

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media tertentu dengan tujuan menimbulkan efek atau makna bersama. Menurut (Effendy, 1990), lebih dari sekedar memindahkan informasi, komunikasi adalah proses dimana komunikator dan komunikan membangun makna yang sama. Komunikasi sendiri berperan penting dalam membentuk relasi sosial dan identitas diri yang mana prosesnya senantiasa dipengaruhi oleh latar belakang budaya dan pengalaman sosial tiap individu. Sifat komunikasi yang dinamis dan transaksional juga berpengaruh pada kondisi dimana makna tidak sepenuhnya dikontrol oleh pengirim pesan melainkan juga dikonstruksi melalui proses interpretasi oleh penerima pesan.

Hal ini menunjukkan bahwa audiens memiliki peran aktif dalam proses komunikasi, terutama ketika berhadapan dengan pesan-pesan media massa dan media digital. Konsep ini menjadi dasar dalam memahami bagaimana khalayak menafsirkan konten media secara beragam sesuai latar belakang sosial dan budaya masing-masing. (Fatimah & Cangara, 2016) menyatakan bahwa efek komunikasi merupakan salah satu tolak ukur utama dalam menilai keberhasilan suatu proses komunikasi. Efek ini dapat tercermin melalui perubahan pada aspek pengetahuan (kognitif), sikap (afektif), hingga tindakan (behavioral). Dalam praktik komunikasi di era modern, dampak yang ditimbulkan tidak selalu terjadi secara instan, melainkan dapat berkembang secara bertahap serta dipengaruhi oleh konteks sosial dan budaya yang melingkupinya.

Dengan seiringnya perubahan zaman muncullah media baru yang menghadirkan perubahan signifikan dalam pola komunikasi massa, terutama melalui platform digital seperti Youtube. Menurut Widiani (2025.) media sosial dan platform berbagi video memungkinkan audiens untuk tidak hanya mengonsumsi konten, tetapi juga berpartisipasi aktif melalui komentar, like, share, dan diskusi daring. Hal ini memperkuat posisi audiens sebagai partisipan aktif dalam proses komunikasi. Era digital ditandai oleh pemanfaatan berbagai jalur komunikasi yang berlangsung pada waktu yang bersamaan. Dalam masa saat ini teknologi penyimpanan serta penyebaran informasi sebagai pilar utama perkembangan media dan telekomunikasi. Dalam bukunya *The Internet Challenge to Television (1999)*, (Owen, 1999) memprediksi bahwa melalui digitalisasi, media akan menyatu melalui internet sebagai pusat yang menghubungkan televisi, telepon, dan komputer.

2.2 Kerangka Teori

Dalam penelitian ini, teori yang digunakan untuk menganalisis interaksi fans NCTzen dalam *variety show "it's Awkward But It's OK"* adalah teori resepsi Stuart Hall dan teori penetrasi sosial. Kombinasi kedua teori ini menjadi landasan utama untuk memahami cara penggemar memaknai pesan dalam konten media serta pendekatan emosional antar anggota diplatform media Youtube.

2.3 Teori Resepsi Stuart Hall 1973

Analisi resepsi diambil dari kata *reception* yang artinya penerimaan, merupakan cara alternatif untuk memahami bagaimana individu memaknai pesan media. Dalam studi ini audiens tidak lagi dipandang sebagai penonton pasif yang secara langsung menelan mentah-mentah pesan yang dikirim oleh pengirim.

Melainkan menjadi aktor yang aktif mengkritisi dan menafsirkan pesan pada media atau konten yang dinikmati (Yuting Xie, 2022).

Stuart Hall mengemukakan tiga posisi pembacaan audiens terhadap teks media:

1. Dominant (Hegemonic) Reading : Kondisi dimana penonton paham dan menerima maksud pembuat pesan sepenuhnya, tanpa adanya perdebatan atau penolakan sama sekali.
2. Negotiated Reading: Audiens : Audiens menerima sebagian pesan, tapi tidak semuanya. Mereka menyesuaikan maksud dari isi konten atau pembuat konten dengan pengalaman pribadi mereka.
3. Oppositional Reading: Pada tahap ini, audiens menolak secara keras dan tidak setuju, mereka justru membuat penafsiran tersendiri berbeda dengan maksud yang diinginkan pengirim pesan.

