

**JEJARING FANS NCTZEN MAKASSAR DAN FANS CLUB SERUPA DI
LUAR MAKASSAR**



**AM TAUFIQ RIFANDIKA
E071171511**



**PROGRAM STUDI ANTROPOLOGI SOSIAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2024

**JEJARING FANS NCTZEN MAKASSAR DAN FANS CLUB
SERUPADI LUAR MAKASSAR**

A M TAUFIQ RIFANDIKA

E071171511



**PROGRAM STUDI ANTROPOLOGI SOSIAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR 2024**

**JEJARING FANS NCTZEN MAKASSAR DAN FANS CLUB SERUPA DI
LUAR MAKASSAR**

**AM TAUFIQ RIFANDIKA
E071171511**

Skripsi

sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana

Program Studi Antropologi Sosial

pada

**PROGRAM STUDI ANTROPOLOGI SOSIAL
DEPARTEMEN ANTROPOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

SKRIPSI
JEJARING FANS NCTZEN MAKASSAR DAN FANS CLUB SERUPA DI
LUAR MAKASSAR

AM TAUFIQ RIFANDIKA
E071171511

Skripsi,

telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Sarjana Antropologi Sosial pada tanggal 04 Maret 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan pada

Program Studi Antropologi Sosial
Departemen Antropologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin
Makassar

Pembimbing Utama



Dra. Hj. Nurhadelia F.L.M.Si
NIP 19600913 198702 2 001

Pembimbing Pendamping,



Muhammad Neil, S.Sos.M.Si
NIP 19720605 200501 1 001

Ketua Program Studi
Antropologi Sosial,



Dr. Tasrifin Tahara, M.Si
NIP 19750823 200212 1 002

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa, skripsi berjudul "Jejaring Fans NCTZEN Makassar dan Fans Club Serupa di Luar Makassar" adalah benar karya saya dengan arahan dari pembimbing Dra. Hj. Nurhadelia F.L. M.Si sebagai Pembimbing Utama dan Muhammad Neil.S.Sos, M.Si sebagai Pembimbing Pendamping. Karya ilmiah ini belum diajukan dan tidak sedang diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka skripsi ini. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini adalah karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut berdasarkan aturan yang berlaku.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta (hak ekonomis) dari karya tulis saya berupa skripsi ini kepada Universitas Hasanuddin.



UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadiran Tuhan YME atas segala limpahan Rahmat dan Berkah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini yang berjudul “**Jejaring Fans NCTzen Makassar dan Fans Club Serupa di Luar Makassar**” dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Penyelesaian studi penulis terhitung mulai dari bulan Maret 2023 sampai bulan Februari 2024, termasuk pengajuan judul, penyusunan proposal, bimbingan proposal, seminar proposal, turun lapangan untuk kepentingan penelitian kemudian penulisan skripsi. Adapun alasan penulisan skripsi ini yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) pada Departemen Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin, Kota Makassar.

Penulis menyadari selama proses penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis dengan terbuka untuk menerima saran dan kritikan yang mampu membangun karya tersebut kedepannya. Atas penyelesaian skripsi ini, dengan penuh rasa terima kasih kepada mama penulis **Hj. Erni Beu** dan bapak penulis **Mangkauwani Natsir** yang telah memberikan nasehat serta dukungan dalam setiap doanya. Untuk segala pengorbanan yang telah diberikan selama ini, secara khusus karya ini penulis persembahkan sebagai hadiah untuk saat ini dan berharap dapat menjadi salah satu bagian yang membanggakan untuk keluarga. Selain itu, penulis juga menyampaikan banyak terima kasih kepada beberapa pihak yang turut andil dalam penyusunan skripsi ini, ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. **Prof. Dr. Jamaluddin Jompa, M.Si** selaku Rektor Universitas Hasanuddin.
2. **Dr. Phil. Sukri, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin beserta seluruh staf.
3. **Dr. Tasrifin Tahara, M.Si** selaku Ketua Departemen Antropologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.
4. **Icha Musywirah Hamka, S.Sos, M.Si** selaku Sekretaris Departemen Antropologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin
5. **Dra. Hj. Nurhadelia F. L., M.Si** dan **Muhamad Neil, S.Sos, M.Si** selaku pembimbing I dan Pembimbing II yang telah memberikan pengalaman, ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama proses penyusunan proposal penelitian skripsi dan dengan sabarmembimbing penulis sampai selesai.

6. Dosen Departemen Antropologi **Prof. Dr. Hamka Naping, MA, Prof. Dr. H. Pawennari Hijjang, MA, Prof. Dr. Mahmud Tang, MA, Prof. Dr. Ilmi Idrus, Ph.d, Alm. Prof. Dr. Supriadi Hamdat, MA, Prof. Dr. Munsir Lampe, MA, Prof. Dr. Anshar Arifin, MS, Dr. Yahya, MA, Prof. Dr. Tasrifin Tahara, M.Si, Dr. Muhammad Basir, MA, Dr. Safriadi, M.Si, Dra. Hj. Nurhadelia F. L., M.Si, Muhamad Neil, S.Sos, M.Si, Icha Muswirah Hamka, S.Sos, M.Si, Ahmad Ismail, S.Sos, M.Si, Hardianti Munsir, S.Sos, M.Si, Andi Batara Al Isra, S.Sos, MA, dan Jayana Suryana Kambara, S.Sos, M.Si** yang telah berbagi ilmu dan pengalaman selama penulis belajar di Kampus Universitas Hasanuddin.
7. Staf pegawai Departemen Antropologi Sosial, Ibu **Darma**, bapak **Muh. Yunus**, dan Ibu **Anni** yang selalu membantu dalam proses kelengkapan berkas penulis.
8. **Fadhillah Salsabila Suardi** yang selalu memberikan semangat dalam penyusunan skripsi
9. Teman-teman penulis, **Ahmad Fuad Rief'ad, Ridwan Zul Fathi, Salsabila Layla, Rachmat Saleh Syafri, Taufiqurrahman Yunus, Muh Nur Rahmat Yasim dan Yusril Partang** yang senantiasa memberikan masukan-masukan dalam penyusunan skripsi.
10. **Aksata 2017** yang telah membahagi penulis selama menempuh jenjang perkuliahan hingga selesai
11. **Kerabat HUMAN FISIP UNHAS** yang telah mewarnai kehidupan kampus penulis selama menyelesaikan masa studi.
12. Informan penelitian yang telah meluangkan waktu dan tenaga dalam penyelesaian skripsi penulis.
13. Seluruh pihak yang telah mengambil peran dalam menyelesaikan masa studi.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi ilmu pengetahuan dan para pembaca. Akhir kata, penulis mengucapkan permohonan maaf yang sebesar-besarnya atas segala kekurangan. Terima Kasih.

