

**AKTIVISME DIGITAL FANDOM NCTZEN DALAM AKSI  
KEMANUSIAAN DI MEDIA SOSIAL X**

**(Studi Pada Akun X @nctzenhumanity)**

**SKRIPSI**

Program Sarjana (S-1)

Jurusan Sosiologi



Oleh:

**Lia Awaliyah Almuzaki**

NIM. 2106026199

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**

**SEMARANG**

**2025**

## NOTA PEMBIMBING

### NOTA PEMBIMBING

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada :  
Yth. Dekan  
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik  
UIN Walisongo Semarang  
Di Tempat

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara/i:

Nama : Lia Awaliyah Almuzaki  
NIM : 2106026199  
Jurusan : Sosiologi  
Judul Skripsi : Aktivisme Digital Fandom NCTzen dalam Aksi Kemanusiaan di Media Sosial X ( Studi pada Akun X @nctzenhumanity)

Dengan ini telah saya setuju dan mohon agar segera diujikan pada munaqosah. Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb*

Semarang, 13 Juni 2025

Pembimbing,



Akhriyadi Sofian, M. A.

NIP. 197910222023211004

# PENGESAHAN SKRIPSI

## LEMBAR PENGESAHAN

### SKRIPSI

**Aktivisme Digital Fandom NCTzen dalam Aksi Kemanusiaan di Media Sosial X (Studi  
pada Akun X @nctzenhumanity)**

Disusun Oleh :

**Lia Awaliyah Almuzaki**

2106026199

Telah dipertahankan di depan majelis pengujian skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
UIN Walisongo Semarang pada tanggal 24 Juni 2025 dan dinyatakan LULUS.

Susunan Dewan Penguji,

Ketua Sidang Penguji



**Akhriyadi Sofian, M.A.**  
NIP: 197910222023211004

Penguji Utama I

**Naili Ni'matul Illiyun, M.A.**  
NIP: 199101102018012003

Penguji Utama II

**Siti Azizah, M.Si.**  
NIP: 199206232019032016

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Dengan ini, saya Lia Awaliyah Almuzaki menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul **“AKTIVISME DIGITAL FANDOM NCTZEN DALAM AKSI KEMANUSIAAN DI MEDIA SOSIAL X (Studi Pada Akun X @nctzenhumanity)”** hasil karya saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya pihak lain yang diajukan guna memperoleh gelar kesarjanaan di UIN Walisongo Semarang ataupun di lembaga penerbitan maupun yang belum/ tidak diterbitkan. Apabila terdapat unsur-unsur plagiarisme di dalam tulisan skripsi ini, maka saya siap bertanggung jawab dan siap menerima konsekuensi yang ada. Sekian, dan terima kasih.

Semarang, 13 Juni 2025

Yang Menyatakan,

Lia Awaliyah Almuzaki

NIM. 2106026199

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat dan karunia-Nya yang tak terhingga sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Aktivisme Digital Fandom NCTzen dalam Aksi Kemanusiaan di Media Sosial X (Studi pada Akun X @nctzenhumanity)”** tanpa suatu halangan apapun. Sholawat serta salam penulis panjatkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW semoga kita semua mendapatkan syafa'atnya di *yaumul qiyamah* nanti. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan yang baik ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada:

1. Rektor UIN Walisongo Semarang Prof. Dr. Nizar, M.Ag. yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengenyam pendidikan dan menyelesaikan studi ilmu sosial di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang Prof. Dr. H. Imam Yahya, M.Ag. yang selalu memberikan perhatian kepada seluruh mahasiswa FISIP terhadap segala proses yang dilalui.
3. Kepala Jurusan Sosiologi FISIP UIN Walisongo Ibu Naili Ni'matul Illiyun, M.A. yang telah memberikan dukungan untuk menyelesaikan penyusunan dan penulisan skripsi ini.
4. Sekretaris Jurusan Sosiologi FISIP UIN Walisongo Semarang, Bapak Endang Supriyadi, M.A. yang telah memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan penyusunan dan penulisan skripsi ini.
5. Dosen Pembimbing Bapak Akhriyadi Sofian, M.A. yang telah berkontribusi besar, senantiasa meluangkan waktu, dan memberikan pengarahan dalam proses penyusunan skripsi dari awal sampai akhir hingga menyandang gelar S.Sos.

6. Wali Dosen Ibu Kartika Indah Permata, M.A. yang telah memberikan pendampingan dan pengarahan selama masa perkuliahan.
7. Segenap jajaran Bapak/Ibu dosen dan civitas akademik serta staf administrasi FISIP UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmu serta bimbingan sehingga penulis dapat mengimplementasikan ilmu yang telah diberikan ke dalam penulisan skripsi.
8. Teristimewa untuk kedua orang tua tercinta, yaitu Bapak Abdul Rozaq dan Ibu Nunung Afifah. Penulis mengucapkan beribu-ribu terimakasih karena telah diberikan kepercayaan untuk menempuh pendidikan tinggi, dukungan moral dan materil yang tak ternilai harganya serta cinta kasih sayang yang berlimpah, motivasi semangat dan senantiasa mendoakan, serta selalu mendukung segala keputusan penulis. Terimakasih atas segala yang telah diberikan dan dikorbankan kepada penulis yang tak dapat terukur oleh apapun. Semoga Allah SWT. selalu menjaga dan mengasihi kalian dalam kebaikan, kemudahan dan keberkahan, aamiin.
9. Ketiga adik laki-laki penulis yang sangat penulis sayangi yaitu Asep, Abi dan Inu yang selalu memberikan dukungan, mendoakan dan juga menghibur penulis dikala sedang memiliki *mood* yang kurang baik.
10. Mas Shohibul Faroeh S.Sos. yang selalu memberikan dukungan dan membantu penulis dalam penulisan skripsi ini sampai akhir.
11. Sahabat-sahabat penulis yaitu Yuyu Asri, Elok, Safira, Nabilah, Kirani, Aulia, Ainun dan Vivi yang memberikan support selama dibangku perkuliahan yang menjadi tempat diskusi, berbagi dan berkeluh kesah selama perkuliahan terlebih hingga penyelesaian tugas akhir ini.
12. Anggota pengurus HMJ Sosiologi 2023 yang telah banyak memberikan pengalaman terhadap penulis selama di bangku perkuliahan dan juga sahabat-sahabati PMII Rayon F ISIP UIN Waliosngo Semarang yang telah memberikan banyak pengalaman juga selama 2 periode.
13. Teman-teman Sosiologi F angkatan 2021, teman-teman Posko 4 KKN MIT-18 Desa Gempolsewu 2024. Terima kasih telah menjadi teman yang baik dan selalu memberikan bantuan serta dukungan satu sama lain.

14. Teman-teman Kos Wisma Lazam yang selalu menemani, membantu dan memberikan support kepada penulis selama perkuliahan hingga penyelesaian skripsi, terima kasih untuk segala perhatian dan canda tawa yang diberikan kepada penulis.
15. NCTzen dan pihak @nctzenhumanity di media sosial X, khususnya 7 informan yang telah bersedia membantu penulis dalam mendapatkan data-data penelitian semasa pengerjaan tugas akhir ini.
16. Member BTS, Lana Del Rey, Taylor Swift, Fifth Harmony, Kali Uchis, Billie Eilish dan Little Mix yang lagu-lagunya selalu menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
17. Lia Awaliyah Almuzaki, ya! Diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah. Terima kasih sudah bertahan

Dengan segala rasa syukur dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang terlibat, semoga selalu dalam lindungan dan dimudahkan segala urusannya oleh Allah SWT. Penulis berharap hasil karya ilmiah ini dapat memiliki manfaat bagi penulis, pembaca, dan masyarakat, aamiin. Penulis juga menyadari bahwa laporan penelitian skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis berharap diberikan kritik serta saran yang membangun guna penyempurnaan kedepannya.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Semarang, 12 Juni 2025

Lia Awaliyah Almuzaki

NIM. 2106026199

## **PERSEMBAHAN**

Dengan mengucapkan syukur atas rahmat Allah SWT. yang Maha Pengasih lagi  
Maha Penyayang. Segala Puji bagi Allah SWT.

Saya persembahkan karya ini kepada,

Orang tua tercinta Bapak Abdul Rozaq dan Ibu Nunung Afifah yang telah  
mendidik, menyayangi, mendukung, mendoakan, serta berperan penting dalam  
pencapaian gelar pendidikan tinggi S-1.

Almamater Program Studi Sosiologi FISIP UIN Walisongo Semarang yang  
insyaallah banyak mencetak generasi-generasi unggul yang dapat menjadi *agent  
of change* yang taat agama, sebagai tempat menuntut ilmu dan bertemu dengan  
orang-orang baik, serta sebagai saksi perjalanan saya melewati fase kehidupan  
yang penuh dengan pembelajaran sebagai bekal masa depan yang cerah.

## **MOTTO**

*“Jika kamu berbuat baik kepada orang lain (berarti) kamu berbuat baik kepada diri sendiri”*

*(QS. Al-Isra’:7)*

*“We are born to be real, not to be perfect”*

*(Min Yoongi-BTS)*

## ABSTRAK

Aktivisme digital pada fandom NCTzen yang terjadi di media sosial X disebabkan oleh berbagai hal yang menjadi pemicu. Salah satu diantara pemicu tersebut ialah adanya stereotip negatif terhadap fandom NCTzen, mereka seringkali dianggap terlalu fanatik dan histeris dalam mengidolakan seseorang, dan juga dianggap sebagai fandom yang kebanyakan *war* antar sesama fandom NCTzen. Namun, di sisi lain mereka masih memiliki rasa kemanusiaan yang tinggi dan sadar akan isu-isu yang ada disekitarnya. Melihat peluang tersebut, terdapat satu akun yang menjadi wadah gerakan sosial fandom NCTzen untuk melakukan aksi-aksi kemanusiaan yaitu akun X @nctzenhumanity. Berdasarkan latar belakang tersebut, tujuan penelitian ini mengenai bentuk-bentuk aktivisme digital fandom NCTzen di media sosial X, serta bagaimana strategi akun X @nctzenhumanity membentuk gerakan sosial pada fandom NCTzen di media sosial X.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang menjadikan media sosial X sebagai lapangan penelitian dengan metode kualitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan netnografi. Data yang diperoleh dari sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer dalam penelitian ini bersumber langsung dari 7 informan penelitian. Teknik pengumpulan data penelitian ini melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Kemudian penentuan informan menggunakan teknik purposive sampling. Adapun analisis dalam penelitian ini menggunakan model Milles dan Huberman dilakukan dengan cara mereduksi data, menyajikan data, kemudian menarik kesimpulan. Analisis data pada penelitian ini menggunakan Teori Gerakan Sosial baru milik Alberto Melucci (1985) yang melihat suatu gerakan sosial sebagai identitas kolektif.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa masih banyak fandom NCTzen yang peduli terhadap isu-isu yang ada disekitarnya. Adapun bentuk-bentuk aktivisme digital fandom NCTzen di media sosial X akun @nctzenhumanity ini meliputi *fundraising campaign* atau kampanye untuk kegiatan galang dana, terjun langsung ke lapangan untuk menyalurkan bantuan kemanusiaan, menyuarakan isu global seperti Palestina, mengadakan kegiatan bersama anak-anak, dan aktivisme lainnya. Tujuan mereka melakukan kegiatan tersebut untuk membuktikan bahwa fans K-Pop bukan hanya tertarik pada idolnya saja, melainkan mereka juga memiliki rasa peduli yang tinggi terhadap sesama. Adapun strategi NCTzenHumanity dalam membentuk gerakan sosial antara lain mengidentifikasi target utama dari gerakan sosial yakni fandom NCT dan Non NCTzen, menjalin komunikasi yang aktif dan partisipatif, kolaborasi dengan pihak eksternal serta menunjukkan adanya transparansi kegiatan berupa transparansi dana dan dokumentasi kegiatan.

