NCTzen merasa adanya hubungan yang spesial. Tak hanya itu dari komentar tersebut bisa saja terjalin keakraban antara sesama penggemar NCT dari saling membalas dan meng like komentar.
5	Razahra Rugunnita	Jurnal Telangke Ilmu Komunikasi	Pemaknaan Pesan Dalam Perilaku	Menilit dengan kajian penelitian	Meneliti dengan subjek Fandom	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Carat

	<p>Hasiana, Duddy Zein, dan Ilham Gemiharto</p>		<p>Celebrity Worship Fandom Carat di Aplikasi Weverse</p>	<p>celebrity worship.</p>	<p>Carat (SEVENTEEN) sedangkan peneliti subjek Fandom NCTzens</p>	<p>memaknai pesan-pesan Seventeen sesuai dengan harapan atau kebahagiaan mereka, menciptakan perasaan dekat atau memiliki hubungan lebih dari sekadar penggemar dan idolanya. Temuan ini sesuai dengan teori interaksi simbolik dan mencerminkan tingkat intense-personal dalam perilaku celebrity worship.</p>
--	---	--	---	-------------------------------	---	---

Sumber: Olahan Peneliti

F. LANDASAN TEORI

1. *Celebrity Worship*

Rasa cinta dan pemujaan dari penggemar pada idolanya sering disebut dengan istilah *celebrity worship*. Menurut McCutcheon, Ashe, Houran, & Maltby (dalam (Fatimah et al., 2021) *celebrity worship* adalah salah satu bentuk dari kekaguman dan rasa hormat yang abnormal (tidak biasa) terhadap idola. *Celebrity worship* adalah perilaku obsesif dan adiktif oleh penggemar untuk selalu terlibat dalam setiap kehidupan idolnya sehingga terbawa ke dalam kehidupan sehari-hari. Beberapa orang memiliki hubungan khayalan dengan selebriti idola mereka, melakukan apa pun demi idola mereka, bahkan meniru apa pun yang berkaitan dengan idola mereka. Hal ini dapat menyebabkan obsesi. (Fatimah et al., 2021).

Menurut Maltby et al. (2004) (Fatimah et al., 2021) *celebrity worship* telah mengarah pada tiga dimensi:

1. Hiburan Sosial (*Entertainment social*)

Hiburan sosial atau *entertainment social* yaitu tingkat terendah dari pengabdian selebriti. Penggemar pada tingkat ini memiliki motivasi yang mendorong mereka untuk mencari idola atau selebriti yang mereka sukai secara aktif. Pada tipe ini Maltby 2003 (Wayan dkk., 2020) perilaku penggemar terhadap idola pada tingkat ini seperti berikut:

- 1) Pengagum merasa tertarik untuk memperoleh wawasan lebih lanjut mengenai tokoh idola mereka. Pecinta K-Pop aktif mencari

informasi tentang idola yang mereka sukai melalui berbagai platform media sosial seperti Twitter, Snapchat, dan Instagram. Selain itu, mereka juga mengandalkan media cetak seperti majalah remaja untuk mendapatkan informasi terkini mengenai idola mereka.

- 2) Pengagum K-Pop merasa senang untuk berbagi tentang idola mereka dengan teman-teman mereka, terutama jika teman-teman tersebut juga penggemar K-Pop. Mereka selalu berdiskusi mengenai album-idola dan berita terkini yang melibatkan tokoh idola tersebut.
- 3) Pengagum K-Pop sering saling berbagi informasi. Mereka senang menukar film, lagu, dan drama yang mereka unduh. Selain itu, penggemar K-Pop juga akan membentuk komunitas atau kelompok penggemar di media sosial.
- 4) Penggemar juga akan terus menonton penampilan idola mereka meskipun itu adalah tayangan ulang.