Makassar, 2 Februari 2024

A M TAUFIQ RIFANDIKA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana jaringan sosial dan framing terkait identitas komunitas yang diproduksi oleh penggemar mampu membentuk suatu hubungan antar penggemar. Di Indonesia, popularitas grup idola K-Pop diiringi oleh banyaknya anak muda yang menjadi penggemar membentuk kekuatan baru di dalam fandom. Penggemar yang menjadi bagian dari suatu fandom dapat menggerakkan penggemar lain untuk berpartisipasi dalam aktivisme yang dilakukan. Metode Etnografi digunakan dalam penelitian ini. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan melalui wawancara mendalam terhadap aktor lokal dalam fandom grup idola K-Pop, serta observasi online di dalam platform sosial media seperti X dan Instagram.

Hasil penelitian ini berupa penggambaran terkait bagaimana jejaringkomunitas dapat membentuk sebuah dinamika hubungan sosial komunitas NCTZEN di Makassar yang mencakup variasi ikatan, perilaku anggota, dan pengaruh lingkungan sosial terhadap identitas mereka sebagai penggemar idol grup NCT. Kemudian penelitian ini juga memperlihatkan bagaimana jaringan penggemar terhubung melalui kesamaan minat dan kegiatan yangberhubungan dengan musik K-pop dan idola K-pop. Sebagai komunitas berbasis online, NCTZEN menggunakan internet sebagai basis komunikasimelalui forum online seperti WhatsApp dan Line, serta media sosial seperti X dan Instagram. Media sosial memberikan kesempatan bagi mereka untuk membentuk, mengembangkan, dan bergabung dengan komunitas dengan mudah. Terakhir penelitian ini mendeskripsikan keuntungan bagi anggota komunitas dalam berjejaring, yang memungkinkan para penggemar untuk tetap terhubung dengan berita terbaru dan berpartisipasi dalam proyek penggemar bersama.

Kata Kunci: Jaringan Sosial, *Fandom*, NCTZEN

ABSTRACT

This study aims to explain how social networks and framing related to community identity produced by fans are able to form a relationship between fans. In Indonesia, the popularity of K-Pop idol groups is accompanied by many young people who become fans, forming a new power within the fandom. Fans who are part of a fandom can mobilize other fans to participate in activism. Ethnographic method is used in this research. The data collection techniques used were in-depth interviews with local actors in the K-Pop idol group fandom, as well as online observations on social media platforms such as X and Instagram.

The results of this study are in the form of a description of how community networks can form a dynamic social relationship of the NCTZEN community in Makassar which includes variations in ties, member behavior, and the influence of the social environment on their identity as fans of the idol group NCT. Then this research also shows how fan networks are connected through common interests and activities related to K-pop music and K-pop idols. As an online-based community, NCTZEN uses the internet as a base of communication through online forums such as WhatsApp and Line, as well as social media such as X and Instagram. Social media provides opportunities for them to form, develop and join communities easily. Finally, this research describes the benefits for community members in networking, which allows fans to stay connected with the latest news and participate in joint fan projects.

Keywords: Social Network, Fandom, NCTZEN

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Pertanyaan Penelitian.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
A. Penelitian Terdahulu.....	4
B. Konsep Relefan.....	7
1. Komunitas dan Fanatisme.....	7
2. Globalisasi dan Persebaran Budaya.....	10
3. Jaringan Sosial.....	12
4. Budaya Populer dan Korean Wave.....	13
BAB III METODE PENELITIAN.....	16
A. Jenis Penelitian.....	16
B. Lokasi Penelitian.....	16
C. Teknik Penentuan Informan.....	16
D. Teknik Pengumpulan Data.....	17
E. Teknik Analisis Data.....	18
F. Etika Penelitian.....	18
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI.....	19
A. Aspek Administratif dan Kependudukan.....	19

B. Aksesibilitas Internet di Makassar.....	22
C. Neo Culture Technology (NCT).....	23
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	27
A. Dinamika Hubungan Sosial Komunitas NCTZEN di Makassar.....	27
B. Jejaringan Antara NCTZEN di indonesia.....	34
C. Keuntungan Jejaring antar Komunitas NCTZEN.....	41
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	44
A. Kesimpulan.....	44
B. Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA.....	47

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Informan Penelitian.....	17
Tabel 2. 1 Pendidikan.....	21

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Views NCT.....	25
Gambar 5. 1 NCTZEN.....	32
Gambar 5. 2 Merchandise NCT.....	33
Gambar 5. 3 Akun instagram.....	36

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring perkembangan zaman, globalisasi menjadikan interaksi antara seluruh masyarakat dunia menjadi bebas dan terbuka. Perkembangan teknologi memudahkan kita untuk mendapatkan informasi dari dalam maupun di luar negeri. Juga membuat budaya dari luar negeri dapat masuk ke tengah-tengah masyarakat dengan mudah. Kemajuan teknologi informasi memicu munculnya budaya-budaya baru yang menarik bagi masyarakat. Menurut John Storey (2006) "Budaya yang disukai secara luas oleh banyak orang disebut budaya populer, budaya pop, atau budaya massa. Budaya populer juga didefinisikan sebagai produk, bentuk ekspresi dan identitas yang ditemui atau diterima secara umum serta disukai oleh sebagian masyarakat tertentu pada waktu tertentu.

Persebaran budaya Korea atau dikenal dengan istilah *Korean Wave* telah menjalar keseluruh dunia termasuk di Indonesia. Dimulai dengan masuknya drama-drama Korea pada tahun 2000-an seperti *Winter Sonata*, *Full House*, dan drama Korea lainnya pada televisi nasional Indonesia (Angeline, 2018). Keistimewaan drama Korea tidak hanya pada kisah di dramanya, melainkan penggabungannya dengan soundtrack atau dikenal dengan OST, yang sengaja dibuat untuk drama tersebut sehingga lagu Korea pun ikut menjadi populer.