Interaksi merupakan pesan yang disampaikan melalui *Variety Show*. Encodernya adalah idol/agensi yang bermaksud menghadirkan kesan kedekatan personal dan penggemar dapat merasakan kedekatan personal melalui pesan tersebut. Harapannya kira-kira fans merasa senang, terhubung intim, dan merasakan hubungan pribadi antar idol di tayangan tersebut, sehingga mereka dapat menafsirkan kedekatan tersebut. Namun, fans sebagai penerima pesan bisa jadi memiliki beragam resepsi. Ada fans yang kemungkinan membaca secara dominan, benar-benar merasa seperti teman dekat idola dan menerima bulat-bulat ilusi privat yang dihadirkan. Ada yang negosiasi menikmati pesannya namun sadar itu bagian dari konsep acara settingan agensi dan mungkin fanservice, sehingga memaknai dengan kompromi antara fantasi dan realita. Serta mungkin ada yang oposisi,

misalnya fans yang mengkritik bahwa *variety show* AWSAZ hanyalah cara perusahaan mencari uang dan hubungan yang terjalin tidak autentik, sehingga mereka menolak terbawa perasaan.

Analisis resepsi Stuart Hall relevan digunakan karena pendekatan ini memberikan suara kepada audiens, menggali pengalaman dan interpretasi mereka, alih-alih mengasumsikan efek tunggal. Dalam studi fan K-Pop, perspektif ini menempatkan fans bukan sekadar objek yang dieksploitasi industri, tetapi subjek aktif yang bisa jadi menegosiasikan makna idol-fans relationship sesuai konteks hobinya (Rahma & Fauzi, 2023). Indonesia memiliki karakter budaya kolektif dan penggunaan media sosial yang tinggi, sehingga kemungkinan resepsi fans Indonesia dapat berbeda dengan fans negara lain. Dengan kerangka Hall, penelitian dapat mengelompokkan dan memahami pola resepsi NCTzen terhadap fenomena *Variety Show* AWSAZ secara sistematis.

Berbagai studi sebelumnya tentang penerimaan membuktikan bahwa model encoding-decoding dari Stuart Hall sangat berguna untuk memahami bagaimana penggemar membentuk makna. Ini berlaku baik melalui aplikasi fandom seperti youtube maupun dalam penetrasi sosial terhadap pesan yang disampaikan oleh industri K-pop.

2.4 Teori Penetrasi Sosial

Teori Penetrasi Sosial dikemukakan oleh Altman dan Taylor (1973) untuk menjelaskan perkembangan hubungan interpersonal dari hubungan yang dangkal menjadi hubungan yang lebih dekat dan intim melalui proses pengungkapan diri. Teori ini berasumsi bahwa hubungan dekat dibangun secara bertahap, karena orang secara bertahap mengungkapkan informasi pribadi, pengalaman, pikiran, dan

perasaan satu sama lain. Semakin terbuka, semakin dalam hubungan interpersonal tersebut. Perkembangan hubungan interpersonal dalam teori penetrasi sosial sering dianalogikan sebagai lapisan bawang (*onion model*), di mana setiap individu memiliki berbagai lapisan informasi yang secara bertahap dibuka kepada orang lain. Semakin banyak lapisan yang terbuka, semakin tinggi tingkat keintiman dan kedekatan yang terbentuk dalam suatu hubungan. Pada komunikasi modern, teori ini tidak hanya digunakan untuk menjelaskan hubungan interpersonal dalam kehidupan sehari-hari, tetapi juga diterapkan untuk memahami bagaimana individu membangun kedekatan melalui berbagai bentuk interaksi yang dimediasi media (Morissan, 2013).

Proses penetrasi sosial berlangsung melalui empat tahapan utama, yaitu *orientation stage*, *exploratory affective*, *exchange stage*, dan *stable exchange stage*. Sementara itu, pada tahap *stable exchange* individu telah mencapai tingkat hubungan yang lebih dalam sehingga komunikasi berlangsung secara terbuka, jujur, dan saling memahami isi mulai berkembang ke arah yang lebih personal dan individu mulai menunjukkan opini maupun preferensi pribadi. Tahap *affective exchange* ditandai dengan meningkatnya kedekatan emosional, munculnya rasa nyaman, serta komunikasi yang lebih spontan. Sementara itu, pada tahap *stable exchange* individu telah mencapai tingkat hubungan yang lebih dalam sehingga komunikasi berlangsung secara terbuka, jujur, dan saling memahami satu sama lain (Septiani, 2025.).