**Kata Kunci:** Aktivisme Digital, NCTzen, Media sosial X, NCTzenHumanity

## ABSTRACT

*Digital activism within the NCTzen fandom that occurs on social media X is driven by various triggers. One of these triggers is the negative stereotype against the NCTzen fandom, which is often viewed as overly fanatic and hysterical in idolizing someone, and also seen as a fandom that primarily engages in fan wars with other NCTzen fans. However, on the other hand, they still possess a high sense of humanity and are aware of the issues around them. Seeing this opportunity, there is an account that serves as a platform for social movements within the NCTzen fandom for humanitarian actions, namely the account X @nctzenhumanity. Based on this background, the aim of this research is to explore the forms of digital activism within the NCTzen fandom on social media X, as well as how the account X @nctzenhumanity formulates social movements among the NCTzen fandom on social media X.*

*This research is a field study that utilizes social media platform X as its research site, employing a qualitative method. The study adopts a netnographic approach. Data is gathered from both primary and secondary sources. The primary sources for this research are directly obtained from 7 study informants. Data collection techniques for this research include interviews, observation, and documentation. Furthermore, informants are selected using a purposive sampling technique. The analysis in this study uses the Milles and Huberman model, carried out by data reduction, data presentation, and then drawing conclusions. Data analysis in this research utilizes Alberto Melucci's (1985) New Social Movement Theory, which views a social movement as a collective identity.*

*The results of this study indicate that many NCTzen fandom members care deeply about the issues around them. The forms of digital activism carried out by the NCTzen fandom on the X social media account, @nctzenhumanity, include fundraising campaigns, directly participating in the field to distribute humanitarian aid, advocating for global issues like Palestine, organizing activities with children, and other forms of activism. Their goal in conducting these activities is to prove that K-Pop fans are not only interested in their idols but also possess a high degree of concern for others. The strategies employed by NCTzenHumanity in forming social movements include identifying primary targets for their social movements, namely both NCTzen and non-NCTzen fandom members; fostering active and participatory communication; collaborating with external parties; and demonstrating transparency in their activities through financial transparency and documentation activation.*

**Key Words:** *Digital Activism, NCTzen, Social Media X, NCTzenHumanity*

## DAFTAR ISI

|                                                                                                                                           |      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| NOTA PEMBIMBING .....                                                                                                                     | ii   |
| PENGESAHAN SKRIPSI .....                                                                                                                  | iii  |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....                                                                                                          | iv   |
| KATA PENGANTAR .....                                                                                                                      | v    |
| PERSEMBAHAN.....                                                                                                                          | viii |
| MOTTO .....                                                                                                                               | ix   |
| ABSTRAK.....                                                                                                                              | x    |
| <i>ABSTRACT</i> .....                                                                                                                     | xi   |
| DAFTAR ISI.....                                                                                                                           | xii  |
| DAFTAR GAMBAR .....                                                                                                                       | xv   |
| DAFTAR TABEL.....                                                                                                                         | xvii |
| BAB I PENDAHULUAN.....                                                                                                                    | 1    |
| A. Latar Belakang .....                                                                                                                   | 1    |
| B. Rumusan Masalah .....                                                                                                                  | 6    |
| C. Tujuan Penelitian .....                                                                                                                | 6    |
| D. Manfaat Penelitian .....                                                                                                               | 7    |
| E. Tinjauan Pustaka .....                                                                                                                 | 7    |
| F. Kerangka Teori.....                                                                                                                    | 11   |
| G. Metode Penelitian.....                                                                                                                 | 20   |
| H. Sistematika Penulisan .....                                                                                                            | 25   |
| BAB II AKTIVISME DIGITAL FANDOM NCTZEN DALAM AKSI KEMANUSIAAN<br>DI MEDIA SOSIAL X DAN TEORI GERAKAN SOSIAL BARU ALBERTO MELUCCI<br>..... | 28   |
| A. Definisi Konseptual.....                                                                                                               | 28   |
| 1. Aktivisme Digital .....                                                                                                                | 28   |

|                                                                                           |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 2. Fandom NCTzen .....                                                                    | 32  |
| 3. Aksi Sosial Kemanusiaan .....                                                          | 37  |
| 4. Media Sosial X .....                                                                   | 40  |
| B. Teori Gerakan Sosial Baru Alberto Melucci .....                                        | 48  |
| 1. Konsep Dasar Teori Gerakan Sosial Baru .....                                           | 48  |
| 2. Asumsi Dasar Teori Gerakan Sosial Baru .....                                           | 50  |
| 3. Konsep Kunci .....                                                                     | 53  |
| C. Aktivisme menurut Perspektif Islam .....                                               | 58  |
| BAB III GAMBARAN UMUM AKUN X @NCTZENHUMANITY .....                                        | 62  |
| A. Gambaran Akun @nctzenhumanity .....                                                    | 62  |
| 1. Sejarah Terbentuknya Akun nctzenhumanity .....                                         | 62  |
| 2. Profil Akun X @nctzenhumanity .....                                                    | 64  |
| B. Aktivitas Akun X @nctzenhumanity .....                                                 | 68  |
| 1. Ajakan donasi secara <i>crowdfunding</i> .....                                         | 68  |
| 2. Ajakan volunteering .....                                                              | 71  |
| 3. Konten Edukasi Terkait Isu-Isu .....                                                   | 74  |
| BAB IV BENTUK-BENTUK AKTIVISME DIGITAL FANDOM NCTZEN PADA<br>AKUN X @NCTZENHUMANITY ..... | 77  |
| A. Fundraising Campaign di Media Sosial X .....                                           | 78  |
| 1. Fundraising untuk General Campaign .....                                               | 79  |
| 2. Fundraising untuk <i>Palestine Campaign</i> .....                                      | 94  |
| B. Akun X @nctzenhumanity Menerjunkan Relawan ( <i>Volunteering</i> ) .....               | 102 |
| 1. Kelola akun @nctzenhumanity .....                                                      | 102 |
| 2. Relawan untuk Terjun ke Lapangan .....                                                 | 104 |
| C. Kegiatan Bersama Anak-Anak .....                                                       | 107 |

|                                                                    |     |
|--------------------------------------------------------------------|-----|
| 1. Donasi Untuk Anak-Anak yang Membutuhkan .....                   | 107 |
| 2. <i>Workshop</i> Bersama Anak-Anak .....                         | 110 |
| 3. Nonton Bareng Bersama Anak-Anak.....                            | 113 |
| 4. <i>Birthday Project</i> Idol NCT .....                          | 115 |
| BAB V STRATEGI AKUN X @NCTZENHUMANITY DALAM MEMBENTUK              |     |
| GERAKAN SOSIAL PADA KALANGAN FANDOM NCTZEN.....                    | 117 |
| A. Menentukan Target Utama Kampanye Gerakan Sosial di Media Sosial | 117 |
| 1. Fandom NCTzen .....                                             | 118 |
| 2. Non NCTzen.....                                                 | 120 |
| B. Kampanye Gerakan Sosial di Media Sosial X oleh NCTzen.....      | 134 |
| 1. Kampanye Kemanusiaan Terkait Boikot NCT dan Produk Terafiliasi  | 135 |
| C. Membuat Laporan Pertanggung Jawaban .....                       | 153 |
| BAB VI PENUTUP .....                                               | 160 |
| A. Kesimpulan .....                                                | 160 |
| B. Saran.....                                                      | 161 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                               | 163 |
| LAMPIRAN.....                                                      | 177 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....                                          | 180 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                           |     |
|---------------------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 1. Akun X @nctzenhumanity .....                                    | 3   |
| Gambar 2. Aktivisme Digital NCTzen dalam Bentuk Galang Dana .....         | 4   |
| Gambar 3. Jumlah Donasi .....                                             | 5   |
| Gambar 4. Perubahan Logo Twitter ke X .....                               | 42  |
| Gambar 5. Hiatus menjadi Fandom NCTzen .....                              | 54  |
| Gambar 6. NCTzen Indonesia Protes Menggunakan LED Truk .....              | 55  |
| Gambar 7. NCTzeHumanity x Dompot Dhuafa.....                              | 56  |
| Gambar 8. Fandom NCTzen memiliki ikatan emosional yang kuat.....          | 58  |
| Gambar 9. Logo @nctzenhumanity .....                                      | 66  |
| Gambar 10. Profil akun @nctzenhumanity .....                              | 67  |
| Gambar 11. Ajakan Crowdfunding dari @nctzenhumanity .....                 | 70  |
| Gambar 12. Ajakan Volunteering .....                                      | 72  |
| Gambar 13. Konten Edukasi .....                                           | 75  |
| Gambar 14. Jenyo dan Jaemin Bertemu Pudori dan selamat di Indonesia ..... | 81  |
| Gambar 15. Melanjutkan Semangat Berbagi Jenyo dan Jaemin.....             | 82  |
| Gambar 16. Meramaikan Tagar #TolakKenaikkanPPN12Persen.....               | 84  |
| Gambar 17. NCTzen Turun pada Aksi Demonstrasi #TolakPPN12Persen.....      | 86  |
| Gambar 18. Salah Satu Benruk Hate speech Kepada Fandom NCTzen.....        | 88  |
| Gambar 19. Denial Terhadap Isu Yang Sedang Terjadi .....                  | 89  |
| Gambar 20. Idol NCT Donasi untuk Bencana Gempa Bumi.....                  | 92  |
| Gambar 21. Fandom NCTzen Donasi untuk Korban Bencana Alam .....           | 93  |
| Gambar 22. Donasi dari NCTzen untuk Palestina .....                       | 97  |
| Gambar 23. Diskusi Isu Palestina .....                                    | 100 |
| Gambar 24. Recruitment Relawan NCTzen.....                                | 103 |
| Gambar 25. Relawan untuk Membantu Pendistribusian Donasi .....            | 105 |
| Gambar 26. NCTzen Peduli Anak-Anak Panti Asuhan .....                     | 108 |
| Gambar 27. NCTzen Mendistribusikan Bantuan Kepada Anak Sekolah .....      | 110 |
| Gambar 28. Workshop Bersama NCTzen dan Anak-Anak .....                    | 111 |
| Gambar 29. Nobar Serial Kartun bersama Anak-Anak .....                    | 113 |
| Gambar 30. Birthday Project Jenyo dan Renjun bersama Anak-Anak.....       | 115 |

|                                                                        |     |
|------------------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 31. Ketertarikan Non NCTzen dengan NCTzenHumanity .....         | 121 |
| Gambar 32. NCTzenhumanity Memanfaatkan Platform Kitabisa.com .....     | 125 |
| Gambar 33. Memanfaatkan Platform Kitabisa.com Untuk Crowdfunding ..... | 125 |
| Gambar 34. Memanfaatkan Platform Donasi di Dompot Dhuafa.....          | 127 |
| Gambar 35. Penjelasan Alur Donasi .....                                | 127 |
| Gambar 36. NCTzenHumanity & Human Initiative Peduli Bencana Alam ..... | 129 |
| Gambar 37. Kolaborasi antara NCTzenHumanity & Komunitas Bareng Warga   | 131 |
| Gambar 38. Bantuan Makanan & Minuman untuk Aksi #IndonesiaGelap .....  | 131 |
| Gambar 39. Kolaborasi NCTzenHumanity dan Humanies Project .....        | 133 |
| Gambar 40. Awal Permasalahan adanya Kampanye Boikot NCT.....           | 135 |
| Gambar 41. Pesan Boikot Terhadap Produk Terafiliasi.....               | 138 |
| Gambar 42. Menaikkan Tagar di media sosial X.....                      | 142 |
| Gambar 43. Postingan akun @snmchive .....                              | 143 |
| Gambar 44. Donasi untuk Kirim LED Truk .....                           | 145 |
| Gambar 45. LED Truk Protes di depan Gedung SM & Starbucks .....        | 146 |
| Gambar 46. Postingan akun @Yuuyouwi_.....                              | 150 |
| Gambar 47. Postingan terkait member yang ikut bersuara .....           | 152 |
| Gambar 48. Transparansi Dana Kegiatan NCTzenhumanity.....              | 154 |
| Gambar 49. Komentar Negatif pada akun X @nctzenhumanity .....          | 157 |

## **DAFTAR TABEL**

|                                                       |    |
|-------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. Data Informan .....                          | 24 |
| Tabel 2. Struktur Pengurus Inti @nctzenhumanity ..... | 65 |

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Aktivisme digital adalah suatu gerakan sosial yang ada di dalam media digital, dan mampu untuk mengorganisir, memobilisasi, mengakomodasi segala kepentingan, karena media digital dianggap lebih mudah untuk menjangkau anggota maupun pengikut (Zakiyah dkk, 2022). Menurut Manuel Castells dalam bukunya “*Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*” (2012), menjelaskan bahwa aktivisme digital dapat menimbulkan gerakan sosial secara global dan menyeluruh tanpa adanya hambatan fisik yang mudah tumbuh di lingkungan media digital. Media sosial telah menjadi satu elemen penting dalam membangun interaksi sosial dan pertukaran informasi, membentuk opini publik, dan menciptakan perubahan sosial. Nurhadi (2017) menjelaskan terdapat berbagai platform media sosial yang tidak hanya digunakan sebagai sarana untuk berkomunikasi, akan tetapi dapat dimanfaatkan sebagai alat untuk membangun sebuah komunitas digital dan berbagi minat bersama. Komunitas digital merupakan sekelompok orang yang ada di dunia maya, mereka memiliki minat yang sama dan memiliki kebebasan untuk saling bertukar pikiran, pandangan serta informasi.

Fandom, atau dikenal dengan sebutan *fans* merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan sekumpulan penggemar yang berkumpul disekitar suatu objek tertentu, contohnya musik, film maupun selebriti (Almaida dkk, 2021). Dalam konteks ini, setiap anggota dalam sebuah fandom memiliki minat yang sama, terlibat dalam sebuah diskusi, dan turut berpartisipasi dalam berbagai aktivitas yang berkaitan dengan objek yang mereka cintai. Fandom bukan hanya diistilahkan sebagai para penggemar yang dikatakan pasif, namun banyak juga penggemar yang terlibat dalam berbagai aktivitas seperti *fan art*, *fan fiction*, dan menyelenggarakan acara atau proyek lainnya. Hal tersebut memperlihatkan bahwa fandom lebih dari sekedar kecintaannya terhadap suatu objek, mereka juga menciptakan jejaring sosial

(Hanjani, 2019). Fandom biasanya saling berinteraksi melalui forum-forum khusus yang mereka buat seperti menggunakan internet sebagai sarana untuk sekedar *sharing* terkait kesenangan mereka, hal tersebut dinamakan *fanbase* (Fauziah, 2015).