Pada penelitian ini menurut Singh & Banerjee (2018) (Emmanuella, 2020) *celebrity worship* adalah kepribadian yang terdiri dari tiga dimensi, dengan masing-masing dimensi didefinisikan dan diukur menggunakan metrik empirik berikut:

Menurut Singh dan Banerjee (2018) (Emmanuella, 2020) dimensi pertama, "Entertainment Sosial", meniru aspek sosial dari interaksi parasosial. Selebriti yang disukai bertanggung jawab atas kecenderungan

mereka untuk menghibur dan memudahkan pertukaran pikiran. Indikator untuk mengukur hal ini:

- 1) *Watching, reading, or listening*: kesenangan yang dirasakan para penggemar saat menonton, membaca berita, atau mendengarkan lagu dari seorang selebriti.
- 2) *Keeping up with the news*: para penggemar selalu menantikan mengikuti berita yang berkaitan dengan kehidupan selebriti; dan.
- 3) *Learning life story*: para penggemar sangat senang mempelajari kehidupan mereka.

2. Perasaan pribadi yang intens (*Intense-personal feeling*)

Perasaan pribadi yang intens atau *Intense-personal feeling* adalah tingkat kedua dalam *celebrity worship*. Penggemar memiliki perasaan intens dan kompulsif terhadap segala hal yang terkait dengan idola atau selebriti mereka. Pada tipe ini Maltby 2003 (Wayan dkk., 2020) mengidentifikasi cara penggemar berperilaku terhadap idola mereka dalam hal-hal berikut:

a) Empati

Setiap pengagum yang telah membangun rasa empati terhadap idola mereka umumnya mampu mengalami apa yang idola mereka alami, bahkan mungkin dalam tingkat yang lebih mendalam daripada perasaan yang dirasakan oleh idola itu sendiri.

b) Imitasi

Pengagum akan berupaya mencontoh baik dalam penampilan maupun cara berbicara dari idola mereka. Bagi beberapa orang, perilaku yang mengarang dapat menyebabkan penyerapan psikologis—perasaan yang kuat dan memaksa—dalam hubungannya dengan seorang selebriti, dan tingkat ini disebut sebagai sikap "*Intense-personal feeling*". Tahap ini menunjukkan perkembangan seseorang dan perasaan penting yang terkait dengan idola, seperti kecenderungan obsesif. Ini diukur dengan indikator Singh & Banerjee (2018) (Emmanuella, 2020):

- a) *Talk with others who admire*: berbicara dengan seseorang yang mengagumi selebriti adalah menyenangkan.
- b) *Enjoying with others*: sangat menyenangkan jika berada di sekitar orang yang mengagumi selebriti yang sama.
- c) *Watching and hearing*: menyaksikan atau mendengarkan sesuatu yang berkaitan dengan selebriti adalah menyenangkan.

3. *Borderline-pathological Tendency* (Patologis)

Merupakan tingkat paling ekstrem dari pengabdian kepada selebriti. Penggemar dalam tingkat ini memiliki sikap seperti siap melakukan apa pun demi idola atau selebriti mereka, meskipun itu melanggar hukum. Menurut Maltby 2006 (Wayan dkk., 2020), tipe ini ditandai dengan tanda-tanda berikut dalam cara penggemar berperilaku terhadap idola mereka:

- 1) Pengagum menunjukkan perilaku dan fantasi yang tak terkendali terhadap idola mereka. Mereka juga seringkali membayangkan idola mereka sebagai pacar atau suami.
- 2) Pengagum sering menunjukkan perilaku yang obsesi terhadap idola mereka. Mereka memandang idola mereka sebagai kepunyaan pribadi dan tidak ada yang dapat mengambil idola tersebut dari mereka.
- 3) Pengagum menjadi sangat bersemangat atau gembira ketika melihat atau mendengar nama idola mereka. Pengagum ini akan kehilangan kendali diri ketika memiliki kesempatan untuk melihat idola mereka secara langsung. Hanya dengan mendengar nama sang idola, pengagum ini dapat berteriak secara histeris.