Pada penelitian ini, teori penetrasi sosial digunakan untuk memahami bagaimana acara variety show “*It's Awkward But It's Ok*” menampilkan proses pembentukan kedekatan antar anggota NCT yang sebelumnya digambarkan

memiliki hubungan canggung atau kurang akrab. Melalui berbagai aktivitas, percakapan personal, permainan, hingga misi bersama, anggota NCT diberikan ruang untuk saling mengenal lebih dalam dan membangun komunikasi yang lebih terbuka. Proses tersebut menunjukkan adanya upaya perpindahan dari hubungan yang bersifat formal menuju hubungan yang lebih dekat melalui keterbukaan diri dan interaksi interpersonal.

Konten "*It's Awkward But It's Ok*" memperlihatkan bagaimana anggota dari unit yang berbeda berusaha mengurangi kecanggungan, membangun kenyamanan dalam berkomunikasi, serta menciptakan hubungan yang lebih akrab. Oleh karena itu, teori penetrasi sosial relevan digunakan sebagai teori pendukung untuk menjelaskan dinamika kedekatan antar anggota NCT yang kemudian dimaknai oleh penggemar melalui analisis resepsi Stuart Hall. Dengan demikian, fokus penelitian terletak pada bagaimana penggemar memaknai proses pembentukan kedekatan antar anggota NCT yang ditampilkan dalam acara AWSAZ.

2.5 Konsep *Variety Show*

Pada penelitian ini, acara variety dipahami sebagai jenis program hiburan yang menggabungkan berbagai segmen permainan, tantangan, percakapan santai, dan momen tak terduga yang menunjukkan interaksi antara selebritas atau idola di luar penampilan resmi mereka. Menurut Kajian (Nur Muharmanis Putri, 2024) tentang *variety show* Seventeen menunjukkan bahwa format ini dibuat untuk memenuhi kebutuhan hiburan para penggemar sekaligus menjadi cara bagi agensi K-Pop untuk menciptakan hubungan emosional dengan konten yang terasa ringan, lucu, dan akrab bagi penonton di platform digital seperti YouTube. Penelitian lain seputar fenomena Korean Wave menjelaskan bahwa *variety show* (K-show)

merupakan salah satu produk utama dari industri budaya Korea yang digunakan untuk menampilkan kepribadian dan chemistry antara idola, sehingga menjadi materi media yang penting bagi audiens fandom dalam membentuk pemahaman mengenai kedekatan dan hubungan antar anggota grup.

Variety show juga berperan sebagai media aktif yang mengajak penonton untuk turut serta berpartisipasi melalui fitur komentar yang mengakibatkan adanya diskusi online. Contohnya pada strategi yang diterapkan dalam program internasional Jinny's Kitchen, di mana interaksi para selebriti dengan audiens global melalui platform streaming meningkatkan keterlibatan penonton dan menciptakan pengalaman yang lebih personal. Popularitas anggota yang ditampilkan dalam program ini turut memengaruhi daya tarik audiens, sehingga kedekatan yang terbentuk tidak hanya dirasakan oleh penggemar secara emosional, tetapi juga menjadi alat untuk memperkuat loyalitas dan keterikatan fandom (Priscillia, 2024). Visualisasi dan tema yang digunakan dalam *variety show* juga mendukung pembentukan kedekatan antar anggota. Setiap segmen dan aktivitas dikemas dengan script yang menarik, penekanan pada interaksi yang unik, serta penggunaan bahasa tubuh dan ekspresi wajah yang komunikatif. Strategi ini, membuat fans jauh lebih menangkap cara para anggota grup berinteraksi satu sama lain, sekaligus membentuk persepsi positif terhadap hubungan antar anggota. Dengan demikian, *variety show* bukan hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai media yang efektif untuk membangun kedekatan antar anggota, yang dirasakan secara langsung oleh penggemar dan memperkuat identitas fandom NCTZen.

AWSAZ sendiri merupakan acara *variety show* yang dirancang lebih jelas sebagai tempat cerita yang dengan sengaja memperlihatkan ketidaknyamanan awal, cara mendekat, dan perkembangan keakraban antara anggota NCT. Melalui acara ini pihak manajemen (SM Entertainment) membangun citra persahabatan dan keakraban yang dikemas dan kemudian ditafsirkan secara beragam oleh NCTzen (Limic & Limb, 2023). Kegiatan tersebut dinamakan proses Encoding dan Decoding, proses terjadinya pengiriman pesan dan penerimaan pesan, konten AWSAZ yang di distributor kan di platform Youtube sebagai medianya.