Salah satu fenomena fandom yang menarik perhatian peneliti ialah *fans* K-Pop. Mereka sering dianggap memiliki sikap berlebihan, fanatik, histeris, obsesif, konsumtif, suka menghambur-hamburkan uangnya untuk membeli barang yang dianggap tidak penting, dan memperoleh stereotip lainnya (Amalia, 2019). Stigma-stigma negatif tersebut merupakan pandangan yang dangkal dan hanya dilihat sebelah mata. Disisi lain, para penggemar K-pop juga turut aktif menanggapi isu-isu sosial dan berpartisipasi dalam sebuah aksi kemanusiaan melalui dunia siber, sehingga praktik tersebut dianggap sebagai aktivisme digital. Maka, penting bagi mereka yang kurang suka dengan K-Pop untuk tidak mengekang kebebasan berekspresi dan memahami pilihan orang lain khususnya fandom K-Pop (Djelantik dkk, 2015). Menurut Lee Jee Young selaku Dosen Faculty of Arts and Design, University of Canberra, Australia mengungkapkan saat ini penggemar K-Pop tidak hanya menjadi konsumen, akan tetapi juga turut berpartisipasi dalam membentuk budaya partisipatif di ranah media digital. Penggemar K-pop dapat melakukan aktivisme digital secara kreatif karena memegang nilai-nilai progresif. Para penggemar K-Pop seringkali mengatasnamakan idola mereka dan terlibat aktif dalam aktivisme sosial maupun politik di bidang digital seperti ikut menyuarakan hak asasi manusia, kampanye sosial dan lingkungan, hingga pendidikan (Hendriyana, 2021).

Kajian mengenai aktivisme digital fandom K-pop telah dilakukan oleh banyak akademisi, salah satunya oleh Sumardiono (2022). Kajian tersebut membahas mengenai penggalangan dana untuk korban Kanjuruhan yang telah dilakukan oleh para fandom K-pop mulai dari Army, NCTzen, Engene, dan fandom lainnya melalui platform media sosial yang disediakan oleh masing-masing fandom. Mereka dengan responsif turut berkontribusi dalam membantu menurunkan tingkat kerentanan keluarga korban tragedi Kanjuruhan

(Sumardiono, 2020). Kajian ini berbeda dengan kajian sebelumnya yakni dengan memfokuskan pada salah satu platform media sosial, yaitu X (Twitter). Penelitian ini berfokus pada kelompok penggemar K-Pop bernama NCTzen khususnya akun X @nctzenhumanity. Kajian ini akan membahas terkait bentuk aksi kemanusiaan yang dilakukan oleh para aktivisme digital dalam kelompok tersebut, serta strategi gerakan sosial yang dibangun oleh akun X @nctzenhumanity dalam membentuk gerakan sosial pada kalangan fandom NCTzen.

Gambar 1. Akun X @nctzenhumanity



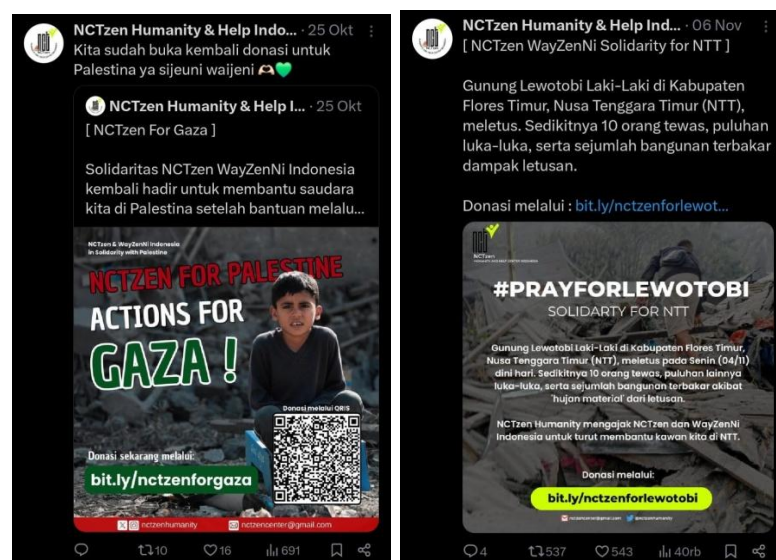
(Sumber: X @nctzenhumanity, 2024)

Gambar 1 menampilkan profil akun X @nctzenhumanity, kemunculan akun tersebut berangkat dari aksi sosial galang dana yang dilakukan oleh NCTzen Indonesia terhadap salah satu isu sosial yang ada di Indonesia yakni pada tragedi Kanjuruhan, menjadikan semakin bertambahnya peminat dari para fandom NCTzen lainnya untuk turut berpartisipasi, penggemar yang memiliki minat pada bidang kerelawanan, sehingga menjadi salah satu faktor yang memprakarsai akun X @nctzenhumanity sebagai wadah gerakan sosial bagi aktivisme digital fandom NCTzen (Aprina dkk, 2024). Akun @nctzenhumanity (NCTzen Humanity & Help Indonesia) bergabung melalui media sosial X dan resmi dibentuk pada tanggal 6 Oktober 2022 yang saat ini telah memiliki sebanyak 16.456 jumlah pengikut, 45 jumlah mengikuti, dan

sebanyak 1745 unggahan pada akunnya yang berisi konten-konten tentang aksi sosial yang dilakukan oleh para NCTzen Indonesia.

Berbagai aktivitas yang dilakukan oleh NCTzen di akun media sosial X @nctzenhumanity salah satunya ialah aktivisme digital dalam bentuk penggalangan dana secara virtual yang ditujukan untuk masyarakat yang membutuhkan, peneliti temukan sebagai berikut,

*Gambar 2. Aktivisme Digital NCTzen dalam Bentuk Galang Dana*



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024)

Gambar diatas merupakan salah satu bentuk aktivisme digital yang dilakukan oleh penggemar NCTzen melalui akun @nctzenhumanity di media sosial X. Postingan tersebut menampilkan konten berupa ajakan bagi para NCTzen untuk turut berkontribusi dalam aksi kemanusiaan berupa donasi. Ajakan ini menjadi kesempatan bagi para penggemar untuk berperan aktif dalam mendukung masyarakat yang tengah mengalami kesulitan. Aksi tersebut ditujukan kepada masyarakat Palestina yang sedang mengalami krisis kemanusiaan akibat konflik berkepanjangan, seperti kehilangan tempat tinggal, keluarga dan kerabat, serta mengancam keamanan hidup manusia. Bukan hanya untuk masyarakat Palestina, ajakan untuk berdonasi ini juga ditujukan untuk membantu masyarakat Indonesia, khususnya mereka yang bertempat

tinggal di wilayah Nusa Tenggara Timur yang terkena dampak bencana alam letusan gunung berapi. Oleh karena itu, hal diatas memperlihatkan bahwa akun @nctzenhumanity dan para fandom NCTzen lainnya ingin membantu sesama manusia dan jangkauannya pun bukan hanya untuk masyarakat Indonesia, namun juga secara global.

Gambar 3. Jumlah Donasi



(Sumber: Dompot Dhuafa, 2025)

Gambar diatas memperlihatkan bentuk penggalangan dana untuk masyarakat Palestina dengan diprakarsai oleh NCTzen dan WayZenNi Indonesia (nctzenhumanity). Berkolaborasi dengan Dompot Dhuafa sebagai penyalur donasi dari para fandom NCTzen dengan total dana yang terkumpul Rp. 211.966.692, dan terdapat 5.063 donatur. Para fandom NCTzen memperlihatkan rasa kepeduliannya terhadap lingkungan sekitarnya, menciptakan rasa solidaritas diantara setiap individu, dan terhadap aktivitas yang mereka lakukan. Melalui tindakan kolektif ini, penggemar tidak hanya menunjukkan dukungan terhadap idola mereka, tetapi juga berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat, dengan menunjukan rasa kepeduliannya yang tinggi terhadap isu-isu kemanusiaan dengan memanfaatkan media sosial dan teknologi digital yang ada. Akun X @nctzenhumanity (NCTzen *Humanity and*

*Help* Indonesia) berusaha menjadi wadah untuk membangun solidaritas sosial dan memobilisasi sumber daya untuk berpartisipasi dalam aksi kolektif yang berdampak luas.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai media sosial X @nctzenhumanity yang berfungsi sebagai wadah gerakan sosial untuk para aktivisme digital fandom NCTzen dalam melakukan aksi sosial kemanusiaan. Melalui akun tersebut, peneliti ingin memperlihatkan bagaimana media sosial berperan penting dalam memfasilitasi partisipasi masyarakat untuk aktif dalam melakukan hal kebaikan, dan membuktikan bahwa fans K-Pop bukan hanya tertarik pada idolnya saja, melainkan mereka juga memiliki rasa peduli yang tinggi terhadap sesama. Maka, judul yang diambil oleh peneliti dalam penelitian ini adalah “Aktivisme Digital Fandom NCTzen dalam Aksi Kemanusiaan di Media Sosial X (Studi pada akun X @nctzenhumanity)”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di ungkapkan sebelumnya, maka tersusunlah rumusan masalah sebagai berikut,

1. Apa saja bentuk-bentuk aktivisme yang dilakukan oleh akun @nctzenhumanity dan para aktivis digital fandom NCTzen pada media sosial X?
2. Bagaimana strategi akun @nctzenhumanity dalam membentuk gerakan sosial pada kalangan fandom NCTzen melalui media sosial X?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut,

1. Untuk mengetahui bentuk-bentuk aksi kemanusiaan yang dilakukan oleh akun @nctzenhumanity dan para aktivis digital fandom NCTzen pada media sosial X
2. Untuk mengetahui strategi akun @nctzenhumanity dalam membentuk gerakan sosial pada kalangan fandom NCTzen melalui media sosial X

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi keilmuan di bidang sosiologi, dan dapat digunakan sebagai sumber referensi atau rujukan penelitian selanjutnya yang tertarik mengkaji sosiologi siber, khususnya tentang aktivisme digital fandom NCTzen di media sosial X.

##### **2. Manfaat Praktis**

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan mampu memberikan pengetahuan atau wawasan kepada masyarakat dan mahasiswa terkait aktivisme digital fandom NCTzen pada media sosial X khususnya pada akun @nctzenhumanity.

#### **E. Tinjauan Pustaka**

Untuk melihat kajian sebelumnya yang berkaitan dengan judul penelitian ini, peneliti membagi kajian pustaka menjadi beberapa tema, yaitu mengenai aktivisme digital, fandom K-Pop, aksi sosial.

##### **1. Aktivisme digital**

Tema kajian yang membahas mengenai aktivisme digital dibahas oleh beberapa akademisi, seperti yang telah dilakukan oleh Raden Ahmad Rosyiddin Brillyanto (2021), Inda Rizky Putri dan Ellya Pratiwi (2022), Aina Nurdiyanti dan Hendrayanto (2023), Mutiara S. Hapsari, dkk (2024), dan Ariqh Erviana Putra dan Oci Senjaya (2024). Menurut Brillyanto (2021) yang membahas mengenai aktivisme digital yang dilakukan oleh komunitas Amnesty Internasional Indonesia. Gerakan tersebut memberikan kontribusinya dalam memobilisasi masyarakat untuk berpartisipasi sehingga menunjang tercapainya visi dan misi yang telah diinisiasi oleh gerakan tersebut. Kemudian kajian yang dibahas oleh Putri dan Pratiwi (2022) menunjukkan bahwa aktivisme digital yang

digagas oleh Saling.id memanfaatkan platform media sosial. Bentuk aktivisme digital yang dilakukan ialah penggunaan tagar untuk membangun sebuah jaringan sosial, memberikan konten edukasi, kampanye, tujuannya untuk meningkatkan partisipasi masyarakat digital mengenai isu sosial lingkungan.

Kajian milik Nurhidayanti dan Hendrayanto (2023) menjelaskan bahwa internet dan media baru menghasilkan paradigma baru bagi kewarganegaraan partisipatif digunakan sebagai alat pemberdayaan terhadap gerakan yang peduli dengan isu-isu sosial. Media digital juga memainkan peran penting yaitu menumbuhkan rasa kewarganegaraan dalam konteks lokal dan global. Kemudian, kajian milik Hapsari dkk (2024) yang membahas mengenai aktivisme digital menggunakan tagar yang dibentuk karena protes terhadap dinasti politik dan nepotisme di pemerintahan Indonesia. Sehingga munculnya kekecewaan publik pada #MosiTidakPercaya pada pemerintahan dan konflik kepentingan yakni MK (Mahkamah Konstitusi) diganti menjadi #MahkamahKeluarga. Selanjutnya, Putra dan Senjaya (2024) yang membahas mengenai aktivisme digital dalam membangun kesadaran atas kekerasan seksual dilihat berdasarkan perspektif sosiologi. Gerakan #MeeTooMovement berfungsi sebagai wadah untuk membantu para korban kekerasan seksual untuk berani bersuara dan berdiskusi.

Berdasarkan lima rujukan di atas ditemukan persamaan bahwa antara penelitian terdahulu dan penelitian yang akan penulis lakukan sama-sama membahas mengenai aktivisme digital pada ranah media sosial yang sangat kompleks dan terbilang efektif dilakukan pada masa kini. Penelitian di atas lebih terfokuskan meneliti pada media sosial seperti Instagram, serta penggunaan tagar. Namun, yang membedakan dengan penelitian yang akan dibahas ini yaitu kajiannya yang terfokuskan pada salah satu media sosial yakni pada media sosial X. Penelitian ini terbatas pada kelompok penggemar NCT, membahas berbagai aksi-aksi kemanusiaan yang dilakukan oleh para aktivisme digital dalam kelompok

tersebut, khususnya pada akun X @nctzenhumanity.

## 2. Fandom K-pop

Tema kajian yang membahas mengenai fandom K-Pop telah dilakukan oleh Detty Layla Hasan (2021), Iin Nurrahmayani (2022), Tiara Kusuma Dewi (2022), Alifa Alang Ditya (2023), Desyani Eka Ningtyas (2024). Menurut Hasan (2021) dalam penelitiannya mengenai Celebrity Worship pada fandom K-Pop di Semarang dengan menggunakan analisis bimbingan dan konseling Islam. Ditemukan bahwa terdapat kegiatan berupa *charity* dan diskusi, tujuannya bersinggungan dengan peningkatan kesehatan mental dan rasa kepercayaan pada diri. Kemudian kajian yang dibahas oleh Nurrahmayani (2022) menunjukkan bahwa idol K-Pop yang menjadi Brand Ambassador suatu produk menimbulkan penggemarnya menjadi konsumtif, dibanding iklan yang ditampilkan di Korea. Sedangkan, tingkat kereligiusan tidak memiliki pengaruh terhadap fandom K-Pop.