Singh dan Banerjee (2018) (Emmanuella, 2020) berpendapat bahwa penyerapan ini mungkin menjadi sangat adiktif dalam situasi yang intens, menyebabkan sikap dan perilaku "Borderline Pathological" yang mendorong pemenuhan seseorang dengan asosiasi parasosial. Dalam penelitian ini, dimensi Pathological Borderline diukur menggunakan indikator empiris berikut:

- a) *Success*: penggemar juga menganggap keberhasilan selebriti.
- b) *Fear and losses*: jika selebriti favoritnya gagal dan kehilangan kesempatan, seperti di acara penghargaan, penggemar merasa gagal.
- c) *Something happen*: jika selebriti favoritnya sukses, penggemar akan merasakan baik-baik saja.

- Faktor yang Mempengaruhi *Celebrity Worship*

Menurut McCutcheon (2005) (Wayan et al., 2020) ada tiga adalah usia, keterampilan sosial dan jenis kelamin.

1. Usia, pada usia remaja, mencapai titik tertinggi dalam kekaguman terhadap selebriti, kemudian secara perlahan menurun ketika memasuki usia dewasa.
2. Keterampilan sosial, individu dengan kemampuan sosial yang kurang baik menganggap pengaguman terhadap selebriti sebagai pengganti dari kurangnya hubungan sosial yang sebenarnya.
3. Jenis kelamin, preferensi selebriti dipengaruhi oleh jenis kelamin, di mana laki-laki lebih condong mengidolakan selebriti perempuan, sementara perempuan cenderung mengidolakan selebriti laki-laki

2. Fandom

Menurut Gooch dan Betsy (Fatimah et al., 2021), meluasnya K-Pop, terutama di Indonesia, mendorong remaja untuk bergabung dengan *fanclub* idola mereka, terutama fandom NCTzens, yang merupakan anggota boygrup NCT. Fandom adalah singkatan dari "kerajaan penggemar", dan penggemar dari berbagai tempat akan berkumpul untuk membentuk suatu komunitas yang disebut fandom.

Komunitas fans Kpop secara kolektif akan melakukan kegiatan yang biasa disebut dengan *fangirling* atau *fanboying*. Menurut Nurullita

dan Mutmainah (2021) dalam (Nanda & Nurwidawati, 2024) *fangirling* atau *fanboying* adalah kegiatan yang dilakukan oleh penggemar terkait idola mereka, yang mana kegiatan yang dilakukan tersebut, jika dalam lingkup sosial media, tidak hanya menyangkut mencari informasi mengenai idola mereka, melainkan juga mencakup aktivitas berkomunikasi dengan sesama penggemar dalam kelompok komunitas mereka yang biasa disebut dengan fandom.

Penggemar Kpop yang terlibat dalam suatu fandom akan mengonsumsi produk dari idola Kpop mereka secara terus-menerus dengan melibatkan perasaan. Mereka juga kerap kali akan menganggap idola mereka sebagai orang yang sangat dekat dengan mereka, seperti pacar, teman, motivator, dan juga keluarga (Nurullita & Mutmainah, 2021 dalam (Nanda & Nurwidawati, 2024)

Dalam prosesnya, penggemar tidak lagi menjadi penonton untuk teks populer, akan tetapi mereka menjadi peserta aktif dalam membangun makna dari sebuah teks. Aktivitas penggemar menurut McCudden (2011) dalam (Nanda & Nurwidawati, 2024) adalah meliputi :

- *Meaning Making* (Membuat Makna)

Dimana penggemar akan secara aktif memaknai dan menafsirkan teks media dan menggabungkannya dengan pengalaman dan emosinya sendiri. Hal ini berbeda dengan *social*

viewers atau penonton sosial yang hanya mengonsumsi media tersebut.

- *Meaning Sharing* (Berbagi Makna)

Meliputi kegiatan mengambil makna dari dalam diri (internal) dan membaginya keluar (eksternal), dan biasanya dilakukan antar sesama penggemar.

