

## Aktivisme Digital Fandom Kpop NCTzen Sebagai Wujud Positif Interaksi Parasosial (Studi pada Akun X @nctzenhumanity)

Fitria Hani Aprina\*<sup>1</sup>, Abdul Firman Ashaf<sup>2</sup>, Andi Windah<sup>3</sup>

Magister Ilmu Komunikasi, FISIP UNILA, Lampung, Indonesia

(email: fitriahaniaprina@gmail.com)

### Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh aktivisme digital *fandom* K-pop NCT. Alasan peneliti tertarik mengangkat tema ini dikarenakan peneliti melihat fenomena hadirnya akun X aktivisme digital @nctzenhumanity yang dimana akun ini berdiri setelah aksi penggalangan dana untuk korban Kanjuruhan, sebagai salah satu wujud positif dari interaksi parasosial antara *Idol* dan penggemar. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah : 1) untuk mengetahui hal yang melatarbelakangi terbentuknya @nctzenhumanity, 2) untuk mengetahui visi, misi, dan harapan dari akun @nctzenhumanity, 3) untuk mengetahui proses aktivisme digital, proses pendistribusian, hingga transparansi dana dari akun @nctzenhumanity, 4) untuk mengetahui adanya manfaat positif dari interaksi parasosial yang tercermin dari aktivisme digital akun @nctzenhumanity. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah terbentuknya akun @nctzenhumanity dilatarbelakangi oleh semangat sosial dari para *member* NCT. Selaras dengan *Participatory Culture Theory* yakni budaya di mana anggotanya percaya bahwa kontribusi mereka penting dan merasakan hubungan sosial satu sama lain. Diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan pengetahuan kepada para pembaca tentang interaksi parasosial yang positif bisa memberikan dampak positif pula dalam lingkup sosial, dengan hadirnya aktivisme digital *fandom* K-pop yang dalam penelitian ini direpresentasikan oleh *fandom* NCT, NCTzen.

**Keywords:** X; aktivisme digital; penggalangan dana; interaksi parasosial; kpop

### Abstract

*This research is motivated by digital activism by the K-pop fandom, NCT. The reason researchers are interested in raising this theme is because researchers see the phenomenon of the presence of the digital activism X account @nctzenhumanity, where this account was established after a fundraising action for Kanjuruhan victims, as a positive manifestation of parasocial interaction between Idols and fans. The aims of this research are: 1) to find out what is behind the formation of @nctzenhumanity, 2) to find out the vision, mission and hopes of the @nctzenhumanity account, 3) to find out the process of digital activism, the distribution process, and the transparency of funds from the @ account nctzenhumanity, 4) to find out the positive benefits of parasocial interaction as reflected in the digital activism of the @nctzenhumanity account. This study used qualitative research methods. The result of this research is that the formation of the @nctzenhumanity account was motivated by the social enthusiasm of the NCT members. In line with Participatory Culture Theory, it is culture where members believe that their contributions are important and feel a social connection with each other. It is hoped that this research can provide knowledge to readers about positive parasocial interactions that can also have a positive impact in the social sphere, with the presence of digital activism K-pop fandoms, which in this research is represented by the NCT fandom, NCTzen.*

**Keywords:** X; digital activism; fundrising; parasocial interaction; kpop

## Introduction

K-pop merupakan fenomena yang masih banyak dibicarakan oleh masyarakat khususnya di Indonesia. Secara histori Istilah *hallyu* (한류) atau *'hanliu* (韓流) pertama kali muncul pada tahun 1997 di media massa Tiongkok untuk menyebut budaya populer *Korean Wave* asal Korea Selatan (Wonoadi & Himawan, 2017). Berbicara tentang K-pop tentunya tidak bisa lepas dari peran *fans* atau penggemar. Penggemar adalah faktor yang krusial dalam menentukan keberhasilan dari seorang selebritas. Tentunya manfaat yang diterima bukan untuk sang artis saja, tetapi penggemar juga mendapatkan hiburan dari kegiatan sang artis.

Fandom/fans adalah sesuatu yang memberdayakan dan positif bagi para penggemar maupun sang artis (H. Jenkins, 2006a) (Duffet, 2013; Sumardiono, 2022) memaknai *fans* sebagai diakuinya suatu hubungan emosional yang bersiat pribadi, positif dan relatif mendalam dengan elemen budaya populer. Dalam hal ini, *fandom* bukan hanya menggambarkan komunitas yang beranggotakan orang, tetapi suatu hal yang teratur dan melibatkan emosi dari teks maupun narasi populer tertentu. Selaras dalam beberapa tahun terakhir, *fandom* Korean Pop (K-pop), telah mencoba meningkatkan citra mereka dengan berbagai cara. (H. Jenkins, 2006a) menjelaskan bahwa semenjak *booming*, industri musik idola (*idol music*) pada pertengahan 1990-an, berbagai media massa hanya fokus pada mengungkapkan sisi gelap aktivitas *fandom*.

Interaksi parasosial bisa dipahami lebih luas melalui pemrosesan parasosial, Hartmann & Schramm yang beranggapan bahwa proses parasosial dicakup oleh seluruh tanggapan yang diberikan oleh *fans*, tidak melihat apakah diketahui atau tidak oleh penggemar mengenai interaksi tersebut diatur oleh sang idola. Dengan demikian, proses parasosial tetap dapat terjadi saat penggemar tidak melakukan interaksi dengan idola karena penggemar dapat memberi respon kepada idola dengan berbagai cara (Pulung S. Perbawani & Almara J. Nuralin, 2021). Interaksi parasosial jika kita pahami sebagai proses parasosial dapat berupa perhatian, pemahaman, pengetahuan, evaluasi, simpati, empati, perasaan emosional dan perilaku *fans* (Jones, 2013; Wardani, 2021). Dapat disimpulkan, interaksi parasosial sebagai proses parasosial adalah respon kognitif, afektif, dan perilaku penggemar terhadap idola yang ada di berbagai media (Pulung S. Perbawani & Almara J. Nuralin, 2021).

Interaksi sosial merupakan suatu aktifitas sosial yang mengatur bagaimana masyarakat berperilaku dan berinteraksi satu dengan yang lainnya. Interaksi sosial dapat juga dilihat sebagai proses sosial dimana mengorientasikan dirinya pada orang lain dan bertindak sebagai respon terhadap apa yang dikatakan dan dilakukan orang lain (Nasdian, 2015).

Dosen Faculty of Arts and Design, University of Canberra, Australia, Dr. Lee Jee Young menemukan hal menarik terkait fenomena penggemar K-pop. Menurutnya, penggemar K-pop saat ini bukan hanya menjadi konsumen, tetapi juga berkontribusi sebagai pembentuk budaya partisipatif di ranah digital. Jee yang fokus meneliti *digital media and society* memaparkan, penggemar K-pop memegang nilai-nilai progresif dan berhasil membuat aktivisme *daring* dengan kreatif. Dengan mengatasnamakan idola mereka, para penggemar K-pop terlibat aktif dalam aktivisme sosial dan politik di ranah digital, seperti isu hak asasi manusia, kampanye sosial dan lingkungan, hingga pendidikan. Jee mencontohkan keberhasilan Army BTS sebagai *fandom* paling kuat di dunia yang mengumpulkan dana \$1.000.000,- dalam kampanye #MatchAMillion untuk gerakan Black Lives Matter hanya dalam waktu 25 jam saja (Hendriyana, 2021).

