

# **COMMUNICATION BEHAVIOR OF FANATIC FANS IN NCTZEN BANDUNG COMMUNITIES**

*(Descriptive Study of Communication Behavior of Fanatic Fans in NCTZEN  
Bandung Community for Supporting NCT's Boygroup)*

By:

Ayu Mulia Khairani

NIM : 41814131

*This Research is under guidance:*

*Dr. Rismawaty, S.Sos., M.Si*

***This research aims** to determine the communication behavior of fanatical fans in the NCTZEN Bandung community in supporting NCT boygroups. To answer the problem above, the researcher raises micro sub-problems, verbal communication, nonverbal communication, and motives.*

***This research method** uses descriptive qualitative method with supporting theories namely the theory of symbolic interaction. The subjects of this study were members of the NCTZEN Bandung community, which researchers considered fanatical about NCT boygroup using a purposive sampling technique obtained by informants are 5 (five) people. Data collection techniques used are: literature study, in-depth interviews, observation, and documentation.*

***The results** obtained by the authors in this study, that communication behavior seen from the verbal communication was using of language and direct interaction with fellow community members during community events and interaction with boygroup of NCT through virtual messages, fanchant, and fan services during concerts. Nonverbal communication was through symbols and signs and dance cover. Furthermore, the motives of fanatical fans to support NCT boygroups are based on hobbies and likes, as inspiring person, and as role models.*

***The conclusion** of the fanatical communication behavior of NCTZEN Bandung community members in supporting NCT boygroups is how they support verbal and non-verbal forms and the motives they cause.*

***The advice** for NCT's fanatical fans to support idols were not only with the birthday project, hand banner project, and purchase of albums, the community projects can also be used as fundraising projects and charities on behalf of their idols to be more useful.*

***Keywords:** Communication Behavior, Verbal Communication, Nonverbal Communication, Motives, Fanatic Fans.*

## 1. Pendahuluan

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perilaku komunikasi merupakan suatu kebiasaan dari individu atau kelompok yang didalamnya menerima atau menyampaikan pesan dengan adanya keaktifan mencari informasi, ataupun pengetahuan mengenai hal-hal yang baru. Perilaku komunikasi akan menampilkan teknik dan keterampilan dari seseorang untuk mencapai tujuan komunikasinya, hal ini membuat seseorang yang mengatur teknik komunikasinya baik secara verbal maupun nonverbal.

Beberapa perilaku komunikasi yang terlihat pada saat peneliti melakukan pra penelitian adalah adanya keaktifan para anggota ketika berinteraksi terhadap sesama anggota lainnya dalam bertukar informasi mengenai NCT, melakukan trading foto idola yang diinginkan berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak antar anggota.

Selain itu adanya bentuk isyarat nonverbal yang ditunjukkan oleh mereka. Seperti beberapa dari mereka saat sedang berinteraksi satu sama lain menirukan bentuk *gesture* yang dipopulerkan oleh anggota dari *boygroup* NCT. Ada juga dari mereka yang menggunakan pakaian yang melambangkan nama dari salah satu anggota NCT, membawa atribut pendukung, seperti standing banner yang diletakkan di depan tempat mereka berkumpul, memegang slogan atau *hand banner*, serta membawa *lightstick official* NCT. (Pra Penelitian, 21 Oktober 2018).

Komunitas NCTZEN Bandung ini sendiri memiliki kegiatan kumpul rutin sendiri setiap bulannya.

Biasanya kegiatan kumpul ini diadakan sebagai bentuk perayaan ulang tahun para anggota *boygroup* NCT, dan projek tagar di twitter yang akan mereka buat untuk menjadi *trending* di twitter.

Hal yang menarik yang pernah dilakukan oleh komunitas ini adalah, mereka telah berhasil mengajak kolaborasi seorang *fansite* dalam kegiatan rutin ini. Bukan hal yang mudah untuk mengajak *fansite* bekerja sama dengan suatu komunitas fans, mengingat *fansite* untuk seorang idola itu memiliki kesibukan yang sama padatnya dengan si idola, karena mereka mengikuti si idola itu untuk mendukung setiap kegiatannya dan mendapatkan momen-momen untuk di abadikan, yang selanjutnya akan mereka bagikan di sosial media atau mereka kumpulkan untuk diperjualbelikan. Tetapi, komunitas NCTZEN Bandung, berhasil membuat negosiasi dengan salah satu *fansite*.