K-pop adalah sub-genre musik pop yang berasal dari Korea Selatan. K-pop lebih dikenal sebagai suatu kelompok perempuan ataupun laki-laki atau disebut juga dengan sebutan *girlband* dan *boyband*. *Girlband* dan *boyband* adalah sekelompok grup vokal yang terdiri dari laki-laki atau perempuan yang memiliki kemampuan untuk menyanyi dan menari di atas panggung. Tidak jarang masyarakat terutama pada kalangan anak sekolah dasar, remaja hingga orang tua menjadi penggemar budaya K-pop.

Demam K-pop mulai menyebar di Indonesia pada tahun 2009-2010 dimulai dengan dikenalnya boyband besar seperti Bigbang dan Super Junior diikuti oleh girlband seperti Girls Generation. Popularitas K-pop ini terus bertahan seiring berjalannya waktu kemudian muncul berbagai *boyband* dan *girlband* baru yang semakin banyak digemari oleh masyarakat Indonesia. Pada tahun 2016 grup boyband NCT memulai debutnya dengan memiliki personel sebanyak 21 orang. Popularitas NCT di Indonesia semakin meningkat seiring dengan berjalannya waktu. Pada tahun 2019 NCT mengadakan konser pertamanya di Jakarta. Besarnya popularitas NCT dibuktikan dengan tiket terjual habis dengan waktu yang spektakuler

yakni hanya dengan waktu sekejap saja. Fenomena ini membuktikan besarnya penggemar atau dikenal dengan istilah fandom NCTzen.

Fandom menjadi istilah yang diberikan pada sekumpulan orang yang menikmati subjek tertentu dan dapat bertemu atau berkomunikasi antar satu sama lain. Dalam hal ini NCTzen menjadi fandom dari grup K-pop NCT. Besarnya fandom NCTzen yang ada di Indonesia membuat perusahaan dari grup NCT ini berusaha untuk lebih mengenalkan grup *boyband* ini melalui pendekatan budaya. *Me-lokal* menjadi salah satu strategi dari perusahaan dalam upaya membuat penggemar lebih merasa dekat dengan idolanya. Pendekatan lewat budaya dapat menimbulkan interaksi dari hubungan antar penggemar dengan idolanya.

Dengan besarnya jumlah penggemar yang tersebar di seluruh Indonesia ini, menjadikan hubungan komunikasi antar sesama penggemar di setiap daerah ini terbangun melalui media sosial contohnya, Twitter, Instagram, Facebook dan lain sebagainya. Pada platform ini mereka biasanya melakukan aktivitas mendukung idolanya ataupun mendukung dan menyemangati antar penggemar satu sama lain. Para penggemar ini juga biasa melakukan aktivitas sosial walaupun terkadang seringkali terlibat fan-war atau pertengkaran dengan penggemar band lain.

Fenomena Korean wave telah menjadi fokus penelitian dikalangan mahasiswa. Umumnya penelitian-penelitian tersebut membahas masalah perilaku dari individual penggemar seperti studi yang dilakukan Yulia Etikasari dari Universitas Negeri Yogyakarta pada tahun 2018 yang berjudul Kontrol Diri Remaja Penggemar *K-Pop* (*K-Poppers*), (Studi pada Penggemar *K-pop* di Yogyakarta), atau *K-Pop* dalam pemberitaan media seperti penelitian Rezhita dkk (2016) tentang “Fenomenologi Televisi dan Media Sosial Dalam Menyikapi Budaya Pop Korea di Kalangan Remaja Makassar”, atau pengaruh Korean wave dan *K-Pop* terhadap masyarakat seperti penelitian Galuh (2019) yang berjudul “*Korean Wave* (Studi Tentang Pengaruh Budaya Korea Pada Penggemar *K-pop* di Semarang).

A party and as a leader of the lama Alenia Penelitian ini difokuskan pada bagaimana Fans club dari satu band *K-Pop* tumbuh, berkembang dan menjalin hubungan dengan fans club lainnya di kota lain. Hasil penelusuran awal terhadap fans NCTzen di Kota Makassar, mereka tidak saja membangun jaringan diantara sesama fans di Makassar tetapi juga pada fans di luar Pulau Sulawesi, terutama pulau Jawa. Karena itu menjadi menarik untuk melihat bagaimana melihat fans club yang tumbuh sendiri-sendiri di tempat masing-masing, kemudian dapat terhubung dengan fans serupa di kota lain. Hal ini memang dimudahkan dengan adanya media sosial dari band itu sendiri dan juga pertemanan pribadi

sesama fans. Tetapi dalam bentuk apa hubungan tersebut, apa keuntungan yang diperoleh dan tentunya bagaimana mereka saling terkait menjadi hal yang menarik. Penelitian ini akan berfokus pada penggemar band NCTzen yang relatif baru dan kurang terekspos sebagaimana fans club dari K-pop lainnya.

B. Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana dinamika hubungan sosial dalam komunitas NCTzen Makassar ?
2. Bagaimana NCTzen di kota Makassar membangun jaringandengan NCTzen di kota lain?
3. Apa saja keuntungan terlibat dalam jejaring fans tersebut?

C. Tujuan Penelitian

1. Menjelaskan dinamika hubungan sosial dalam hubunga nkomunitas NCTzen Makassar.
2. Menjelaskan bagaimana NCTzen di kota Makassar membangunjaringan dengan NCTzen kota lain di Indonesia.
3. Menjelaskan apa saja keuntungan dari jejaring fans tersebut.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara akademis, penelitian ini dapat memperluas cakupan teori, pengetahuan dan metode bagi pembaca serta peneliti sendiri. Sebagai salah satu karya etnografi, hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumberreferensi dan pemantik untuk dilakukannya penelitian lanjutan.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi para *stakeholders* (pemangku kepentingan) untuk berbagai tujuan praktis. Salah satunya, berbagai komunitas yang bergelut dengan budaya populer dari negara-negara Asia Timur.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Tulisan-tulisan mengenai fandom atau komunitas fans KPop telah banyak dilakukan dan dapat ditemukan dengan mudah. Kebanyakan artikel tersebut merupakan kajian komunikasi yang melihat bagaimana para fans berinteraksi terutama dalam penggunaan media sosial. Sementara penelitian dalam konteks jaringan fans antar kelompok penggemar masih jarang ditemukan.