Menurut Mary Joyce, aktivisme digital adalah meluasnya penggunaan teknologi digital dalam kampanye untuk perubahan sosial dan politik. Dalam (Hapsari, 2021), percepatan arus teknologi informasi terutama pada sosial media telah memberikan sarana yang luas bagi masyarakat untuk mengekspresikan diri, baik itu dalam bentuk gerakan sosial baru maupun sebagai pengontrol terhadap perilaku politisi ataupun pejabat. Lindgren lebih memilih menggunakan istilah *connective action* untuk menggambarkan aktivisme yang dilakukan menggunakan teknologi digital (Lindgren, 2017; Sumardiono, 2022). Menurutnya, *connective action* merupakan kegiatan yang didasarkan pada menyebarkan konten yang dipersonalisasi oleh orang di seluruh jaringan media. Ketika individu mengambil tindakan atau berkontribusi, menurut *connective action*, aksi tersebut menjadi bagian dari keseluruhan agregat yang kuat. Proses komunikasi melalui *platform* akan membentuk koordinasi yang lebih canggih yang dimana interaksi tersebut menyerupai organisasi, tetapi berada di ranah *daring/internet*.

Banyaknya stigma negatif tentang penggemar K-pop dan didorong fakta mengenai masih sedikit yang masyarakat tahu bahwa penggemar K-pop pun banyak melakukan kegiatan yang positif, baik secara nyata maupun melalui aksi termediasi digital di suatu *platform*, contohnya X. Seperti penggemar NCT yang menunjukkan solidaritas melalui gerakan sosial membantu masyarakat yang terkena bencana (tragedi), dari sini peneliti ingin melihat lebih jauh mengenai strategi komunikasi *fandom* NCTzen yang menuangkannya dalam aksi kemanusiaan sehingga dampak dari melakukan penggalangan dana untuk amal tersebut dapat menepis stigma negatif

penggemar K-pop (Fitria, 2022).

## Literature Review

Penelitian tentang aktivisme digital seperti *fundraising* (penggalangan dana) melalui *platform X* pernah dilakukan oleh (Sumunarsih, 2020) dengan judul “*Produktivitas Fandom Army Dalam Kegiatan Fundraising di Surakarta*”. Hasil yang didapat dari penelitian ini menunjukkan bahwa keberadaan *fans* BTS memberikan identitas baru bagi mereka dimana *fans* tidak selalu berisikan hal negatif tetapi mereka juga berperan aktif dan produktif melalui *fundraising*. Aktivisme digital yang dilakukan *fandom* melalui *platform* ini bisa terbilang efektif dalam mencapai tujuannya yakni menyalurkan bantuan (kegiatan sosial) untuk membantu sesama, disatu sisi hal tersebut juga bertujuan untuk mengangkat stigma positif dari suatu *fandom* itu sendiri.

Penelitian serupa juga dilakukan oleh (Sumardiono, 2022) dengan judul “*Aktivisme Digital : Studi pada Penggalangan Donasi oleh Fandom BTS (ARMY) Indonesia Melalui Twitter.*” Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah fansbase ARMY dalam menggerakkan massanya menempatkan driver ojek online bukan sebagai mitra, tetapi sebagai pahlawan. Meskipun hubungan antara pemesan BTS Meal (Collab Paket Ayam McDonald’s x BTS) dengan driver ojek online pada dasarnya adalah hubungan antara penyedia jasa dan konsumen, tetapi dalam hal ini hubungan itu dinarasikan berbeda. Driver ojek online dimaknai sebagai sosok yang akan menolong ARMY mendapatkan barang yang didambakan. ARMY tidak perlu bersusah payah mengantri. Dengan demikian, donasi yang digalang dimaknai sebagai bentuk apresiasi atau ucapan terimakasih kepada driver ojek online. Hubungan yang dibangun bukan lagi antara penyedia jasa dan konsumen, tetapi mengedepankan sisi kemanusiaan.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Azzuhurf, 2023) dengan judul Eksplorasi Perilaku Donasi K-Popers Muslim Indonesia: Motivasi Religius Atau Conspicuous Donation Behaviour (Studi Kasus: Kpopers Di Yogyakarta). Adapun hasil dari penelitian ini menyimpulkan kpopers muslim DIY dalam berdonasi termotivasi religiusitas : karena Allah, mengaharap balasan di akhirat, mendorong Kpopers muslim DI Yogyakarta dalam berbuat kebaikan lainnya, bentuk kesyukuran meniru perilaku Rasulullah, memudahkan sesama dan mendapatkan kepuasan dan ketenangan. Selain itu terdapat pengaruh *conspicuous donation behaviour* yang signifikan terhadap perilaku donasi Kpopers Muslim DIY, terutama dalam mendorong motivasi intrinsik dan ekstrinsik mereka. Responden cenderung terpengaruh secara

emosional terhadap fandom juga popularitas idol sebagai *public figure* dan mendukung gerakan donasi melalui fandom, dengan harapan dapat mengubah persepsi masyarakat terhadap Kpopers serta meningkatkan reputasi fandom.

Penelitian berikutnya oleh (Muslikhah et al., 2022) yang berjudul “*The Potential and Limits of Fandom-based Charitable Activism in Indonesia*”. Dalam jurnal ini menemukan bahwa loyalitas dan soliditas yang tinggi berkorelasi positif dengan tingkat keterlibatan penggemar dalam berkontribusi pada kegiatan amal. Dominasi kaum muda dan keterikatan terhadap teknologi dan media sosial membuat gerakan ini berpotensi luas dan berjangka panjang. Namun kegiatan tersebut cenderung sporadis dan belum membahas isu-isu spesifik komunitas yang terpinggirkan. Juga ketergantungan penggemar terhadap keberadaan idola mereka merupakan tantangan bagi gerakan ini.

Selaras dengan penjelasan diatas, penggalangan dana yang dilakukan secara *online* juga telah dilakukan oleh *fandom* NCT, yakni NCTzen. NCT (*Neo Culture Technology*) yang terbentuk pada tahun 2016 dibawah naungan SM Entertainment merupakan *boy group* asal Korea Selatan yang terbilang memiliki konsep unik, matang dan merupakan pelopor konsep yang hanya ada satu-satunya di dunia untuk saat ini. Grup ini tidak memiliki batasan jumlah anggota, karena anggotanya akan bertambah (tetapi ekspansi ini berakhir pada bulan Mei 2023) dengan konsep yang berkembang. NCT juga terbagi menjadi beberapa *sub unit* yakni :

1. NCT U (United)
2. NCT 127
3. NCT Dream
4. WayV (We are Your Vision)
5. NCT New Team (Unit Jepang) 2023

Adapun *fandom* NCT bernama NCTzen dan untuk *fandom* WayV (NCT unit China) bernama WayzenNi. Sejak era *trainee*, NCT selalu memanfaatkan teknologi untuk berbagi informasi, berbagi kegiatan resmi atau kegiatan sehari-hari, serta berkomunikasi dengan para penggemarnya. Sebagai salah satu agensi terbesar di Korea (Sipayo, 2020), SM Entertainment dan para artis didalamnya sering terlibat berbagai acara amal. Beberapa contoh dari kegiatan kemanusiaan atau kegiatan amal yang mereka jalani yakni kerjasama antar SM Entertainment, Smile for U dengan UNICEF Korea Selatan dalam rangka mendukung pendidikan musik untuk anak-anak di Vietnam dan Filipina. Na Jaemin sebagai perwakilan NCT menjadi salah satu *ambassador* ‘For Every Child’, Hope yang bekerja sama dengan UNICEF Vietnam untuk membantu membawa kesadaran dalam mengakhiri kekerasan dan perundungan di sekolah (Febriani, 2023).