*Fansite* yang berhasil diajak berkolaborasi tersebut memiliki akun yang bernama Taeyong Kasep. Pemilik *fansite* ini adalah orang Indonesia yang berdomisili di Korea Selatan dan bersedia untuk berkolaborasi dalam *event* ulang tahun pada 1 juli 2018. Bentuk kolaborasinya adalah *fansite* ini memberikan *goodies* berupa *free photocard* bagi yang hadir, yang mana foto tersebut merupakan hasil jepretan milik pribadi *fansite* tersebut, membantu menyediakan tempat untuk *event* ini, yaitu di Caffe Bene Dago, serta membantu mempromosikan acara ini di akun twitter milik *fansite* ini sendiri.

NCTZEN Bandung merupakan *fandom* atau komunitas fans dari

*boygroup* asal Korea Selatan, yaitu NCT, yang berbasis di Kota Bandung. Komunitas ini dibentuk oleh Novi dan Fitri pada 4 November 2016. Pengertian komunitas itu sendiri adalah merupakan sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berinteraksi dari berbagai lingkungan, dan pada umumnya komunitas terbentuk karena memiliki sebuah ketertarikan, tujuan, maksud dan kegemaran yang sama.

Komunitas NCTZEN Bandung merupakan sebuah wadah atau tempat untuk berinteraksi antar anggota sesama fans dalam mendukung *boygroup* NCT. Fans memiliki cara mereka sendiri untuk berkomunikasi dengan sesama fans lainnya dalam suatu komunitas.

Keinginan kuat para NCTZEN selaku fans untuk bertemu dengan idolanya diwujudkan ke dalam bentuk antusias mereka untuk mewujudkan kehadiran mereka sebagai fans di acara *music show*. NCT merupakan *boygroup* yang terbilang baru dan kehadiran mereka di Indonesia untuk suatu pertunjukkan musik sendiri baru dua kali, yaitu *Spotify On Stage 2017* dan *Music Bank In Jakarta 2017*, dimana NCT 127, salah satu sub-unit dari NCT.

Rasa cinta yang begitu dalam terhadap idolanya ini, membuat mereka tidak suka jika idola mereka disandingkan dengan orang lain. Belum lagi, perilaku mereka seperti mengorbankan waktunya untuk *streaming music video* di YouTube, mengikuti lomba *dance cover*, merayakan ulang tahun anggota NCT, rela mengantri saat penukaran tiket acara musik, menonton acara musik yang di hadir NCT bersama-sama dengan teman sesama fans atau

anggota komunitas fans, menunggu idolanya saat di bandara, bahkan menangis saat idola mereka tampil atau lewat di hadapan mereka.

Hal-hal tersebut tidak akan mungkin dilakukan oleh fans jika mereka tidak memiliki suatu ketertarikan atau kesukaan yang berlebihan, atau biasa disebut dengan istilah fanatik. Fanatik adalah suatu istilah yang digunakan untuk menyebut suatu keyakinan atau suatu pandangan tentang sesuatu, baik secara positif maupun negatif, pandangan dimana tidak memiliki sandaran teori atau pijakan kenyataan, tetapi dianut secara mendalam sehingga susah diluruskan atau diubah.

Perilaku komunikasi selain dapat diamati melalui seseorang yang mengatur teknik komunikasinya secara verbal maupun nonverbal, dapat dilihat juga pada sudut pandang yang ada dalam lingkungan sehari-hari ataupun adanya fenomena yang sedang terjadi.

Di Indonesia, fenomena yang tengah terjadi saat ini adalah budaya Korea atau sekarang lebih dikenal dengan *Hallyu Wave* atau *Korean Wave*. Semakin pesatnya kemajuan teknologi, tidak menutup celah untuk membawa kebudayaan dari negeri asing. Baik dari segi fashion, film, drama, bahkan musik.

