

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kpop fandom Indonesia memiliki fenomena yang kuat terutama pada kalangan komunitas. Mereka menunjukkan perubahan yang besar dan berpengaruh pada budaya populer yang diterapkan di kalangan anak muda Indonesia. Berdasarkan data dari penelitian (Handoko dkk., 2024) yang terindeks, mayoritas penggemar K-pop di Indonesia berada pada rentang usia remaja hingga awal 20-an, dengan proporsi penggemar perempuan yang sangat tinggi yakni hampir 95%. Kegemaran mereka tidak hanya berfokus pada musik, tetapi juga turut berpartisipasi dalam membentuk identitas sosial dan komunitas fandom yang aktif mendukung dan diskusi diberbagai platform media digital seperti Youtube, X, Tiktok, dan WhatsApp Group. Data survei dari Katadata Insight Center (2022) memperlihatkan bahwa YouTube dan Instagram menjadi media utama tempat interaksi fandom K-pop, termasuk NCTzen, sehingga menjadikan konsumsi konten *variety show* di platform ini sangat strategis dan berdampak luas (Ahdiat, 2022).

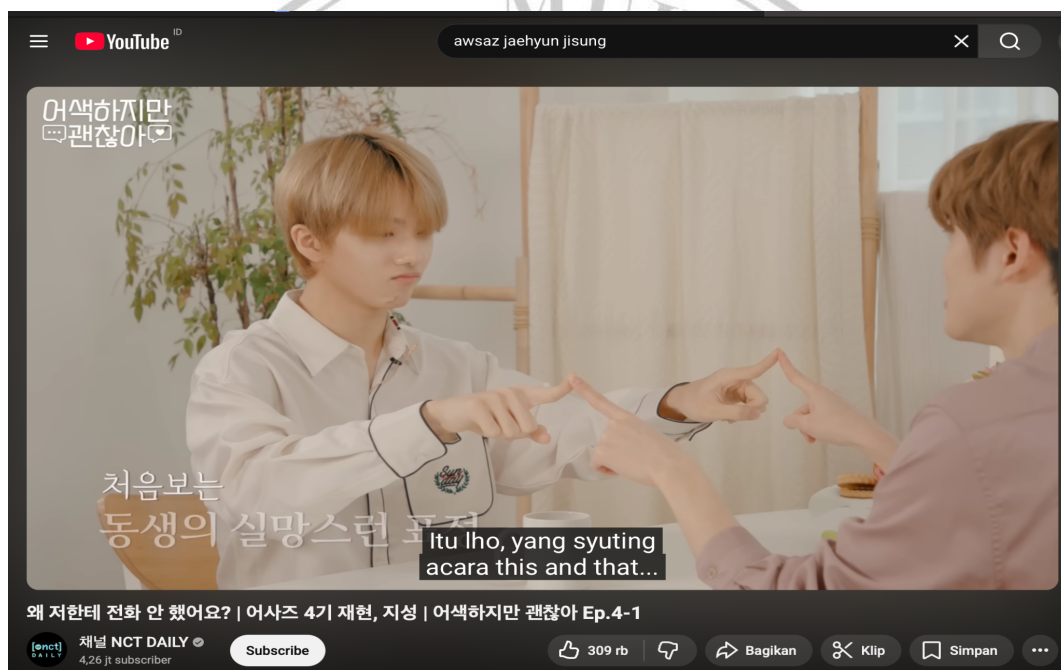
Perilaku serta interaksi yang dilakukan para K-pop idol juga merupakan faktor tambahan selain karya yang mampu menghibur penggemar. Dari sini kita dapat melihat mengapa para selebriti, termasuk aktor, penyanyi solo, maupun grup, memiliki banyak pengikut. Penggemar diartikan oleh Jenkins sebagai orang yang sedang mencari arti dari suatu produk budaya, di mana pencarian makna tersebut merupakan tindakan yang didasarkan pada kebebasan dan melibatkan aspek intelektual serta emosionalnya (Almaida, 2021).