Kajian milik Dewi (2022) menjelaskan bahwa budaya K-Pop telah memberikan dampak kepada gaya hidup remaja, yaitu munculnya rasa konsumerisme dan fanatisme. Akan tetapi, budaya K-Pop juga memberikan motivasi kepada para fandom K-Pop untuk selalu bekerja keras dan menabung. Kemudian, kajian milik Ditya (2023) membahas mengenai perilaku konsumtif fandom NCTzen dalam pembelian produk dari Brand Ambassador idolnya. Ditemukan bahwa terdapat beberapa alasan dalam pembelian produk tersebut yaitukarena terdapat hadiah, menjaga loyalitas, pembelian produk viral, dengan tujuan menjaga citra diri sebagai fandom NCTzen. Selanjutnya, kajian mengenai bentuk fanwar NCTzen di media sosial X yang telah dibahas oleh Desyani (2024) menjelaskan bahwa, tujuan dari adanya fanwar tersebut adalah untuk meluapkan kekesalan, kepuasan batin, keadilan, menyerang idola, dan pembelaan terhadap idol.

Berdasarkan beberapa rujukan yang telah dipaparkan diatas ditemukan persamaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan yakni

terletak mengkaji mengenai objek kajian fandom K-Pop dengan berbagai pembahasan. Perbedaan penelitian terletak pada pembahasan yang ada. Penelitian ini terbatas pada kelompok penggemar NCT yang turut aktif dalam kegiatan sosial diselenggarakan oleh salah satu akun di media sosial X @nctzenhumanity. Penelitian terdahulu lebih fokus terhadap pembahasan mengenai gaya hidup dan konsumerisme fandom NCTzen. Sedangkan penelitian ini bukan hanya fokus membahas mengenai aksi-aksi sosial apa saja yang telah diselenggarakan oleh fandom NCTzen, namun juga membahas terkait bentuk strategi gerakan sosial yang dibangun oleh para fandom NCTzen melalui akun X @nctzenhumanity sehingga akun tersebut dapat digunakan sebagai perantara oleh aktivisme digital khususnya NCTzen.

### 3. Aksi sosial

Tema kajian yang membahas aksi sosial telah dilakukan oleh Nandang Rukanda, Sri Nurhayati dan Ganda (2020), Puji Hadiyanti dan Heni Herawati Dhalimunte (2020), Isa Anshori dan Fatikha Aulia Alinta Nadiyya (2023), Jafar Lantowa dan Rahmatan Idul (2023), terakhir Arief Soetiawan dkk (2023). Ditemukan pembahasan mengenai aksi sosial oleh Rukanda dkk (2020) yang membahas tentang aksi sosial yang dilakukan oleh karang taruna di Desa Cikole, Lembang Kabupaten Bandung Barat. Tujuannya untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam bergotong royong, serta meningkatkan rasa peduli terhadap sekitarnya. Kemudian kajian milik Hadiyanti dan Dhalimunte (2020) membahas aksi sosial berbasis pemberdayaan dengan pengolahan sampah rumah tangga. Hal tersebut menimbulkan dua peluang yakni menjaga kebersihan lingkungan, dan membuka peluang usaha dengan bahan dasar sampah.

Selanjutnya, kajian milik Anshori dan Nadiyya (2022) menyatakan bahwa gerakan sosial yang awalnya dilakukan hanya berfokus secara fisik, kemudian bertransformasi pada media sosial. Sehingga media sosial memiliki peran untuk dijadikan sebagai sarana untuk melakukan gerakan sosial mengenai isu-isu sosial, serta membangun opini publik.

Kemudian kajian milik Lantowa dan Idul (2023) yang membahas tentang aksi sosial yang tercermin dalam pemberitaan media digital terkait kebijakan pemerintah semasa pandemi yakni program PPKM dan vaksinasi. Dari beberapa berita yang disampaikan bahwa ada beberapa berita yang setuju dan tidak setuju adanya kebijakan kedua program tersebut. Terakhir, kajian milik Soetiawan dkk (2023) yang membahas mengenai aksi sosial dan kemanusiaan yang dilakukan oleh gerakan sosial Semanggi Foundation. Gerakan tersebut membantu masyarakat dalam mengembangkan potensi dirinya melalui aksi sosial yang dilaksanakan dalam berbagai bidang seperti kemanusiaan, agama, seni budaya, dan pendidikan, serta gerakan tersebut menjunjung tinggi kesolidaritasan dan memperoleh dampak positif untuk masyarakat.

Berdasarkan lima rujukan diatas ditemukan persamaan bahwa antara penelitian terdahulu dan penelitian yang akan penulis lakukan sama-sama membahas mengenai aksi sosial yang dilakukan dalam komunitas masyarakat. Namun, yang membedakan dengan penelitian yang akan dibahas ini yaitu kajiannya yang terfokuskan pada salah satu media sosial yakni pada media sosial X. Penelitian ini terbatas pada kelompok penggemar NCT, membahas berbagai aksi-aksi kemanusiaan yang dilakukan oleh para aktivisme digital dalam kelompok tersebut, khususnya pada akun X @nctzenhumanity. Selain itu, penelitian ini juga ingin mengkaji terkait bentuk strategi gerakan sosial yang dibangun oleh para fandom NCTzen melalui akun X @nctzenhumanity sehingga akun tersebut dapat digunakan oleh aktivisme digital khususnya NCTzen.

## **F. Kerangka Teori**

### **1. Definisi Konseptual**

#### **a. Aktivisme digital**

Menurut Manuel Castells dalam buku nya “*Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*” (2012), menjelaskan bahwa aktivisme digital dapat menimbulkan gerakan sosial secara global dan menyeluruh tanpa adanya hambatan fisik

yang mudah tumbuh di lingkungan media digital. Media sosial telah menjadi satu elemen penting dalam membangun interaksi sosial dan pertukaran informasi, membentuk opini publik, dan menciptakan perubahan sosial. Zakiyyah dkk (2022) menjelaskan aktivisme digital adalah suatu gerakan sosial yang ada di dalam media digital, dan mampu untuk mengorganisir, memobilisasi, mengakomodasi segala kepentingan, karena media digital dianggap lebih mudah untuk menjangkau anggota maupun pengikut. Hal tersebut merupakan fenomena dimana seseorang dapat menggunakan dan memanfaatkan teknologi digital, khususnya penggunaan internet dan media sosial, yang bertujuan untuk memobilisasi, mengorganisir, dan menyuarakan isu-isu sosial, politik maupun lingkungan.

Media digital seperti internet, sosial media, e-mail, atau informasi elektronik lainnya dapat digunakan dan dimanfaatkan untuk kegiatan-kegiatan positif. Seperti pada kegiatan kampanye atau gerakan sosial yang memiliki tujuan untuk mewujudkan perubahan sosial dan politik. Kegiatan tersebut biasa disebut sebagai bentuk aktivisme digital. Media digital memiliki kemungkinan besar untuk menjangkau penyebaran informasi dan komunikasi yang lebih cepat dan efisien bagi para anggota suatu gerakan tertentu, sehingga dapat menjangkau kalangan yang lebih luas. Karena terbentuknya interaksi, setiap pengguna media digital menggunakannya untuk berkreasi serta membagikan informasi dengan pengguna lain secara lebih luas lagi melalui jaringan individualnya. Sehingga hal itu lah yang mempengaruhi maraknya aktivisme digital pada masa kini (Chusna, 2021).

b. Fandom NCTzen

Menurut Matt Hills dalam bukunya yang berjudul “*Fan Cultures*” (2002) menjelaskan bahwa fandom dilihat dan dianggap sebagai komunitas emosional. Hills menjelaskan istilah fandom memiliki arti bentuk keterlibatan afektif dari penggemar yang

membangun hubungan emosional yang mendalam terhadap hal yang mereka suka, seperti karakter fiksi, selebriti, hobi atau yang lainnya. Sehingga, diantara para penggemar menciptakan ikatan emosional dan menjadi bagian dari identitas mereka. Fandom seringkali dianggap sebagai resistensi atau penolakan terhadap kekuatan yang dominan ada di masyarakat. Fandom seringkali muncul diantara kelompok-kelompok sosial yang merasa terpinggirkan atau tidak terwakilkan secara memadai oleh budaya arus utama. Oleh karena itu, fandom telah memberikan ruang untuk memunculkan ekspresi identitas dan resistensi sosial.

Fandom adalah sebuah bentuk refleksi yang ada pada diri seseorang. Sedangkan hubungan seseorang dengan subjek yang disukai dianggap sebagai fandom atau penggemar. Hal itu mencerminkan seseorang ketika memandang dirinya dan dunia disekitarnya sebagai hal yang disukai. Melalui proses tersebut fandom membentuk dan mengekspresikan identitas dirinya (Mukmin dkk, 2023). Fandom memiliki ciri khas tersendiri yakni adanya ikatan yang kuat terhadap kesamaan minat mereka. Memiliki identitas tersendiri seperti nama penggemar, dan simbol. Selain itu, anggota fandom sering terlibat langsung dalam berbagai aktivitas yang digelar seperti diskusi online, menghadiri acara yang digemari, bahkan melakukan kegiatan-kegiatan sosial (Bastian C.S, 2019).

NCTzen adalah salah satu nama atau sebutan pada fandom yang menggemari *Boyband* grup asal Korea Selatan dibawah naungan SM Entertainment yaitu NCT (*Neo Culture Technology*). Grup tersebut beranggotakan 23 orang dan akan terus bertambah, sehingga terbagi lagi menjadi beberapa unit grup seperti NCT 127, NCT Dream, NCT U, Wayv, dan unit lainnya. *Boyband* grup NCT sampai saat ini sudah mengeluarkan berbagai karya yakni lagu sebagai karya utamanya, *Vlogger* yang dilakukan melalui platform aplikasi YouTobe, siaran langsung melalui aplikasi V Live, dan aktif

di beberapa sosial media lainnya. Boyband grup ini sangat populer pada kalangan anak muda, dan memiliki penggemar hampir seluruh penjuru dunia, termasuk di Indonesia yang merupakan bagian dari fandom besar NCT (Ananda dkk, 2021).

NCTzen sendiri berasal dari kata NCT dan citizen, kata citizen memiliki makna tersendiri yaitu warga atau penduduk, dalam artian para penggemar yang dianggap sebagai warga dari dunia *Boyband* K-Pop NCT. Nama fandom NCTzen diresmikan pada tahun 2017 yang diumumkan oleh seluruh anggota NCT melalui siaran langsung pada aplikasi V Live (Rahmayani, 2022). Nama tersebut diberikan kepada penggemar sebagai identitas khusus serta menyatukan setiap anggota menjadi satu fandom yang besar. NCTzen biasanya terlibat aktif dalam mendukung seluruh kegiatan NCT, mulai dari membeli album, menonton konser, menonton video music di YouTube, mendengarkan lagu-lagunya, menghadiri *fanmeeting*, hingga melakukan *vote* untuk mendukung NCT meraih penghargaan dalam sebuah acara. Selain itu, NCTzen juga turut andil dalam isu-isu sosial dan politik yang ada. Mereka secara bersamaan dan menunjukkan kesolidaritasannya berkontribusi pada aksi-aksi kemanusiaan, maupun yang lainnya. Sehingga, selain mendukung para idolanya mereka juga melekat terhadap lingkungan sekitarnya.

c. Aksi sosial kemanusiaan

Aksi sosial kemanusiaan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh individu maupun kelompok untuk mempengaruhi lingkungan masyarakat dikarenakan adanya tujuan yang ingin dicapai melalui tindakan kolektif. Tujuan aksi sosial yakni meliputi meningkatkan kesejahteraan masyarakat, mengubah kebijakan, ataupun meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu-isu sosial (Giddens dalam Suharko, 2006). Adanya kampanye, demonstrasi, *volunteer* dan penggalangan dana merupakan bentuk-bentuk kegiatan pada aksi sosial guna mencapai perubahan sosial. Dengan

kontribusi dan partisipasi yang dilakukan oleh individu maupun kelompok dalam sebuah aksi sosial dapat memenuhi tujuan sosial yang lebih baik, serta menciptakan lingkungan yang sejahtera, adil, aman dan setara.

Menurut Rukanda dkk (2020) menjelaskan terkait aksi sosial bahwa aksi sosial ialah sebuah kegiatan yang terkoordinasi dan memiliki tujuan pada perubahan sosial dalam hal memenuhi kebutuhan, mencari solusi untuk memecahkan masalah, mengoreksi ketidakadilan dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Aksi sosial diinisiasi oleh para profesional di bidang kesejahteraan sosial, ekonomi, politik, agama, militer, serta oleh individu yang langsung terdampak oleh masalah tersebut.

d. Media Sosial X

Media sosial Twitter kini telah berganti nama menjadi media sosial X diresmikan pada tanggal 22 Juli 2023 oleh Elon Musk. Bukan hanya nama aplikasinya yang berubah, namun fitur-fitur yang ada didalamnya juga ikut berubah. Media sosial X dijadikan sebagai tempat interaktivitas seseorang tanpa ada batasan, yang mana berpusat pada audio, pesan, video, gambar, dan *marketplace* yang digunakan untuk meuangkan ide konten, menjual barang, layanan publik serta peluang (Isnanto, 2023). Musk sebagai pemilik aplikasi X saat ini, dengan upgradenya Twitter yang mulanya menggunakan logo burung biru terganti menjadi logo X bukan hanya sebagai *rebranding*. Akan tetapi, sebagai langkah awal untuk mengubah utilitas aplikasi tersebut menjadi serbabisa, walaupun pada awalnya menuai banyak kontroversial atas berpindahnya Twitter ke X, lantaran adanya fitur berbayar seperti *X Blue*.