Pada tahun 2018, Na Jaemin menjadi bagian dari kampanye Pink Pony Ralph Lauren untuk membantu memerangi kanker. Mereka bahkan mengajukan diri secara pribadi untuk ikut dalam kampanye ini. Lalu di tahun 2022 kampanye ini dilanjutkan oleh anggota yang bernama Mark Lee (Jaen, 2022b). Kembali pada tahun 2018 berdasarkan data Smile MF seluruh *member* NCT menyempatkan menjadi *volunteer* untuk membantu lansia dengan berinteraksi, menyiapkan makanan, dan membantu kegiatan lansia lainnya (Smile, 2018). Selanjutnya pada tahun 2019, Na Jaemin dan Lee Jenso datang ke Indonesia untuk menjadi bagian dari relawan *Good Neighbors*, suatu acara yang diprakarsai oleh organisasi kemanusiaan Korea Selatan. Mereka datang untuk membantu anak yang putus sekolah bernama Slamet dan Pudori.

NCT 127 sebelum memulai debutnya sudah menjadi *volunteer* di suatu sekolah multikultural ‘Da Ae’ yang dimana kegiatan ini tidak hanya dilakukan sekali tetapi mereka lakukan secara berkelanjutan. *leader* NCT, Lee Taeyong sejak awal debut telah mensponsori 4 pelajar di sekolah multikultural Da Ae tersebut. Beasiswa yang bernama “**Taeyong Scholarship**” diberikan setiap bulannya kepada penerima beasiswa terpilih (Envimedia, 2021). Selanjutnya *member* NCT yang bernama Kim Doyoung, atas nama pribadi telah memberikan bantuan bagi korban kebakaran hutan di Korea Selatan pada 8 Maret 2022 lalu berdasarkan data dari **Hope Bridge Disaster Relief Association** (Jaen, 2022a). Masih banyak kegiatan sosial maupun kegiatan amal yang NCT lakukan, hal ini tentu saja menjadi inspirasi bagi para penggemarnya untuk melakukan kebaikan serupa.

Fandom adalah merupakan anggota aktif, yang tidak hanya menggunakan teks media, tetapi membuat teks tersebut menjadi karya yang mencakup makna-makna yang dimiliki bersama dan diucapkan, dan melaluinya penggemar menunjukkan identitas mereka kepada orang dalam dan orang luar komunitas (Wulandari & Aji, 2022). *Participatory Culture Theory* (H. Jenkins, 2006b) yang mengungkapkan budaya partisipatif adalah budaya dengan hambatan yang relatif rendah terhadap ekspresi artistik dan keterlibatan masyarakat, dukungan kuat untuk menciptakan dan berbagi kreasi, dan semacam bimbingan informal dimana apa yang diketahui oleh orang yang paling berpengalaman diteruskan kepada pemula.

Budaya partisipatif juga merupakan budaya di mana anggotanya percaya bahwa kontribusi mereka penting dan merasakan hubungan sosial satu sama lain (setidaknya mereka peduli dengan pendapat orang lain tentang apa yang telah mereka ciptakan). Bentuk budaya partisipatif antara lain:

**Afiliasi** — keanggotaan, formal dan informal, dalam komunitas online yang berpusat di berbagai bentuk media, seperti Friendster, Facebook, papan pesan, metagaming, klan game,

atau MySpace).

**Ekspresi** — menghasilkan bentuk-bentuk kreatif baru, seperti pengambilan sampel digital, skinning dan modeling, pembuatan video penggemar, penulisan fiksi penggemar, zine, mash-up).

**Pemecahan Masalah Kolaboratif** - bekerja sama dalam tim, formal dan informal, untuk menyelesaikan tugas dan mengembangkan pengetahuan baru (seperti melalui *Wikipedia*, permainan realitas alternatif, *spoiler*).

**Sirkulasi** — Membentuk aliran media (seperti *podcasting*, *blogging*).

Berdasarkan penjelasan di atas berbeda dari empat contoh penelitian sebelumnya, pada kasus ini peneliti memilih untuk membahas aktivisme digital *fandom* NCTzen sebagai salah satu pelaku penggalangan dana yang dimana aksi positif ini juga terinspirasi dari Idol NCT sebagai bentuk terwujudnya interaksi parasosial yang positif. Kemudian hal tersebut menjadi cikal bakal terbentuk suatu wadah aktivitas sosial yakni “NCT Humanity and Help Indonesia” pada akun X @nctzenhumanity. Akun X @nctzenhumanity didirikan setelah *fandom* NCT melakukan penggalangan dana untuk korban Kanjuruhan.

Disini peneliti akan memilih postingan dari akun X @nctzenhumanity untuk diangkat sebagai sampel dalam penelitian yang memiliki tujuan : 1) untuk mengetahui hal yang melatarbelakangi terbentuknya @nctzenhumanity, 2) untuk mengetahui visi, misi, dan harapan dari akun @nctzenhumanity, 3) untuk mengetahui proses aktivisme digital, proses pendistribusian, hingga transparansi dana dari akun Twitter @nctzenhumanity, 4) untuk mengetahui adanya manfaat positif dari interaksi parasosial yang tercermin dari aktivisme digital akun X @nctzenhumanity.

## Methods

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Menurut Kriyanto penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan suatu fenomena dengan mengumpulkan data sedalam-dalamnya (Kriyantono, 2010). Dengan demikian peneliti menyajikan data berdasarkan fakta yang ada dan kemudian menyajikan data berupa kalimat untuk menggambarkan bagaimana penggunaan media sosial bagi aktivisme digital penggemar K-pop, khususnya *fandom* NCT. Penelitian ini menggunakan X sebagai *field* (daerah penelitian), dan akun @nctzenhumanity sebagai *platform*.

Terdapat dua sumber data dalam penelitian ini yakni data primer, dalam penelitian ini adalah postingan-postingan pada akun X @nctzenhumanity sejak awal mula berdiri pada tanggal

6 Oktober 2022. Lalu sumber data sekunder pada penelitian ini adalah informasi yang berasal dari penelitian terdahulu, buku, jurnal, artikel, maupun internet yang masih terkait dengan penelitian ini. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik pengumpulan data observasi partisipasi online yaitu melalui wawancara media sosial yang dilakukan melalui chatting Whatsapp dengan leader dari akun @nctzenhumanity dan juga wawancara dengan lima informan dengan kriteria : 1) fans NCT, 2) pernah mengikuti donasi Kanjuruhan yang digagas oleh fandom NCT sebagai cikal bakal berdirinya akun @nctzenhumanity, 3) merupakan followers dari akun @nctzenhumanity. Adapun data informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 1 Data Informan**

No	Nama	Umur	Domisili	Pekerjaan	Akun Twitter
1	Himawan Adi Nugroho	22 tahun	Jakarta	Mahasiswa	@nctzenhumanity
2	Adelia Nadia	22 tahun	Lampung	Mahasiswa	@haechanix
3	Alifia	24 tahun	Sidoarjo	Business Analyst	@jjonglele22
4	Sheilla	21 tahun	Bekasi	Mahasiswa	@bubhuboi
5	Diajeng Olivia	22 tahun	Malang	Fresh Graduate	@Opwdiajeng
6	Dea	18 tahun	Bekasi	Wiraswasta	@AbcDe64_

Source: Interview Peneliti Dengan Informan, 2022

Teknik analisis data menggunakan model Miles dan Huberman (Zulfirman, 2022) dengan melalui tiga tahapan yaitu reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan tahap penarikan kesimpulan (*conclusion drawing*). Reduksi data dilakukan dengan memilih dan kemudian memisahkan jawaban informan dengan mengkategorikan berdasarkan pembahasan tertentu. Validitas data dengan triangulasi sumber dengan melakukan *member check* pada setiap partisipan. Kemudian data disajikan dalam bentuk narasi dari hasil wawancara yang sudah dikategorikan. Penarikan kesimpulan berdasarkan pada data yang sudah didapat secara keseluruhan. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan yang merupakan jawaban dari rumusan masalah.