Jumlah penggemar K-pop terbanyak yang sering aktif membahas K-pop diplatform media sosial X terhitung dua puluh negara dengan jumlah penggemar yang juga masuk kategori terbanyak. Data ini diambil dari informasi internal X, Global Tweets, untuk periode 1 Januari hingga 31 Desember 2021. Indonesia termasuk di dalamnya, oleh karena itu bukan hal yang aneh jika kita sering melihat Indonesia menempati posisi atas dalam daftar penggemar setiap idol K-pop (Harlina & Fatia Firantinur, 2023).

Perkembangan Korean Wave memiliki pengaruh yang besar dalam budaya dan kebiasaan anak muda di Indonesia. Hal ini terlihat sejak pertama mereka masuk melalui drama dan musik yang disiarkan di TV pada tahun 2000-an, dengan begitu fenomena ini mulai diadaptasi dan menjadi bagian dari gaya hidup anak muda Indonesia. Musik K-pop dan drama Korea mendominasi platform streaming, tak hanya itu tren fashion serta selera makanan pun juga ikut andil dalam perubahan ini secara luas. Kuatnya perubahan ini terjadi juga karena adanya kemudahan akses melalui media digital, khususnya Youtube dan media sosial lainnya, membuat konten hiburan Korea dapat dengan mudah dijangkau dan memperkuat ikatan emosional antara penggemar dan idola (Az Zahro & Rochimah, 2025).

Dengan demikian produksi konten hiburan Korea yang telah disebar luaskan melalui platform digital seperti halnya Youtube telah mempengaruhi cara penerimaannya di Indonesia. Penelitian Soerjantini (2025) memperlihatkan bahwa 95% penggemar K-pop di Indonesia mengonsumsi konten *variety show* Korea melalui platform digital, dengan YouTube sebagai media utama (45,6%) yang memfasilitasi interaksi fandom. Selain itu, survei Katadata Insight Center (2022) mengonfirmasi bahwa YouTube menjadi platform terpopuler (40,5%) untuk

mengakses konten hiburan Korea termasuk *variety show*, menggantikan pola konsumsi televisi tradisional (Yang & Utami, 2023). Acara *Variety show* NCT dengan judul "*It's Awkward But It's Ok*" atau biasa disebut AWSAZ menampilkan hubungan yang tulus dan personal antar anggota lintas unit. Pada konten ini mereka menawarkan pengalaman menonton yang unik dan menarik dimana konsep konten AWSAZ ini merupakan konsep baru yang sebelumnya belum pernah ada. Hal ini juga diakibatkan karena sistem grup NCT yang memiliki banyak unit.



Gambar 1.1 Cuplikan interaksi Jisung dan Jaehyun dalam acara *variety show* *It's Okay But It's Awkward*
(Sumber: Screenshot Channel YouTube NCT, 2020)

Variety show seperti "*It's Awkward But It's Ok*" efektif meningkatkan keterlibatan antara artis dengan penggemar dengan menampilkan sisi pribadi Idol diluar panggung acara, dimana pada acara ini baik bagi penggemar Indonesia ataupun bagi penyedia konten *variety show* ini memang bertujuan sebagai platform untuk memahami dinamika antar anggota dan memiliki hubungan baik yang mengerti pola interaksi dari idola mereka. Platform media Youtube yang memiliki

format komentar langsung pada video berdurasi panjang ini dapat menjadi faktor yang memperkaya pengalaman penggemar dalam berinteraksi. Sebuah studi dari (Atsilah Siregar & Nugroho, 2025) menunjukkan bahwa interaksi komentar di YouTube berperan penting dalam pembentukan identitas sosial pada komunikasi satu arah yang mengakibatkan adanya ketertarikan dorongan diskusi dalam komentar. Dalam interaksi digital ini penggemar merasakan keterikatan emosional secara langsung (Van Eldik, 2019).

