



**PERILAKU KONSUMTIF SEBAGAI SEBUAH BENTUK IDENTITAS:  
STUDI KASUS ENAM ORANG *NCTZEN* SEMARANG TERHADAP  
*BRAND AMBASSADOR***

Skripsi

Diajukan untuk Melengkapi

Persyaratan Mencapai Gelar Sarjana Antropologi Sosial

Oleh:

INDRI PRATIWI

NIM. 13040219140139

PROGRAM STUDI ANTROPOLOGI SOSIAL

FAKULTAS ILMU BUDAYA

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2024

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indri Pratiwi

NIM : 13040219140139

Program Studi : S-1 Antropologi Sosial

Dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Perilaku Konsumtif Sebagai Sebuah Bentuk Identitas: Studi Kasus Enam Orang *NCTzen* Semarang Terhadap *Brand Ambassador*” adalah hasil karya ilmiah saya sendiri. Skripsi saya bukan hasil plagiat karya ilmiah dari orang lain dan semua kutipan yang saya cantumkan di skripsi saya telah saya sebutkan sumber aslinya berdasarkan kaidah tata cara penulisan dalam karya ilmiah.

Semarang, 17 Januari 2024  
Yang menyatakan,

Indri Pratiwi  
NIM. 13040219140139

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO:**

“Janganlah takut, sebab Aku menyertai engkau, janganlah bimbang, sebab Aku ini Allahmu; Aku akan meneguhkan, bahkan akan menolong engkau; Aku akan memegang engkau dengan tangan kanan-Ku yang membawa kemenangan.”

Yesaya 41:10

### **PERSEMBAHAN**

Tuhan Yesus, Oma dan Om di surga, Mamah, Bapak, serta keluarga besar Kartapradja.

Kepada para fandom Kpop terkhusus *NCTzen* Kota Semarang yang sudah sangat membantu saya menyusun skripsi ini sebagai narasumber saya.

## **HALAMAN PERSETUJUAN**

Skripsi ini telah disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk diajukan ke sidang Panitia Ujian Skripsi pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 17 Januari 2024

Disetujui oleh:  
Dosen Pembimbing 1

Dosen Pembimbing 2

Arido Laksono S.S., M.Hum.  
NIP 197507111999031002

Vania Pramudita Hanjani S.Sos., M.Si.  
NPPU H.7.199509262022112001

## **HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi yang berjudul “Perilaku Konsumtif Sebagai Sebuah Bentuk Identitas: Studi Kasus Enam Orang *NCTzen* Semarang Terhadap *Brand Ambassador*” telah diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi Strata 1 Program Studi Antropologi Sosial Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro, pada:

Hari/Tanggal : Selasa, 27 Februari 2024

Pukul : 16.25 WIB

Panitia Ujian Skripsi Universitas Diponegoro

Ketua Penguji,

Nama: Dr. Drs. Budi Puspo Priyadi M.Hum

NIP. 196008191990011001

Anggota I,

Nama: Arido Laksono S.S., M.Hum

NIP. 197507111999031002

Anggota II

Nama: Vania Pramudita Hanjani S.Sos., M.Si

NPPU. H.7.199509262022112001

Dekan Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro

Prof. Dr. Alamsyah S.S., M.Hum.

