

## BAB II

### Deskripsi Objek dan Subjek Penelitian

Pada bab ini, peneliti mendeskripsikan mengenai objek dan subjek dalam penelitian ini. Subjek penelitian adalah orang, benda atau tempat yang diamati sebagai sasaran dalam penelitian, sedangkan objek adalah pokok dari persoalan yang selanjutnya dilakukan penelitian, Nuryana dkk. (2019).

#### A. Media Sosial X

Sebelum berganti nama menjadi “X”, media sosial ini memiliki nama “Twitter”. “Twitter” resmi berganti nama menjadi “X” pada Juli 2023 lalu yang langsung diumumkan oleh CEO media sosial ini sendiri, Elon Musk, Iradat (2023). X adalah media sosial yang memberikan kebebasan penggunanya untuk mengekspresikan pikirannya melalui tulisan atau *tweet*, dengan batasan karakter sebanyak 280. Hal ini telah diperbaru pada Oktober 2018 yang sebelumnya *tweet* dibatasi hanya 140 karakter. *Twitt* yang telah diunggah oleh pengguna dengan akun tidak terkunci akan secara otomatis dibagikan ke publik, hal ini berarti siapa saja bisa membaca dan melihatnya (Herlado dkk., 2024:361).

Selain sebagai *platform* berita, media sosial X juga dapat digunakan sebagai *platform* untuk berinteraksi kepada pengguna lainnya. Interaksi ini dapat berupa interaksi pribadi dan umum. Untuk interaksi pribadi, pengguna bisa mengirimkan *Direct Messege* atau DM ke akun

yang ditujukan, sedangkan untuk interaksi umum pengguna dapat melakukan kegiatan seperti *me-retweet*, memberikan *like*, *me-mention* akun orang yang lain, *tagging*, dan *me-reply*. *Me-retweet* adalah kegiatan yang dapat dilakukan oleh pengguna X dengan cara *memposting* ulang unggahan yang diunggah pengguna lain. Selanjutnya, memberikan *like* adalah kegiatan yang dilakukan oleh pengguna X dengan cara mengklik tombol suka (*like*) pada postingan pengguna lain. Lalu, *me-mention* adalah kegiatan yang dapat dilakukan oleh pengguna X dengan cara menyebutkan *username* atau nama akun pengguna lain dalam postingan orang lain atau postingan miliknya sendiri. Sedangkan *tagging*, adalah kegiatan yang hampir sama dengan *mention*, perbedaannya ada pada peletakan nama *username* yang disebut. *Tagging* berarti menandai *username* orang lain pada postingan berbentuk video atau foto. *Me-reply* adalah bagian terakhir dari interaksi yang dapat dilihat secara umum pada media sosial X. *Reply* berarti memberikan balasan atau tanggapan pada *mention* yang dilakukan oleh pengguna lain, Karami dkk., dalam (Herlado dkk., 2024:361).

Dengan berbagai fitur yang lengkap, kemudahan pengaksesan berita yang *up-to-date*, media sosial ini menjadi pilihan bagi kaum muda untuk mengekspresikan dirinya, terutama bagi penggemar K-Pop. Dilansir dari (cnnindonesia.com) pada tahun 2021 Indonesia menjadi negara dengan jumlah penggemar K-Pop terbesar dan paling sering membicarakan K-Pop di X. Kedudukan ini, bahkan mengalahkan negara asal K-Pop itu sendiri, yaitu Korea Selatan.



Gambar 4  
Negara dengan penggemar K-Pop terbanyak  
KpopTwitter2021

Dengan maraknya penggemar K-Pop di media sosial X, penggemar tersebut saling terhubung satu sama lain. Akademisi menyatakan bahwa, K-Pop belakangan ini telah memberdayakan dan memberikan penggemarnya sebuah tujuan yang sama (Kim & Hutt, 2021:3). Penggemar yang saling terhubung dalam media sosial X dengan memiliki tujuan yang sama, biasa disebut dengan *fanbase X*, (Amalia, 2022).