Seperti artikel yang ditulis oleh Poethry Cendrawan dan Utami (2022) yang berjudul "Pola Komunikasi Kelompok Penggemar NCT pada Media Sosial Twitter." Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pola komunikasi yang terbentuk dalam kelompok penggemar NCT pada media sosial Twitter. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi kelompok dan pola komunikasi sebagai landasan teoritis. Teori komunikasi kelompok digunakan untuk memahami interaksi antar anggota kelompok penggemar NCT, sementara teori pola komunikasi digunakan untuk menganalisis pola-pola komunikasi yang terbentuk dalam interaksi tersebut.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena peneliti ingin mendalami pengalaman penggemar NCT saat berinteraksi dengan penggemar lain melalui akun fanbase NCT (@ncitybase_) di media sosial Twitter. Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dokumentasi, dan studi kepustakaan terhadap narasumber yang terlibat dalam kelompok penggemar NCT.

Dalam penelitian ini, subjek penelitian meliputi admin fanbase NCT @ncitybase_ dan empat followers @ncitybase_, sementara objek penelitian adalah pola komunikasi yang terbentuk dalam kelompok penggemar NCT pada media sosial Twitter. Teknik triangulasi metode dan sumber data digunakan untuk membandingkan informasi dan data yang diperoleh dari narasumber, sehingga menghasilkan data akhir yang valid, kredibel, dan akurat.

Kemudian ada penelitian dari Al Hanif dan Rachmawati (2022) yang berjudul "Hubungan antara Penggunaan Aplikasi LYSN dengan Kedekatan Interpersonal Fans Kpop pada Boygroup NCT" yang memiliki fokus utama tentang hubungan antara penggunaan aplikasi LYSN dengan

kedekatan interpersonal antara penggemar dan anggota boygroup NCT. Penelitian ini menggunakan Teori Hubungan Parasosial dan Teori Penggunaan Media Sosial untuk menjelaskan hubungan antara penggunaan aplikasi LYSN dan kedekatan interpersonal.

Teori Hubungan Parasosial yang digunakan dalam penelitian ini dikemukakan oleh Samra & Wos dan memiliki asumsi bahwa hubungan parasosial adalah hubungan yang dikembangkan oleh pengguna terhadap figur yang mereka ketahui dari media. Teori ini juga menyatakan bahwa hubungan parasosial dapat memberikan efek terhadap loyalitas seorang penggemar terhadap selebriti yang disukai baik secara emosional maupun intelektual. Sedangkan Teori Penggunaan Media Sosial yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari Poling, Methot, dan LeSage, yang menjelaskan tiga aspek dari perilaku penggunaan media sosial yaitu intensitas, frekuensi, dan durasi penggunaan.

Metode penelitian yang digunakan adalah korelasional, yang bertujuan untuk menguji hubungan antarvariabel melalui hipotesis yang akan diuji kebenarannya. Peneliti menggunakan teknik analisis korelasi Rank Spearman untuk menguji hubungan antara penggunaan aplikasi LYSN dengan kedekatan interpersonal. Dalam penelitian ini, populasi responden adalah penggemar boygroup NCT yang tergabung dalam fanbase NCTZen Bandung, dengan jumlah anggota sebanyak 1.363 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan probability sampling dengan simple random sampling, di mana seluruh anggota fanbase memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel penelitian.

Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara penggunaan aplikasi LYSN dengan kedekatan interpersonal antara penggemar dan anggota boygroup NCT. Penelitian ini menggunakan Teori Hubungan Parasosial dan Teori Penggunaan Media Sosial untuk menjelaskan hubungan antara penggunaan aplikasi LYSN dan kedekatan interpersonal.

Teori Hubungan Parasosial yang digunakan dalam penelitian ini dikemukakan oleh Samra & Wos (2014) dan memiliki asumsi bahwa hubungan parasosial adalah hubungan yang dikembangkan oleh pengguna terhadap figur yang mereka ketahui dari media. Teori ini juga menyatakan bahwa hubungan parasosial dapat memberikan efek terhadap loyalitas seorang penggemar terhadap selebriti yang disukai baik secara emosional maupun intelektual. Sedangkan Teori Penggunaan Media Sosial yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari Poling, Methot, dan LeSage, yang menjelaskan tiga aspek dari perilaku penggunaan media sosial yaitu intensitas, frekuensi, dan durasi penggunaan.

Metode penelitian yang digunakan adalah korelasional, yang

bertujuan untuk menguji hubungan antarvariabel melalui hipotesis yang akan diuji kebenarannya. Peneliti menggunakan teknik analisis korelasi Rank Spearman untuk menguji hubungan antara penggunaan aplikasi LYSN dengan kedekatan interpersonal. Dalam penelitian ini, populasi responden adalah penggemar boygroup NCT yang tergabung dalam fanbase NCTZen Bandung, dengan jumlah anggota sebanyak 1.363 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan probability sampling dengan simple random sampling, di mana seluruh anggota fanbase memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel penelitian.

Lanjut ke penelitian Fitriyani (2022) yang berjudul “Menjadi Fanboy Boygroup K-Pop Di Indonesia (Studi Fenomenologi Sosial Pada Fanboy NCT)”. Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk menggali proses menjadi fanboy NCT, budaya penggemar yang mereka kembangkan, pengalaman sebagai fanboy, dan pemaknaan mereka sebagai fanboy. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi sosial dari Alfred Schutz. Fenomenologi sosial bertujuan untuk memahami fenomena di level permukaan, dengan fokus pada dunia subjektif individu yang menunjukkan keunikan dan kekhasan dari individu yang diteliti. Konsep-konsep yang digunakan dalam penelitian ini meliputi pengalaman, stok pengetahuan, dan makna.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Peneliti menggunakan teknik purposive dan snowball sebagai penentuan informan. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, pengumpulan data sekunder, dan transkripsi. Proses analisis data melibatkan horizonsalisasi, pencarian pola makna, kategorisasi data, serta diskusi dan eksplorasi makna dengan teori.