## Results

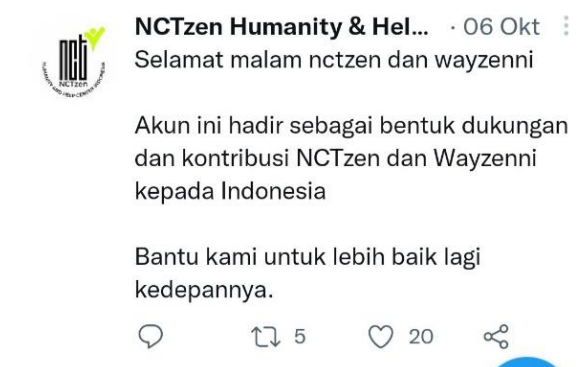
### Latar Belakang Berdirinya @nctzenhumanity

Dari hasil observasi akun X @nctzenhumanity dan *interview* yang dilakukan dengan saudara Himawan selaku *leader* dari @nctzenhumanity (NCTzen Humanity & Help Indonesia), peneliti melihat ada beberapa faktor yang memperkarsai terbentuknya wadah aktivisme digital tersebut. Akun X @nctzenhumanity ini didirikan secara resmi pada tanggal 6 Oktober 2022, dimana sebelumnya hanya merupakan sekumpulan penggemar yang memiliki minat di bidang kerelawanan. Akun @nctzenhumanity ini dibentuk setelah penggalangan dana untuk korban tragedi Kanjuruhan pada Oktober 2022 lalu, merupakan insiden penghimpitan kerumunan fatal yang terjadi usai pertandingan sepak bola di Stadion Kanjuruhan Kabupaten Malang, Jawa Timur.



Berikut postingan awal berdirinya akun X @nctzenhumanity :

**Gambar 1. Postingan Pertama @nctzenhumanity**



Source : X @nctzenhumanity, 2022

Sebelumnya donasi dilakukan secara spontan pada akun *fandom* resmi NCT Indonesia dan akun *fandom* NCT lainnya. Penyebaran informasi mengandalkan *retweet* dan *qrt* (*quote retweet*) dari satu akun ke akun lainnya, atau dari satu *platform* ke *platform* lainnya. Oleh karena itu, pendiri akun @nctzenhumanity merasa hal tersebut akan lebih terstruktur jika ada satu wadah khusus yang menaungi dalam pengumpulan donasi. Sebagaimana pernyataan dari Himawan Adi Nugroho, *leader* dari akun @nctzenhumanity dalam wawancara :

*“Setelah melihat good impact dari donasi untuk tragedi Kanjuruhan, kami selaku perwakilan para penggemar berinisiatif mendirikan akun resmi penggalangan dana untuk fandom NCT. Hal ini juga tidak lepas dari fakta bahwa NCTzen dan WayzenNi Indonesia sebagai penggemar/fandom dari NCT dapat memiliki pengaruh positif kepada masyarakat dengan turut berkontribusi dalam setiap kegiatan bencana atau bantuan sosial lainnya. Selain itu platform ini juga dibentuk karena terinspirasi dari semangat sosial para member NCT yang diketahui memiliki kepekaan yang besar terhadap kemanusiaan dan kegiatan sosial. Oleh karena itu tercetuslah ide untuk mengukuhkan suatu wadah yang bisa menjadi fasilitas kemanusiaan bagi NCTzen dan WayzenNi Indonesia”.*

Dibawah ini adalah bukti dari penggalangan dana yang memperkarsai lahirnya @nctzenhumanity :

**Gambar 2. Donasi yang Memperkarsai Lahirnya @nctzenhumanity**



Source : Kitabisa.com, 2022

Hal serupa juga dikemukakan oleh ke lima informan lainnya selaku NCTzen dan WayzenNi Indonesia.

Informan pertama, Adelia Nadia :

*“Sejak 2018 saya menjadi penggemar NCT, dari berbagai artikel dan platform saya mengetahui bahwa member NCT memiliki semangat donasi yang tinggi sehingga itu cukup menginspirasi diri saya untuk melakukan hal serupa. Saya juga sering berpartisipasi jika ada kegiatan donasi yang dilakukan oleh fandom NCT. Begitu pula saat tragedi Kanjuruhan”.*

Informan kedua, Alifia :

*“Saya sudah menjadi NCTzen sejak 2016. Saya juga mengetahui dan kagum karena member NCT banyak melakukan kegiatan amal, volunteer, dan penjualan produk untuk amal secara grup maupun individu. Hal tersebut sangat menginspirasi saya untuk melakukan hal serupa walaupun masih dalam lingkup terbatas dan skala lebih kecil. Saya juga sering mengikuti donasi yang digagas oleh fanbase NCT untuk kemanusiaan, bencana alam ataupun korban tragedi. Saya senang dan mendukung adanya kegiatan sosial bagi NCTzen, terlebih sekarang sudah difasilitasi dalam 1 platform, sehingga mengingatkan kita untuk tidak lupa peduli terhadap sesama”.*

Informan ketiga, Sheilla :

*“Saya menjadi NCTzen sejak Desember 2020. Para member NCT juga cukup menginspirasi untuk terus saling tolong menolong sesuai dengan kemampuan yang kita miliki. Bagi saya member NCT selalu mengingatkan penggemar bahwa kehidupan penggemar adalah yang paling utama, jangan selalu berfokus pada mereka (NCT). NCT juga memberikan saya motivasi untuk berjuang demi masa depan yang lebih baik. Pada Oktober lalu saya turut serta berdonasi melalui kitabisa.com untuk korban Kanjuruhan”.*

Informan keempat, Diajeng :

*“Saya menjadi fans NCT sejak tahun 2020 di era Make a Wish (album Resonance). Bagi saya NCT memberikan semangat untuk selalu berjuang dan tidak mudah putus asa, serta selalu memilikikonten yang sangat menghibur dikala stress. Saya juga mengetahui bahwa member NCT memang sering melakukan donasi atau kegiatan sosial lainnya. Saat terjadi tragedi Kanjuruhan, saya ikut berdonasi untuk para korban melalui kitabisa.com yang digagas oleh fanbase NCT”.*

Informan kelima, Dea :

*“Saya menjadi NCTzen WayzenNi sejak tahun 2022. Saya juga tahu mengenai member NCT yang sering melakukan kegiatan sosial sehingga hal itu juga menginspirasi saya untuk melakukan hal yang serupa. Saya juga turut serta dalam donasi Kanjuruhan. Dengan berdirinya akun @nctzenhumanity tentunya para penggemar bisa lebih terpusat dalam menggalang bantuan untuk sesama saudara yang sedang mengalami musibah”.*

### Visi, Misi, dan Harapan untuk @nctzenhumanity

Saat ini akun X @nctzenhumanity (NCTzen Humanity & Help Indonesia) terdiri dari 5 pengurus inti dan 20 *volunteer* aktif yang tersebar di wilayah Jabodetabek. Akun @nctzenhumanity ini memiliki visi dan misi ingin menjadikan NCTzen Humanity & Help Indonesia sebagai wadah kegiatan sosial bagi para NCTzen dan WayzenNi Indonesia. Kedepannya para pengurus inti juga berharap @nctzenhumanity akan memiliki banyak layanan dan kegiatan yang akan dilaksanakan, seperti layanan kesehatan mental, kegiatan sosial komunitas, yayasan sosial, dan *volunteer* aktif.

