

**FENOMENA OOTD (*OUTFIT OF THE DAY*) KOREAN STYLE FANBASE
NCT ZEN DALAM MEMBENTUK *PERSONAL BRANDING* DI
INSTAGRAM**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Srata
Satu Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Andalas

Oleh:

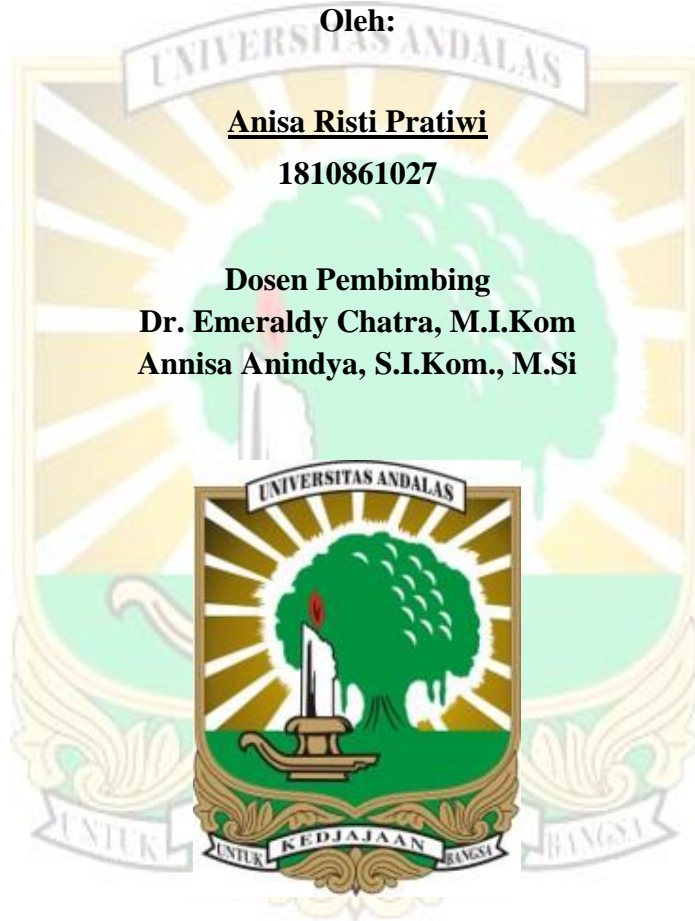
Anisa Risti Pratiwi

1810861027

Dosen Pembimbing

Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom

Annisa Anindya, S.I.Kom., M.Si



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2024**

ABSTRAK

FENOMENA OOTD (*OUTFIT OF THE DAY*) KOREAN STYLE FANBASE NCT ZEN DALAM MEMBENTUK PERSONAL BRANDING DI INSTAGRAM

Oleh:

Anisa Risti Pratiwi
1810861027

Pembimbing:

Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom
Annisa Anindya, S.I.Kom, M.Si

Masuknya Budaya K-pop ini ke Indonesia menghasilkan berbagai macam kulturasi budaya mulai dari musik, tarian, dan juga *fashion*. Penelitian ini membahas salah satu budaya Korea yang sedang diperbincangkan oleh anak muda pada fandom NCT (NCTzen) yang ada di Kota Padang yaitu *fashion Korean Style* yang berkembang di media sosial menjadi *trend OOTD (outfit of the day)*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *trend OOTD* anggota *fanbase* NCTzen di Kota Padang dalam mengikuti *trend OOTD* di Instagram dalam membangun *personal branding* dan juga menganalisis proses *Personal Branding fanbase* NCTzen melalui *trend OOTD* di Instagram. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan paradigma Konstruktivisme. Pemilihan informan penelitian menggunakan teknik *purposive sampling*. Teori yang digunakan yaitu teori elemen *personal branding* dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dan verifikasi. Hasil dari penelitian ini yaitu dengan adanya komunitas NCTzen Kota Padang menjadi jembatan bagi para anggota komunitas untuk menyalurkan kesukaan mereka terhadap Kpop. Dan fenomena OOTD di Instagram menjadi cara untuk membangun *personal branding*, dan dalam prosesnya dibutuhkan komitmen untuk selalu berpenampilan dengan ciri khas masing-masing. Kemudian, presentasi yang dilakukan semua informan melalui komunikasi artifaktual dengan pesan melalui *fashion* yang informan kenakan sesuai dengan teori elemen *personal branding*. Seluruh informan menggunakan *fashion* yang berbagai macam, salah satunya yaitu *colorfull, chunky, dan feminim*. Dari semua elemen *personal branding* yang ada hanya beberapa elemen saja yang digunakan informan, yaitu elemen konsistensi, kekhasan, Integritas, keaslian, visibilitas, kegigihan yang informan gunakan untuk membangun *personal branding*. Seluruh informan memanfaatkan OOTD (*Outfit of the Day*) untuk memperkuat *branding* dan OOTD sebagai sarana ekspresi gaya berpakaian informan, yang sering mencerminkan identitas mereka sebagai seorang penggemar K-pop.

Keywords: Budaya K-Pop, *Fashion, Fanbase, Personal Branding*

ABSTRACT

THE PHENOMENON OF OOTD (*OUTFIT OF THE DAY*) KOREAN STYLE FANBASE NCT ZEN IN FORMING PERSONAL BRANDING ON INSTAGRAM

Oleh:

Anisa Risti Pratiwi

1810861027

Supervisor:

Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom

Annisa Anindya, S.I.Kom, M.Si

The infiltration of K-pop culture into Indonesia has resulted in various forms of cultural hybridization, ranging from music, dance, to fashion. This research explores one of the Korean cultures being discussed by young people in the NCT fandom (NCTzen) in the city of Padang, namely Korean-style fashion that has become a trend on social media as Outfit of the Day (OOTD). This study aims to analyze the OOTD (Outfit of the Day) trends among NCTzen fanbase members in Padang City as they engage with Instagram trends to build personal branding and to understand the process of personal branding in following the OOTD trend on Instagram. This research uses qualitative research methods and a Constructivism paradigm. The selection of research informants uses purposive sampling technique. The theory used is the theory of personal branding elements with data collection techniques through observation, interviews, and documentation. Data analysis techniques consist of data reduction, data presentation, and conclusion drawing and verification. The results of this study indicate that the NCTzen community in Padang City serves as a bridge for community members to express their fondness for K-pop. The OOTD phenomenon on Instagram becomes a way to build personal branding, and in the process, commitment is needed to always appear with their own distinctive characteristics. Then, the presentation made by all informants through artifactual communication with messages through the fashion they wear according to the theory of personal branding elements. All informants use various kinds of fashion, one of which is colorful, chunky, and feminine. Of all the personal branding elements available, only a few elements are used by informants, namely consistency, uniqueness, integrity, authenticity, visibility, and perseverance that informants use to build personal branding. All informants utilize OOTD (Outfit of the Day) to strengthen their branding and OOTD as a means of expression of their dressing style, which often reflects their identity as K-pop fans.

Keywords: K-Pop culture, Fashion, Fanbase, Personal Branding