Adapun berikutnya penelitian dari Jannah, dkk. (2023) dengan judul “Peranan Aplikasi Weverse sebagai Media Komunikasi antara Penggemar dan Idola (Studi Kasus: Interaksi NCT dan NCTZEN)” Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi peran aplikasi Weverse sebagai alat komunikasi antara penggemar (NCTZEN) dan idola (NCT), serta untuk memahami dampak interaksi yang terjadi di dalam aplikasi tersebut.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Metode ini digunakan untuk menggambarkan populasi atau negara secara sistematis dan akurat, serta menganalisis dan mengumpulkan data yang tidak berupa angka-angka. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan konstruktivis untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran mengenai objek penelitian.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif ini melibatkan pengumpulan data berupa

pencarian informasi melalui WhatsApp dan grup Telegram. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan wawancara sebagai metode untuk mengidentifikasi persoalan-persoalan bermasalah yang memerlukan pembetulan. Subjek penelitian ini adalah penggemar NCT atau fandom NCTZEN yang menggunakan platform Weverse, dan teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode pengumpulan data yang relevan, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang peran aplikasi Weverse dalam interaksi antara penggemar dan idola, serta untuk menggambarkan dinamika komunikasi yang terjadi di dalam platform tersebut.

Dari beberapa penelitian tentang komunitas pecinta K-pop diatas, hal yang membedakan dari penelitian saya adalah konsep serta teorinya. Penelitian saya lebih berfokus kepada fenomena lapangan yang menyinggung bagaimana komunitas NCTZEN Makassar berjejaring dan secara metode penelitian saya akan lebih menyentuh ranah antropologis yang membahas mengenai jaringan sosial.

B. Konsep Relefan

1. Komunitas dan Fanatisme

Banyak definisi yang menjelaskan pengertian dari komunitas. Secara umum komunitas dapat diartikan sebagai sekelompok orang yang saling berinteraksi secara sosial antar satu sama lain yang memiliki kesamaan identitas. Menurut Kertajaya Hermawan (2008), komunitas adalah sekelompok manusia yang mempunyai rasa peduli, saling mendukung, dan saling membantu antara satu sama lain yang lebih seharusnya dapat diartikan bahwa komunitas adalah kelompok orang yang saling mendukung dan saling membantu satu sama lain.

Kelompok Sosial adalah suatu kesatuan sosial yang terdiri dari dua atau lebih individu yang telah mengadakan interaksi sosial yang cukup intensif dan teratur, sehingga diantara individu tersebut sudah membentuk struktur dan norma-norma yang di sepakati bersama (Santoso, 2009). Komunitas berfungsi menjadi system sosial yang meliputi sejumlah struktur sosial yang tidak terlembagakan dalam bentuk kelompok atau organisasi dalam pemenuhannya melalui hubungan kerjasama structural, komunitas dapat berdiri sendiri dalam hubungannya dengan fungsi-fungsi yang dilakukan lembaga-lembaga sosial yang lebih besar.

Dalam kamus istilah Antropologi merupakan satu kesatuan sosial yang diikat melalui kesadaran wilayah, meliputi beberapa orang yang menyatukan diri karena memiliki satu identitas yang sama dalam hal seperti

kebutuhan, kepercayaan, maksud, minat, bakat, hobi, yang menjadikan mereka merasa nyaman saat menyatukan diri karena merasa ada teman dalam hal yang sama, walaupun dianggap unik bahkan ganjil di mata orang lain (Koentjaraningrat, 2003).

Dalam karya ilmiah *Dinamika Kelompok* (Santoso, 2009:37), George Simmel dan Muzafer Sherif menjabarkan ciri-ciri dari komunitas sebagai berikut:

- a. Menurut George Simmel, ciri-ciri dari komunitas antara lain:
 1. Besar kecilnya jumlah anggota kelompok sosial
 2. Derajat interaksi sosial dalam kelompok sosial
 3. Kepentingan dan wilayah
 4. Berlangsungnya suatu kepentingan
 5. Derajat organisasi
- b. Menurut Muzafer Sherif, ciri-ciri dari komunitas adalah sebagai berikut:
 1. Adanya dorongan/motif yang sama pada setiap individu sehingga terjadi interaksi sosial sesamanya dan tertuju dalam tujuan bersama.
 2. Adanya reaksi dan kecakapan yang berbeda diantara individu satu dengan yang lain akibat terjadinya interaksi sosial.
 3. Adanya pembentukan dan penegasan struktur kelompok yang jelas terdiri dari peranan dan kedudukan yang berkembang dengan sendirinya dalam rangka mencapai tujuan bersama.
 4. Adanya penegasan dan peneguhan norma-norma pedoman tingkah laku anggota kelompok yang mengatur interaksi dan kegiatan anggota kelompok dalam mewujudkan tujuan kelompok

Fanatisme adalah suatu sikap atau keyakinan yang sangat kuat pada suatu ajaran seperti agama, politik, dan lain-lain yang dapat berdampak positif maupun negatif. Contoh dampak positif dari fanatisme adalah begitu setianya seseorang atau sebuah kelompok terhadap apa yang disenangi ataupun diyakininya dalam (Hamid, 2018). Namun fanatisme juga memiliki dampak negatif seperti mampu menimbulkan perpecahan terhadap dua kelompok yang berbeda keyakinan dalam suatu hal. Nataliawaty dalam (Rafsanjani, 2014) juga menjelaskan bahwa fanatisme merupakan sebuah

ekspresi berlebihan yang dilakukan secara sadar maupun tidak yang memperlihatkan kecintaan seseorang ataupun kelompok terhadap suatu hal khusus yang telah dianggap dan juga diyakini sebagai hal yang terbaik bagi manusia tersebut. fanatik adalah sikap yang penuh semangat yang berlebihan kepada satu segi pandangan atau satu sebab. Dalam kata fanatisme sendiri memiliki akhiran kata “isme” yang berarti paham, maka dari itu kata fanatisme dengan kata fanatik memiliki arti yang berbeda dimana fanatik adalah sifat yang timbul saat seseorang menganut fanatisme atau paham fanatik. Menurut Ismail dalam (Agriawan, 2016) menyatakan bahwa sebuah perilaku tidak lepas dari ciri-ciri yang menjadikan perilaku tersebut mudah dikenal, begitupun fanatisme. Adapun ciri-ciri fanatisme menurut Ismail adalah:

1. Adanya antusiasme atau semangat berlebih yang tidak berdasar pada akal sehat, melainkan pada emosi yang tidak terkendali. Tidak adanya akal sehat membuat orang yang fanatik melakukan hal-hal yang tidak seimbang, sehingga melakukan hal-hal yang kurang waras.
2. Wawasan yang luas mampu menciptakan benih-benih sikap persahabatan yang kuat, namun indoktrinasi yang pendek mampu menciptakan benih-benih fanatisme.

