

**FANATISME DAN PERILAKU KONSUMTIF PENGGEMAR
K-POP DI MEDIA SOSIAL TWITTER**

**(STUDI FENOMENOLOGI PADA AKUN @7btsupdates dan
@NCT__Indonesia)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

2022

**FANATISME DAN PERILAKU KONSUMTIF PENGGEMAR
K-POP DI MEDIA SOSIAL TWITTER**

**(STUDI FENOMENOLOGI PADA AKUN @7btsupdates dan
@NCT__Indonesia)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

ANNA TASYIA

051703503125096

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

2022

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

Nama : Anna Tasyia
Nim : 051703503125096
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat
Fanatisme dan Perilaku Konsumtif Penggemar K-Pop di Media Sosial Twitter
(Studi Fenomenologi Akun @7btsupdates dan @NCT__Indonesia)

Jumlah Halaman : 79 Halaman
Bibliografi : 17 Buku, 7Jurnal

ABSTRAK

Media sosial sangat membantu perkembangan suatu budaya dan salah satunya budaya Korea yang kini menjadi fenomena di Indonesia. Fenomena munculnya Korean Pop (K-Pop) adalah berubahnya selera musik kaum milenial dan bermunculannya fandom-fandom K-Pop di Indonesia, penggemar K-Pop mengaku tertarik dengan musik Korea karena musik tersebut tidak monoton, dan enak didengar.

Adanya alat teknologi pada era globalisasi ini, hal tersebut sangat memudahkan bagi manusia untuk mendapatkan informasi salah satunya dengan mengakses perkembangan dalam dunia Korea pop. Semakin mudahnya untuk mendapatkan informasi tersebut menyebabkan para remaja menjadi antusias dan fanatik terhadap apa yang mereka idolakan tersebut. Akibat dari fanatiknya remaja tersebut menyebabkan beberapa dampak seperti melakukan pembelian secara berlebih.

Landasan teori yang digunakan adalah *teori wajah (face work)*) metafora untuk identitas social atau citra seseorang yang diinginkan. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis karena bertujuan untuk mengkaji kehidupan secara alami dan terbebas dari manipulasi. Pendekatan Penelitian Kualitatif, Metode penelitian Fenomenologi. Menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi partisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi.

Kata Kunci : Fanatisme, Perilaku Konsumtif, Penggemar K-Pop
Pembimbing I : Helen Olivia, M. Ikom
Pembimbing II : Achmad Budiman Sudarsono, M. Ikom

The Faculty of Social and Political Sciences

University of Satya Negara Indonesia

Name : Anna Tasyia
Students' Registration Number : 051703503125096
Field of Study : Communication
Specialization : Public Relations
Tittle : *Fanaticism and Consumptive Behavior of K-Pop Fans On Social MediaTwitter (Phenomenological Studies On @7btsupdates and @NCT__Indonesia)*
Number of Page : 79 page
Bibliography : 17 books, 7 journals

ABSTRACT

Social media is very helpful for the development of a culture and one of them is Korean culture which is now a phenomenon in Indonesia. The phenomenon of the emergence of Korean Pop (K-Pop) is the changing taste of millennial music and the emergence of K-Pop fandoms in Indonesia, K-Pop fans claim to be interested in Korean music because the music is not monotonous, and easy to listening.

The existence of technological tools in this era of globalization, it is very easy for humans to get information one of them by accessing developments in the korean pop world. The easier it is to get the information causes teenagers to become enthusiastic and fanatical about what they idolize. As a result of the fanatic of the teenager causes some impacts such as making excessive purchases.

The basis of the theory used is the theory of face work (face work) metaphor for the social identity or image of a person who is desired. This research uses a constructivist paradigm because it aims to study life naturally and free from manipulation. Qualitative Research Approach, Phenomenological research methods. Using data collection techniques in the form of participant observations, in-depth interviews, and documentation.

Keyword : *Fanaticism, Consumptive Behavior, K-Pop Fans*
Mentor I : Helen Olivia, M. Ikom
Mentor II : Achmad Budiman Sudarsono, M. Ikom