- *Poaching* (Berburu)

Meliputi kegiatan mencari bahan-bahan dasar yang biasanya digunakan oleh penggemar sebagai landasan karya kreatif mereka sendiri, terutama karya teks.

- *Collecting* (Mengumpulkan)

Merupakan kegiatan pengumpulan barang-barang terkait sang idola, yang biasanya berupa merchandise.

- *Knowledge Building* (Membangun Pengetahuan)

Kegiatan mengumpulkan pengetahuan sebanyak-banyaknya terkait idola. Semakin kuat pengetahuan seorang penggemar akan sejarah idolanya, semakin kuat pula budaya penggemar yang ada dalam fandom.

Sedangkan dalam *mediaindonesia.com* fandom adalah komunitas atau kelompok penggemar yang sangat tertarik pada orang, hobi, atau kegiatan tertentu. Fokus subjek fandom dapat didefinisikan secara khusus untuk individu yang memiliki ketertarikan dan minat yang sama terhadap idola, hobi, genre, atau model tertentu. Istilah "fandom" telah menjadi

populer dan menjadi ciri khas dunia K-Pop, terutama dengan penyebaran budaya Korea ke seluruh dunia. Akibatnya, istilah ini sering dikaitkan dengan klub penggemar idola Korea.



G. KERANGKA PEMIKIRAN

Tabel 2



H. METODOLOGI PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian pendekatan kualitatif metode fenomenologi, Denzin dan Lincoln (1994) (Manab, 2015) penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang berfokus pada berbagai metode dan menggunakan pendekatan interpretatif naturalistik pada subjek penelitian. Arti penelitian kualitatif adalah meneliti sesuatu dalam keadaan alaminya, berusaha untuk melogikakan atau menafsirkan fenomena berdasarkan makna yang dibawa oleh orang-orang. Penelitian kualitatif melibatkan berbagai jenis materi empiris yang telah dipelajari, seperti studi kasus, pengalaman pribadi, perenungan, cerita hidup, wawancara, pengamatan, sejarah, interaksi, dan teks visual kemudian mendeskripsikan.

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan struktur yang tak pernah berubah (invarian) yang penting (atau esensi) atau makna sentral yang mendasari pengalaman. Ini juga menekankan pada intensi-onalitas kesadaran di mana pengalaman tersebut terdiri dari baik penampilan luar maupun batin yang didasarkan pada ingatan, imaji, dan makna. Analisis data fenomenologis melibatkan penggunaan metodologi pengurangan, analisis pernyataan pertanyaan dan tema khusus, dan pencarian makna potensial. Selain

itu, peneliti meninggalkan semua asumsi, klasifikasi, dan pengalamannya (kembali ke "ilmu pengetahuan alam") dan bergantung pada intuisi, imajinasi, dan struktur-struktur universal untuk mendapatkan gambaran tentang apa yang mereka alami. Empat tema dapat dilihat dari prinsip filosofis ini. (Stewart & Mickunas, 1990) (Manab, 2015):

1. Beralih ke tanggung jawab filsafat tradisional. Di akhir abad ke-19, filsafat menjadi terbatas pada mengeksplorasi dunia secara empiris, yang disebut "saintisme". Ini kembali ke gagasan dasar filsafat Yunani, yaitu pencarian kebijaksanaan, sebelum sains empiris menarik perhatian filsafat.
2. Filosofi bebas diskriminasi, salah satu tujuan pendekatan fenomenologi adalah untuk menghentikan semua gagasan tentang apa yang sebenarnya, empiris, "perilaku alamiah (natural)" sampai mereka menemukan tujuan yang lebih jelas. Penangguhan Husserl ini dikenal sebagai "epoche" (dari jaman ke jaman).
3. *Intensionalitas kesadaran*, gagasannya adalah bahwa kesadaran selalu berfokus pada objek. Selanjutnya, Husserl berpendapat bahwa kenyataan tidak dapat dibagi menjadi subyek dan obyek karena kenyataan adalah objek yang sangat terkait dengan kesadaran seseorang tentangnya. Oleh karena itu, dia mengubah

dualitas Cartesian menjadi makna objek yang muncul dalam kesadaran.