Media sosial X memiliki fitur berupa unggahan, teks, foto, video dan gift. Saat ini, X dilengkapi dengan fitur lainnya seperti *retweet*, *quote twets*, *likes*, jumlah *viewers*, *Direct Messenger (DM)*, *follow*, *timeline*, notifikasi, trending topik, *treads*, dan fitur

searching. Sehingga, mudah dalam penggunaannya, mendorong untuk saling menjalin komunikasi, bertukar informasi secara cepat dan dapat diakses secara real time. X juga memungkinkan para penggunanya untuk berbagi sudut pandang atau berdiskusi dan berpartisipasi dalam mengikuti pembahasan isu-isu terbaru atau trending. Bahkan, X dijadikan sebagai wadah untuk memobilisasi masyarakat dalam sebuah komunitas guna melakukan aksi sosial seperti diskusi, kampanye, melakukan *crowdfunding*, dan sebagainya yang berkaitan dengan isu sosial yang ada.

## 2. Teori Gerakan Sosial Baru Alberto Melucci

### a. Konsep Teori Gerakan Sosial Baru

Teori Gerakan Sosial Baru merupakan suatu pendekatan teoritis terbaru yang menjelaskan tentang perubahan karakter dari Gerakan Sosial (*Social Movement*). Muncul sekitar era tahun 1960-an dan 1970-an terutama di kalangan masyarakat Eropa dan Amerika (Singh, 2010). Masyarakat Eropa dan Amerika saat itu menyaksikan munculnya gerakan skala besar sekitar isu-isu yang mendasarkan pada aspek humanis (*humanist*), kultural (*cultural*), dan non-materialistik (*nonmaterialistic*). Tujuan-tujuan dan nilai-nilai dari gerakan ini secara esensial bersifat universal, yakni diarahkan untuk memberikan perlindungan dan mempertahankan kondisi kehidupan manusia ke arah yang lebih baik.

Teori gerakan sosial dijelaskan oleh Alberto Melucci (1996) sebagai suatu gerakan yang berbasis tiga kategori analisis, yakni gerakan yang membangun formasi aksi kolektif yang memerlukan solidaritas untuk memanifestasi konflik, kemudian bertujuan mengubah atau merombak sistem yang lama. Gerakan sosial dipicu oleh situasi baru dari konflik yang terjalin dengan kehidupan sehari-hari, konflik itu sendiri meliputi kode-kode simbolik, tuntutan-

tuntutan identitas, dan tuntutan-tuntutan personal atau ekspresif (Suwardi, 2015).

Konsep identitas kolektif merupakan sebuah proses aktif yang terjadi secara terus menerus dan ketika mulai mendekati tindakan sosial yang dilembagakan, proses tersebut semakin mengkristal ke dalam bentuk-bentuk organisasi, sistem aturan, dan hubungan kepemimpinan. Dengan demikian, identitas kolektif mengandaikan kemampuan reflektif diri aktor sosial yang menghasilkan orientasi dan makna simbolis yang dapat dikenali oleh aktor sosial lainnya, bagaimana aktor mampu menghubungkan efek tindakan mereka dengan diri mereka sendiri, serta kemampuan mereka untuk membangun hubungan masa lalu dan masa depan berkaitan dengan tindakan dan efeknya (Melucci dalam Ivan, 2020).

Apabila dilihat dari konteks fandom NCTzen yang berperan sebagai aktivisme digital teori gerakan sosial Melucci membantu menjelaskan bagaimana identitas kolektif tersebut terbentuk. Mengenai bagaimana secara sadar aktivis digital fandom NCTzen membangun pengetahuan bersama terkait isu-isu sosial, pembentukan jejaring sosial, mengidentifikasi identitas diri, sehingga membangun basis utama pada aksi kemanusiaan yang dibentuk oleh para aktivis fandom NCTzen.

b. Asumsi Dasar Teori Gerakan Sosial Baru

Alberto Melucci melihat bentuk Gerakan Sosial Baru (GSB) sebagai “tersegmentasi, sebuah struktur jejaring dengan banyak kepala”, yang merupakan produk transformasi mendalam Gerakan sosial di era *post-industry*. Medan konflik sosial dalam mode Maxist biasanya dilihat sebagai lokasi struktur kelas masyarakat. Dalam perkembangannya sekarang, konflik sosial melebihi dan meluber keluar dari ruang-ruang sosial berdasarkan kelas, ia meluas melintasi kotak-kotak pengkhususan masyarakat atau sistem politik (Singh, 2010).

Touraine (1985) dan Melucci (1996) menggagas perspektif ‘mengapa’ gerakan sosial terjadi. Fokusnya adalah mencari hubungan antara gerakan sosial dan perubahan struktur dan budaya dalam skala luas. Touraine mengaitkan gerakan sosial dengan konflik yang mendominasi pada masyarakat tertentu, dan menitik beratkan analisisnya pada pembentukan identitas (*identity formation*). Gerakan ini menyuarakan, mengarah dan berjuang bagi isu-isu kemausiaan dan isu-isu yang berhubungan dengan kondisi mendasar keberadaan manusia serta mungkin bagi keberadaan yang layak di masa depan (Guntaradewa, 2018).

Identitas kolektif menurut Milani dan Laniado (2007) merupakan pemahaman akan diri yang terkontruksi melalui interaksi dan nilai-nilai yang dibagi bersama. Dalam konteks aktivisme digital fandom NCTzen, identitas kolektif merupakan hal penting untuk melihat adanya peleburan aktor gerakan dalam perjuangan yang dilakukan oleh kelompok penggemar NCTzen. Para aktor berusaha untuk membentuk ide-ide pada level kolektif yang akhirnya menyatu karena adanya persamaan maupun perbedaan.

c. Konsep Kunci

Dalam teori gerakan sosial baru yang dicetuskan oleh Alberto Melucci, terdapat tiga konsep yaitu:

- 1) Identitas Kolektif sebagai suatu proses yang melibatkan definisi kognitif tentang tujuan aksi, sarana yang dimanfaatkan, dan bidang tindakan yang mereka lakukan. Implementasi dari poin pertama ini menjelaskan bahwa secara sadar fandom NCTzen membangun tujuan dari pada aksi kemanusiaan yang dilakukan yakni untuk memberikan dampak positif pada masyarakat membutuhkan, dan keberhasilan dalam memberikan manfaat yang lebih luas serta memberikan dampak positif bagi kehidupan orang lain.

Sehingga, fandom NCTzen bukan hanya terdiri dari anggota yang sekedar mencintai idolanya akan tetapi lebih dari itu, mereka berusaha mematahkan stereotip yang diterima dengan menunjukkan bahwa mereka bukan hanya dianggap sebagai fandom yang fanatik, namun dianggap sebagai fandom yang turut berkontribusi sebagai pembentuk budaya partisipatif dengan memanfaatkan teknologi digital yang digunakan sebagai sarana untuk memperkuat identitas kolektif dengan membentuk ruang komunikasi terbuka dimana fandom NCTzen dapat saling berinteraksi, berbagi informasi dan tindakan yang mendukung keberlanjutan.

- 2) Identitas kolektif sebagai suatu proses yang mengacu pada jaringan relasi aktif antar aktor yang berinteraksi (*interact*), berkomunikasi (*communicate*), saling mempengaruhi (*influence each other*), negosiasi (*negotiate*) dan membuat keputusan (*make decisions*). Bentuk organisasi serta model kepemimpinan, saluran komunikasi dan teknologi komunikasi merupakan bagian dari jaringan relasi untuk menjalankan gerakan.

Poin ini menjelaskan tentang bagaimana gerakan mengalami dinamika internalnya dalam menjalin relasi sosial. Jaringan sosial pun akan terbentuk serta mempengaruhi aspek kolektivitas yang terjalin di dalam gerakan itu sendiri. Pada poin ini, menjelaskan mengenai aksi kemanusiaan yang dilakukan oleh fandom NCTzen melalui akun X @nctzenhumanity dalam membangun jaringan sosial baik internal maupun eksternal. Dinamika yang terjadi dari pola relasi tersebut akan mempengaruhi keberhasilan gerakan. Nctzenhumanity berusaha memperluas jaringan melalui media sosial, selain itu mereka juga melakukan kolaborasi dengan salah satu penyalur dana yang terpercaya di Indonesia, demi terwujudnya cita-cita dari para fandom NCTzen.

- 3) Tingkat tertentu dari investasi emosional, yang memungkinkan individu merasakan seperti bagian dari suatu kesatuan tentang mengapa suatu gerakan tersebut dilakukan. Identitas kolektif tidak pernah sepenuhnya dapat dinegosiasikan, karena partisipasi dalam aksi kolektif memiliki makna yang tidak dapat direduksi terkait perhitungan biaya-manfaat. Poin menjelaskan mengenai setiap individu yang telah mengidentifikasi dirinya sebagai fandom NCTzen dan merasa menjadi satu kesatuan dalam sebuah kelompok melalui akun X @nctzenhumanity.

Akun nctzenhumanity berusaha untuk mewujudkan rasa kesolidaritasan dari para fandom NCTzen. Banyak anggota fandom turut berpartisipasi pada aksi kemanusiaan yang tidak semua orang terlibat. Mereka terdorong akan rasa tanggung jawab moral sebagai bagian dari fandom NCTzen yang peduli terhadap sesama, sehingga identitas kolektif tersebut tidak dapat dipertukarkan dengan perhitungan rasional semata. Keikutsertaan dalam aksi sosial oleh NCTzen sering kali bukan hanya tentang apa yang bisa mereka peroleh, tetapi tentang kontribusi mereka dalam mempengaruhi dunia secara positif. Ini bisa dilihat dalam cara mereka berkomunikasi di media sosial dan mengajak anggota fandom lainnya untuk ikut serta dalam aksi. Dengan melibatkan diri dalam aktivitas sosial yang lebih besar, mereka merasa menjadi bagian dari perubahan yang bermakna, dan hal ini memperkuat ikatan emosional mereka dengan gerakan tersebut.

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian digital atau *digital research*, yang dimaksud adalah lapangan virtual pada media sosial X dengan batas penelitian pada aktivisme digital NCTzen melalui akun X

@nctzenhumanity. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan biasanya memakai metode analisis (Fiantika, dkk, 2022). Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena pada subjek penelitian. Menurut Creswell dalam (Kusumastuti & Khoiron, 2019) menjelaskan bahwa dalam penelitian kualitatif terdapat beberapa langkah penting, yaitu memberikan pertanyaan kepada informan, pengumpulan data yang spesifik dari informan, analisis data secara induktif yang dimulai dari tema khusus ke tema umum, dan penafsiran makna dari data yang telah terkumpul.

Penelitian ini menggunakan pendekatan netnografi. Pendekatan netnografi adalah pendekatan penelitian yang dilakukan secara *online* menggunakan internet. Menurut Robert Kozinets (dalam Annisa, 2019) menjelaskan bahwa netnografi merupakan istilah lain dari etnografi yang mengkhususkan kajian pada budaya dan komunitas online. Netnografi bukan hanya menggunakan kata-kata, namun juga berupa gambar, foto, suara, serta memahami interaksi sosial dalam komunitas digital. Menurut Kozinets (dalam Sofian, 2023) terdapat beberapa tahapan dalam melakukan riset dengan menggunakan pendekatan netnografi yaitu,

- a. *Definition of research question, social sites or topics investigate*, merupakan tahap perencanaan melakukan penelitian. Pada penelitian ini penulis merencanakan penelitian yang berfokus pada aktivisme digital pada kalangan NCTzen di media sosial X khususnya akun X @nctzenhumanity sebagai wadah gerakan sosial NCTzen dalam melakukan aksi kemanusiaan.
- b. *Community identification and selection*. Tahap ini terjadi ketika peneliti melakukan kontak awal dan memasuki lingkungan komunitas. Dalam hal ini, peneliti melakukan pra riset, mencari informan, dan melakukan kontak awal yaitu menghubungi akun-akun yang akan dijadikan sebagai informan serta memenuhi kriteria.
- c. *Community participation-observation (engagement, immersion) and*

*data collection (ensure ethical procedures)*. Pada tahap ini peneliti mengumpulkan data dengan melakukan observasi terhadap komunitas yang diteliti. Dalam penelitian ini peneliti menggali data dengan melakukan observasi atau pengamatan melalui postingan dan kegiatan pada akun X @nctzenhumanity, serta melakukan wawancara dengan informan terpilih, mengenai bentuk dan strategi aktivisme digital fandom NCTzen pada akun X @nctzenhumanity.

- d. *Data analysis and iterative interpretation of findings*. Pada tahapan ini peneliti melakukan analisis dan interpretasi data-data yang telah dikumpulkan. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan interpretasi data dan menganalisis tiap-tiap data dengan menggunakan kajian atau penelitian terdahulu dan teori Gerakan Sosial Baru. Alberto Melucci.
- e. *Write, present, and report research findings and/or theoretical and/or policy implication*. Pada tahapan terakhir ini, peneliti melakukan presentasi terkait hasil akhir dari riset yang dikerjakan.

## 2. Sumber dan Jenis Data

### a. Data primer

Data primer adalah informasi yang dikumpulkan secara langsung dari informan yang terkait dengan penelitian tanpa adanya perantara. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada peneliti.