Konsep interaksi yang ditampilkan dalam *variety show* ini memiliki peranan baru dan penting dalam industri hiburan Korea yang menampilkan sisi manusiawi dari sifat idol yang dapat dilihat penggemar. Format Acara seperti "*It's Awkward But It's Ok*" dari NCT, yang mengangkat konsep interaksi canggung antar anggota yang diharapkan berhasil mengubah kedekatan dan berkembang menjadi komunikasi yang lebih personal serta hangat. Serta dalam acara ini mereka memiliki peran signifikan dalam membangun *engagement* antara artis dan penggemar. Melalui momen *candid* dan tidak sempurna, fans merasakan pengalaman emosional yang mendalam, memperkuat ikatan emosional dengan idola mereka. *Variety show* menjadi platform interaktif yang menciptakan hubungan dua arah, membangun kedekatan yang lebih personal.



Gambar 1.2 Tanggapan penggemar terhadap interaksi antar anggota NCT pada acara hiburan dan penghargaan
(Sumber: Screenshot unggahan dan komentar penggemar pada platform X (Twitter), 2024)

Selain itu, acara ini juga memperkuat kedekatan antar anggota grup, memperlihatkan proses perkembangan hubungan interpersonal yang natural dan memperkuat solidaritas serta *chemistry* dalam grup. Koneksi yang terbangun melalui acara ini dapat dilihat hasilnya pada penampilan grup di acara yang berbeda. Dengan format yang mudah diakses di YouTube, acara ini menjangkau audiens global, termasuk fans Indonesia yang aktif berdiskusi dan memberikan feedback, menjadikan engagement semakin intensif dan berkelanjutan. Dengan begitu, penelitian tentang resepsi fans penting untuk memahami mekanisme interaksi emosional dalam ekosistem hiburan digital masa kini.

Analisis resepsi sendiri lahir karena adanya perbedaan pemaknaan dan respon audiens yang kerap menimbulkan pro dan kontra dalam fenomena fakta lapangan. dimana dalam analisis resepsi ini bertujuan untuk mematahkan asumsi bahwa pesan media bersifat searah dan diterima secara pasif. Hal ini bermula dari fenomena yang ditemukan pada media sosial dimana pesan acara AWSAZ bertujuan untuk mendekatkan antar anggota NCT yang canggung mendapatkan pandangan kontra dari penggemar di media sosial yang justru menilai interaksi mereka terlihat terlalu canggung, dipaksakan, dan membuat suasana terasa kurang nyaman saat ditonton. Sehingga sulit menikmati interaksi pada acara tersebut. Adapun anggapan umum yang menganggap bahwa setiap grup sudah pasti memiliki kedekatan yang sama, berbanding terbalik dengan yang ditampilkan oleh anggota NCT di acara AWSAZ ini.

Fenomena ini semakin menarik untuk dikulik ketika dalam salah satu cuplikan konten full anggota NCT yang beredar di TikTok, Jisung mengatakan kepada Jaehyun, *"Jaehyun-ssi, kamu pernah syuting AWSAZ denganku kan? Kita makin canggung setelah AWSAZ."* Pernyataan tersebut kemudian disambut tawa oleh anggota lain dan disebut sebagai "pengakuan yang mengejutkan." Johnny sempat menanggapi bahwa mereka terlihat sangat akrab saat syuting berlangsung, namun Jaehyun kemudian bercanda dengan mengatakan bahwa hal tersebut hanyalah "akting." Cuplikan tersebut memunculkan berbagai respons dari penggemar karena bertolak belakang dengan tujuan utama AWSAZ sebagai program yang ingin membangun kedekatan antar anggota NCT. Perbedaan pandangan antara pesan yang dibangun medium dengan interpretasi yang diterima audiens menunjukkan bahwa tayangan AWSAZ tidak dimaknai secara seragam

oleh penggemar. Adanya pro dan kontra mengenai keberhasilan AWSAZ dalam membangun kedekatan antar anggota inilah yang kemudian melatarbelakangi penelitian analisis resepsi terhadap fans NCTzen dalam memaknai interaksi antar anggota dalam variety show AWSAZ.