4. Menolak dikotomi subjek-objek, tema ini berasal dari intensionalitas kesadaran secara natural. Kenyataan sebuah objek hanya dapat dirasakan melalui makna pengalaman seseorang.

Peneliti memilih tema kedua yang tertulis diatas, yaitu filsafat tanpa prasangka. Kemudian peneliti menggunakan ilmu disiplin yang berfokus pada perhatian fenomenologi psikologis seperti yang diungkapkan melalui fenomenologi empiris/transendental guna menunjukkan hakikat pembuktian. Pendekatan psikologis, juga terfokus pada makna pengalaman, tapi pendekatan Berbeda dengan pengalaman dalam kelompok, ini menemukan bahwa pengalaman individu adalah yang paling penting. Prinsip-prinsip utama dari penelitian Duquesne tentang fenomenologi adalah:

Menurut (Moustakas, 1994:13) (Manab, 2015) untuk mengetahui apa yang dimaksud dengan pengalaman bagi orang yang berpengalaman dan untuk memberikan penjelasan rinci tentang pengalaman. Konsep umum atau universal diperoleh dari deskripsi individu. Moustakas (1994) dalam Creswell (Manab, 2015) memberikan penjelasan lebih lanjut tentang jenis fenomenologi yang disebut fenomenologi transendental. Ini didasarkan pada

Husserl, tetapi menempatkan lebih banyak perhatian pada menahan prasangka kita (*epoche* dan *bracketing*) dan mengembangkan struktur universal berdasarkan apa yang orang alami dan bagaimana mereka mengalaminya.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling* karena peneliti merasa sample yang diambil paling mengetahui tentang masalah yang akan diteliti oleh peneliti. (Chan dkk., 2019).

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah NCTzen Yogyakarta. Objek penelitian menurut Sugiyono (2021:23) (Guntara dkk., 2023) adalah tujuan ilmiah untuk mendapatkan data objektif, valid, dan kredibel tentang sesuatu. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah *celebrity worship*.

3. Metode Pengumpulan Data

Menurut (Manab, 2015) teknik pengumpulan data yang digunakan untuk penelitian ini adalah pengumpulan data dari:

1. Wawancara

Dengan melakukan wawancara secara fisik secara bertahap, peneliti berusaha mendapatkan informasi dari informan. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data sekaligus. Peneliti akan mewawancarai satu

admin, dua followers Instagram @nctzenjogja dan satu triangluasi ahli.

2. Observasi

Observasi langsung menyediakan keuntungan utama yaitu pengalaman yang lebih mendalam. Observasi membantu penyidik memahami motif, kepercayaan, perhatian, keterkaitan, perilaku tidak sadar, dan budaya dengan lebih baik.

3. Sumber bukan manusia (dokumen dan catatan)

Untuk mendapatkan data konteks, penelitian dokumentasi dilakukan terhadap catatan, arsip, dan dokumen lainnya, termasuk laporan yang terkait dengan masalah penelitian.

4. Metode Analisis Data

Analisis data adalah upaya untuk menemukan dan menata hasil observasi, wawancara, dan hasil lainnya secara sistematis untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang mereka pelajari dan menyampaikan temuan mereka kepada orang lain. (Muhadjir, 2000) (Nurdewi, 2022). Sedangkan menurut Moleong (2002:103) (Nurdewi, 2022) Analisis data adalah proses mengukur urutan data dan mengaturnya ke dalam pola, kategori, dan uraian dasar. Ini mengandung beberapa pengertian dalam pelaksanaannya: analisis data harus dilakukan sejak awal

pengumpulan data di lapangan dan harus dilakukan secara menyeluruh untuk mengumpulkan semua data di lapangan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode analisis data Model Miles dan Huberman (Lestari, 2020). Saat pengumpulan data dilakukan, dan setelah selesai, analisis dilakukan. Peneliti menganalisis jawaban responden selama wawancara. Jika jawaban tidak memuaskan, peneliti akan melanjutkan pertanyaan sampai mereka mendapatkan data yang dapat diandalkan. Analisis berlangsung secara terus menerus hingga tuntas, sehingga datanya aktif dalam analisis data yaitu *data reduction*, *data display* dan *conclusion drawing/verivication*, (Nurdewi, 2022):