*Korean Wave* sendiri muncul pada akhir tahun 1990, termasuk beberapa produk ekspor mereka, yaitu drama, musik, film, dan makanan, tetapi hal utama yang menjadikan fenomena ini adalah drama. Seperti, drama korea *endless love*, *jewel in the palace*, *full house*, *winter in sonata* dan lainnya. Drama-drama Korea berhasil membuat

penontonnya terpikat dengan kebudayaan Korea. Drama Korea yang laris manis itu juga menyajikan lagu-lagu Korea sebagai original soundtrack yang tidak kalah memesona penikmat drama Korea. Demam Korea pun merambat pada selera musik. Musik Korea mendadak begitu digemari oleh masyarakat Indonesia, terutama para remaja yang menggilai drama Korea.

NCT adalah *boygroup* asal Korea Selatan yang dibentuk oleh SM Entertainment. NCT merupakan singkatan dari Neo Culture Technology, istilah yang diciptakan oleh pendiri SM Entertainment, Lee Soo-man, untuk mendeskripsikan konsep grup ini yang memiliki jumlah anggota tak terhingga yang akan terbagi ke dalam beberapa sub-unit berbasis di berbagai kota di dunia. Hal ini diutarakan oleh Lee Soo Man pada presentasinya mengenai strategi produk masa depan SM pada 29 Januari 2016.

NCT merupakan sebuah grup yang mana di dalamnya terbentuk lagi beberapa sub-unit, seperti yang telah peneliti jelaskan sebelumnya, bahwa NCT memiliki konsep boy group dengan jumlah anggota yang tidak terbatas. Sub-unit pertama dari grup ini, NCT U, memulai debut pada April 2016. Sub-unit kedua, NCT 127, yang berbasis di Seoul memulai debut pada Juli 2016. Sub-unit ketiga, NCT Dream, memulai debut pada Agustus 2016.

Peneliti pun melihat ketenaran NCT kian hari kian melesat. Walaupun mereka baru resmi debut 2 tahun, prestasi mereka sudah tidak diragukan lagi. Seperti, pada tahun 2016, di tahun yang sama mereka baru memulai debutnya, NCT U,

salah satu sub unit mereka, memenangkan Best Rookie Award pada acara Asia Artist Awards 2016. Ditahun berikutnya, yaitu tahun 2017, NCT 127 yang juga merupakan salah satu sub unit mereka, berhasil memenangkan kategori Rookie of The Year di ajang Gaon Chart Kpop Awards 2017, New Artist of The Year di ajang Golden Disk Awards 2017, Best New Male Artist di ajang musik terbesar Korea yaitu Mnet Asia Music Awards 2017.

Prestasi terbarunya, berhasilnya NCT 127 sebagai idol Kpop pertama yang berhasil memecahkan rekor di Billboard dengan mempromosikan full album pertama mereka Regular-Irregular di Los Angeles, yang rilis pada 12 Oktober 2018. Album mereka menjadi Top Global iTunes music chart dan melakukan siaran langsung bersama Zane Lowe di siaran khusus Apple Music yang mana mereka pun juga sebagai idol Kpop pertama yang albumnya di promosikan oleh Apple Music. Hal ini membuktikan bahwa, NCT tidak mungkin dapat meraih prestasi seperti ini tanpa adanya dukungan dari fans yang mencintai dan mendukung mereka.

Seiring berjalannya waktu, anggota komunitas NCTZEN Bandung ini terus bertambah. Hal ini dikarenakan seseorang yang tidak mengetahui dan menyukai NCT, dengan berteman atau berinteraksi dengan NCTZEN akan menjadi penasaran dan mencoba mencari tahu, hingga akhirnya menyukai dan mendedikasikan diri mereka sebagai NCTZEN dan bergabung ke dalam komunitas NCTZEN yang ada.

Perilaku komunikasi seperti ini biasanya bisa terlihat dalam berbagai

situasi dan keadaan. Seperti yang dikatakan Everett M. Rogers bahwa komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. (Cangara, 2016: 22).