Berkat kemajuan teknologi, pola konsumsi penggemar Kpop juga turut berubah signifikan dari penggemar pasif menjadi lebih partisipatif. Mereka kini memanfaatkan berbagai platform digital yang semakin mudah diakses dan dijangkau, baik dimulai dari Youtube, Weverse, Tiktok, X dan platform streaming konten dan musik. Youtube menyediakan berbagai video seperti *variety show* dan vlog yang memperlihatkan kehidupan nyata artis, sedangkan weverse dan Instagram berfungsi sebagai platform komunitas resmi yang memungkinkan interaksi dua arah antara fans dan idol melalui komentar dan posting. YouTube Culture & Trends Report (2024) menjelaskan bahwa generasi muda semakin aktif menggunakan platform YouTube untuk menonton *variety show*, vlog, dan konten keseharian artis K-pop yang menawarkan pengalaman secara langsung dan interaktif.

Irwin Altman dan Dalmas Taylor mengembangkan Teori Penetrasi Sosial pada tahun 1973. Teori ini menjelaskan perkembangan hubungan interpersonal dalam proses pengungkapan diri secara bertahap. Semakin banyak informasi pribadi yang dibagikan seseorang kepada orang lain, semakin intim hubungan tersebut. Altman dan Taylor membandingkan kepribadian manusia dengan lapisan-lapisan bawang. Lapisan terluar mencakup informasi umum yang mudah diakses oleh orang lain, sedangkan lapisan terdalam berisi informasi yang lebih pribadi, seperti perasaan, pengalaman hidup, nilai-nilai, kepercayaan, dan aspek identitas

diri. Orang-orang perlahan mengupas lapisan-lapisan ini dan membangun hubungan interpersonal (Morissan 2013.). Teori penetrasi sosial dapat diterapkan sebagai teori pendukung untuk menggambarkan interaksi yang ditampilkan dalam variety show NCT "It's Awkward But It's Ok" (AWSAZ). Acara ini menyatukan dua anggota NCT yang memiliki hubungan kurang dekat atau canggung satu sama lain. Melalui berbagai percakapan, permainan, dan misi yang disajikan sepanjang acara, anggota NCT didorong untuk saling berbicara dan saling mengenal lebih dalam. Proses ini menunjukkan upaya untuk mengurangi kecanggungan dan mendorong keterbukaan antar anggota, dan dapat diinterpretasikan sebagai bentuk pengembangan hubungan interpersonal.

NCT merupakan anggota boy grup asal Korea Selatan yang dibentuk dan berdiri dibawah naungan SM Entertainment dengan konsep unik bernama *Neo Culture Technology*. Grup ini beranggotakan 25 anggota yang terbagi ke dalam beberapa sub-unit seperti NCT U, NCT 127, NCT DREAM, NCT WISH, WAYV, NCT DoJaeJung. NCT dikenal karena keragaman konsep musiknya yang berbeda dan unik setiap comeback, kemampuan vokal dan rap yang iconic, serta performa panggung yang energik. Konsep NCT yang memungkinkan penambahan anggota tanpa batas, membuat mereka berbeda dari boyband K-pop lainnya, hal ini juga menjadi daya tarik utama terciptanya konten AWSAZ.