1. ***Data reduction***, merupakan jenis analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data sehingga kesimpulan dapat ditarik dan diverifikasi pada akhirnya. Setelah penelitian lapangan, proses reduksi atau transformasi data berlanjut sampai laporan akhir dibuat. Oleh karena itu, penelitian kualitatif dapat disederhanakan dan diubah dalam berbagai cara, seperti dengan melakukan seleksi ketat, membuat ringkasan atau uraian singkat, menggabungkannya ke dalam pola yang lebih luas, dan sebagainya.

2. *Data display dan conclusion*, Miles & Huberman membatasi suatu penyajian sebagai sekumpulan informasi yang disusun sehingga dapat ditarik kesimpulan dan diambil tindakan.
3. *Drawing/verivication*, Menurut Miles dan Huberman, Selama kegiatan penelitian, kesimpulan ditarik hanyalah sebagian dari satu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Selama proses penelitian, kesimpulan ini juga divalidasi.

5. Keabsahan Data

Keabsahan data penelitian ini menggunakan triangulasi ahli. Dengan member check, data yang diperoleh dari subjek penelitian akan dicek kembali oleh subjek penelitian sebagai sumber data yang bertujuan agar informasi yang didapat dalam laporan penelitian memiliki kesesuaian dengan apa yang dimaksudkan oleh subjek penelitian. Bentuk Celebrity Worship Dalam Fandom K-Pop penelitian ini kemudian dilakukan triangulasi, yaitu triangulasi sumber & ahli penelitian melakukan triangulasi sumber melalui NCTzen Yogyakarta dan narasumber ahli dengan Drs. Rubertus Budi Sarwono, M.A.

BAB IV

A. Kesimpulan

Disimpulkan pada penelitian ini mengenai bentuk *celebrity worship* dalam fandom k-pop NCT (studi fenomenologi pada NCTzen Yogyakarta) yang telah diuraikan, dapat dihasilkan kesimpulan bahwa terdapat hal yang dapat dikatakan bentuk *celebrity worship* dalam fandom NCTzen Yogyakarta. Karakteristik *celebrity worship* yang pertama yaitu *entertainment social* sebagai, merasa tertarik memperoleh wawasan mengenai idola mereka, merasa senang berbagi dengan teman-teman mereka tentang idolanya, saling berbagi informasi dengan membagikan file konten, dan menonton ulang idola mereka meskipun tayangan ulang.

Bentuk karakteristik *celebrity worship* kedua yaitu *intense personal-feeling* sebagai berikut, mereka mengalami apa yang idolanya alami dan berupaya mencontoh ajaran atau nilai yang baik dari idolanya. Kemudian bentuk karakteristik *celebrity worship* ketiga yaitu *borderline-pathological tendency* sebagai berikut, mereka tidak membayangkan idolanya sebagai pacar dan suami, namun lebih ingin menjalin kedekatan sebagai teman/rekan kerja, mereka sudah memberi batasan dalam pengidolaan sejak belum mengenal K-Pop, dan menjadi bersemangat dan gembira ketika melihat atau melihat nama idolanya.

Aktivitas penggemar pada fandom NCTzen Yogyakarta penggemar secara aktif memaknai teks media dan menggabungkannya dengan

pengalaman dan emosinya sendiri, mengambil makna dari dalam diri (internal) dan membaginya keluar (eksternal) dilakukan antar sesama penggemar, mencari bahan-bahan dasar yang biasanya digunakan oleh penggemar sebagai landasan karya kreatif mereka sendiri, terutama karya teks., mengumpulkan barang-barang terkait sang idola, yang biasanya berupa *merchandise*, dan mengumpulkan pengetahuan sebanyak-banyaknya terkait idola.