## B. *Fanbase* NCT Dream

*Fanbase* adalah sebuah istilah untuk menggambarkan sebuah koloni atau perkumpulan grup yang dikontrol oleh *fans*. Istilah *fanbase* berasal dari kata fan berarti penggemar dengan akhiran -dom singkatan dari kata *kingdom* atau kerajaan, (Permatasari & Karjo 2023). Dengan kata lain *Fanbase* berarti sebuah perkumpulan yang dibentuk oleh *fans* atau penggemar yang mengidoli suatu hal, bisa jadi aliran musik, genre film

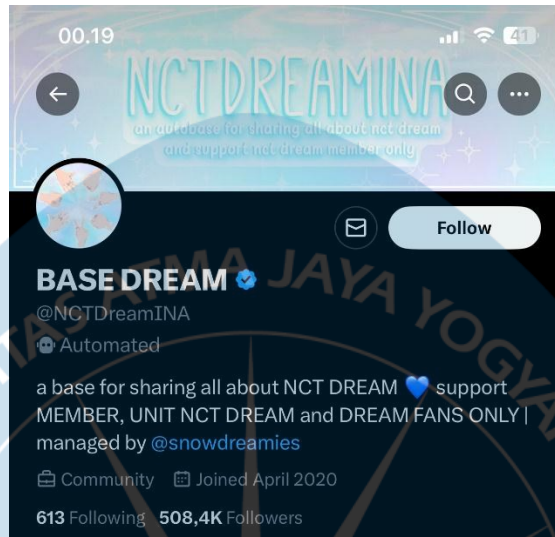
atau grup musik. *Fanbase* saat ini digunakan untuk menamai perkumpulan penggemar yang mengidoli *Korean Pop* (K-Pop) (Maros dkk., 2022:283).

*Fanbase* K-Pop memiliki keunikan sendiri dibanding dengan *Fanbase* non K-Pop. Keunikan tersebut terletak pada pola pikir anggota *fanbase* tersebut. Bagi anggota *fanbase* K-Pop, sesama anggota merupakan keluarga besar mereka sendiri meskipun mereka berbeda negara, jenis kelamin, usia bahkan ras. Anggota *fanbase* atau *fans* tersebut membuat akun khusus pada media sosial untuk memberikan dukungan kepada *idol*-nya. Hal tersebut dibangun dari ketertarikan mereka yang sama terhadap grup *idol* mereka yang sama (Maros dkk., 2022:283).

*Fans* saling berkumpul satu sama lain untuk menunjukkan keantusiasannya mereka dan berinteraksi satu sama lain untuk menunjukkan kekuatan yang mereka miliki pada sosial media (Mohd dkk., 2020:336). Perkumpulan *fanbase* tidak selalu secara langsung. *Fanbase* dapat berkumpul secara online melalui sosial media untuk memberikan dukungan kepada karya *idol*-nya seperti lagu. Mereka mempromosikan lagu *idol*-nya dalam waktu bersamaan, *trend* ini terjadi hampir setiap hari di media sosial X, bahkan pada trending dunia X selalu ada setidaknya satu hal yang berhubungan dengan K-Pop (Maros dkk., 2022:286).

Salah satu *fanbase* yang selalu menunjukkan keantusiasannya di media sosial X adalah *fanbase* NCR Dream. *Fanbase* tersebut bernama @NCTdreamINA pada media sosial X yang pengikutnya sudah sampai lebih dari 489,6K akun. *Fanbase* ini telah dibentuk sejak tahun 2020.

*Fanbase* ini dikelola oleh pemilik akun bernama @snowdreamies ([twitter.com/NCTDreamINA](https://twitter.com/NCTDreamINA)).



Gambar 5  
*Fanbase* NCT Dream di media sosial X

Akun @NCTDreamINA adalah satu satunya akun resmi untuk *fanbase* Indonesia. Akun *fanbase* ini membagikan berita terbaru dari grup *idol* K-Pop NCT Dream baik secara personal hingga secara grup. Akun *fanbase* ini, rata-rata mengunggah foto/video atau tulisan untuk umum dengan kurun waktu satu jam sekali. Beberapa unggahan yang dilakukan oleh akun ini diantaranya unggahan tentang kelucuan personil NCT Dream, promosi lagu NCT Dream hingga ajakan yang dilakukan oleh akun NCTDreamINA untuk melakukan sesuatu seperti melaporkan hal yang dianggap merugikan grup *idol*-nya.