Sedangkan NCTzen sendiri merupakan nama panggilan khusus untuk untuk penggemar NCT. Kedua panggilan tersebut mulai populer sejak tahun 2017, tepatnya saat NCT sedang melakukan siaran langsung platform VLive aplikasi yang populer digunakan dikalangan Idol Korea untuk menyapa fans global. NCTzen adalah istilah yang digunakan oleh penggemar NCT untuk mengidentifikasi

dirinya sebagai bagian dari fandom grup ini. Panggilan tersebut berlaku untuk penggemar di seluruh dunia. NCTzen Indonesia merupakan salah satu komunitas fandom yang sangat besar dan aktif di Indonesia. Interaksi antar fans di komunitas ini sangat baik, sering melakukan kegiatan bersama seperti fanmeeting, streaming bersama, dan kampanye digital bahkan kegiatan offline seperti *birthday cafe* event setiap ada anggota yang berulang tahun. Di media sosial, NCTzen Indonesia saling mendukung dan menjaga citra idola mereka, bahkan aktif melaporkan komentar negatif demi melindungi NCT. Interaksi tersebut membentuk solidaritas dan identitas kolektif para penggemar, yang merasa bangga sebagai bagian dari komunitas ini (Ayu Mulia Khairani, 2023).

NCTzen Indonesia sangat mengapresiasi dan menyukai interaksi natural dan kekompakan antar anggota yang ditampilkan berbagai konten seperti *variety show*, vlog, dan acara online. Interaksi yang terjadi membangun *chemistry* yang membuat fans merasa lebih dekat dan mengenal sisi pribadi anggota, bukan hanya sebagai idol diatas panggung yang hanya melakukan penampilan dance dan nyanyian. Minat NCTzen Indonesia terhadap konten NCT sangat tinggi, terutama konten yang menampilkan sisi personal dan interaksi antar member. *Variety* mengangkat tema kecanggungan dalam proses membentuk *chemistry* antar anggota grup lintas unit yang memiliki latar belakang dan waktu debut yang berbeda. Kegiatan dalam *variety show* ini meliputi berbagai misi dan permainan yang menguji kemampuan anggota untuk berkomunikasi dan berinteraksi secara natural, sehingga menampilkan sisi tersembunyi yang jarang terlihat di panggung resmi.

Berbeda dengan *variety show* pada umumnya yang sering kali mengedepankan hiburan penuh aksi dan komedi, acara ini justru fokus pada proses

membangun hubungan yang real dan personal antar anggota, yang menjadi daya tarik utama bagi fans (NCTzen) untuk merasa lebih dekat secara emosional. Uniknya lagi pada acara ini mereka juga membuat konsep acara dengan dua orang yang tampil didepan dan dua orang dibelakang sebagai MC yang memonitor apa yang harus dilakukan anggota didepan. Youtube sebagai media digital yang memang memiliki fitur komen menjadikan hal ini sebagai wadah yang memungkinkan terjadinya interaksi dua arah antar penggemar dengan diskusi pada suatu moment yang muncul pada konten AWSAZ. Acara ini menjadi pilihan menarik untuk penelitian karena ia menawarkan perspektif unik tentang bagaimana media hiburan dapat memediasi ruang komunikasi interpersonal dalam ekosistem digital. *"It's Awkward But It's Ok"* juga berbeda dari format hiburan tradisional karena menampilkan dinamika yang natural dan tidak sempurna dari kedekatan antar anggota yang biasa umum kita lihat seharusnya antar grup harus akrab. Kesempatan unik ini menjadi ruang untuk melihat interaksi sebenar-benarnya antar anggota grup, membuatnya terasa lebih personal dan intim. Moment-moment interaksi tersebut memungkinkan fans untuk memahami dan merasakan hubungan antar anggota secara langsung, yang pada akhirnya memengaruhi cara fans memaknai kedekatan emosional mereka dengan para anggota NCT (Kinda & Salma, 2024)