Wolman dalam (Agriawan, 2016) mengatakan ada tiga faktor yang mempengaruhi perilaku fanatisme, antara lain:

1. Kebodohan, kebodohan yang membabi buta dengan tanpa pengetahuan yang cukup sudah mengikuti suatu pilihan dan hanya mengandalkan keyakinan saja.
2. Cinta Golongan atau Kelompok, lebih mengutamakan sesuatu atau kelompok daripada dirinya sendiri.
3. Figur atau sosok yang kharismatik, seseorang yang fanatik memiliki sikap fanatik karena ada sosok yang dikagumi dan dibesarkan atau mempunyai paham yang besar.

Komunitas NCTzen adalah sekumpulan orang-orang yang memiliki kesamaan dalam hal menyukai atau mengidolakan grup boyband NCT. Nctzen diambil dari kata NCT dari nama boygrup dan kata citizen yang artinya penduduk atau warga. Demikian NCTzen diartikan menjadi masyarakat yang mengidolakan boygrup ini. NCTzen sendiri memiliki ciri khas sendiri yaitu warna “*lightstick*” yang berwarna hijau neon, hal ini dapat membedakan identitas NCTzen dengan komunitas pecinta KPOP yang lain. NCTzen menyebar di berbagai wilayah yang ada di Indonesia termasuk di kota Makassar

2 Globalisasi dan Persebaran Budaya

Globalisasi adalah suatu proses di mana interaksi dan integrasi antara orang, perusahaan, dan pemerintah dari berbagai negara terjadi secara intensif. Proses ini melibatkan pertukaran ide, produk, budaya, dan aspek lain dari kehidupan manusia di tingkat global. Globalisasi dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, transportasi, komunikasi, dan perdagangan internasional.

Dampak globalisasi sangat luas, mencakup berbagai aspek kehidupan, seperti ekonomi, politik, budaya, lingkungan, dan sosial. Di bidang ekonomi, globalisasi memungkinkan terbukanya pasar internasional, pertumbuhan perdagangan global, dan investasi lintas negara. Di bidang politik, globalisasi dapat mempengaruhi hubungan antarnegara, kebijakan luar negeri, dan kerjasama internasional.

Selain itu, globalisasi juga memengaruhi budaya dengan memfasilitasi persebaran ide, nilai, gaya hidup, dan produk budaya dari satu negara ke negara lain. Hal ini dapat memengaruhi identitas budaya, bahasa, dan tradisi masyarakat di berbagai belahan dunia.

Meskipun globalisasi membawa manfaat seperti pertumbuhan ekonomi dan pertukaran budaya, proses ini juga menimbulkan tantangan, seperti ketimpangan ekonomi, hilangnya keberagaman budaya, dan masalah lingkungan global.

Persebaran budaya merujuk pada proses di mana ide, nilai, gaya hidup, dan produk budaya dari suatu kelompok atau masyarakat menyebar ke kelompok atau masyarakat lain. Proses ini dapat terjadi melalui berbagai cara, seperti melalui media massa, teknologi informasi dan komunikasi, migrasi manusia, pariwisata, dan perdagangan internasional. Persebaran budaya dapat memiliki dampak yang signifikan pada identitas budaya, bahasa, tradisi, dan gaya hidup masyarakat di berbagai belahan dunia. Proses ini dapat mempengaruhi cara orang berpakaian, makanan yang mereka konsumsi, musik yang mereka dengarkan, dan bahasa yang mereka gunakan.

Dalam konteks globalisasi, persebaran budaya sering kali dikaitkan dengan pertukaran budaya antarnegara dan antarbudaya. Hal ini dapat memperkaya keragaman budaya dengan adanya pertukaran ide dan pengaruh antarbudaya. Namun, proses ini juga dapat menimbulkan perdebatan mengenai homogenisasi budaya, di mana budaya-budaya lokal di berbagai negara menjadi terkikis oleh dominasi budaya global.

Dengan demikian, persebaran budaya merupakan fenomena kompleks yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk teknologi, media, migrasi, dan perdagangan internasional, serta memiliki dampak yang signifikan pada identitas budaya dan kehidupan masyarakat di berbagai negara.

Dalam tulisan Bachtiar Alam, ia membahas tentang relevansi teori kebudayaan dalam memahami dampak globalisasi terhadap identitas budaya Indonesia. Ia menekankan bahwa teori kebudayaan mutakhir dapat membantu kita memahami konsep kebudayaan nasional dan identitas bukan sebagai entitas statis dan esensial, tetapi sebagai konstruksi sosial yang dinamis yang terus direproduksi dan diperbarui oleh subjek individu.

Alam juga menyoroti aspek-aspek kebudayaan yang sebelumnya kurang diperhatikan dalam bahasan antropologis, seperti wacana, praksis, proses, dan konteks dalam konstruksi budaya. Ia menunjukkan bahwa teori-teori kebudayaan ini dapat membantu kita memahami implikasi dari proses globalisasi dan perubahan budaya yang sering menjadi topik pembicaraan di Indonesia.

Alam juga menekankan bahwa proses globalisasi bukanlah sesuatu yang baru, tetapi telah ada sejak masa lalu. Ia menunjukkan bahwa Indonesia selalu menjadi masyarakat kosmopolitan yang terbuka terhadap pengaruh kebudayaan mancanegara sejak zaman kerajaan Sriwijaya, Majapahit, dan masa kolonial. Oleh karena itu, kewaspadaan akan hilangnya jati diri dalam proses globalisasi tidak perlu menjadi kekhawatiran berlebihan yang menimbulkan xenophobia.

Dalam kesimpulannya, Alam menekankan bahwa teori-teori kebudayaan dapat membantu kita memahami implikasi dari proses globalisasi dan perubahan budaya dengan lebih rinci dan memperkaya kemajemukan kebudayaan kita (1998).