Terkait penggalangan dana, sejauh ini bergerak dan berfokus pada bidang sosial dan kemanusiaan. Dalam memutuskan penggalangan dana biasanya pengurus akan melakukan *survey* terlebih dahulu apakah dapat dibantu atau tidak. Selain itu *survey* ini juga dilakukan kepada para *followers* X maupun forum *fanbase* lainnya, dengan menanyakan apakah suatu kejadian tersebut perlu diadakan penggalangan dana atau tidak, karena sejauh ini sumber dana pasti berasal dari *fans* NCTzen dan WayzenNi Indonesia (Himawan, 2022). Jenis kegiatan yang dinaungi oleh akun X @nctzenhumanity diantaranya layanan kesehatan mental, kegiatan komunitas sosial, yayasan sosial, *volunteer* aktif. Hal ini merupakan langkah yang di rasa mampu untuk meneruskan semangat perjuangan sosial para member NCT.

Saat interview para informan juga memiliki beberapa harapan untuk @nctzenhumanity kedepannya. Dimulai dari harapan informan pertama, setelah adanya akun aktivisme digital @nctzenhumanity diharapkan bisa memudahkan para penggemar untuk berdonasi. Tentunya dengan adanya nama NCT dan WayV membuat semakin bersemangat dan merasa bangga untuk berdonasi. Kedepannya kita juga menginginkan agar para penggemar bisa lebih banyak melakukan kebaikan lain tidak hanya berdonasi saja tapi bisa memberikan manfaat lainnya bagi orang lain (Adelia, 2022).

Informan kedua juga mengatakan hal yang serupa, kedepannya @nctzenhumanity akan semakin besar dan selalu amanah. Selain itu, menyukai NCT memberikan dampak positif bagi dirinya. Tidak hanya menginspirasi untuk kegiatan sosial, menyukai NCT juga membawa perubahan positif. Adapun contohnya seperti merasa lebih bahagia, jadi lebih rajin belajar, semangat mencari tahu tentang pengetahuan umum, menghilangkan rasa malas, menjadi lebih supel, ramah, dan menjadi lebih rinci dalam mengatur keuangan. Karena sudah menjadi rahasia umum, seorang *fans* K-pop memiliki keinginan tinggi untuk membeli album, *merchandise*, bahkan tiket konser jika sang Idola melakukan *concert tour*. Jika tidak pandai menabung maka hal tersebut cukup sulit untuk direalisasikan (Alifia, 2022).

Informan ketiga juga mengatakan dengan berdirinya platform @nctzenhumanity diharapkan semakin mempermudah dalam menyalurkan bantuan kepada korban bencana/musibah atas nama NCTzen dan WayzenNi Indonesia. Hal itu sangat membantu para

NCTzen dan WayzenNi yang ingin memberikan bantuan tetapi tidak dapat terjun langsung ke lokasi kejadian. Sehingga melalui wadah aktivisme digital ini para fans NCT bisa menitipkan bantuan mereka agar sampai kepada korban bencana dan diharapkan bantuan tersebut didistribusikan tepat sasaran. Selanjutnya diharapkan @nctzenhumanity selalu bertanggung jawab dalam mengemban amanah dari NCTzen dan WayzenNi Indonesia (Sheilla, 2022).

Informan keempat, mengatakan bahwa dengan terbentuknya *platform* @nctzenhumanity sangat membantu para *fans* untuk berdonasi. Ia juga berharap wadah aktivisme digital ini dapat terus berjalan dan dapat selalu memegang amanah yang telah dititipkan oleh banyak orang. Dikarenakan mengemban amanah ini adalah hal yang cukup berat, diingatkan agar @nctzenhumanity selalu melakukan transparansi dana ke publik. Meski semangat berdonasi dan saling tolong menolong sedikit banyak terinspirasi dari *member* NCT, kita harus tetap ingat bahwa melakukan hal kemanusiaan dan membantu sesama memang merupakan suatu keharusan. Oleh karena itu, tanpa selalu diingatkan oleh *member* NCT seharusnya sebagai manusia kita sudah memiliki semangat dan kesadaran akan hal tersebut (Diajeng, 2022).

Informan terakhir berharap kedepannya semoga akun @nctzenhumanity bisa lebih besar dan bisa menjalankan semua yang telah menjadi visi misinya sehingga @nctzenhumanity dapat terus membantu para korban yang terkena musibah maupun saudara-saudara yang membutuhkan bantuan di seluruh pelosok Indonesia. Selain itu, banyak hal positif yang didapatkan dari *member* NCT, salah satunya untuk tidak cepat menyerah dan selalu bekerja keras agar hasil yang didapat sesuai dengan usahanya (Dea, 2022).

### **Proses Aktivisme Digital, Pendistribusian, dan Transparansi Dana**

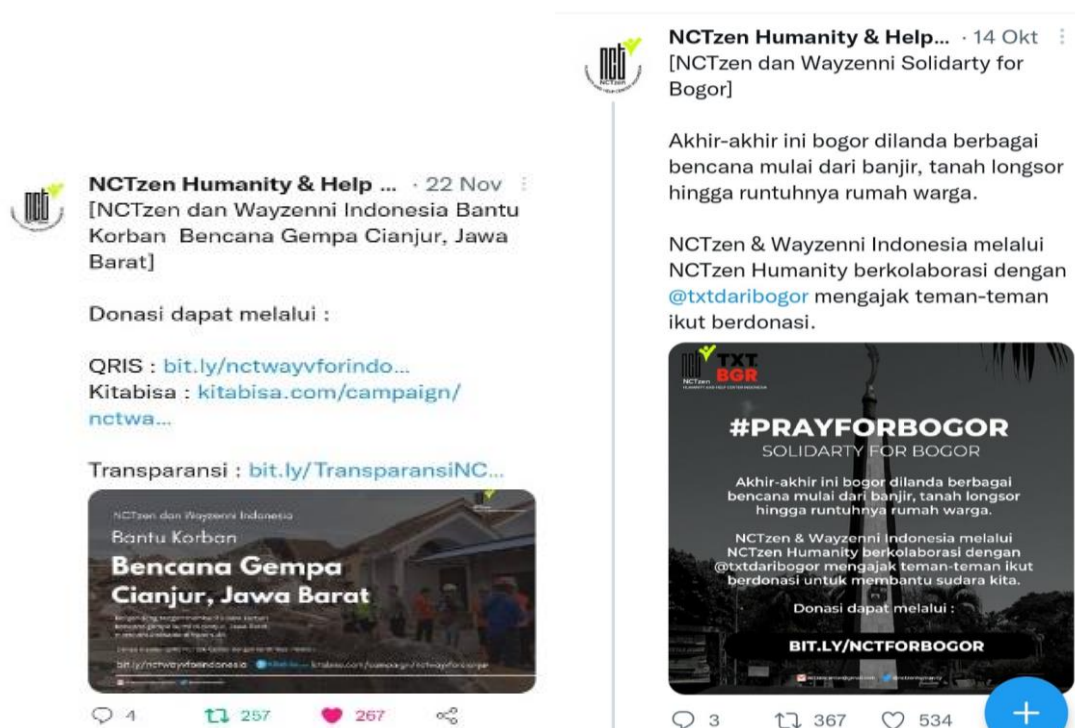
Proses aktivisme digital atau biasa disebut dengan penggalangan dana secara *online*, akan dilakukan melalui *platform* X @nctzenhumanity. Penyebarannya terjadi melalui *retweet*, *qrt*, atau *repost* dari akun *fanbase* NCT lainnya baik di Twitter maupun di *platform* yang berbeda. Sistem donasi akan dikumpulkan melalui QRIS milik NCTzen Humanity (sejauh ini masih bersifat akun pribadi) kemudian akan diserahkan secara langsung ke lapangan atas nama NCT dan fandom. Donasi biasanya diberikan dalam 2 bentuk yakni berupa uang tunai dan bermacam-macam barang pokok maupun barang-barang yang dibutuhkan sesuai kondisi di lapangan. Jika penggalangan dana diperlukan dalam skala besar maka @nctzenhumanity akan menggunakan *platform* penggalangan dana kitabisa.com. Tetapi jika dilakukan melalui kitabisa.com akan dikenakan biaya operasional sebesar 5%. Oleh karena itu diputuskan hanya donasi jenis tertentu saja yang akan dikumpulkan melalui *platform* tersebut.