2.6 Konsep K-pop

K-pop bukan hanya sekedar produksi musik dari Korea Selatan namun juga merupakan industri budaya global yang diciptakan secara profesional. Melalui konten yang biasa kita lihat mereka juga membentuk dan menampilkan sistem pelatihan idola, produksi konten audio visual yang bervariasi, serta strategi pemasaran internasional yang memanfaatkan penggemar dari berbagai negara sebagai daya tarik utama. Penelitian terkait dengan globalisasi K-Pop menunjukkan bahwa keberhasilan K-Pop didukung oleh kombinasi dance yang terancang, visual yang menarik, cerita konsep yang unik, dan jaringan distribusi digital yang memungkinkan musik serta konten pendukungnya seperti MV, acara *variety*, dan vlog dinikmati secara luas di berbagai negara termasuk Indonesia. Kenyataannya K-pop saat ini bukan hanya sekedar hiburan semata, namun juga berpengaruh besar terhadap gaya hidup dan cara berpikir generasi muda. Konten yang kita tonton setiap waktu membuat standar baru dalam pola pikir kita (Zaini, 2023).

Dari sini kita dapat melihat bagaimana grup Kpop seperti NCT menggambarkan grup yang menghubungkan anggota dari banyak unit dan NCTzen

Indonesia sebagai penggemar dapat melihat hal tersebut. Komunikasi penggemar K-pop ditandai dengan *inside jokes* yang hanya fandom dan grup idola tahu yang mana berasal dari cuplikan acara variety dan konten vlog yang mereka tonton, sehingga konten seperti “*It’s Awkward But It’s Ok*” menjadi sangat penting untuk membentuk identitas dan rasa kebersamaan di antara penggemar. Oleh karena itu, K-Pop dipahami sebagai suatu sistem yang menyediakan konteks nilai, norma, dan praktik yang mempengaruhi cara penggemar memahami interaksi antara anggota NCT dalam acara variety tersebut.

2.7 Konsep Media Sosial

Media sosial dipahami sebagai situs internet yang memungkinkan orang untuk membuat akun, menghasilkan konten, berinteraksi melalui komentar, suka, membagikan, dan menciptakan jaringan hubungan sosial yang cukup luas secara global. Penggemar K-Pop di media sosial menunjukkan bahwa platform seperti X dan WhatsApp grup digunakan untuk mengekspresikan perasaan, berbagi informasi terbaru tentang idola, mengatur proyek penggemar, serta membangun identitas virtual bersama dalam komunitas penggemar. Penelitian lain yang membahas interaksi penggemar K-Pop di media sosial menekankan bahwa kemudahan akses dan intensitas komunikasi menjadikan media sosial tempat utama untuk memperkuat perilaku audiens sebagai penggemar aktif (Wardani & Kusuma, 2021).

Fungsi dari media sosial sendiri sebagai tempat ruang diskusi setelah mereka menonton *variety show* di YouTube, di mana penggemar mendistribusikan ulang potongan video, membuat fan edit, dan menegosiasikan posisi resepsi mereka terhadap interaksi antar anggota maupun narasi resmi agensi. Tanggapan penggemar K-Pop di media sosial menunjukkan bahwa pola aktivitas seperti

kampanye streaming, saling membalas komentar, dan pembelaan idola di ruang digital menjadi indikator kuat bagaimana media sosial membuat fandom jauh lebih solid. Oleh karena itu, media sosial diposisikan sebagai lingkungan komunikasi yang mempengaruhi cara NCTzen memaknai dan mendiskusikan *variety show* “*It’s Awkward But It’s Ok*”.

2.8 Konsep YouTube

YouTube merupakan platform yang dapat menampilkan video berbasis web yang menyediakan layanan *on-demand streaming* yang memungkinkan penonton dapat menonton kapan saja, dimana saja, tanpa takut tertinggal. Dengan fitur interaksi seperti kolom komentar, *like/dislike*, *subscribe*, notifikasi, dan rekomendasi pada halaman utama. Penelitian mengenai penggunaan YouTube pada konteks Korean Wave menunjukkan bahwa platform ini menjadi kanal utama distribusi produk budaya Korea, mulai dari MV, drama web, hingga *variety show*, karena fleksibilitas durasi, jangkauan global, dan kemudahan akses tanpa biaya langganan. YouTube memperlihatkan bahwa kolom komentar dan fitur live chat berfungsi sebagai ruang di mana penggemar mengekspresikan dukungan, menuliskan interpretasi pribadi, dan tempat dimana penggemar dapat melihat interaksi interpersonal ataupun komunikasi kelompok grup idola (Nabila dkk., 2025).