### b. Data sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung diterima oleh pengumpul data. Data yang dikumpulkan bisa melalui orang lain atau lewat dokumen. Dalam penelitian ini, data sekunder yang digunakan berupa buku, artikel jurnal, gambar, serta dokumen lain yang relevan dengan topik penelitian ini.

## 3. Teknik Pengumpulan Data

### a. Observasi

Observasi adalah suatu cara pengumpulan data yang melibatkan pengamatan cermat serta pencatatan secara sistematis (Khaatimah & Wibawa, 2017). Pada penelitian ini, peneliti melakukan teknik observasi non partisipatoris, yaitu dengan mengamati aktivitas pada akun media sosial X @nctzenhumanity serta interaksi yang terjadi didalamnya.

b. Wawancara

Teknik wawancara merupakan suatu cara pengumpulan data yang memberikan pertanyaan dan jawaban antara peneliti dan informan (Khaatimah & Wibawa, 2017). Wawancara dalam penelitian ini akan dilakukan dengan wawancara terstruktur, yakni mengajukan pertanyaan yang telah disiapkan. Wawancara akan digunakan sebagai sarana dalam mengumpulkan informasi dengan memberikan pertanyaan untuk dijawab secara lisan maupun tulisan. Dalam wawancara ini akan melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan informan.

Teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive*. Teknik *purposive* merupakan penentuan informan yang bersumber dari pertimbangan tertentu. Dalam kajian ini peneliti telah menentukan kriteria informan yang akan di wawancarai yaitu admin akun X @nctzenhumanity, mengikuti perkembangan akun X @nctzenhumanity, NCTzen yang berkontribusi pada akun X @nctzenhumanity dan non NCTzen yang mengikuti @nctzenhumanity. Karena dengan memilih informan yang memenuhi kriteria tersebut, maka informan akan memberikan informasi yang cukup mendalam terkait penelitian terkait aktivisme digital pada akun X @nctzenhumanity.

*Tabel 1. Data Informan*

| No. | Nama        | Usia     | Keterangan     |
|-----|-------------|----------|----------------|
| 1.  | Informan H  | 25 Tahun | NCTzenHumanity |
| 2.  | Informan AF | 22 Tahun | NCTzen         |
| 3.  | Informan B  | 22 Tahun | NCTzen         |
| 4.  | Informan A  | 20 Tahun | NCTzen         |
| 5.  | Informan F  | 24 Tahun | NCTzen         |
| 6.  | Informan Z  | 23 Tahun | NCTzen         |
| 7.  | Informan M  | 19 Tahun | Non NCTzen     |

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara mengumpulkan data yang melibatkan pengumpulan dan analisis berbagai dokumen, termasuk dokumen tertulis, gambar, serta dokumen elektronik seperti catatan, transkrip, buku, surat kabar, agenda kegiatan, foto, dan lain sebagainya (Mahmudah, 2021). Dalam penelitian ini, teknik dokumentasi yang digunakan oleh peneliti merupakan data-data yang berkaitan dengan aktivitas apa saja yang dilakukan pada akun X @nctzenhumanity dan para fandom NCTzen lainnya yang turut berkontribusi.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model milik Miles dan Huberman. Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dalam tiga tahap, yakni mereduksi data, menyajikan data, dan menarik kesimpulan atau verifikasi data (Murdiyanto, 2020).

a. Reduksi data

Reduksi data adalah mencari pola dan tema, kemudian memilih dan memfokuskan pada yang penting. Dengan melakukan hal ini, data yang telah direduksi akan menghasilkan gambaran yang lebih

terperinci, mempermudah peneliti untuk melanjutkan pengumpulan data, dan mempermudah pencarian data jika diperlukan. Dengan seperti itu, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas. Selain itu akan memudahkan peneliti dalam menggali data lebih banyak dan menemukannya saat diperlukan (Murdiyanto, 2020).

b. Penyajian data

Miles dan Huberman mengungkapkan bahwa Data dalam penelitian kualitatif bisa disajikan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart, dan sejenisnya. Dengan menampilkan data, akan lebih mudah dalam memahami yang terjadi dan merencanakan tindakan selanjutnya berdasarkan hal apa yang dipahami. Setelah itu, disarankan dalam melakukan display data, selain dengan teks yang naratif, juga dapat berupa grafik, matrik, jejaring kerja, dan chart (Abdussamad, 2021).

c. Penarikan kesimpulan

Menurut Miles dan Huberman, tahap ketiga pada analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan pertama hanyalah sementara dan bisa saja berubah jika tidak ditemukan bukti yang kuat untuk mendukung langkah berikutnya dalam pengumpulan data. Namun, jika kesimpulan pertama didukung oleh bukti yang kuat dan konsisten ketika peneliti ke lapangan untuk menggali data, maka kesimpulan tersebut dapat dipercaya.

## **H. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan skripsi diperuntukkan untuk dapat memberikan suatu kemudahan guna memahami dan memberikan gambaran secara aris besar mengenai isi dari skripsi ini. Adapun dalam penulisannya, dibagi menjadi 6 bab sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini peneliti akan menguraikan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

## **BAB II AKTIVISME DIGITAL FANDOM NCTZEN DALAM AKSI KEMANUSIAAN DAN TEORI GERAKAN SOSIAL BARU ALBERTO MELUCCI**

Bab ini akan menguraikan tentang aktivisme digital fandom NCTzen, konsep kunci teori gerakan sosial baru dan dijabarkan pula definisi konseptual guna memberi pemahaman yang sama antara peneliti dan pembaca, serta memberi batasan agar terfokus dan sesuai dengan rencana penelitian. Pada bab ini juga akan dijelaskan mengenai teori gerakan sosial baru Alberto Melucci yang menjadi dasar pada penelitian ini, seperti konsep teori, asumsi dasar, konsep kunci hingga relevansi teori dengan penelitian yang akan dikaji.

## **BAB III GAMBARAN UMUM AKUN X @NCTZENHUMANITY**

Bab ini akan menjelaskan tentang gambaran umum lokasi penelitian seperti profil akun X @nctzenhumanity yang meliputi logo, visi misi dan kegiatan-kegiatan yang ada pada akun X @nctzenhumanity.

## **BAB IV BENTUK-BENTUK AKTIVISME DIGITAL FANDOM NCTZEN PADA AKUN X @NCTZENHUMANITY**

Bab ini menguraikan hasil penelitian dari wawancara maupun observasi terkait pertanyaan penelitian yang pertama, yaitu menjelaskan bagaimana bentuk-bentuk aksi kemanusiaan yang dilakukan oleh akun @nctzenhumanity dan para aktivis digital fandom NCTzen pada platform media sosial X.

## **BAB V STRATEGI AKUN X @NCTZENHUMANITY DALAM MEMBENTUK GERAKAN SOSIAL PADA KALANGAN FANDOM NCTZEN**

Bab ini menguraikan hasil penelitian melalui wawancara dan observasi terkait dengan pertanyaan penelitian yang kedua, yaitu menjelaskan bagaimana strategi akun @nctzenhumanity dapat membentuk gerakan sosial pada kalangan fandom NCTzen melalui platform media sosial X.

## **BAB VI PENUTUP**

Pada bab terakhir ini akan memberikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan. Saran ditujukan untuk penelitian selanjutnya maupun pembaca yang tertarik pada aktivisme digital atau gerakan sosial yang dilakukan oleh fandom NCTzen.

**BAB II**  
**AKTIVISME DIGITAL FANDOM NCTZEN DALAM AKSI**  
**KEMANUSIAAN DI MEDIA SOSIAL X DAN TEORI GERAKAN SOSIAL**  
**BARU ALBERTO MELUCCI**

**A. Definisi Konseptual**

1. Aktivisme Digital

a. Konsep Aktivisme Digital

Konsep aktivisme digital dimaknai sebagai aktivitas kampanye publik yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk mewujudkan tujuan tertentu yang mendorong terciptanya perubahan dalam beragam aspek (Edwards, Howard, and Joye, 2016). Tujuan aktivisme digital tidak terbatas pada keberhasilan dalam memobilisasi, tetapi berusaha untuk memberikan pengetahuan alternatif mengenai isu yang sedang diadvokasi. Sehingga, media sosial menjadi arena ideal dalam praktik aktivisme digital karena berperan sebagai jembatan komunikasi antara aktor dengan pengguna media sosial lainnya (Glassman, 2012 dalam Palfrey and Gasser, 2013).

Aktivisme digital telah membuka pintu bagi partisipasi global, menghapus batasan geografis, dan memungkinkan suara-suara kecil terdengar di seluruh dunia. Munculnya internet, menjadikan banyak organisasi pergerakan sosial telah menjadi gerakan yang transnasional, atau memiliki kemampuan lebih untuk mengubah bentuk organisasinya menjadi sebuah organisasi transnasional. Meskipun aksi aktivisme digital telah semakin mengglobal. Implementasi dari aktivisme digital masih dipengaruhi oleh faktor-faktor yang bersifat kontekstual, antara lain politik, ekonomi, dan sosial, misalnya. Metode umum dari aktivisme digital termasuk petisi daring, email bombings, virtual sit-ins, hacktivism, serangan DOS (*Denial of Service*), aktivisme tagar, dan advokasi penggunaan

*open source* (Zahira & Hermanadi, 2021).

Chon dan Park mendefinisikan media aktivisme sosial sebagai fenomena sosial yang memiliki pertanda adanya topik yang dijadikan sebagai perdebatan, aksi kelompok, persatuan atas identitas kolektif, dan inisiasi berbasis komunikasi dalam penyelesaian masalah. Sedangkan Brown mendefinisikan bahwa aktivisme yang memanfaatkan media sosial sebagai jaringan sosial yang terbentuk dan digunakan dalam kegiatan aktivisme guna mengatur sebuah tindakan dalam mempromosikan perubahan sosial dan politik (Prastika dkk, 2023). Aktivisme digital adalah suatu gerakan sosial yang ada dalam media digital, dan mampu untuk mengorganisir, memobilisasi, mengakomodasi segala kepentingan, karena media digital dianggap lebih mudah untuk menjangkau anggota maupun pengikut. Hal tersebut merupakan fenomena dimana seseorang dapat menggunakan dan memanfaatkan teknologi digital, khususnya penggunaan internet dan media sosial, yang bertujuan untuk memobilisasi, mengorganisir, dan menyuarakan isu-isu sosial, politik maupun lingkungan (Zakiyyah dkk, 2022).

Media digital seperti internet, sosial media, e-mail, atau informasi elektronik lainnya dapat digunakan dan dimanfaatkan untuk kegiatan-kegiatan positif. Seperti pada kegiatan kampanye atau gerakan sosial yang memiliki tujuan untuk mewujudkan perubahan sosial dan politik. Kegiatan tersebut biasa disebut sebagai bentuk aktivisme digital. Media digital memiliki kemungkinan besar untuk menjangkau penyebaran informasi dan komunikasi yang lebih cepat dan efisien bagi para anggota suatu gerakan tertentu, sehingga dapat menjangkau kalangan yang lebih luas. Karena terbentuknya interaksi setiap pengguna media digital digunakan untuk berkreasi serta membagikan informasi dengan pengguna lain secara lebih luas lagi melalui jaringan individualnya. Sehingga hal itu lah yang mempengaruhi maraknya aktivisme digital pada masa kini (Chusna,

2021).

Aktivisme digital telah terbukti menjadi sarana yang kuat untuk mobilisasi politik akar rumput dan menyediakan cara-cara baru untuk melibatkan para pengunjuk rasa. Selain itu, tindakan online dapat menjadi penting di negara-negara di mana ruang publik sangat diatur atau berada di bawah kendali militer. Dalam kasus seperti itu, tindakan online adalah pilihan yang lebih baik daripada tindakan langsung yang mungkin secara fisik berbahaya. Protes daring juga dapat digunakan melawan lembaga transnasional (Condrobimo, 2024).

b. Karakteristik Aktivisme Digital

Aktivisme saat ini telah bergeser untuk penggunaan medianya dalam memperjuangkan semangat pergerakan, polarisasi aktivisme amatlah beragam, mulai dari isu HAM, demokrasi, lingkungan hidup, hingga anti korupsi. Selain itu, Wijayanto, Hendra, dan Esther (2020) menegaskan terdapat empat karakteristik aktivisme digital, diantaranya:

- 1) Aktivisme digital yang dilakukan masyarakat mampu suatu perubahan politik dan berdampak terhadap proses lahirnya suatu kebijakan.
- 2) Aktivisme digital yang dilakukan masyarakat berdampak terhadap meningkatnya kesadaran dikalangan masyarakat tentang adanya problem sosial politik tertentu.
- 3) Aktivisme digital berdampak terhadap semakin menguatnya gerakan kampanye oleh masyarakat sipil, namun pada saat yang sama juga diperkuat oleh oligarki.
- 4) Aktivisme digital memberikan dampak positif, sekurang-kurangnya dalam mendukung efektivitas koordinasi di internal gerakan masyarakat itu sendiri.

c. Tipe-Tipe Aktivisme Digital

Terdapat tiga kategori aktivisme digital (Sandor Vegh dalam

Hikmanari, 2009):

1) Tipe *Awariness* atau Advokasi

Pada tipe ini, kegiatan aktivisme digital yang dilakukan dengan melakukan kampanye dan petisi secara daring, serta pemanfaatan beberapa platform media digital untuk mengkampanyekan isu-isu tertentu. Menurut Notoadmodjo (2003), advokasi adalah upaya pendekatan terhadap orang lain yang dianggap memiliki pengaruh dalam keberhasilan suatu program maupun kegiatan yang dilakukan. Advokasi memiliki tujuan untuk mempengaruhi seseorang atau kelompok dalam mengambil kebijakan ataupun keputusan. Proses advokasi cukup penting dilakukan untuk mengomunikasikan isu penting dengan merencanakan strategi yang memiliki target utama adalah pengambilan kebijakan. Keberhasilan advokasi diperoleh apabila proses yang dilakukan cukup terstruktur, sistematis, terencana, dan bertahap dengan tujuan yang jelas untuk memberikan pengaruh perubahan kebijakan untuk menjadi lebih baik.