Dalam hal *partnership*, @nctzenhumanity hanya bekerjasama dengan akun *fanbase* NCT untuk membantu menyebarluaskan *platform* @nctzenhumanity dan penggalangan dana yang

sedang berlangsung. Pendistribusian donasi dilakukan oleh pengurus inti dan *volunteer* yang terjun langsung ke lokasi kejadian. Jumlah *volunteer* juga tidak menentu disetiap pendistribusian, tergantung pada jarak lokasi, kondisi, dan situasi. Transparansi dana dan dokumentasi dilakukan secara berkala dan di *upload* pada akun resmi X @nctzenhumanity.

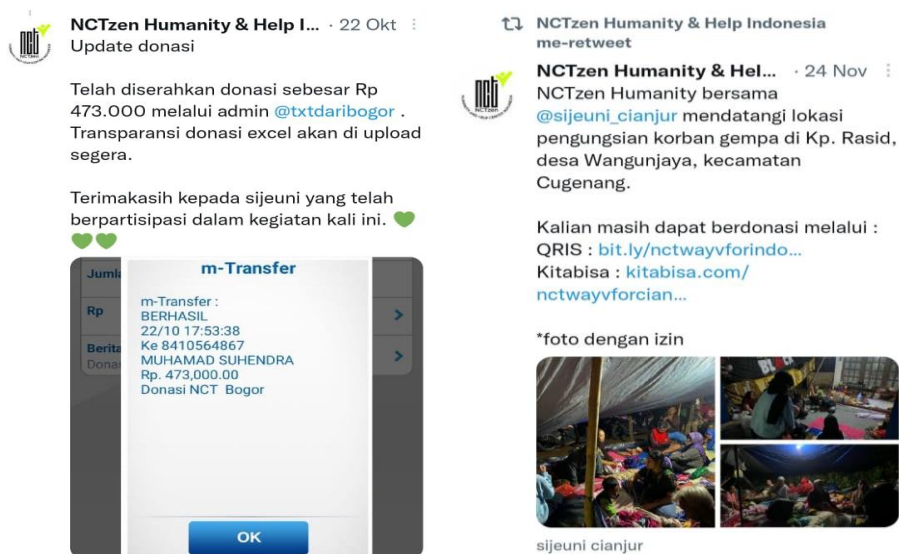
Bukti-bukti transfer baik dari para donatur maupun transfer untuk penerima donasi (jika dalam keadaan khusus) akan di *upload* dengan format gambar atau pdf. Rincian dana akan dikirimkan dalam bentuk perhitungan excel. Foto Kwitansi, bukti serah terima barang atau uang tunai kepada pihak yang menerima donasi atau kepada pihak yang mewakili. Foto dokumentasi tersebut akan di *upload* dalam grup dan pada akun X @nctzenhumanity sehingga setiap donatur dari berbagai wilayah dapat memantau dan mengawasi jalannya donasi. Ketiga tahap ini dirasa cukup menunjukkan bahwa wadah ini menjalankan amanah yang diberikan oleh para donatur. Berikut contoh proses aktivisme digital (penggalangan dana *online*), pendistribusian donasi, dan transparansi dana :

**Gambar 3. Proses Aktivisme Digital (Penggalangan Dana)**



Source : X @nctzenhumanity, 2022

Gambar 4. Pendistribusian



Source : X @nctzenhumanity, 2022

Gambar 5. Transparansi Dana



Source : Twitter @nctzenhumanity, 2022

Discussion

Berdasarkan penelitian pada akun Twitter @nctzenhumanity yang merupakan suatu wadah aktivisme digital bagi para penggemar NCT di Indonesia, menunjukkan bahwa platform ini nyatanya sangat membantu sekali dalam proses aktivisme digital. Donasi yang dikumpulkan secara online ini dapat dikategorikan sukses telah memfasilitasi aksi sosial dari para fans NCT diseluruh Indonesia.

Pada akun X @nctzenhumanity dapat kita lihat dengan jelas dari proses penggalangan dana, pendistribusian, dokumentasi, hingga transparansi dana yang telah dikumpulkan dari para donatur. Sebagai bagian dari budaya partisipatif fandom K-pop berfokus pada tanggung jawab

untuk membangun identitas dan citra diri sebagai kelompok penggemar. Fandom merupakan sesuatu yang *performative* artinya fandom merupakan suatu yang hadir untuk ditampilkan, terutama identitas yang ada pada fandom diakui dan ditunjukkan dalam berbagai hal (Duffet, 2013).

Para *fans* yang memiliki minat pada kerelawanan ini akhirnya memiliki sentralisasi penggalangan dana secara *online* yang khusus menaungi *fandom* NCT di Indonesia. Dari hasil wawancara dapat ditarik kesimpulan bahwa salah satu alasan berdirinya akun @nctzenhumanity memang terinspirasi dan dipengaruhi oleh kebiasaan para *member* NCT yang sering melakukan aktifitas sosial dan kemanusiaan. Hal ini sejalan dengan teori Bandura yang memandang bahwa perilaku individu tidak semata-mata dihasilkan dari reflek otomatis atas stimulus, melainkan akibat reaksi yang timbul sebagai hasil dari interaksi lingkungan dengan skema kognitif yang dimiliki individu (Wahyuni & Wahidah, 2022), sehingga semua tingkah laku (perilaku imitasi) yang dihasilkan individu diperoleh dari faktor *internal* (kontrol diri) dan faktor *eksternal* (pengaruh lingkungan termasuk budaya K-pop).