Gambar 6  
Unggahan lucu *fanbase* NCT Dream di media sosial X



Gambar 7  
Unggahan bersifat ajakan *fanbase* NCT Dream di media sosial X

Setiap unggahan yang dilakukan oleh akun *fanbase* NCT Dream selalu mendapatkan tanggapan oleh pengikutnya. Tanggapan yang diberikan beragam, dan mengikuti konteks unggahan yang ada pada akun

*fanbase* tersebut. Jika unggahan bersifat *fun* (lucu, menyenangkan), tanggapan yang diberikan juga tidak jauh dari hal-hal lucu dan menyenangkan. Seperti tanggapan yang diberikan oleh akun @myjaem13, @girlsea\_28 dan @viyyuuu\_\_



Gambar 8  
Tanggapan unggahan *fanbase* NCT Dream di media sosial X

Karena pengikut dari *fanbase* ini heterogen atau merupakan penggemar NCT Dream, maka tanggapan yang mereka berikan juga heterogen. Tanggapan yang diberikan pada tiap postingan memiliki jenis yang serupa, tidak ada pro dengan kontra. Jika unggahan berbau positif maka tanggapan yang diberikan oleh pengikut *fanbase* ini juga positif, begitu juga sebaliknya.

### C. Narasumber

Subjek dalam penelitian ini adalah tiga orang narasumber yang merupakan followers BASE DREAM yang terhubung pada komunitas penggemar NCT Dream.

1. Indah (@rabbitjaem138)

Narasumber pertama mengungkapkan bahwa mulai tertarik dengan NCT Dream pada tahun 2016 pada era debut Chewing Gum. Puncaknya di tahun 2019 Indah memulai perjalanan menjadi seorang NCTzen, diawali dengan hobinya membaca Wattpad dan eksplor *fanbase* NCT Dream, Indah mengaku bahwa Jaemin NCT Dream adalah sosok yang sesuai dengan tipe idealnya, dari situlah Indah mulai membuat dirinya jadi pengikut NCT Dream sampai saat ini.

2. Marcella Kusumadhani (@baekchanie6566)

Narasumber kedua bernama Marcella Kusuma Dewi atau yang lebih sering dikenal dengan sebutan Cece. Cece merupakan salah satu NCTzen yang berasal dari Kediri Jawa Timur. Diawali pada pertengahan tahun 2016, NCT Dream tampil di acara *music show* dengan lagu pertamanya yang berjudul Chewing Gum. Dari situlah Cece mulai melakukan kegiatan *streaming music video* NCT Dream. Pada kesempatan lain Cece juga mulai *streaming reality show* seperti NCT Life dan mulai mencari tahu nama-nama member NCT melalui fanbase di media sosial X. Dikarenakan ada beberapa Unit yang terdiri dari NCT, mengharuskan Cece untuk mencari tahu juga unit NCT yang lain. Pada tahun 2019 NCT



Dream *comeback* lagi dengan lagu “BOOM” dan muncul lah sosok bias yang sampai saat ini menjadi member favorit nya, yaitu Lee Haechan. Dari pesona dan karismatik yang dimiliki Haechan, Cece mulai memutuskan untuk terjun menelusuri fanbase guna melakukan pembelian *merchandise* seperti album NCT Dream dan mengoleksi *Photocard* sampai saat ini. Pada tahun 2022 dikarenakan nama NCT Dream sedang gencar dibahas pada media sosial X, Cece mulai kecanduan untuk memulai hobi baru nya yaitu menonton konser NCT.

3. Elma Juni (@\_najaemnoona)

Narasumber ketiga bernama Elma Juni Rahmawati atau yang akrab dipanggil dengan sebutan Elma. Sudah sejak tahun 2016 Elma mengikuti NCT Dream yang dipelopori dari acara SM Rookie. Ketertarikan nya pada grup NCT Dream ini diawali dari salah satu visual member yang bernama Lee Jen0. Selang 4 tahun berlalu tepat di tahun 2020 NCT Dream *comeback* dengan lagu Ridin, sejak saat itulah Elma terjun untuk bergabung menjadi NCTZen. Dirinya merasa bahwa NCT Dream patut untuk dijadikan *Idol* karena *skill* dan kualitas mereka beda dari vibes *idol* yang lain, selain itu Elma merasa bahwa tali persahabatan anggota NCT Dream ini bukan hanya sekedar rekan kerja, melainkan sudah seperti keluarga.

Ketiga narasumber tersebut akan memberikan informasi seputar perilaku komunikasi yang mereka lakukan sebagai penggemar NCT Dream di media sosial X.