Youtube menjadi sarana interaksi digital bagi penggemar baik berfungsi sebagai wadah untuk memperkuat rasa kagum melalui konten ataupun membangun kedekatan antar penggemar melalui fitur komentar secara langsung mengutip dari (Prameswari, 2024). Kedekatan interpersonal terbentuk melalui proses penetrasi sosial, yaitu proses berkembangnya hubungan dari tingkat yang dangkal menuju

tingkat yang lebih intim melalui komunikasi dan keterbukaan diri (*self-disclosure*). Semakin sering individu berinteraksi dan saling berbagi informasi pribadi, maka semakin besar kemungkinan hubungan tersebut berkembang menjadi lebih dekat. Proses ini berlangsung secara bertahap mulai dari tahap orientasi, pertukaran afektif eksploratif, pertukaran afektif, hingga pertukaran yang stabil. Melalui tahapan tersebut, individu dapat mengurangi kecanggungan, meningkatkan rasa percaya, serta membangun hubungan yang lebih erat dengan individu lain (Budiono, 2024).

Dalam studi komunikasi, resepsi dari fans (audiens) berfokus pada interpretasi penggemar terhadap pesan yang disampaikan oleh medium. Studi ini memfokuskan peran audiens yang aktif dalam memberi makna terhadap isi konten, dimana hal tersebut dipengaruhi oleh latar belakang budaya, pengalaman pribadi, ataupun lingkungan sosial mereka. Posisinya disini fans tidak hanya berperan pasif ketika menonton namun juga memiliki peranan aktif dan kritis dalam menanggapi dan membentuk interpretasi personal terhadap konten yang mereka lihat dan ikuti yang mana meliputi proses pemberian makna, kesan, atau sudut pandang penggemar terhadap isi konten. Pendekatan ini membantu memahami variasi makna yang dihasilkan oleh berbagai kelompok penggemar terhadap sebuah media, termasuk pembahasan mengenai fandom K-pop dan *variety show* (Lestari & Kusuma, 2023).

Sebanyak 58% penggemar K-pop mengalami dan merasakan kedekatan emosional yang kuat melalui *variety show* dan vlog di platform digital yang ditayangkan seperti YouTube (Rojo dkk., 2022). Maka dari itu penelitian ini penting dilakukan melihat pesatnya perkembangan fandom K-pop di era digitalisasi yang akan terus berdampak pada perkembangan budaya sosial. Studi ini juga dapat

memperkaya kajian komunikasi massa dan digital terkait interaksi sosial dan emosional di era baru, serta memberikan pandangan baru pada distributor konten agensi media dalam membuat konten yang berhasil menciptakan kedekatan baik antar artis maupun penggemar. Namun untuk memperkuat urgensi penelitian ini perlu diperhatikan batasan pada literatur sebelumnya, dimana terdapat gap research jurnal oleh (Bella, 2024) yang berjudul “Analisis Interaksi Parasosial Fans K-Pop di aplikasi Lysn Bubble SM Entertainment” yang menggunakan metode kualitatif dengan observasi dan wawancara untuk mengkaji bagaimana idol membangun persona yang dikonstruksi oleh fans melalui aplikasi berbayar. Penelitian ini belum mengeksplorasi interaksi fans di platform publik dan gratis seperti youtube, serta efek *variety show* dalam membangun kedekatan antar anggota grup maupun fans secara lebih spesifik.

Kedua, jurnal oleh (Hidayatulloh, 2023) tentang "Interaksi Parasosial Idol NCT dalam Membangun Kedekatan dengan NCTzen melalui YouTube" yang menggunakan pendekatan etnografi digital dan observasi online di YouTube, mengungkap bagaimana komentar fans memperkuat parasosial relationship. Namun, penelitian ini terbatas pada observasi komentar tanpa mendalami pengalaman subjektif fans secara kualitatif melalui wawancara, dan belum secara khusus meneliti pengaruh *variety show* "It's Awkward But It's Ok" terhadap kedekatan antar anggota dan fans.