Valentina dan Istriyani (2013) mengemukakan bahwa fenomena globalisasi Korea, yang dikenal sebagai Korean Wave atau Hallyu, telah memiliki dampak yang signifikan terhadap budaya di berbagai negara. Berikut adalah beberapa cara di mana fenomena globalisasi Korea mempengaruhi budaya:

1. Pengaruh dalam Industri Hiburan: Korean Wave telah memperkenalkan musik, film, drama TV, dan permainan dari Korea Selatan ke pasar global, mempengaruhi selera hiburan dan menciptakan minat baru dalam budaya Korea.

2. Pengaruh dalam Gaya Hidup dan Fashion: Korean Wave telah memengaruhi tren fashion dan gaya hidup di berbagai negara, dengan pengaruh yang terlihat dalam pakaian, gaya rambut, dan gaya make-up.

3. Pengaruh dalam Teknologi: Produk teknologi Korea seperti smartphone Samsung telah merajai pasar di beberapa negara, termasuk Indonesia, sebagai dampak dari Korean Wave.

4. Pengaruh dalam Industri Budaya: Korean Wave telah memengaruhi industri budaya lokal di berbagai negara, dengan munculnya restoran, tokofashion, dan hiburan ala Korea di banyak tempat.

5. Pengaruh dalam Pariwisata: Korean Wave telah meningkatkan jumlah wisatawan ke Korea Selatan dan negara-negara lain yang terkena

Korean Fever, seperti Jepang dan China.

3 Jaringan Sosial

Menurut Bossevain (1998), jejaring sosial mencakup berbagai bentuk organisasi sosial yang tidak selalu tergolong dalam kelompok formal. Ini mencakup hubungan antara individu, keluarga, teman, dan asosiasi informal seperti kelompok minat atau jaringan kerja. Bossevain menekankan bahwa jejaring sosial ini tidak selalu memiliki kesadaran kolektif atau tujuan bersama, dan sering kali berpusat pada individu atau koalisi individu. Jejaring sosial ini memungkinkan pertukaran informasi, dukungan, dan interaksi antar anggota, yang dapat memengaruhi perilaku dan pengambilan keputusan mereka.

Bossevain juga menyoroti pentingnya memahami peran jejaring sosial dalam masyarakat, terutama dalam konteks pembentukan identitas sosial, pertukaran sumber daya, dan pengaruh sosial. Jejaring sosial dapat memengaruhi bagaimana individu berinteraksi, memperoleh akses terhadap informasi, dan mendapatkan dukungan dari orang lain. Dengan demikian, pemahaman tentang jejaring sosial dapat memberikan wawasan yang berharga dalam memahami dinamika sosial dalam masyarakat.

Dalam konteks jaringan sosial, Bossevain juga menyoroti konsep "*quasi-groups*" atau "*non-groups*", yang mengacu pada bentuk-bentuk organisasi sosial yang tidak sepenuhnya tergolong dalam kelompok formal. Ini mencakup hubungan yang lebih longgar dan tidak terikat oleh struktur formal, namun tetap memiliki pengaruh dalam interaksi sosial dan pertukaran informasi (1968).

Jaringan sosial adalah suatu jaringan tipe khusus, dimana ikatan yang menghubungkan satu titik ke titik yang lain dalam suatu jaringan yaitu hubungan sosial. Berdasarkan penjelasan berikut, secara langsung atau tidak langsung yang menjadi anggota suatu jaringan adalah manusia (person). bisa saja, berupa sekumpulan dari orang yang mewakili titik-titik seperti yang telah di jelaskan sebelumnya, sehingga tidak harus diwakili dengan satu orang, misalnya organisasi, instansi, pemerintah, atau Negara. menurut Zanden (1990) dalam buku Jaringan Sosial dalam Organisasi (Agusyanto, 2007) menjelaskan dalam hubungan sosial merupakan interaksi sosial yang berkelanjutan dimana mereka terikat satu sama lain dengan seperangkat harapan yang relative stabil. Hubungan sosial di pandang sebagai sebuah jalur yang menghubungkan antara satu orang dengan orang lain dimana jalur ini bisa dialirkan sesuatu seperti, barang, jasa, atau informasi.

Analisa jaringan sosial berkembang dikarenakan rasa ketidakpuasan para ahli antropologi sosial terhadap analisis struktural-

fungsional yang konvensional (Boissevain, 1972; Wolf: 1978). menurut analisis struktural-fungsional yang konvensional ini, memandang masyarakat adalah statis. perilaku orang-orang ini dijelaskan hanya melalui peran mereka hak serta kewajiban merupakan hasil dari posisi-posisi formal yang mereka duduki didalam berbagai pranata yang terjadi begitu cepat seperti, masyarakat perkotaan, termasuk kehidupan didalam organisasi.

Menurut Damsar (2002) jaringan sosial berarti hubungan-hubungan yang tercipta *antar* banyak individu antar suatu kelompok dengan kelompok lainnya. Hubungan yang terjadi dapat dalam bentuk formal maupun informal. Hubungan sosial menjadi gambaran dari kerjasama dan koordinasi antar warga yang didasar oleh ikatan sosial yang aktif dan bersifat resiprosikal. Jaringan sosial memiliki ikatan khusus antar individu yang mempunyai karakteristik tersendiri, dilindungi norma-norma dan kepercayaan dalam ikatan tersebut. Jaringan sosial terbentuk atas adanya rasa saling tahu, saling menginformasikan, saling mengingatkan dan saling membantu dalam melaksanakan atau mengatasi sesuatu.

Arus perubahan sosial di kehidupan modern ini membuat cara melakukan "hubungan" menjadi sangat beragam. Mulai dari membentuk jaringan, berinteraksi, *beradaptasi*, dan jaringan sosial ini menjadi salah satu mode masyarakat melakukan hubungan antar personal dengan kelompok yang tren di masa sekarang. Jaringan sosial seperti suatu jaringan tipe khusus, dimana "ikatan" yang menghubungkan antar satu sama lain adalah hubungan sosial. Jaringan sosial ini dapat terjadi secara langsung maupun secara tidak langsung, baik melalui media sosial ataupun melakukan hubungan dengan masyarakat secara langsung.