Menurut Joseph A. Devito dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Antarmanusia mengungkapkan komunikasi verbal dan nonverbal sebagai berikut:

“Seperti melalui bahasa verbal dan nonverbal. Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan wicara yang kita sadari termasuk kedalam kategori pesan verbal disengaja, yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan”. (Devito, 2011:51).

Dengan adanya pemikiran diatas peneliti akan membahas perilaku komunikasi dari anggota komunitas NCTZEN Bandung tidak terlepas dari penggunaan lambang-lambang komunikasi, dengan menggunakan komunikasi verbal dan nonverbal. Selain itu penelitian, juga ingin menjabarkan motif yang menjadi dasar dari aksi perilaku komunikasi tersebut. Karena motif merupakan peranan yang menentukan dalam membentuk suatu perilaku.

Pentingnya motif untuk meninjau diri informan terdapat dalam pernyataan Schutz. Menurut Engkus Kuswarno

“Motif adalah dorongan untuk menentukan suatu pilihan perilaku yang secara konsisten dijalani oleh seseorang sedangkan alasan adalah keputusan yang pertama kali keluar

pada diri seseorang ketika dirinya mengambil suatu tindakan tertentu”. (Kuswarno, 2009:192).

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti menjadikan NCT sebagai salah komponen dalam penelitian, karena berdasarkan pengalaman peneliti, menjadi seorang fans itu merupakan yang sangat penting dan berarti bagi idola, yang merupakan salah satu tujuan seorang fans untuk menjadi fanatik terhadap idolanya.

Selain itu, peneliti menetapkan fans dengan kriteria yang memiliki kefanatikan dan bergabung dalam komunitas NCTZEN Bandung sebagai komponen utama dalam penelitian karena melihat antusias fans dalam komunitas ini sangat bagus dalam setiap *event* yang diselenggarakan oleh komunitas ini sebagai bentuk dukungan terhadap *boygroup* NCT.

Peneliti tertarik meneliti tentang perilaku komunikasi untuk menjadi fokus penelitian karena mencakup beberapa unsur yang kompleks bila diteliti. Peneliti berfokus kepada penelitian yaitu Perilaku Komunikasi Fans Fanatik Pada Komunitas NCTZEN Bandung Dalam Mendukung *Boygroup* NCT, dan dengan subfokus bagaimana komunikasi verbal, nonverbal dan motif.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang tertera di atas, maka peneliti merumuskan masalah dan membagikannya menjadi rumusan masalah makro (umum) dan masalah mikro (khusus).

### 1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Berdasarkan latar belakang masalah, maka peneliti merumuskan pertanyaan makro “Bagaimana perilaku komunikasi fans fanatik pada komunitas NCTZEN Bandung”

### 1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

Peneliti merumuskan masalah diantaranya:

1. Bagaimana komunikasi verbal fans fanatik pada komunitas NCTZEN Bandung dalam mendukung *boygroup* NCT?
2. Bagaimana komunikasi nonverbal fans fanatik pada komunitas NCTZEN Bandung dalam mendukung *boygroup* NCT?
3. Bagaimana motif fans fanatik pada komunitas NCTZEN Bandung dalam mendukung *boygroup* NCT?

### 1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan penelitian yang telah dirumuskan oleh peneliti mengenai perilaku komunikasi fans fanatik pada komunitas NCTZEN Bandung dalam mendukung *boygroup* NCT adalah sebagai berikut:

#### 1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian yang dilakukan adalah untuk menjelaskan, menggambarkan dan menguraikan tentang Perilaku Komunikasi fans fanatik pada komunitas NCTZEN Bandung Dalam Mendukung *Boygroup* NCT secara umum dan secara khusus tentang komunikasi verbal, komunikasi nonverbal, dan motif.

#### 1.3.2 Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan masalah yang diteliti, maka tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pesan komunikasi verbal fans fanatik pada

komunitas NCTZEN Bandung dalam mendukung *boygroup* NCT.

2. Untuk mengetahui pesan komunikasi nonverbal fans fanatik pada komunitas NCTZEN Bandung dalam mendukung *boygroup* NCT.