Upaya dari aktivisme digital ini merupakan keputusan bijak sebagai *antidote* dari pandangan-pandangan negatif masyarakat terhadap fandom K-pop. Menurut peneliti membentuk aktivisme digital merupakan perlawanan elegan yang bisa mematahkan citra negatif tersebut. Dalam (R. Jenkins, 2008) siapa kita sebenarnya menurut kita pribadi berhubungan dengan siapa orang lain menurut kita, begitu sebaliknya. Jika ditelaah secara internal fans berperan untuk menyambut, mendukung, dan bersosialisasi antar satu dengan yang lain. Sedangkan secara eksternal mereka berorganisasi dan bertindak mewakili fans lain dan sang idola (Duffet, 2013). Penggemar berperan penting dalam meningkatkan daya tarik idola melalui berbagai cara seperti berbagi informasi, melobi untuk mendapatkan paparan media yang lebih besar, menunjukkan dukungan, memberikan sambutan yang ramah pada sesama fans. Hal ini menunjukkan bahwa kehadiran fans menjadi mikrokosmos baru karena dukungan yang telah mereka berikan (Sumunarsih, 2020).

Penggalangan dana dilakukan dengan terstruktur, yakni para pengurus inti biasanya akan melakukan *survey* terlebih dahulu tentang donasi apa yang dibutuhkan. Kemudian admin akun @nctzenhumanity akan mengumumkan *open* donasi dengan jadwal yang sudah ditentukan serta donasi akan dikumpulkan melalui QRIS atau melalui *platform* kitabisa.com jika donasi dalam skala besar. Selain itu, untuk jangka panjang akun @nctzenhumanity juga berharap kegiatan-kegiatan yang berlangsung tidak hanya fokus pada penggalangan donasi saja, tetapi bisa memperluas cakupan seperti layanan kesehatan mental, kegiatan sosial komunitas, yayasan sosial, dan memiliki *volunteer* aktif.

Pada akun @nctzenhumanity ini terdapat postingan-postingan dalam bentuk foto, video,

gambar, *caption*, hingga *link* google untuk penjabaran transparansi dana yang telah dikumpulkan. Pada akun @nctzenhumanity juga dapat di *retweet*, *likes*, atau *qrt* pada postingan sehingga aktivisme digital yang sedang berjalan dapat tersebar luas. Admin akun juga terlihat aktif, informatif, dan partisipatif dengan para *followers* sehingga terjalin *feedback* yang cukup baik. Hasil donasi juga diposting pada akun @nctzenhumanity termasuk transparansi dana masuk dan keluar yang secara rinci terpapar dalam *link google spreadsheet*, memungkinkan para donatur ikut melakukan evaluasi dan mengawasi jalannya donasi. Sistem pendistribusian dan dokumentasi donasi juga selalu di *update* pada akun @nctzenhumanity. Selain itu, biasanya admin juga akan mempersilahkan para *fans* untuk bergabung jika ada yang berdomisili dekat dengan tempat kejadian dan memiliki keinginan untuk turut serta dalam pendistribusian.

Dari penjabaran tersebut mengungkapkan bahwa pada penelitian ini ditemukan unsur berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya yang telah peneliti sebutkan pada sub pendahuluan sebagai acuan. Kesamaan yang kita miliki yakni sama-sama berfokus pada aktivisme digital / *fundraising* yang digalang oleh Fandom K-Pop guna membantu masyarakat Indonesia dari bencana alam, maupun sebagai aksi sosial. Selain itu kesamaan tujuan lain yang ingin dicapai adalah karena ingin memperbaiki citra negatif di masyarakat mengenai kehadiran penggemar (K-Popers) atau fandom K-Pop. Pembaharuan atau perbedaan dari penelitian ini adalah, dari aktivisme digital yang digalang oleh penggemar NCT pada akhirnya mampu menginspirasi penggemar NCT untuk secara resmi mendirikan suatu wadah yang terorganisir guna menaungi aktivitas sosial dan kemanusiaan yang akan diinisiasi oleh para penggemar NCT yang terpacu oleh semangat sosial dari para member NCT itu sendiri.

Tidak berhenti disitu saja, setelah berhasil mendirikan akun @nctzenhumanity para pengurus juga berinovasi agar wadah ini tidak hanya berfokus pada penggalangan dana, tapi kedepannya bisa melakukan hal positif secara *continue* seperti melayani konsultasi kesehatan mental (menerima diskusi atau sekedar mendengarkan cerita bagi yang membutuhkan motivasi atau yang berkaitan dengan kesehatan mental), kegiatan sosial komunitas, yayasan sosial, dan membuka pendaftaran sebagai *volunteer* aktif bagi penggemar yang ingin terjun langsung menyalurkan tenaga dan pikirannya untuk kebaikan.

## Conclusion

Penelitian ini mengungkap hal yang menjadi latarbelakang cikal bakal berdirinya akun aktivisme digital @nctzenhumanity yang terinspirasi setelah melihat *good impact* dari donasi untuk tragedi Kanjuruhan. Hal tersebut juga tidak lepas dari fakta bahwa NCTzen dan WayzenNi Indonesia sebagai penggemar/fandom dari NCT dapat memiliki pengaruh positif kepada masyarakat dengan turut berkontribusi kepada yang membutuhkan. Hal positif ini sedikit banyak juga dipengaruhi oleh Idol NCT yang sering melakukan donasi untuk bencana alam dan hal



kemanusiaan lainnya, sehingga memberikan *trigger* kepada penggemar untuk ikut melakukan kebaikan serupa. Akun @nctzenhumanity juga memiliki visi dan misi ingin menjadikan NCTzen Humanity & Help Indonesia sebagai wadah kegiatan sosial bagi para NCTzen Indonesia. Serta kedepannya diharapkan @nctzenhumanity akan memiliki banyak kegiatan seperti layanan kesehatan mental, kegiatan sosial komunitas, yayasan sosial, dan *volunteer* aktif.

Dari penelitian diatas juga dapat kita ketahui bersama bagaimana proses, pendistribusian, hingga transparansi penggalangan dana pada akun @nctzenhumanity. Dari poin-poin yang dijabarkan tersebut penulis merasa sudah cukup menjawab keefektifan dari aktivisme digital yang dilakukan oleh akun twitter @nctzenhumanity sebagai wadah dari aktifitas sosial dari fandom NCTzen di Indonesia. Penggalangan dana yang dilakukan secara *online* sangat membantu para *fans* K-pop khususnya *fandom* NCT untuk memberikan bantuan kepada sesama tanpa terhalang jarak dan waktu. Selain itu, aktivisme digital bisa menghadirkan pandangan baru yang lebih positif dari suatu *fandom* K-pop. Karena hal ini secara implisit telah menunjukkan kepada masyarakat bahwa tidak selamanya suatu komunitas (*fandom* K-pop) memiliki hal buruk ataupun sisi negatif saja.

Diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan pengetahuan kepada para pembaca tentang aktivisme digital oleh para *fandom* K-pop pada umumnya, serta dari *fandom* NCT khususnya. Sejauh ini penelitian membuktikan bahwa aktivisme digital terbilang efektif menggalang dana dalam waktu singkat serta dapat terdistribusi dengan baik. Selain itu penelitian ini juga merupakan suatu pembuktian bahwa interaksi parasosial antara *Idol* K-pop dan penggemar juga banyak memiliki dampak yang positif berkat imitasi perilaku yang positif juga dari sang idola. Dikarenakan wawancara penelitian ini dilakukan secara termediasi komputer (WA dan Line), untuk penelitian selanjutnya peneliti menyarankan penggalan data informan bisa dilakukan dengan tatap muka agar lebih bisa mengeksplorasi serta melihat bahasa *non-verbal* dari informan. Selain itu, peneliti juga menyarankan untuk penelitian aktivisme digital dengan metode berbeda yang dimana bisa lebih fokus untuk menggali intensitas interaksi atau lainnya.

## References

Adelia. (2022). *Hasil Interview Aktivisme Digital Fandom Kpop NCTzen Sebagai Wujud Positif Interaksi Parasosial (Studi pada Akun X @nctzenhumanity)*.

Alifia. (2022). *Hasil Interview Aktivisme Digital Fandom Kpop NCTzen Sebagai Wujud Positif Interaksi Parasosial (Studi pada Akun X @nctzenhumanity)*.

Azzuhurf, Dinda. (2023). *Eksplorasi Perilaku Donasi K-Popers Muslim Indonesia : Motivasi Religius Atau Conspicuous Donation Behaviour (Studi Kasus : K-Popers Muslim Di Yogyakarta)*.

Dea. (2022). *Hasil Interview Aktivisme Digital Fandom Kpop NCTzen Sebagai Wujud*

*Positif Interaksi Parasosial (Studi pada Akun X @nctzenhumanity).*

Diajeng. (2022). *Hasil Interview Aktivisme Digital Fandom Kpop NCTzen Sebagai Wujud Positif Interaksi Parasosial (Studi pada Akun X @nctzenhumanity).*

Duffet, M. (2013). *Understanding fandom, an introduction to the study media fan culture.* <https://doi.org/TY> - JOUR AU - Gilbert, Anne PY - 2015/03/01 SP - 160 EP - 164 T1 - Understanding Fandom: An Introduction to the Study of Media Fan Culture by Mark Duffett VL - 54 DO - 10.1353/cj.2015.0039 JO - Cinema Journal ER -

Envimedia. (2021). *How Taeyong's Kindness Has Influenced Charity From His Fans.* <https://www.envimedia.co/taeyong-kindness-influences-charity-fans/>

Febriani, N. (2023). *Diplomasi Publik Korea Selatan Di Vietnam Melalui Pendidikan Musik Korean-Pop.*

Hapsari, D. (2021). *Upaya Forum #SiapDarling (Siap Sadar Lingkungan) Dikalangan Mahasiswa Yogyakarta Dalam Melestarikan Kebersihan Lingkungan.*

Hendriyana, A. (2021, September 6). *Aktivisme Digital Penggemar Kpop.* <https://www.unpad.ac.id/2021/09/studi-menunjukkan-penggemar-k-pop-berkontribusi-aktif-dalam-aktivisme-media-sosial>

Himawan. (2022). *Hasil Interview Aktivisme Digital Fandom Kpop NCTzen Sebagai Wujud Positif Interaksi Parasosial (Studi pada Akun X @nctzenhumanity).*

Jaen, S. (2022a). *NCT's Doyoung and Fans Receive Warm Praise From Netizens After Generous Donations To Disaster Relief For Victims Of Forest Fires.* <https://www.koreaboo.com/news/nct-doyoung-fans-praise-netizens-generous-donations-disaster-relief-victims-forest-fires>

Jaen, Serena. (2022b). *NCT's Mark Becomes Brand Ambassador For Polo Ralph Lauren, Gaining Praise For The Wholesome Way In Which The Collaboration Showcases His True Personality.* <https://www.koreaboo.com/news/nct-mark-brand-ambassador-polo-ralph-lauren-gaining-praise-wholesome-collaboration-true-personality>

Jenkins, H. (2006a). *Fans, bloggers, and gamers: Exploring participatory culture.* New York University Press. <https://doi.org/TY> - JOUR AU - Gilbert, Anne PY - 2015/03/01 SP - 160 EP - 164 T1 - Understanding Fandom: An Introduction to the Study of Media Fan Culture by Mark Duffett VL - 54 DO - 10.1353/cj.2015.0039 JO - Cinema Journal ER -

Jenkins, H. (2006b). *Menghadapi Tantangan Budaya Partisipatif: Pendidikan Media untuk Abad 21.* Yayasan John D. dan Catherine T. MacArthur.

Jenkins, R. (2008). *Social Identity* (3rd ed.). Routledge. <https://books.google.co.id/books?id=03ctUhnhpGAC&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>

Jones, K. (2013). *Assessing parasocial interactions and relationships in real time.* [http://rave.ohiolink.edu/etdc/view?acc\\_num=osu1366239676](http://rave.ohiolink.edu/etdc/view?acc_num=osu1366239676)

- Fitria, K. (2022). *Sebuah Kajian Ethnografi Digital Pada Keterlibatan Fandom K-Pop Dengan Isu Sosial Di Media Sosial*.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Kencana.  
<https://books.google.co.id/books?id=gI9ADwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Lindgren, S. (2017). *Digital media & society*. SAGE Publications Inc.  
<https://books.google.co.id/books?id=H5OuDgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Muslikhah, I. U., Falikul, & M., & 2\*, I. (2022). The Potential and Limits of Fandom-based Charitable Activism in Indonesia Article Info. *Journal of Social Sciences and Humanities*, 12(3), 2022.
- Nasdian, F. T. (2015). *Sosiologi Umum*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.  
[https://books.google.co.id/books?id=zSVLDAAAQBAJ&hl=id&source=gbs\\_navlink\\_s\\_s](https://books.google.co.id/books?id=zSVLDAAAQBAJ&hl=id&source=gbs_navlink_s_s)
- Pulung S. Perbawani, & Almara J. Nuralin. (2021). *Hubungan Parasosial dan Perilaku Loyalitas Fans dalam Fandom KPop di Indonesia*.
- Sheilla. (2022). *Hasil Interview Aktivisme Digital Fandom Kpop NCTzen Sebagai Wujud Positif Interaksi Parasosial (Studi pada Akun X @nctzenhumanity)*.
- Sipayo, R. C. (2020). *Strategi SM Entertainment Dalam Mengembangkan New Culture Technology Di Pasar China*.
- Smile, SM. (2018). 에스엠 엔터테인먼트사회공헌.  
[https://m.facebook.com/story.php?story\\_fbid=2117869101797239&id=1853498021567683](https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=2117869101797239&id=1853498021567683)
- Sumardiono, N. (2022). Aktivisme Digital dalam Konteks Penggalangan Donasi Fandom BTS (ARMY) Indonesia Melalui Twitter. *Jurnal Komunikasi*, 16(2), 113–128. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol16.iss2.art2>
- Sumunarsih, SB. (2020). *Produktivitas Fandom Army Dalam Kegiatan Fundraising di Surakarta*.
- Wahyuni, N., & Wahidah, F. (2022). *Relevansi Teori Belajar Sosial Albert Bandura dan Metode Pendidikan Keluarga dalam Islam*.
- Wardani, E. P. (2021). *Interaksi Parasosial Penggemar KPop Di Media Sosial (Studi Deskriptif pada Fandom Army di Twitter)*.
- Wonoadi, G. L., & Himawan, T. (2017). *Korea: Kiblat Alternatif Industri Kreatif Indonesia”, Mengintip Budaya Korea: Pandangan Generasi Muda Indonesia (INAKOS (The International Association of Korean Studies in Indonesia dan Pusat Studi Korea Universitas Gadjah Mada)*.  
[https://issuu.com/inakos/docs/korea\\_isi\\_rev\\_\\_1\\_](https://issuu.com/inakos/docs/korea_isi_rev__1_)

Wulandari, S., & Aji, R. I. (2022). *Kajian Terhadap Fandom K-Pop (Army & EXO-L) Sebagai Audiens Media Dalam Mengonsumsi Dan Memaknai Teks Budaya*.  
<https://doi.org/10.1515/9789048528318>

Zulfirman, R. (2022). *Implementasi Metode Outdoor Learning Dalam Peningkatan Hasil Belajar Sisa Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam Di MAN 1 Medan*.