

**PEMETAAN PERILAKU SOSIAL PENGEMAR  
KPOP PADA KOMUNITAS KPOP DI KOTA PADANG**  
(Survei Deskriptif pada Penggemar K-Pop Komunitas ARMY,  
BLINK dan NCTZEN Kota Padang)

**SKRIPSI**



**DEPARTEMEN SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2023**

**PEMETAAN PERILAKU SOSIAL PENGEMAR  
KPOP PADA KOMUNITAS KPOP DI KOTA PADANG**  
(Survei Deskriptif pada Penggemar K-Pop Komunitas ARMY,  
BLINK dan NCTZEN Kota Padang)

**SKRIPSI**

**Tugas untuk Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Sosial  
pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Andalas**



Oleh

**ATASYA NURUL ZUKRI  
BP 1910812008**

**DEPARTEMEN SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2023**

## ABSTRAK

**Atasya Nurul Zukri, 1910812008. Departemen Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP), Universitas Andalas. Judul Skripsi : Pemetaan Perilaku Sosial Penggemar K-Pop pada Komunitas K-Pop Kota Padang, Survei Deskriptif pada Penggemar K-Pop Komunitas ARMY, BLINK dan NCTZEN Kota Padang. Pembimbing I Dr. Elfitra, M.Si. Pembimbing II Dra. Mira Elfina, M.Si.**

K-Pop merupakan produk budaya populer yang berkembang luas karena dorongan penggunaan media sosial yang semakin masif. Saat ini, industri K-Pop makin dikenal dan digemari oleh banyak orang dari berbagai kalangan usia. Namun, kegemaran para penggemar K-Pop tersebut cenderung didasari karena kesukaan dan kecintaan yang besar terhadap idol K-Pop dibandingkan musik K-Pop itu sendiri. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan bagaimana pemetaan/gambaran perilaku yang selalu ditampilkan penggemar K-Pop pada komunitas ARMY, BLINK dan NCTZEN Kota Padang. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Fetisisme Komoditas yang dikemukakan oleh Theodor Ludwig Adorno dengan asumsi teori : “Industri budaya telah menciptakan pemujaan yang salah terhadap produk-produk budaya populer yang hadir di tengah masyarakat, sehingga mencetuskan kesadaran mereka atas dasar kebutuhan-kebutuhan palsu dalam mengonsumsi produk budaya tersebut”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui metode penelitian survei dengan tipe deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang bersifat tertutup. Teknik penentuan responden dengan cara *proportional random sampling*.

Hasil dari penelitian ini memberikan gambaran terkait karakteristik penggemar K-Pop pada komunitas ARMY, BLINK, dan NCTZEN Kota Padang berupa: Perempuan, usia 20-23 tahun, pendidikan S1, beragama Islam, bekerja sebagai seorang pelajar/mahasiswa, berdomisili di wilayah pinggiran kota, bertempat tinggal menyatu dengan orangtua, pekerjaan ayah sebagai wirausaha/pedagang, pekerjaan ibu sebagai IRT, dengan total pendapatan kedua orangtua Rp 5.100.000- Rp 10.000.000, domisili orangtua di area Kota Padang, sudah menggemari K-Pop dalam waktu >5,5 tahun, awal mengenal K-Pop dari media sosial, alasan menggemari K-Pop karena suka dengan idol K-Pop, dan sudah mengikuti komunitas K-Pop ini dalam kurun waktu 1-3 tahun. Adapun perilaku penggemar K-Pop pada tiga komunitas K-Pop ini menunjukkan kecenderungan pemujaan/fetisisme yang sangat tinggi terhadap idol K-Pop berupa perilaku: *streaming* MV idol K-Pop, mengikuti semua akun sosial media idol, mengkoleksi album K-Pop karena idol, menyisihkan uang untuk membeli produk idol, suka dengan K-Pop karena visual idol nya, memiliki panggilan “khusus” untuk idol, memasang walpaper HP dengan foto idol, sedih saat idol K-Pop nya di perlakukan buruk oleh agensi, dan sedih saat idol K-Pop nya dihujat.

**Kata Kunci : K-Pop, Perilaku, Idol K-Pop.**

## ABSTRACT

**Atasya Nurul Zukri, 1910812008. Department of Sociology, Faculty of Social and Political Sciences (FISIP), Andalas University. Thesis Title: Mapping the Social Behavior of K-Pop Fans in the K-Pop Community in Padang City, Survey Deskriptif on K-Pop Fans in the ARMY, BLINK and NCTZEN Communities in Padang City. Advisor I Dr. Elfitra, M.Sc. Advisor II Dra. Mira Elfina, M.Sc.**

K-Pop is a popular cultural product that has grown widely due to the increasingly massive use of social media. Today, the K-Pop industry is becoming more and more known and loved by many people of all ages. However, the favourite of K-Pop fans tended to be based on the great love and affection for the K-pop idol compared to the music itself. As for the purpose of this study is to describe how the mapping/imaging behavior that K-Pop fans always displayed on the ARMY, BLINK and NCTZEN community of the City of Padang. The theory used in this study is the theory of commodity fetishism proposed by Theodor Ludwig Adorno with the theoretical assumption: "Cultural industries have created a false worship of popular cultural products present in the midst of society, thus printing their consciousness on the basis of false needs in consuming such cultural products." This research uses a quantitative approach through survey research methods with descriptive types. Data collection is carried out through a closed questionnaire. Method of proportional random sampling.

The results of this study provide an overview of the characteristics of K-Pop fans in the ARMY, BLINK, and NCTZEN communities in Padang City in the form of: Female, aged 20-23 years, Bachelor's degree, Muslim, works as a student/student, lives in a suburban area, residing together with parents, father's job as entrepreneur/trader, mother's job as IRT, with a total income of both parents IDR 5,100,000- IDR 10,000,000, parents domicile in the Padang City area, have been fond of K-Pop for > 5 years .5 years old, getting to know K-Pop from social media, the reason for liking K-Pop is because you like K-Pop idols, and have joined this K-Pop community in a period of 1-3 years. The behavior of K-Pop fans in these three K-Pop communities shows a very high tendency to worship/fetishism towards K-Pop idols in the form of behavior: streaming K-Pop idol MVs, following all idol social media accounts, collecting K-Pop albums because of idols, setting aside money to buy idol products, liking K-Pop because of its visual idols, having a "special" nickname for idols, installing cellphone wallpapers with idol photos, sad when K-Pop idols are treated badly by agencies, and sad when idols K-pop is blasphemed.

**Keywords: K-Pop, Behavior, K-Pop Idol.**