3. Untuk mengetahui motif fans fanatik pada komunitas NCTZEN Bandung dalam mendukung *boygroup* NCT.

## 2. Kajian Pustaka

### 2.1 Pengertian Komunikasi

Menurut Onong Uchajana Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek ini menyatakan

“Ilmu komunikasi sifatnya interdisipliner dan multidisipliner, ini disebabkan oleh objek materialnya sama dengan ilmu-ilmu yang lainnya, terutama termasuk kedalam ilmu sosial atau ilmu kemasyarakatan”. (Effendy,2004:3)”

Komunikasi merupakan salah satu fungsi dari kehidupan masyarakat. Semua makhluk hidup tidak akan luput dari komunikasi termasuk manusia. Manusia adalah makhluk sosial dimana makhluk sosial sangat membutuhkan interaksi dari manusia satu dengan manusia lainnya. Dengan adanya komunikasi manusia akan banak berinteraksi dengan manusia satu dengan yanglainnya. Maka komunikasi sangat penting dan berpengaruh besar dalam kehidupan masyarakat.

Komunikasi tebagi menjadi dua yaitu komunikasi verbal dan nonverbal diantaranya:

1. Komunikasi verbal ialah simbol atau pesan bverbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih, hampir semua rangsangan, bicara yang kita sadari termasuk kedalam

katagoro pesan verbal disengaja, yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan (Devito, 2011:512).

2. komunikasi nonverbal yaitu komunikasi yang menggunakan pesan-pesan nonverbal, nama lain dari nonverbal biasanya digunakan untuk peristiwa komunikasi di luar kata-kata yang terucap dan tertulis, yang berdasarkan lambang-lambang atau simbol dan lebih kepada gerakan atau sentuhan. Secara teori verbal dan nonverbal dapat dibedakan namun secara keseluruhan komunikasi verbal dan nonverbal itu saling melengkapi di kehidupan sehari-hari.

## **2.2 Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran merupakan ringkasan alur pemikiran dari peneliti atau pemikiran dari penelitian secara garis besar mengenai langkah-langkah atau tahapan-tahapan masalah yang diteliti. Dimana alur pikir peneliti sebagai dasar pemikiran untuk memperkuat sub fokus yang menjadi latar belakang penelitian ini.

Didalam penelitian ini, peneliti bermaksud untuk mengetahui bagaimana perilaku komunikasi fans fanatik pada anggota komunitas NCTZEN Bandung dalam mendukung boy group NCT. Selanjutnya, untuk memperoleh hasilnya maka peneliti mengambil sub fokus komunikasi verbal, nonverbal, dan motif. Peneliti menggunakan buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar dari Deddy Mulyana yang menjelaskan mengenai komunikasi yang memiliki banyak unsur, sehingga peneliti mendapatkan sub fokus diatas.

Peneliti mencoba mendeskripsikan langkah-langkah dan tahapan sebuah perilaku komunikasi fans fanatik pada komunitas NCTZEN Bandung dalam mendukung *boygroup* NCT dengan menggunakan studi deskriptif.

Perilaku komunikasi terbentuk karena adanya interaksi baik secara verbal maupun nonverbal dan diperkuat dengan adanya motif. Verbal mencakup bahasa yang di utarakan atau lisan dan tulisan, bahasa, kode dan lain sebagainya. Sedangkan nonverbal mengacu pada ciri paralinguistik seperti bahasa tubuh, tanda, tindakan/perbuatan, dan objek. Dan motif dipengaruhi mencakup masa lalu atau masa yang akan datang, sehingga akan diketahui aspek-aspek yang membentuk seorang fans fanatik mendukung idolanya.

Hal diatas pun diperkuat oleh adanya suatu pandangan dari interaksi simbolik dalam terminologinya yang dipikirkan oleh Mead terhadap perilaku komunikasi yaitu setiap isyarat nonverbal dan pesan verbal yang dimaknai berdasarkan kesepakatan Bersama oleh semua pihak yang terlibat dalam suatu interaksi merupakan satu bentuk simbol yang mempunyai arti sangat penting.