Selain itu, dari fitur yang tersedia di Youtube dapat terjadi proses fan reception dimana para penggemar saling menanggapi konten melalui komentar, yang mana dalam komentar tersebut mereka menulis analisis mereka terhadap apa yang mereka lihat dan terjadilah diskusi yang berlangsung antar penggemar. Proses ini bukan hanya sekadar menonton, tetapi juga menjadi bagian dari pengalaman

sosial di komunitas penggemar, seperti NCTZen. Dengan fitur interaktif, penggemar dapat menyampaikan dukungan, mengekspresikan emosi, dan bahkan memengaruhi konten melalui feedback, sehingga terbentuk hubungan yang mampu melihat proses dan perbandingan kedekatan anggota grup. Keunggulan lain dari YouTube adalah kemampuannya menjangkau audiens global. Platform ini memungkinkan NCTZen dari berbagai negara untuk mengakses konten yang sama, sekaligus berinteraksi satu sama lain (*Maullithia, 2024*). Fenomena ini mendorong terbentuknya komunitas daring yang kompak, di mana anggota komunitas dapat saling berbagi informasi, pengalaman menonton, dan interpretasi terhadap konten yang disajikan dan Youtube berperan penting terhadap hal tersebut.

YouTube dipilih sebagai tempat utama penayangan serta untuk menonton tayangan acara *variety show* “*It’s Awkward But It’s Ok*” sekaligus sebagai sumber data nyata untuk peneliti mengamati resepsi NCTzen secara langsung. Interaksi yang dilakukan berulang melalui tindakan komentar, *rewatch* dengan sengaja episode favorit atau sekedar untuk menaikkan angka jumlah tayangan, merupakan petunjuk bagaimana mereka terlibat aktif dalam merespon konten yang mereka konsumsi. Dengan demikian, YouTube dipahami bukan hanya sebagai saluran distribusi, tetapi sebagai ruang sosial tempat proses encoding-decoding makna berlangsung secara terbuka dan dapat ditelusuri melalui jejak digital komentar, likes, dan aktivitas penggemar lainnya (*Hidayatulloh, 2023*).