2) Tipe *Hactivism*

Pada tipe ini, aktivisme digital yang dilakukan yakni dengan meretas sebuah situs web atau sistem komputer sebagai bentuk wujud rasa protes atau melakukan perlawanan terhadap isu-isu yang ada. *Hactivism* mulai dikenal dan naik daun pada tahun 1990-an dengan motif politik ideologis dalam melakukan aksinya. *Hactivism* sendiri berasal dari kata *hack* dan *activism*, yang berarti dapat dipahami bahwa *hactivism* adalah sebuah aksi demonstrasi di dunia maya menggunakan teknik *hacking*. *Hactivism* berbeda dengan kegiatan *hack* lainnya, karena terdapat alasan tertentu untuk melakukan peretasan tersebut yaitu keinginan adanya perubahan sosial dan politik, tidak berkaitan dengan finansial. *Hactivism* biasanya

menargetkan pemerintah, industri besar, lembaga dan perusahaan multinasional sebagai targetnya (Persadha, 2020).

### 3) Tipe *Slacktivism* atau *Clicktivisme*

Pada tipe ini, aktivisme digital yang dilakukan yakni dengan melakukan dukungan terhadap isu-isu, namun tindakan tersebut hanya dilakukan melalui media sosial maupun platform tertentu dan terpercaya. Menurut Fred Clark (2020) istilah *slacktivism* digunakan pada tahun 1995 dalam rangkaian seminar dengan Dwight Ozard. Dimana tujuan awal aktivitas ini adalah untuk mempengaruhi masyarakat dalam skala pribadi kecil oleh anak muda. *Slacktivism* didefinisikan menjadi salah satu jenis praktik politik digital tujuan untuk meningkatkan kesadaran, menghasilkan perubahan dan memberikan kepuasan kepada orang yang terlibat dalam aktivitas. Morozov (2009) menegaskan *Slacktivism* atau *Clicktivisme* merupakan tipe yang ideal untuk generasi malas, tidak peduli dengan demonstrasi ketika kebangkitan internet jauh lebih menarik.

## 2. Fandom NCTzen

### a. Konsep Fandom NCTzen

Menurut Matt Hills dalam bukunya yang berjudul “*Fan Cultures*” (2002) menjelaskan bahwa fandom dilihat dan dianggap sebagai komunitas emosional. Hills menjelaskan istilah fandom memiliki arti bentuk keterlibatan afektif dari penggemar yang membangun hubungan emosional yang mendalam terhadap hal yang mereka suka, seperti karakter fiksi, selebriti, hobi atau yang lainnya. Sehingga, diantara para penggemar menciptakan ikatan emosional dan menjadi bagian dari identitas mereka. Fandom seringkali dianggap sebagai resistensi atau penolakan terhadap kekuatan yang dominan ada di masyarakat. Fandom seringkali muncul diantara

kelompok-kelompok sosial yang merasa terpinggirkan atau tidak terwakilkan secara memadai oleh budaya arus utama. Oleh karena itu, fandom telah memberikan ruang untuk memunculkan ekspresi identitas dan resistensi sosial.

NCTzen adalah salah satu nama komunitas fandom yang menggemari *boyband* grup asal Korea Selatan dibawah naungan agensi SM Entertainment yaitu NCT (*Neo Culture Technology*). Grup tersebut beranggotakan 26 *member* diantaranya Taeil, Johnny, Yuta, Kun, Doyoung, Ten, Jaehyun, Winwin, Jungwoo, Mark, Xiaojun, Hendery, Renjun, Jeno, Haechan, Jaemin Yangyang, Chenle, Jisung, Sion, Riku, yushi, Daeyoung, Ryo, dan Sakuya, namun mereka terbagi lagi menjadi enam unit grup diantaranya seperti NCT 127, NCT Dream, NCT U, Wayv, NCT DoJaeJung, dan NCT Wish. Boyband grup ini sangat populer pada kalangan anak muda, dan memiliki penggemar hampir seluruh penjuru dunia, termasuk di Indonesia yang merupakan bagian dari fandom besar NCT (Ananda dkk, 2021).

NCTzen sendiri berasal dari kata NCT dan citizen, kata citizen memiliki makna tersendiri yaitu warga atau penduduk, dalam artian para penggemar yang dianggap sebagai warga dari dunia *boyband* K-Pop NCT. Nama fandom NCTzen diresmikan pada tahun 2017 yang diumumkan oleh seluruh anggota NCT melalui siaran langsung pada aplikasi V Live (Rahmayani, 2022). NCTzen biasanya terlibat aktif dalam mendukung seluruh kegiatan NCT, mulai dari membeli album, menonton konser, menonton video musik di YouTube, mendengarkan lagu-lagunya, menghadiri *fanmeeting*, hingga melakukan *vote* untuk mendukung NCT meraih penghargaan dalam sebuah acara. Selain itu, NCTzen juga turut andil dalam isu-isu sosial dan politik yang ada. Mereka secara bersamaan dan menunjukkan kesolidaritasannya berkontribusi pada aksi-aksi kemanusiaan, maupun yang lainnya. Sehingga, selain mendukung para idolanya

mereka juga melek terhadap lingkungan sekitarnya.

b. Karakteristik Fandom NCTzen

Penggemar dari grup K-Pop NCT ini mempunyai keunikan tersendiri yang membedakannya dengan fandom lainnya, diantaranya:

1) Loyalitas terhadap Idol

Fandom NCTzen memiliki tingkat loyalitas yang tinggi terhadap idola mereka. Hal tersebut tercermin dalam berbagai bentuk dukungan, mulai dari mengikuti setiap aktivitas grup, streaming musik tanpa henti, hingga membela idola dari kritik negatif. Selain loyalitas, NCTzen juga sering dikaitkan dengan sifat fanatisme. Fanatisme ini dapat dilihat dari dedikasi yang luar biasa dalam mendukung idolanya mereka rela menghabiskan banyak waktu dan uang untuk mengikuti setiap kegiatan idolanya. Sifat konsumtif juga menjadi ciri khas fandom NCTzen. Mereka tidak ragu untuk membeli berbagai merchandise resmi, album, dan tiket konser.

2) Berinteraksi melalui media sosial

NCTzen merupakan salah satu fandom K-Pop terbesar di Indonesia, mereka memanfaatkan platform yang ada di media sosial sebagai sarana interaksi satu sama lain. Interaksi tersebut tidak hanya menunjukkan loyalitas mereka, tetapi juga kemampuan mereka untuk berkolaborasi dan menciptakan dampak positif. Melalui media sosial, NCTzen juga dapat berinteraksi langsung dengan anggota NCT melalui siaran langsung dan postingan, yang semakin mempererat hubungan antara idola dan penggemar.

c. Tipe-Tipe Fandom NCTzen

1) Berdasarkan Sub-Unit

NCT memiliki beberapa sub-unit masing-masing memiliki sebutan fandom tersendiri, diantaranya:

a) WayZenNi

WayZenNi atau dalam bahasa Mandarin *WēishénV Zhēnxī Nǐ* yang memiliki arti *WayV cherises you* berarti WayV akan selalu melindungi, menyayangi, dan mencintai penggemarnya. WayZenNi merupakan sebutan nama bagi penggemar WayV atau salah satu sub-unit NCT yang berasal dari China, nama fandom tersebut diresmikan oleh pihak agensi pada tanggal 20 September 2019 (Mardiyanti dan Subandi, 2023).

b) Dreamzen

Dreamzen merupakan sebutan untuk penggemar NCT dengan unit NCT Dream yang debut pada tanggal 24 Agustus 2016 dengan merilis lagu “*Chewing Gum*”. Dreamzen dikenal akan dukungan mereka yang kuat dan semangat yang tinggi terhadap NCT Dream. Dreamzen memainkan peran penting dalam kesuksesan NCT Dream, memberikan dukungan yang tak tergoyahkan dan menjadi bagian integral dari perjalanan karier idolanya (Purnama, 2023).

c) Chilzen

Sedangkan fandom Chilzen merupakan sebutan untuk penggemar NCT dengan unit NCT 127 yang debut pada tanggal 7 Juli 2016 dengan merilis lagu “*Fire Truck*”. Chilzen sendiri berasal dari kata “*Chil*” diambil dari bahasa Korea yang berarti angka tujuh (Desyani, 2024).

d) Solo Stan

Solo stan merupakan istilah yang merujuk pada penggemar yang hanya menyukai salah satu anggota dari grup, atau biasa disebut “Bias” yaitu singkatan dari *Being Inspired and Addicted to Someone*. Tiap anggota grup atau *member* NCT memiliki sebutan nama penggemar (Desyani,

2024).

## 2) Berdasarkan Aktivitas Media Sosial

### a) Akun Base

Akun base merupakan akun untuk mewadahi orang-orang yang memiliki minat sama untuk berbagi informasi atau berkomunikasi melalui akun base tersebut. Dalam akun tersebut pengguna media sosial seperti Twitter, Instagram, dan sebagainya akan mengirim pesan melalui *Direct Messages* atau biasa dikenal dengan sebutan *Mention Confess (menfess)* yang akan diunggah oleh pemilik akun base dan akan dibaca oleh pengikut dari akun base tersebut (Cindrakasih, 2024). Akun base NCTzen juga berperan penting dalam memobilisasi penggemar untuk kegiatan lainnya, seperti streaming musik, voting, dan penggalangan dana. Mereka membantu menyebarkan informasi informasi yang berkaitan dengan NCT maupun yang lainnya.

### b) *Fan Speak*

*Fan Speak* merupakan sebutan bahasa dalam *fan culture*, berarti kata atau kalimat yang diucapkan memiliki sebuah arti dan menjadi jargon yang hanya dimengerti oleh sesama fandom. Penggunaan *fan speak* bervariasi tergantung pada jenis fandomnya. Dalam fandom K-pop *fan speak* mencakup istilah-istilah seperti *bias* (anggota favorit), *comeback* (rilis musik baru), *streaming* (menonton atau mendengarkan musik secara daring), *fanchart* (nyanyian dukungan), *fan meeting* (bertemu idola secara langsung), *maknae* (anggota termuda dalam grup K-Pop), *hyung* (anggota tertua laki-laki), *unnie* (anggota tertua perempuan), dan masih banyak sebutan lain dalam dunia K-Popers (Zulfa, 2022).

### c) *Group Chat*

Salah satu fungsi utama grup obrolan K-pop adalah sebagai pusat informasi. Penggemar menggunakan *group chat* ini untuk berbagi berita terbaru, pembaruan, dan konten yang berkaitan dengan idola mereka. Ini termasuk pengumuman comeback, jadwal konser, wawancara, dan konten media sosial. Selain berbagi informasi, grup obrolan K-Pop juga berfungsi sebagai ruang sosial di mana penggemar dapat terhubung dengan orang-orang yang memiliki minat sama.

### **3. Aksi Sosial Kemanusiaan**

#### **a. Konsep Aksi Sosial Kemanusiaan**

Menurut Weber (1978) mendefinisikan aksi sosial sebagai tindakan individu yang memiliki makna subjektif dan diarahkan kepada tindakan orang lain, atau saling mempengaruhi. Makna subjektif membedakan aksi sosial dari perilaku reflektif atau instingtif. Schutz (1967) menjelaskan lebih lanjut mengenai pemahaman makna subjektif dalam aksi sosial memiliki arti bahwa individu bertindak berdasarkan interpretasi mereka terhadap dunia sosial, yang dibentuk oleh pengalaman dan pengetahuan.

Aksi sosial merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh individu maupun kelompok untuk mempengaruhi lingkungan masyarakat dikarenakan adanya tujuan yang ingin dicapai melalui tindakan kolektif. Tujuan aksi sosial yakni meliputi meningkatkan kesejahteraan masyarakat, mengubah kebijakan, ataupun meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu-isu sosial (Giddens dalam Suharko, 2006). Dengan kontribusi dan partisipasi yang dilakukan oleh individu maupun kelompok dalam sebuah aksi sosial dapat memenuhi tujuan sosial yang lebih baik, serta menciptakan lingkungan yang sejahtera, adil, dan setara.

Menurut Rukanda dkk (2020) menjelaskan terkait aksi sosial

bahwa aksi sosial ialah sebuah kegiatan yang terkoordinasi dan memiliki tujuan pada perubahan sosial dalam hal memenuhi kebutuhan, mencari solusi untuk memecahkan masalah, mengoreksi ketidakadilan dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Aksi sosial diinisiasi oleh para profesional di bidang kesejahteraan sosial, ekonomi, politik, agama, militer, serta oleh individu yang langsung terdampak oleh masalah tersebut.

b. Karakteristik Aksi Sosial Kemanusiaan

1) *Actor*

Aksi sosial tidak akan berjalan apabila tidak ada aktor yang turut berpartisipasi, maka dari itu peran aktor sangat penting untuk terwujudnya sebuah aksi sosial. Setiap aksi sosial memiliki makna yang diberikan oleh aktor, dan makna ini memengaruhi cara tindakan tersebut dilakukan. Mereka sadar akan masalah yang ada di lingkungannya. Tindakan sosial adalah tindakan yang memiliki makna subjektif (*a subjective meaning*) bagi dan dari aktor pelakunya. Tindakan sosial bukan berarti perilaku yang kebetulan, namun perilaku yang terpola, terstruktur, dan memiliki makna tertentu.