“Interaksi simbolik ada karena ide-ide dasar dalam membentuk makna yang berasal dari pikiran manusia (Mind) mengenai diri (Self), dan hubungannya di tengah interaksi sosial, dan tujuan bertujuan akhir untuk memediasi, serta menginterpretasi makna di tengah masyarakat (Society) dimana individu tersebut menetap. Makna itu berasal dari interaksi, dan tidak ada cara lain untuk membentuk makna,

selain dengan membangun hubungan dengan individu lain melalui interaksi”. (Mulyana 2008:136)

Perspektif interaksi simbolik memunculkan bahwa makna dan tindakan itu sesungguhnya saling mempengaruhi dan proses interpretif yang terjadi di dalamnya melibatkan pertukaran makna, suatu transaksi dimana sebab dan akibat tidak dapat dibedakan. Manusia bertindak dengan mempertimbangkan segala hal yang diamati dan mengarahkan perilakunya pada suatu perbuatan sebagaimana yang ia interpretasikan.

Melalui interaksi simbolik dapat menunjukkan kemampuan fans fanatik pada anggota Komunitas NCTZEN Bandung untuk dapat merespon simbol-simbol kepada dirinya sendiri dan lingkungan sekitarnya. Hal ini akan menunjukkan bagaimana seorang fans fanatik dari *boygroup* NCT dapat memahami dirinya sendiri. Maka, seorang fans fanatik dituntut untuk memahami dan memaknai simbol yang ada sehingga ia mampu berperilaku di lingkungannya.

### **3. Objek dan Metode Penelitian**

#### **3.1 Metode Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi deskriptif.

Menurut Dr. Elvinaro Ardianto dalam bukunya berjudul Metodologi Penelitian untuk Public Relation Kuantitatif dan Kualitatif, bahwa metode deskriptif-kualitatif memiliki ciri diantaranya sebagai berikut:

“Metode kualitatif deskriptif menitikberatkan pada observasi dan suasana alamiah (natural setting).

Peneliti terjun langsung ke lapangan, bertindak sebagai pengamat, Ia membuat kategori perilaku, mengamati gejala, dan mencatatnya dalam buku observasi. Ia tidak berusaha untuk memanipulasi variable.”(Ardianto, 2011:60).

### **4. Pembahasan**

Disini peneliti akan membahas bagaimana komunikasi verbal, nonverbal, dan motif yang digunakan oleh para fans fanatik pada komunitas NCTZEN Bandung dalam mendukung *boygroup* NCT.

1. Peneliti menemukan beberapa temuan tentang penggunaan bahasa verbal yang digunakan para fans fanatik pada anggota komunitas NCTZEN Bandung. Dalam sebuah penyampaian informasi jika ada event komunitas yang terkait dalam bentuk dukungan kepada *boygroup* NCT, mereka melakukan penyampaian pesan komunikasi secara verbal dalam menyampaikan informasi agar mudah dan dipahami.

Menurut Joseph A Devito dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Antarmanusia, mengungkapkan bahwa:

Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih kategori pesan verbal disengaja, yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar dan berhubungan dengan orang lain secara lisan.( Devito, 2011:51)

Fans mempunyai peran penting dalam mendukung artis atau idola agar artis atau idola ini dapat terus berkarya dengan baik dalam karirnya. Komunitas fanclub yang terbentuk merupakan suatu bentuk dukungan fans terhadap idolanya dan sebagai tempat saling bertukar informasi mengenai sang idola.

Komunikasi verbal yang terlihat pada fans fanatik yang bergabung dalam komunitas NCTZEN Bandung adalah dari penggunaan bahasa yang mereka gunakan sebagai bentuk penyampaian pesan mereka kepada sesama anggota komunitas dan anggota *boygroup* NCT. Selain itu juga terlihat dari interaksi langsung mereka dengan sesama anggota komunitas serta interaksi mereka dengan *boygroup* NCT melalui *virtual message* di media sosial dan teriakan *fanchant* yang dilakukan saat idola mereka tampil sebagai bentuk penyemangat, serta *fan service* yang di berikan saat menonton *event music show*.