Kemajuan media sangat membantu manusia dalam berhubungan antar satu sama lain. Hal ini memudahkan manusia dalam berkomunikasi dan membangun jaringan sosial. Meledaknya kpop di Indonesia menyebabkan *terbentuknya* pengelempokan penggemar. *Fandom* diartikan sebagai kumpulan dari penggemar yang membentuk jaringan antar satu sama lain berdasarkan kepentingan bersama mereka dalam hal menyukai grup tertentu (Gooch, 2008). Dalam hal ini NCTzen dikenal sebagai fandom dari grup boyband NCT. Fandom ini tersebar di berbagai kota yang ada di Indonesia tak terkecuali kota Makassar. Hubungan sosial fandom antar kotaini terbangun melalui berbagai platform media sosial seperti, twitter, instagram, facebook dan lain sebagainya. Adapun hubungan secara langsung yang terbangun antar penggemar ini yaitu mengadakan event seperti pesta ulang tahun idol, konser virtual, bakti sosial dan kegiatan-kegiatan positif lainnya.

4 Budaya Populer dan Korean Wave

Budaya populer dalam bahasa latin secara harfiah merujuk pada "*cultural*

of the people” yang berarti budaya masyarakat atau orang-orang. Selaras dengan kalimat tersebut, budaya populer dilihat sebagai budaya yang hidup dengan produk budaya yang bisa ditemui dalam kehidupan sehari-hari.

Pujileksono (dalam Aisyah 2019) mengemukakan bahwa budaya populer digunakan untuk menyebut budaya yang menyenangkan atau banyak disukai orang. Budaya populer sering kali diistilahkan sebagai budaya praktis, pragmatis, dan instan (Strinati 2004).

Korea Selatan merupakan salah satu negara Asia yang terkenal akan budaya populernya setelah Jepang. Budaya populer Korea Selatan disebut *Korean wave* yang merujuk pada pengaruh budaya modern Korea di berbagai negara. Beberapa produk *Korean wave* yang memikat hampir seluruh masyarakat dunia adalah film, drama, *fashion*, dan *Korean Music Pop (K-pop)*.

Korean wave adalah fenomena budaya korea yang menyebar melalui media-media yang tersebar di berbagai penjuru dunia tak terkecuali di

Indonesia. Korean wave atau dikenal dengan istilah *Hallyu* (한류) atau

Hanliu (韓流) yang memiliki arti “wave” atau “arus”, muncul pertama kalinya pada pertengahan tahun 1999 sebagai “*bahasa korea*” di China di mana industri musik dan perfilman Korea mulai meningkatkan produksi (budaya pop dan tradisional) yang sesuai dengan minat pasar agar tidak tersaingi oleh produk kreasi Jepang (Wonoadi dan Himawan, 2012).

Korean Wave bukan hanya terdiri dari musik populer (*K-Pop*) dan drama (*K-Drama*) namun terdiri dari beragam kebudayaan Korea lainnya seperti bahasa, komik, animasi, film, makanan, *fashion*, produk-produk industri, dan teknologi. *Korean Wave* pada dasarnya adalah salah satu upaya yang digencarkan pemerintah Korea pada tahun 1994 untuk mewujudkan visi nasional dan sasaran strategi pembangunan negara, yaitu globalisasi (Nastiti, 2010). Dengan memanfaatkan internet dan teknologi informasi sebagai alat penggerak utama, *Korean Wave* turut membantu meningkatkan perekonomian negara dan mencapai tujuannya menjadi pengeksport budaya pop ke seluruh penjuru dunia (Wonoadi dan Himawan, 2012).

Dalam buku yang berjudul *Korean Pop Music; Riding the Wave* karya Keith Howard (2006), menjelaskan bagaimana historis dinamika perjalanan musik pop korea dimulai pada tahun 1910-1945 hingga tahun 1990an pada era pendudukan Jepang. Terkenalnya musik tradisional dari Korea hingga musik yang bersifat universal atau umum memiliki peran yang besar membawa musik Korea menjadi populer seperti sekarang ini.

Menyebarnya music korea di saat ini lebih dikenal dengan julukan *Korean Populer* atau *K-Pop* yang menjadikan korea selatan menjadi Negara yang memikat perhatian dunia.

Korean Wave menjadi populer di seluruh dunia karena pengaruhnya yang kuat dalam industri hiburan. Musik K-Pop, drama televisi, dan film Korea Selatan telah menarik perhatian masyarakat global dan menjadipopuler di berbagai negara. Selain itu, Korean Wave juga mempengaruhi tren fashion dan gaya hidup di berbagai negara. Gaya rambut, pakaian, dan make-up ala Korea Selatan menjadi populer di kalangan remaja dan dewasa muda di seluruh dunia.

Korean Wave juga mempengaruhi industri teknologi, dengan produk-produk seperti smartphone Samsung dan LG yang merajai pasar global. Selain itu, Korean Wave juga mempengaruhi industri makanan, dengan munculnya restoran Korea Selatan di berbagai negara.

Fenomena Korean Wave menjadi strategi ekspansi pasar Korea Selatan untuk meningkatkan perekonomian negara tersebut. Pemerintah Korea Selatan telah mempromosikan Korean Wave melalui berbagai kebijakan dan dukungan finansial untuk industri hiburan dan budaya.

K-Pop beberapa tahun terakhir cukup menyihir perhatian masyarakat Indonesia. Kpop berhasil menaikkan eksistensinya dan menggeser orang-orang terdahulunya di kelas music dunia yang telah lebihdahulu populer seperti dari Amerika dan India. Dalam perjalanan terkenalnya kpop di Indonesia sendiri dimulai dengan masuknya drama-drama korea padatahun 2000an. *K-drama* inilah yang menjadi pembuka pintu bagi korean wave masuk ke Indonesia hingga pada tahun 2011 menjadi puncak dikenalnya Korean Wave atau *Hallyu* sehingga industri Kpop mulai melirik besarnya potensi pasar di Indonesia

Ledakan demam Kpop membuat para idol dari berbagai macam grupini selalu menjadikan Indonesia sebagai target dalam kegiatan tur keluar negeri, Sebut saja idol besar seperti, Super Junior, Girls Generation, BigBang, EXO, Blackpink, BTS, Seventeen, GFriend dan lain sebagainya mengadakan konsernya di Indonesia. *Neo Culture Technology* atau disebut NCT merupakan idol grup yang memulai debutnya pada tahun 2016 yang beranggotakan 23 orang. Single pertama yang diliris oleh grup ini berjudul *The 7th sense* dan *Without You*. NCTzen menjadi nama penggemar dari grup boyband ini.