Menurut peneliti, ketiga narasumber yang merasa dirinya sudah membuat batasan dalam penggemarannya karenanya ketiga narasumber Linase, Wiqoy, dan Shofi merupakan muslimah yang mana sudah disebutkan pada bab I bahwa dalam Q.S An-Nisaa' ayat 171 tersebut Allah berfirman bahwasanya Allah tidak menyukai ummat yang berlebihan dalam hal yang disenangi. Kemudian karena fandom K-Pop ini berdomisili Yogyakarta, yang mana kita kenal Yogyakarta merupakan Kota Pelajar, penggemarannya mereka terhadap *artist* lebih realistis.

B. Saran

Mengacu pada penelitian bentuk *celebrity worship* dalam fandom K-Pop NCT (studi fenomenologi pada NCTzen Yogyakarta) yang dilakukan peneliti. peneliti memiliki beberapa saran di antaranya:

1. Bagi peneliti lanjutan disarankan dan diharapkan dapat menggali lebih dalam dan mengembangkan lebih luas mengenai dimensi tingkat ketiga

yaitu *borderline-pathological tendency* yang mana hal tersebut masih terjadi pada penggemar K-Pop.

2. Penelitian lebih lanjut disarankan mengambil sampel dari kabupaten atau kota lain di luar provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Ini akan membantu menentukan apakah temuan penelitian ini relevan untuk kabupaten atau kota lain.
3. Penggemar yang mengikuti komunitas maupun tidak sebaiknya untuk menyelenggara acara yang tidak berlebihan seperti tidak melanggar aturan agama dan negara.
4. Penggemar dapat mecontoh suatu ajaran atau nilai yang baik dari idolanya.
5. Mengetahui kegiatan yang dilakukan penggemar K-Pop tidak selalu bersifat negative seperti menghamburkan uang saja. Tetapi sudah banyak kita ketahui bahwa ada kegiatan penggemar K-Pop yang peduli terhadap sesama melalui donasi atau relawan.
6. Penggemar harus menyadari bahwa idolanya hanya menjalankan profesinya saja, maka dari itu kita sebagai penggemar cukup menggemarnya dengan wajar.
7. Menerima kenyataan bahwa idolanya juga manusia, yang mana memiliki hubungan sesama manusia yang mereka cintai.
8. Menaruh posisi idolanya tidak pada kesenangan utama, memperbanyak *skill* yang relistis untuk mengembangkan potensi diri.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahannya. 2023. Diterjemahkan oleh Tim Kementerian Agama. Jakarta Timur: Gedung Bayt Al-Qur'an & Museum Istiqlal. (tanggal akses 10/10/2023 pukul 18.37).
- Andina, A. N., Barokah, S., & Satriawan, T. N. (2020). Cup Sleeve Event Sebagai Bentuk Hedonisme Baru Penggemar K-Pop. *Pro Bisnis*, 13(1), 23–33.
- Ardani S, K. M. (2023, September 30). *Fenomena Korean Wave di Indonesia*. Egsaugm.
- Courses, Indonesia. H. (2023). *Berikut Daftar Kebudayaan Sehari-hari Korea Selatan yang Sebaiknya Kamu Tahu*. Hot Courses. <https://www.hotcourses.co.id/study-in-south-korea/destination-guides/berikut-daftar-kebudayaan-sehari-hari-korea-selatan-yang-sebaikny/>
- Event, D. (2024). *Proposal Media Partner: Manfaat dan Hal yang Harus Diperhatikan*. Detik Event. <https://event.detik.com/blog/259/proposal-media-partner--manfaat-dan-hal-yang-harus-diperhatikan#:~:text=Media partner adalah entitas atau,pemberian eksklusivitas%2C atau pertukaran konten.>
- Fatimah, N., IGAA, N., & Rina, A. P. (2021). Perilaku Celebrity Worship pada remaja komunitas Nctzens di Indonesia ditinjau dari loneliness. *Sukma: Jurnal Penelitian Psikologi*, 2(02), 122–135.
- Fauzan, F. (2024). *Profil dan Biodata NCT WISH, Ada 6 Member*. Popmama.Com. <https://www.popmama.com/community/groups/life/random-chat/profil-dan-biodata-nct-wish-ada-6-member>
- Fauziah, R., & Kusumawati, D. (n.d.). *FANDOM K-POP IDOL DAN MEDIA SOSIAL (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Penggunaan Media Sosial Twitter pada Hottest Indonesia sebagai Followers Fanpage @taeckhunID, @2PMindohottest dan Idol Account @Khunnie0624)*. <http://id.techinasia.com/laporan-pengguna-website-mobile-media-sosial-indonesia/>
- Imanuella, J. (2023, July 19). *Apa Itu Fandom? Berikut Daftar 11 Fandom K-Pop Terbesar di Dunia*. Media Indonesia.
- Kim, R. (2023, September 21). SM Entertainment Requests Police And Legal Investigation After Fan Broke Into NCT Jaehyun's Hotel Room. *Koreaboo*, 1.