NIP. 197211191998021002

## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena rahmat dan pertolongan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Korean Brand Ambassador* terhadap Perilaku Konsumtif fandom *NCT*: Studi Kasus pada 6 Orang *NCTzen* Kota Semarang” sebagai syarat menyelesaikan studi strata-1 Antropologi Sosial Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro. Selama penyusunan skripsi ini, penulis juga ditemani dan bertemu dengan berbagai pihak yang turut memberikan dukungan baik moral atau materil dan juga nasihat sehingga skripsi ini dapat selesai. Maka dari itu, dengan kesempatan yang diberikan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Prof. Dr. Alamsyah S.S., M. Hum. selaku Dekan Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro.
2. Dr. Drs. Suyanto, M.Si. selaku Ketua Program Studi Antropologi Sosial Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro.
3. Arido Laksono S.S., M.Hum. selaku Sekretaris Program Studi Antropologi Sosial sekaligus dosen pembimbing pertama. Terima kasih untuk bimbingan serta ilmu yang Bapak berikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Vania P. Hanjani, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing kedua. Terima kasih untuk segala nasihat, ilmu serta bimbingannya sehingga skripsi penulis bisa selesai dengan baik. Semoga setiap langkah Mbak Vania selalu dilindungi dan diberkati.
5. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Antropologi Sosial Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu dan pengalaman berharga kepada penulis selama masa perkuliahan.
6. Para *NCTzen* selaku narasumber, terima kasih sudah membantu saya dan berkenan meluangkan waktunya untuk diwawancarai oleh penulis.
7. Almarhumah Oma dan almarhum Om (opa), yang selalu menyayangi dan melindungi penulis dari dulu hingga sekarang. Terima kasih untuk segala dukungan yang diberikan sehingga penulis dapat hidup dengan baik sesuai ajaran yang telah diajarkan kepada penulis.
8. Mamah dan Bapak tersayang yang memberikan dukungan secara materil maupun moral. Terima kasih banyak atas dukungan, cinta, dan bantuan Mamah selama proses menyelesaikan skripsi ini. Tanpa Mamah, penulis tidak akan bisa mencapai ini. Terima kasih sudah selalu ada untukku dan memberikan semangat.
9. Para anabul surgaku (Benong, Temi, Ratna, Omi, dan Boy), anabulku tersayang (Bob), serta teman anabulku (Ameng, Bonbon, Kinzi, Milky, Coffee, Miko, dan Nala) terima kasih sudah menemani penulis ketika sedih, pusing, stress, serta senang dan bahagia kalian selalu ada di samping penulis. Terima kasih untuk tingkah lucu dan terkadang menyebalkan kalian sehingga dapat menghibur penulis. Sehat selalu anakku.

10. Teman-teman Anak Tuhan Yesus (Gracia, Olivia, Kezia, Sarah, Antonia) yang sudah memberikan semangat serta dukungan selama perkuliahan. Tanpa kalian sepertinya penulis akan tersesat selama perkuliahan ini. Semoga langkah kalian kedepannya dimudahkan.
11. Teman-teman Ready No Matter What, terima kasih untuk pertemanannya selama masa pandemi sehingga kehidupan penulis di Tembalang tidak sepi. Ditunggu perjalanan selanjutnya!
12. Mbak Winda, terima kasih sudah mendengarkan keluh kesah, serta membantu penulis untuk mengurus para anabul di kosan. Jangan bosan menjadi orang yang baik, ya Mbak.
13. Teman-teman BEM FIB UNDIP 2020-2021 terima kasih telah memberi kesempatan kepada penulis untuk bergabung dan memberikan pengalaman yang baik.
14. Teman-teman PMK FIB UNDIP 2021-2022, terima kasih sudah menjadi teman penulis untuk bertumbuh di dalam kasih, iman, dan pengharapan. Juga telah memberikan penulis kesempatan untuk mendapatkan pengalaman yang sangat berkesan. Tuhan Yesus Memberkati!
15. Teman-teman Antropologi Sosial 2019, terima kasih selalu berbagi ilmu kepada penulis selama perkuliahan.
16. Pram, terima kasih telah menemani penulis dari awal penulisan skripsi ini, penelitian, hingga selesainya skripsi ini.
17. Diriku sendiri terima kasih untuk tidak menyerah dalam semua proses yang Tuhan berikan.

Penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, apabila terdapat kesalahan atau kekurangan dalam penulisan skripsi ini, penulis bersedia menerima kritik serta saran dari berbagai pihak, selama masih bersifat membangun penulis akan terima untuk menjadi bahan perbaikan penulisan di masa yang akan datang. Penulis juga berharap bahwa hasil karya ini dapat memberikan manfaat kepada para pembaca secara teoritis maupun praktis.