2. Selain hal-hal dalam penggunaan komunikasi verbal yang peneliti sebutkan diatas, dalam komunikasi nonverbal, peneliti juga menemukan penggunaan komunikasi nonverbal dalam perilaku komunikasi yang dilakukan oleh para fans fanatik yang tergabung dalam komunitas NCTZEN Bandung. Penggunaan komunikasi nonverbal yang mereka lakukan dalam kegiatan mereka mendukung *boygroup* NCT terlihat dari penggunaan atribut, seperti slogan atau *hand banner*, *standee banner*, *penstick*, *lightstick*, pembelian album dan *merchandise*.

Selain itu, juga di dukung dengan bentuk gerakan dan pakaian yang digunakan menyerupai idolanya, serta *streaming* video musik dari NCT dan membeli album digital di portal digital musik di iTunes atau Spotify.

Hal-hal seperti ini menunjukkan kelayakitasan mereka sebagai fans yang mencintai dan mendukung idolanya. Karena jika mereka hanya

sebatas menyukai saja, mereka tidak akan mau melakukan hal-hal seperti membeli album dan merchandise yang harganya itu tidak terbilang murah, melakukan streaming yang menggunakan kuota internet, serta bergabung dalam grup *dance cover*.

Selain itu adanya bentuk perilaku *human-gate*, yaitu mereka tunjukkan saat mereka berkumpul di bandara, menunggu kedatangan idolanya. Hal ini merupakan bentuk perlindungan mereka sebagai fans terhadap idolanya, yaitu menghindari terjadinya dorong-dorongan atau desak-desakkan antara fans dan idolanya saat keluar dari pintu kedatangan bandara.

3. Dimulai dari motif pendiri komunitas NCTZEN Bandung, selain sebagai bentuk kecintaannya terhadap NCT, ia juga ingin menyediakan wadah bagi para NCTZEN lainnya agar dapat berbagi informasi dan mendukung NCT bersama.

Selain itu, motif fans lainnya bergabung dalam komunitas ini juga dilandaskan menemukan kesamaan dengan anggota komunitas lainnya yaitu sama sama menyukai dan mencintai NCT serta ingin terus mendukung mereka.

Lain halnya dengan motif informan peneliti lainnya, ia menyatakan motif dirinya mendukung *boygroup* NCT ini karena pada dasarnya kpop merupakan hobinya dan kesukaannya terhadap genre musik dan konsep yang diberikan oleh NCT berbeda dengan konsep *boygroup* atau *girlgroup* asal Korea Selatan pada umumnya.

Selain itu, motif yang ditunjukkan oleh informan peneliti lainnya adalah menjadikan salah satu anggota *boygroup* NCT sebagai panutan dan

inspiratory baginya dalam menjalani kehidupan sehari-hari, karena ia merasakan persamaan dirinya dan sang idolanya yang sama-sama berusaha mencapai cita-citanya.

Lain lagi dengan dua informan peneliti yang merupakan fanboy dari *boygroup* NCT. Motif mereka sebagai seorang *fanboy* mendukung NCT, karena mereka berdua merupakan anggota dari grup *dance cover* yang ada di Bandung. Mereka menyukai NCT karena merasa bahwa NCT memiliki konsep yang berbeda dengan *boygroup* pada umumnya sehingga mereka memiliki ketertarikan dengan NCT. Selain itu, karena mereka merupakan anggota grup *dance cover* dari NCT, mereka menjadikan idola mereka di NCT sebagai *role model*, yaitu mereka harus bisa berpenampilan sama persis dengan idolanya saat mereka tampil di panggung.

## 5. Kesimpulan

Kesimpulannya adalah semua komunikasi dapat dianalisis termasuk verbal dan nonverbal. Fans fanatik pada komunitas NCTZEN Bandung melakukan komunikasi verbal dengan cara penggunaan bahasa, interaksi langsung dengan sesama anggota komunitas serta interaksi langsung dengan *boygroup* NCT melalui *virtual message*, teriakan *fanchant*, serta *fan service* yang didapat saat konser.

Komunikasi nonverbal komunitas ini di dapatkan dari simbol dan tanda seperti slogan, *hand banner*, *cup sleeve*, serta bentuk koreografi dari *dance cover* NCT serta *human-gate*.

Motif yang ditimbulkan untuk mendukung NCT ini sendiri

berdasarkan hobi dan kesamaan, serta dijadikannya idola sebagai panutan dan *role model*.