- Kpopping. (2024). *NCT Dream*. Kpopping. <https://kpoping.com/profiles/group/NCT-Dream>
- Kumparan. (2023). Perbedaan NCTzen dan Sijeuni yang Wajib Diketahui Fans NCT. *Kumparan*, 1.
- Lauren, D. (2023). *3 Benefits of a Listening Party for Your Music*. Disc Maker Blog. <https://blog.discmakers.com/2023/07/what-is-a-listening-party/>
- Marchellia, R. I., & Siahaan, C. (2022). Peranan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Remaja Penggemar K-Pop. *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 13(1), 65. <https://doi.org/10.31506/jrk.v13i1.14737>
- Nanda, S., & Nurwidawati, D. (2024). *Gambaran Perilaku Fanatisme Pada Penggemar Kpop di Kota Surabaya*. 3(July), 64–80.
- NCT. (2023). *Sledding is Fun! A Fine Day in Chicago* ❄️ with YT, DY, MK / *Johnny's Communication Center (JCC) Ep.37*. NCT. <https://youtu.be/BWcDSisCqaU?si=IDuBgTFSBkSa9Csa>
- Perangin, M. (2023, March 1). Sasaeng Muncul di Video NCT 127 Tanpa Sensor. Duh, Bikin Khawatir! *Cewekbanget .Id*, 1.
- Psikologi, K. (n.d.). *Denial*. Psychology Binus University. Retrieved August 15, 2024, from <https://psychology.binus.ac.id/kamus-psikologi/kamus-psikologi-d/denial/>
- Rini. (2023). *Biodata dan Fakta Menarik Member Way V*. Parboaboa. <https://parboaboa.com/biodata-member-way-v>
- Rizky, L., Loisa, R., & Sudarto, S. (2023). The Effect of Celebrity Worship on Perceived Intrusiveness in The Duration of BTS Advertising Among Fans. *International Journal of Application on Social Science and Humanities*, 1(1), 579–587. <https://doi.org/10.24912/ijassh.v1i1.25914>
- SMTOWN. (2021). *Beyond Live: The beginning of a new performance culture*. SMTOWN. <https://beyondlive-test.smtown.com/en/index.html>
- Tracy. (2018a). *NCT 127 Members Profile*. K Profiles. <https://kprofiles.com/nct-127-members-profile/>
- Tracy. (2018b, March 18). *NCT Members Profile*. Kpop Profiles. <https://kprofiles.com/nct-members-profile/>

Wayan, N., Ayu, R. S., & Astiti, D. P. (2020). Gambaran Celebrity Worship Pada Penggemar K-Pop. *Buletin Ilmiah Psikologi*, 1(3), 2720–8958. <https://doi.org/10.24014/pib.v%vi%i.9858>