Semarang, 17 Januari 2024

Indri Pratiwi

## ABSTRAK

*Korean Wave* merupakan budaya yang berasal dari Korea Selatan dan menghasilkan banyak produk budaya yang tersebar di seluruh dunia terutama Indonesia. Salah satu produk *Korean Wave* yang terkenal di kalangan masyarakat Indonesia adalah musiknya yang biasa disebut sebagai *K-pop* atau *Korean Pop* yang juga di dalamnya memiliki banyak grup musik terkenal salah satunya adalah *NCT*. *NCT* memiliki kelompok penggemar yang bernama *NCTzen*. *NCT* sangat dikenal oleh masyarakat luas di Indonesia sehingga hal ini menarik minat para pengusaha untuk berkolaborasi bersama *NCT* untuk menaikkan angka penjualan dengan mengeluarkan berbagai benefit untuk menarik minat pembeli. Hal ini tentu saja mempengaruhi perilaku konsumtif para penggemar sehingga mereka rela melakukan apa saja untuk membeli produk-produk tersebut. Metode penelitian pada skripsi ini menggunakan jenis kualitatif yang melibatkan enam narasumber. Teori yang digunakan merupakan teori Masyarakat Konsumen yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard yang juga menyatakan bahwa komoditi yang dibeli oleh seseorang dapat menciptakan sebuah identitas diri seseorang yang kemudian dikenal oleh orang lain. Hasil analisa menyatakan bahwa *NCT* memiliki pengaruh besar terhadap *brand* yang dipromosikannya, kemudian mempengaruhi perilaku konsumtif *NCTzen*, yang membuat para *NCTzen* memiliki identitas diri dari produk yang mereka beli. Hal ini sejalan dengan teori yang dipakai oleh penulis.

**Kata Kunci:** perilaku konsumtif, *NCT*, *brand ambassador*



## ABSTRACT

*The Korean Wave is a culture that originates from South Korea and produces many cultural products that are spread throughout the world, especially Indonesia. One of the Korean Wave products that is famous among Indonesian people is its music which is usually referred to as K-pop or Korean Pop, which also includes many famous music groups, one of which is NCT. NCT has a fan group called NCTzen. NCT is very well known by the wider community in Indonesia, so this has attracted the interest of entrepreneurs to collaborate with NCT to increase sales figures by providing various benefits to attract buyers. This of course influences the consumer behavior of fans so that they are willing to do anything to buy these products. The research method in this thesis uses a qualitative type involving six sources. The theory used is the Consumer Society theory put forward by Jean Baudrillard which also states that commodities purchased by someone can create a person's self-identity which is then known by other people. The results of the analysis state that NCT has a big influence on the brands it promotes, which then influences the consumer behavior of NCTzens, which makes NCTzens have their own identity from the products they buy. This is in line with the theory used by the author.*