## Daftar Pustaka

### A. Buku

Ardianto, Elvinaro. 2016. Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Bungin, Burhan. 2013. Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi Format-format Kuantitatif dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran. Jakarta: Kencana Prenada Media.

Cangara, Hafied. 2016. Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Kedua. Jakarta: Rajawali Pers.

Effendi, Onong. 2006. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: Remaja Rosdakarya

Devito, Joseph A. 2011. Komunikasi Antar Manusia Edisi 5. Tangerang: Karisma Publishing Group.

Kuswarno, Engkus. , 2009. Metode Penelitian Komunikasi : Fenomenologi, Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitiannya, Widya Padjajaran, Perpustakaan Pusat UI

M. Hardjana, Agus 2013. Komunikasi Intra Personal dan Interpersonal. Yogyakarta: Kanisius

Mulyana, Deddy. 2008. Metodologi Penelitian Kualitatif “Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial lainnya”. Bandung: Remaja Rosdakarya.

2015. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar.

Rakhmat, Jalaluddin. 2008. Psikologi Komunikasi, Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Rismawaty, Sangra Juliano, Desayu Eka Surya. 2014. Pengantar Ilmu Komunikasi. Bandung: Rekayasa Sains.

Sugiyono, 2009. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta.

### B. Jurnal

Coppa, Francesca , Medium and Message: Fan Fiction and Beyond (published on Sept 21, 2015)

Busse Kristina and Hellekson Karen, Fan Fiction and Fan Communities in The Age of The Internet (published on 2006)

Sue Jin Lee, The Korean Wave: The Seoul of Asia (published on Spring 2011)

Ahmadi Dadi, Interaksi Simbolik: Suatu Pengantar: Mediator Jurnal Komunikasi UNISBA Vol 9 No 2 (2008)

### C. Internet Searching

<http://www.moonrok.com/why-lee-soo-mans-new-culture-technology-smartest-and-scariest-thing-ever-happen-k-pop/> (published on Jan 29, 2016) diakses pada 18 Oktober 2018 3.00 pm

<https://kpopindo.id/member-unit-award-prestasi-dan-daftar-lagu-nct-nct-2018/>

<https://kpopindo.id/member-unit-award-prestasi-dan-daftar-lagu-nct-nct-2018/>

<https://www.billboard.com/articles/columns/chart-beat/8446903/nct-first-k-pop-act-to-hit-no-1-emerging-artists-chart>

<https://www.billboard.com/articles/columns/k-town/8479122/apple-music-up-next-nct-127-introductory-video>

[https://www.academia.edu/23112955/MAKALAH\\_PSIKOLOGI\\_KONSEP\\_PERILAKU\\_MANUSIA](https://www.academia.edu/23112955/MAKALAH_PSIKOLOGI_KONSEP_PERILAKU_MANUSIA)

<https://www.kompasiana.com/budimanibnu/552b32fd6ea8343b0f552d10/mengupas-fanatisme> (published on Dec 27, 2013) diakses pada 19 Oktober 2018 12.06 am

<https://www.psikoterapis.com/?enapa-itu-fanatisme-,72> diakses pada 19 Oktober 2018 12.06 am

<https://issuu.com> The Korean Wave 2011 (published on Dec 28, 2015) diakses pada 18 Oktober 2018 1.30 pm

<https://sinlung.com> Korean Culture Spreads Across Globe, The Jakarta Post, published on July 18, 2011 diakses pada 18 Oktober 2018 11.49 am

#### D. PENELITIAN TERDAHULU

1. Utami, Paramudita. 2014. Skripsi: Perilaku Komunikasi Komunitas Hansamo Dengan Sesama Anggotanya. Universitas Komputer Indonesia, Bandung

2. Saraswati, Indhina. 2014. Skripsi: Pengalaman Para Fangirl *Boygrouop* EXO Dalam memaknai Fanatisme. Universitas Padjajaran, Bandung.

3. Helena, Rima Lady. 2015. Skripsi: Fenomena Fanatisme Di Komunitas Runners Bandung. Universitas TELKOM, Bandung.