

ABSTRAK

K-pop adalah industri budaya yang berasal dari Korea Selatan yang menawarkan hiburan dan berbagai komoditas. NCT merupakan salah satu grup K-pop generasi ketiga yang termasuk memiliki basis penggemar berjumlah besar di Indonesia yang disebut dengan NCTzen. Selain menawarkan hiburan melalui karya musiknya, NCT juga menawarkan hiburan melalui berbagai *merchandise*. *Photocard* adalah salah satu *merchandise* yang populer untuk dikoleksi hingga menjadi kontestasi tersendiri dalam fandom NCTzen. Kontestasi dalam mengoleksi *photocard* diperlihatkan melalui *collection account* yaitu akun di Instagram yang secara khusus digunakan untuk menampilkan koleksi *photocard* yang dimiliki. Foto yang diunggah beserta interaksi yang dilakukan pada *collection account* menjadi sebuah hiburan sekaligus ruang bebas untuk merepresentasikan identitas penggunanya. Penelitian ini menggunakan metode netnografi dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi pada media sosial informan, dan studi literatur. Pemilihan informan menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis penelitian menggunakan teori industri budaya, dromologi, dan masyarakat tontonan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram menjadi ruang praktik konsumsi-produksi bagi para NCTzen. Kegiatan mengoleksi *photocard* menjadi hal biasa dan terlekat dalam kehidupan *fangirling* NCTzen. Popularitas NCT yang berkembang pesat membuat kegiatan mengoleksi *photocard* menjadi kontestasi sengit antar NCTzen. Identitas yang berusaha direpresentasikan NCTzen pada *collection account* adalah gambaran hidup yang bahagia dan berkecukupan secara ekonomi. Selain itu para NCTzen juga ingin memperlihatkan loyalitas dan kontribusi mereka dalam mendukung kesuksesan karir NCT.

Kata kunci: *collection account*, *photocard*, identitas, netnografi, industri budaya, dromologi, masyarakat tontonan.

ABSTRACT

K-pop is a popular culture industry originating in South Korea which offers entertainment and various commodities. NCT is one of the third generation K-pop groups having a large fan base in Indonesia called NCTzen. NCT offers not only entertainment through their musical works, but also various merchandise. Photocards are one of the popular merchandises to collect and they are highly sought among NCTzens. The competition in collecting photocards is shown through a collection account in Instagram which is specifically used to display their photocard collection. The photos uploaded along with the interactions made on the collection account become an entertainment as well as a free space to represent the identity of its users. This study used netnographic methods and data collection techniques used are interviews, observations on informants' social media, and literature studies. The selection of informants used purposive sampling technique. The research analysis used the theory of culture industry, dromology, and the society of the spectacle. The results showed that Instagram becomes a consumption-production practice space for NCTzens. Photocard collecting is fairly common and embedded in NCTzen's fangirling life. The rapidly growing popularity of NCT has made photocard collection a fierce rivalry among NCTzens. The identity that NCTzen is trying to represent on the collection account is a picture of a happy and economically well-off life. In addition, NCTzens also want to show their loyalty towards NCT and contribution to support the success of NCT's career.

Keywords: collection account, photocard, identity, netnography, culture industry, dromology, the society of the spectacle.