Dengan demikian, terdapat kesenjangan penelitian yang signifikan berupa kurangnya studi yang secara menyeluruh membahas tentang konten *variety show* di YouTube sebagai media interaktif membangun kedekatan antar anggota grup dan fans secara komprehensif. Urgensi penelitian ini sangat tinggi mengingat

perkembangan pesat fandom K-pop khususnya NCTzen di Indonesia dengan konsumsi media digital yang intensif. *Variety show* di YouTube bukan sekedar hiburan, namun ruang komunikasi interpersonal yang memungkinkan pengalaman kedekatan emosional dan pembentukan ikatan sosial yang nyata. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam pengembangan kajian komunikasi massa dan budaya populer digital, serta memberikan wawasan praktis bagi industri hiburan untuk mengelola konten yang efektif membangun loyalitas dan keterlibatan penggemar.

Akan tetapi, fenomena ini pun menimbulkan masalah baru. Perkembangan media digital, khususnya YouTube, telah mengubah pola konsumsi konten hiburan menjadi lebih interaktif dan partisipatif. Dalam industri K-pop, *variety show* digital tidak lagi hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana strategis untuk membangun citra, narasi, serta kedekatan emosional (Lubis, 2023.). Selain itu, proses kedekatan yang ditampilkan pada acara ini memperlihatkan komunikasi interpersonal yang baru ditampilkan secara intim dengan konsep *variety show* yang menampilkan ke canggungan menjadi masalah yang belum cukup sering dikaji secara mendalam

Fenomena fandom K-pop, khususnya NCTzen, terus berkembang pesat dengan konsumsi media yang semakin intensif di platform digital seperti YouTube. *Variety show* menjadi sarana penting yang tidak hanya menghadirkan hiburan tetapi juga memperkuat ikatan emosional dan membangun komunitas penggemar yang solid melalui interaksi yang autentik dan interaktif. Oleh karena itu, penelitian ini sangat diperlukan untuk memahami mekanisme komunikasi dan emosional yang terjadi dalam konsumsi konten *variety show* ini.

Program ini berfungsi sebagai konten hiburan yang bersifat aktif dimana penggemar dapat berinteraksi secara langsung, baik dari segi memahami kedekatan anggota ataupun sharing pengalaman menonton sesama penggemar. Karena itu, penelitian mengenai reaksi penggemar terhadap acara *"It's Awkward But It's Ok"* sangat penting untuk memahami peran media digital sebagai sarana untuk memperkuat kedekatan personal antar anggota K-pop yang terus berubah. Menggunakan pendekatan kualitatif yang mampu menggali secara mendalam bagaimana NCTzen memaknai interaksi antar anggota NCT. Sebagaimana selaras dengan permasalahan utama dalam penelitian ini yang terletak pada bagaimana audiens menafsirkan interaksi antar anggota dalam konten AWSAZ, serta bagaimana variasi pemaknaan tersebut mencerminkan posisi resepsi yang berbeda-beda sesuai dengan kerangka teori Stuart Hall.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana resepsi NCTzen terhadap AWSAZ sebagai medium untuk membangun kedekatan antar anggota NCT ?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk menganalisis resepsi NCTzen terhadap AWSAZ sebagai medium untuk membangun kedekatan antar anggota NCT.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, antara lain :

1. Secara teori, penelitian ini menyumbangkan pemahaman yang lebih mendalam tentang mekanisme emosional dan sosial yang terjadi dalam konsumsi media digital interaktif, khususnya dalam konteks fandom K-pop dan komunikasi massa digital.
2. Secara praktis, hasil penelitian dapat memberikan panduan bagi pelaku industri hiburan dalam merancang konten *variety show* yang efektif membangun kedekatan dan loyalitas penggemar melalui komunikasi interpersonal
3. Memberikan wawasan kepada komunitas fandom, khususnya NCTzen Indonesia, tentang dinamika interaksi dan makna yang mereka konstruksi saat mengonsumsi konten *variety show*, sehingga memperkuat solidaritas diskusi dan identitas fandom.
4. Membantu pengembangan studi komunikasi budaya populer di Indonesia dengan fokus pada fenomena media digital dan fandom K-pop yang sedang berkembang pesat, sekaligus membuka ruang bagi penelitian lanjutan di bidang ini.