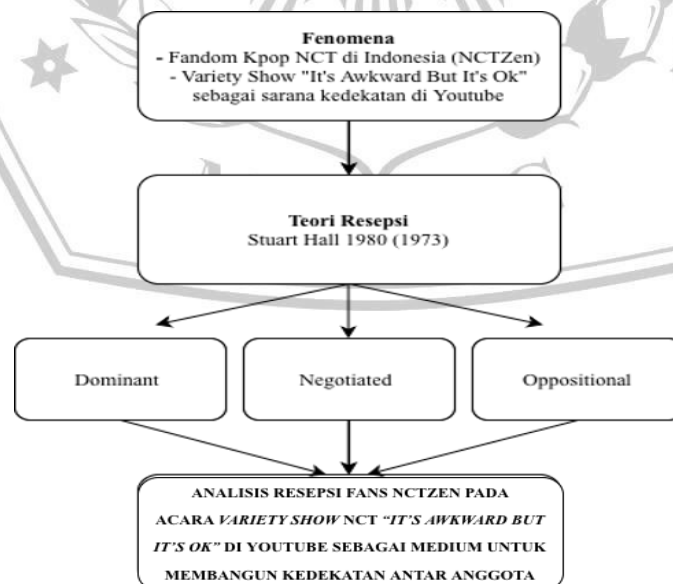
2.9 Tinjauan Pustaka

Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka

No	Penelitian & Tahun	Judul	Fokus & Metode	Persamaan dengan Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian
1.	Bella, (2024)	Analisis Interaksi Parasosial Fans K-pop di Aplikasi Lysn Bubble SM Entertainment	illusion of intimacy dari Horton & Wohl pada interaksi aplikasi Bubble Lysn Pendekatan kualitatif dengan unsur analisis resepsi Stuart Hall	Sama-sama menyoroti konstruksi kedekatan dalam fandom K-Pop dan sama-sama memakai pendekatan kualitatif dengan unsur analisis resepsi Stuart Hall, audiens sebagai pihak aktif dalam memaknai pesan media	Fokus pada Lysn Bubble sebagai aplikasi fandom yang membangun ilusi kedekatan antara idol dan penggemar, Sedangkan penelitian ini fokus pada AWSAZ di YouTube sebagai media yang membangun kedekatan antar anggota NCT.
2.	Lestari & Kusuma, (2023)	Analisis Resepsi Pengguna Twitter Terhadap Fan War “Safa Space”	Resepsi penggemar K-Pop terhadap fenomena fanwar di Twitter, khususnya Safa Space Metode: kualitatif, wawancara mendalam, studi pustaka, teori: Stuart Hall encoding-decoding	Sama-sama membahas analisis resepsi penggemar terhadap konten K-Pop dan menggunakan teori Stuart Hall dengan kategori dominant, negotiated, dan oppositional reading	Fokus penelitian ini pada fenomena fanwar di media sosial Twitter, juga menekankan isu cyberbullying dan parental attachment dalam fanwar. Sedangkan penelitian ini menekankan pemaknaan kedekatan antar anggota.
3.	Wardani & Kusuma, (2021)	Interaksi Parasosial Penggemar	Mengkaji hubungan parasosial penggemar K-Pop di media sosial	Sama-sama memakai fandom K-Pop digital sebagai kerangka melihat	Tidak menggunakan teori resepsi Stuart Hall, objeknya pola interaksi umum di media

No	Penelitian & Tahun	Judul	Fokus & Metode	Persamaan dengan Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian
		K-Pop di Media Sosial	(Twitter/Instagram) melalui respons kognitif, afektif, dan perilaku: metode kualitatif.	kedekatan fans–idola.	sosial, bukan resepsi teks audiovisual <i>variety show</i> K-Pop di YouTube.
4.	Rahmawati & Hermina, (2024)	Interaksi Parasosial pada Penggemar K-Pop di Kalimantan Selatan	Studi fenomenologis tentang bentuk task, identification, dan romantic attraction pada dua penggemar K-Pop yang aktif di media sosial : menekankan dimensi psikologis parasosial.	Sama-sama meneliti dengan subjek penelitian yang fokus pada penggemar yang aktif di media sosial	Tidak menganalisis resepsi konten tertentu dan tidak berfokus pada komunitas spesifik seperti NCTzen, tidak membahas <i>variety show</i> YouTube maupun kedekatan antar anggota grup yang dibaca fans.
5.	Lukman dkk, (2024)	Interaksi Parasosial di Media Sosial X dan Perilaku Loyalitas NCTzen Indonesia	Metode kuantitatif; menguji pengaruh task, identification, romantic attraction terhadap loyalitas NCTzen (streaming, merchandise, kampanye digital) di platform X.	Sama-sama berfokus pada NCTzen Indonesia	Menggunakan pendekatan kuantitatif dan objek interaksi di media sosial X, sedangkan penelitian ini kualitatif resepsi terhadap <i>variety show</i> “ <i>It’s Awkward But It’s Ok</i> ” di YouTube dan memetakan posisi dominant, negotiated, oppositional fans terhadap interaksi antar anggota.

Kelima riset sebelumnya memperlihatkan bahwa teori penerimaan dan pengelompokkan kategori Stuart Hall sangat berguna untuk mengerti bagaimana penggemar K-Pop di Indonesia menafsirkan idola dan kegiatan mereka, baik itu lewat budaya populer, musik, maupun komunikasi di media sosial. Akan tetapi, semua kajian tersebut belum secara khusus meneliti bagaimana penggemar menerima acara ragam K-Pop di YouTube yang memperlihatkan bagaimana para anggota grup menjadi akrab satu sama lain, dan juga belum menggabungkan secara jelas model encoding dan decoding Stuart Hall dengan teori penetrasi sosial dalam satu rancangan penelitian. Oleh sebab itu, studi ini mengisi kekurangan tersebut dengan berfokus pada pandangan penggemar NCTzen Indonesia utamanya pada komunitas NCTzen Malang terhadap acara ragam *"It's Awkward But It's Ok"* di YouTube sebagai tontonan yang sekaligus menumbuhkan pandangan proses kedekatan sesuai teori penetrasi sosial antara anggota, serta memetakan jenis penafsiran utama, negosiasi, dan penolakan dalam kerangka Stuart Hall di dunia media digital.



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian