

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Kegunaan Akademik.....	10
1.4.2 Kegunaan Praktis	10
1.5 Tinjauan Pustaka.....	10
1.6 Kerangka Pemikiran	14
1.6.1 Komunikasi Penggemar-Idola Dalam Fandom	14
1.6.2 Hubungan Parasosial.....	16
1.6.3 Konsumerisme Dalam Fandom.....	19
1.7 Kerangka Konseptual.....	21
1.8 Metodologi Penelitian.....	23
1.8.1 Paradigma Penelitian.....	23
1.8.2 Metode Penelitian	24
1.8.3 Subjek Penelitian.....	25
1.8.4 Teknik Pengumpulan Data.....	26
1.8.5 Teknik Pengolahan Data	28
1.8.6 Teknik Analisis Data.....	28
BAB II PARASOSIAL DAN KONSUMERISME DALAM FANDOM	
K-POP	30

2.1 Penggemar, Fandom, dan Konsep Parasosial.....	30
2.2 Hubungan Parasosial dalam Komunikasi Penggemar dengan Idola K-pop.....	32
2.3 Konsumerisme dalam Fandom K-pop dan Ekonomi Penggemar ...	39
BAB III SM ENTERTAINMENT: NEW CULTURE TECHNOLOGY DAN NEO CULTURE TECHNOLOGY.....	45
3.1 SM Entertainment Sebagai Pencetus <i>Cultural Technology</i>	45
3.2 Neo Culture Tecnology	48
3.3 Fandom NCTzen: Budaya Penggemar di Korea Selatan dan Indonesia.....	51
3.4 Deskripsi Informan.....	56
BAB IV FANDOM : PARASOSIAL DAN KONSUMERISME.....	59
4.1 Proses Pengembangan PSR Informan sebagai NCTzen.....	59
4.1.1 Tahap <i>Initiation</i>	59
4.1.2 Tahap <i>Experimentation</i>	64
4.1.3 Tahap <i>Intensification</i>	70
4.1.4 Tahap <i>Integration</i>	75
4.2 Praktik Konsumsi Penggemar dan Konsumerisme dalam Fandom..	79
4.2.1 Konsumsi Bubble Sebagai Faktor Penguat PSR NCTzen	80
4.2.2 Konsumsi Album dan Merchandise NCT oleh NCTzen.....	83
4.2.3 Alasan Konsumsi Konstan NCTzen Hingga Konsumerisme dalam fandom.....	87
4.2.4 Menjadi Penggemar: Antara Konsumerisme dan Hubungan Parasosial	95
BAB V PENUTUP.....	105
5.1 Kesimpulan.....	105
5.2 Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA.....	111
LAMPIRAN.....	118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Akun @captainuwu menerjemahkan konten NCT tanpa subtitle ke Bahasa Inggris	53
Gambar 2. <i>Fansite</i> Mark asal Indonesia bernama Lonceng Cinta	53
Gambar 3. <i>Fansite</i> Taeyong asal Indonesia bernama TyKasep	54
Gambar 4. Admin GO menyediakan jasa jual-beli <i>photocard</i> beserta harga dalam won yang dijual oleh <i>seller</i> Korea	54
Gambar 5. Beberapa <i>collection account</i> asal Indonesia yang memperlihatkan koleksi <i>merchandise</i> NCT-nya	55
Gambar 6. Salah satu Twitter AU lokal Indonesia yang menggunakan Doyoung NCT sebagai tokohnya	56
Gambar 7. Anggota NCT 2018 tampil dalam acara Weekly Idol	61
Gambar 8. Jungwoo terlihat dalam salah satu <i>fancam</i> Ten saat Rookies Show ...	70
Gambar 9. Terjemahan konten <i>chat</i> Bubble Jaemin	81
Gambar 10. Terjemahan konten <i>chat</i> Bubble Jaehyun	81
Gambar 11. Akun @jaehyunbbl memposting <i>update</i> Bubble Jaehyun	82
Gambar 12. Album NCT di tahun 2020	83
Gambar 13. Template <i>photocard</i> Jaemin buatan penggemar	85
Gambar 14. Konten AweSM Corner oleh SM Indonesia	91
Gambar 15. Photocard Special Yearbook Mark yang eksklusif dan limited	94
Gambar 16. Kolom balasan twit SYB Mark penuh ucapan selamat dari penggemar lain	94
Gambar 17. Twit oleh akun @ngidamkonser saat membuka <i>pre-order</i> album NCT Dream	96
Gambar 18. Koleksi seluruh ID Card anggota NCT dalam album Resonance pada <i>collection account</i>	97
Gambar 19. Momen <i>fansign</i> akun @buttermilkbubu bersama Taeyong	97
Gambar 20. Momen <i>fansign</i> akun @captainuwu bersama Jungwoo	98