**Keywords:** *consumptive behaviour, NCT, brand ambassador*

## DAFTAR ISI

|                                                                            |             |
|----------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>                                             | <b>ii</b>   |
| <b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>                                          | <b>iii</b>  |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>                                           | <b>iv</b>   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>                                            | <b>v</b>    |
| <b>PRAKATA.....</b>                                                        | <b>vi</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                                       | <b>viii</b> |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                                      | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                                     | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR ISTILAH .....</b>                                                | <b>xii</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                              | <b>1</b>    |
| 1.1. Latar Belakang .....                                                  | 1           |
| 1.2. Rumusan Masalah .....                                                 | 9           |
| 1.3. Tujuan Penelitian.....                                                | 10          |
| 1.4. Manfaat Penelitian.....                                               | 11          |
| 1.4.1. Manfaat Penelitian secara Teoritis .....                            | 11          |
| 1.4.2. Manfaat Penelitian secara Praktis .....                             | 11          |
| 1.5. Kerangka Pemikiran .....                                              | 12          |
| 1.5.1. Penelitian Terdahulu .....                                          | 16          |
| 1.5.2. Landasan Teori.....                                                 | 22          |
| 1.6. Metode Penelitian.....                                                | 25          |
| 1.6.1. Teknik Pengumpulan Data .....                                       | 26          |
| 1.6.2. Lokasi dan Waktu Penelitian .....                                   | 28          |
| 1.6.3. Teknik Analisis Data.....                                           | 28          |
| 1.7. Sistematika Penulisan.....                                            | 31          |
| <b>BAB II NCT DAN BUDAYA POPULER.....</b>                                  | <b>33</b>   |
| 2.1. Sejarah NCT dan NCTzen .....                                          | 33          |
| 2.2. NCT Sebagai <i>Brand Ambassador</i> : Bukti Nyata Budaya Populer..... | 38          |
| 2.3. NCTzen Sebagai Pelaku Budaya .....                                    | 40          |
| 2.3.1. Windi.....                                                          | 42          |
| 2.3.2. Yerin.....                                                          | 43          |
| 2.3.3. Rosa.....                                                           | 44          |
| 2.3.4. Sara.....                                                           | 45          |
| 2.3.5. Rika .....                                                          | 46          |
| 2.3.6. Yuju.....                                                           | 47          |
| <b>BAB III NCT SEBAGAI BRAND AMBASSADOR PRODUK LOKAL DI INDONESIA.....</b> | <b>49</b>   |
| 3.1. NCT dan <i>Brand Ambassador</i> .....                                 | 49          |
| 3.2. Pola Konsumsi NCTzen .....                                            | 57          |
| 3.3. Mensukseskan NCT sebagai <i>Brand Ambassador</i> Produk Lokal .....   | 68          |
| <b>BAB IV KONSUMSI DAN IDENTITAS DIRI.....</b>                             | <b>77</b>   |
| 4.1. Makna Konsumsi bagi NCTzen .....                                      | 77          |
| 4.2. Pembentukan Identitas Diri NCTzen melalui Perilaku Konsumtif.....     | 87          |

|                                           |            |
|-------------------------------------------|------------|
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>                | <b>95</b>  |
| 5.1. Kesimpulan.....                      | 95         |
| 5.2. Saran .....                          | 97         |
| 5.2.1. Saran Teoritis .....               | 97         |
| 5.2.2. Saran Praktis .....                | 97         |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>               | <b>99</b>  |
| <b>LAMPIRAN FOTO .....</b>                | <b>105</b> |
| <b>LAMPIRAN TRANSKRIP WAWANCARA .....</b> | <b>112</b> |
| <b>BIODATA PENULIS.....</b>               | <b>156</b> |

## DAFTAR ISTILAH

|                           |                                                                                                                                                         |
|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Bias</i>               | : Merujuk pada istilah anggota kesukaan dalam sebuah grup                                                                                               |
| <i>Bubble</i>             | : <i>Platform chatting</i> berbayar yang diciptakan oleh agensi SM Entertainment untuk idolanya dan penggemarnya berinteraksi                           |
| <i>Korean Wave/Hallyu</i> | : Gelombang Korea yang berkembang di berbagai negara                                                                                                    |
| <i>Oppa</i>               | : Panggilan kakak laki-laki dari seorang adik perempuan, namun dalam <i>K-pop</i> biasanya panggilan sayang dari penggemar perempuan ke artis laki-laki |
| <i>Photocard</i>          | : Lembaran foto wajah member sebuah grup                                                                                                                |
| <i>Sub Unit</i>           | : Grup kecil dari sebuah grup <i>K-pop</i>                                                                                                              |
| <i>Merchandise</i>        | : Aksesoris yang berkaitan dengan seorang artis dan diperjualbelikan kepada penggemar artis tersebut.                                                   |
| <i>Member</i>             | : Seorang anggota dalam suatu grup                                                                                                                      |
| <i>Idol</i>               | : Tokoh idola yang banyak disukai oleh masyarakat                                                                                                       |
| <i>Fandom</i>             | : Sebuah sekumpulan penggemar dari suatu kelompok idola tertentu                                                                                        |
| <i>Comeback</i>           | : Istilah yang digunakan untuk menamai event ketika seorang artis atau sekelompok grup mengeluarkan lagu atau album baru                                |
| <i>Streaming</i>          | : Mendengarkan lagu dari seorang artis atau kelompok grup                                                                                               |
| <i>Voting</i>             | : Kegiatan seorang penggemar untuk mendukung idolanya di suatu <i>platform</i> . Agar idolanya mendapatkan penghargaan.                                 |