2) Tujuan kolektif

Aksi sosial dilaksanakan bukan tanpa tujuan tertentu, individu maupun kelompok melakukan aksi sosial guna mencapai tujuan yang diinginkan dan tentu saja menguntungkan bagi seluruh masyarakat luas. Mereka memiliki pemahaman yang sama tentang tujuan yang ingin dicapai dan bersedia untuk berkontribusi sesuai dengan kemampuan dan peran masing-masing. Selain itu, aksi sosial ini juga sering kali melibatkan proses pengambilan keputusan kolektif, di mana suara setiap anggota kelompok dipertimbangkan. Dengan demikian, aksi sosial dengan tujuan kolektif mencerminkan kekuatan dan potensi dari tindakan bersama dalam menciptakan perubahan sosial yang

positif.

### 3) Berlandaskan nilai dan norma

Aksi sosial didasarkan pada norma dan nilai yang dianut oleh para aktor. Nilai dan norma tersebut sebagai pedoman individu maupun kelompok untuk bertindak dalam aksi sosial sesuai dengan keyakinan dan aturan yang berlaku dalam masyarakat. Nilai-nilai, seperti keadilan, kesetaraan, atau solidaritas, menjadi landasan moral yang membimbing tindakan. Misalnya, aksi protes terhadap ketidakadilan rasial didorong oleh nilai kesetaraan. Norma-norma, sebagai aturan perilaku yang disepakati, mengatur bagaimana aksi tersebut dilakukan.

#### c. Tipe-Tipe Aksi Sosial Kemanusiaan

Menurut Weber (1978) mengklasifikasikan tipe-tipe aksi sosial sebagai berikut:

##### 1) *Instrumentally rational (Zweckrational)*

*“That is determined by expectation as to the behavior of objects in the environment and of other human beings, these expectations are used as conditions or means for the attainment of the actor’s own rationally pursued and calculated ends”.*

Tindakan ini didasarkan pada perhitungan rasional antara tujuan yang ingin dicapai dan alat yang digunakan untuk mencapainya. Aktor mempertimbangkan atau memperhitungkan secara rasional mengenai efisiensi dan efektivitas dalam mencapai tujuan bersama.

##### 2) *Value-rational (Wertrational)*

*“That is determined by a conscious belief in the value for its own sake of some ethical, aesthetic, religious, or other form of behavior, independently of its prospects of success”.*

Tindakan ini didasarkan pada keyakinan pada nilai-nilai tertentu, seperti etika, estetika, agama atau yang lainnya. Aktor

bertindak sesuai dengan nilai-nilai tersebut, tanpa terlalu mempertimbangkan konsekuensinya.

3) *Affectual (especially emotional)*

*“That is determined by the actor,s specific affects and feeling states”.*

Tindakan ini didorong oleh emosi maupun perasaan sekilas, seperti rasa saying, cinta, benci, atau marah. Para actor bertindak secara spontanitas, tanpa banyak pertimbangan rasional.

4) *Traditional*

*“That is determined by ingrained habituation”.*

Tindakan ini didasarkan pada kebiasaan atau tradisi yang telah lama ada. Aktor bertindak sesuai dengan apa yang biasa dilakukan, tanpa banyak mempertimbangkan tindakan lainnya.

#### **4. Media Sosial X**

a. Konsep Media Sosial X

Boyd mendefinisikan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan seseorang atau kelompok dapat membentuk sebuah perkumpulan untuk saling berbagi dan berkomunikasi, berkolaborasi dalam mencapai tujuan tertentu atau bahkan untuk mencari eksistensi semata (Valiant dkk, 2022). Media sosial merupakan sebuah media yang mampu memberikan ruang untuk melakukan interaksi sosial dan mengubah proses komunikasi yang semula dilakukan dengan tatap muka menjadi dialog interaktif tanpa harus bertemu dan berada dalam satu tempat. Dengan kata lain, media sosial membuat interaksi antara dua orang atau lebih dilakukan tanpa adanya batasan waktu dan ruang dengan internet sebagai fasilitasnya (Permatasari dan Sariz, 2021). Salah satu media sosial yang populer dan banyak digemari oleh masyarakat khususnya di Indonesia adalah media sosial Twitter atau X.

Munculnya internet dan jejaring media sosial membantu

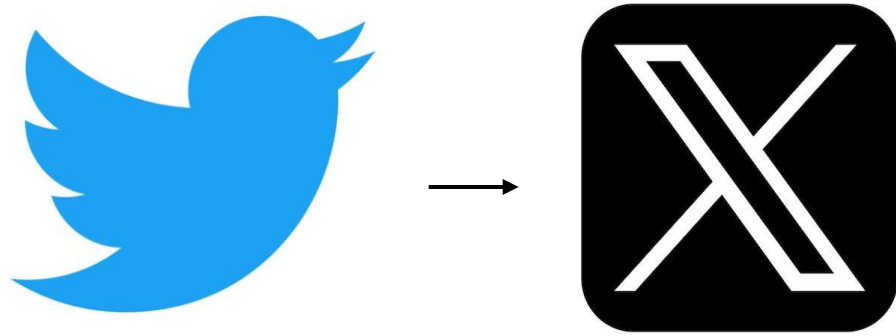
setiap orang untuk saling terhubung satu sama lain, salah satunya adalah media sosial *Twitter*. Kata *Twitter* berasal dari gabungan kata *Twitch* dan *Twitter* berarti cuitan burung. Noah Glass merupakan salah satu pendiri *Twitter* pada 21 Januari 2000, Noah mendaftarkan domain dengan sebutan *twitter.com* yang digunakan sebagai situs web internal dari Odeo, tempat proyek tersebut diimplementasikan (Eraspace, 2024). Namun, sejarah berubah pada Maret tahun 2006, dengan dikembangkan oleh Obvious Corp di San Fransisco Amerika Serikat, serta terdapat pendiri lain bernama Jack Dorsey, Bizz Stone dan Evan Williams yang meluncurkan *Twitter* secara resmi pada bulan Juli ditahun yang sama (Andreas, 2021).

Jack Dorsey menjadi orang pertama yang melakukan *tweet* berbunyi “*just setting up my twttr*”, hal tersebut menjadi awal dari perkembangan *Twitter* yang semakin pesat. Pengguna dari berbagai kalangan mulai menggunakan aplikasi tersebut untuk berkomunikasi dan berbagi informasi. Selain itu, *Twitter* juga terus menerus mengupdate sistem untuk lebih mempermudah para penggunanya. Pengguna *Twitter* mengalami peningkatan pertahunnya, perkembangan yang paling pesat yaitu pada tahun 2012, mengalami peningkatan sejumlah 40% dihitung dari bulan September 2011 dengan jumlah pengguna sebanyak 140 juta. *Twitter* juga mengalami peningkatan pengguna pada tahun 2023 yaitu sebanyak 47% dengan jumlah pengguna mencapai 540 juta lebih (Famewall.com, 2025).

Sejarah *Twitter* kembali ditandai dengan berpindahnya kepemilikan ke tangan Elon Musk pada tanggal 14 April 2023 dengan tawaran sejumlah \$44 miliar, dan disetujui pada 27 Oktober 2023. Dalam prosesnya, Musk mengganti nama *Twitter* menjadi X, dan menciptakan dinamika baru dalam sejarah *Twitter*. Dalam pergantian nama perusahaan *Twitter* menjadi X Corp ini memungkinkan menjadi langkah awal Elon Musk dalam melakukan penggabungan pada platform media sosial *Twitter* ke platform media

sosial lainnya untuk dikembangkan (Eraspace, 2024). Berikut merupakan perubahan dari logo *Twitter* menjadi *X*.

*Gambar 4. Perubahan Logo Twitter ke X*



(Sumber: Pinterest, 2025)

Gambar tersebut menunjukkan bahwa adanya perubahan nama dari *Twitter* ke *X* juga mempengaruhi adanya perubahan logo yaitu yang awalnya berwarna biru menjadi hitam. Elon Musk yang terobsesi dengan huruf *X* akhirnya merubah nama *Twitter* menjadi *X*, selain itu *X* yang dikembangkan oleh Musk merupakan aplikasi yang serba bisa, dan ingin meningkatkan situs jejaring sosial tersebut menjadi aplikasi super yang mencakup lebih dari sekedar mengirimkan pesan dan menambahkan berbagai fitur serta aplikasi yang menawarkan berbagai layanan untuk para penggunanya (Tempo.com, 2023).

Media sosial *X* memiliki fitur berupa unggahan, teks, foto, video dan gift. Saat ini, *X* dilengkapi dengan fitur lainnya seperti *retweet*, *quote twets*, *likes*, jumlah *viewers*, *Direct Messenger* (DM), *follow*, *timeline*, notifikasi, trending topik, *treads*, dan fitur *searching*. Sehingga, mudah dalam penggunaannya, mendorong untuk saling menjalin komunikasi, bertukar informasi secara cepat dan dapat diakses secara *real time*. *X* juga memungkinkan para penggunanya untuk berbagi sudut pandang atau berdiskusi dan berpartisipasi dalam mengikuti pembahasan isu-isu terbaru atau trending. Bahkan, *X* dijadikan sebagai wadah untuk memobilisasi

masyarakat dalam sebuah komunitas guna melakukan aksi sosial seperti diskusi, kampanye, melakukan *crowdfunding*, dan sebagainya yang berkaitan dengan isu sosial yang ada.

b. Karakteristik Media Sosial X

Terdapat beberapa karakteristik pada media sosial, yakni salah satunya dimanfaatkan sebagai sarana menjalin hubungan secara virtual (Nasrullah, 2017). Maka, karakteristik media sosial X diantaranya:

1) *Networking and Interactivity*

*Networking* atau jaringan sosial dapat terbentuk antar pengguna media sosial tidak peduli di dunia nyata saling memiliki hubungan atau saling mengenal atau tidak, hal ini dikarenakan media sosial menjadi sebuah medium untuk saling berkomunikasi bagi penggunanya. *Interactivity* sendiri merupakan kemampuan pengguna untuk tidak hanya menerima informasi, akan tetapi juga memberikan timbal balik atau respons. Media sosial X berperan sebagai pembentuk jaringan dengan menyediakan platform untuk mewujudkan adanya interaksi sosial (Nisa, 2023).

2) *Sharing Information*

Penyebaran informasi menjadi salah satu bagian terpenting dari keberadaan media sosial khususnya media sosial X yang memiliki penyebaran informasi paling cepat dibanding media sosial lainnya. Kegiatan saling berbagi informasi yang memungkinkan terbentuknya sebuah jaringan yang pada akhirnya secara sadar atau tidak sama membentuk sebuah institusi pada masyarakat berjejaring (*network society*) (Nisa, 2023).

3) *Archive*

Para pengguna media sosial X seringkali menampilkan konten-konten yang menarik. Hal tersebut memberikan sebuah tanda bahwasanya pengguna media sosial tidak hanya memproduksi atau menghasilkan konten, akan tetapi juga

menikmati dan mengkonsumsi konten yang diproduksi oleh pengguna lainnya. Sehingga, informasi dari konten yang telah diterima atau dibagikan oleh pengguna ke media sosialnya telah disimpan dan bisa diakses kapan saja dan melalui perangkat apa saja (Nisa, 2023).

c. Fitur Media Sosial X

Terdapat berbagai fitur yang ada pada media sosial X diantaranya *Tweet*, fitur yang digunakan untuk membagikan postingan berupa tulisan, dan dapat disertai dengan foto atau video kepada publik. *Follow*, *followers*, *following* merupakan fitur untuk saling mengikuti akun lain yang ada di X. *Hastag* atau tagar, digunakan untuk topik terkini maupun mengawali sebuah topik pembahasan ditandai dengan simbol “#”. *Retweet*, yaitu membagikan ulang postingan. *Quote Retweet*, fitur *retweet* dengan menambahkan komentar maupun teks. *Like*, menyukai sebuah postingan. *Thread*, merupakan rangkaian *tweet* atau postingan yang dibuat saling terhubung atau beruntun. *Direct Message*, fitur percakapan antar individu maupun kelompok pada pengguna X. Fitur terakhir yaitu *Search bar*, fitur yang digunakan untuk mencari unggahan yang diunggah oleh pengguna lain, dan juga dapat digunakan untuk mencari *username* pengguna lain (Lubis, 2023).

Fitur pada media sosial X ini selalu mengalami perkembangan seiring dengan berjalannya waktu dan mengikuti perubahan zaman teknologi, selain itu terdapat beberapa layanan untuk mempermudah para penggunanya dalam mengkonsumsi media sosial tersebut. Adapun fitur-fitur yang ada pada X diantaranya sebagai berikut:

a. *Home* (Beranda)

Fitur *Home* pada X merupakan halaman pertama yang akan terlihat ketika melakukan log in atau masuk pada aplikasi X. Pada laman tersebut terdapat beberapa tampilan yaitu berisi *tweet* dari pengguna lain yang tidak diikuti maupun diikuti, *retweet* atau

unggahan dari pengguna satu dan bisa diunggah kembali oleh pengguna lainnya, *quote tweet*, komentar, *like*, markah, dan *share*. Serta para pengguna X dapat mengunggah *tweetnya* lewat akun media sosialnya sendiri.

b. Jelajahi

Tampilan pada fitur jelajahi ini berupa pencarian, trending topik, serta rekomendasi teman. Pada tampilan pencarian para pengguna dapat mencari akun pengguna lain berupa *username*, *tweet* yang dicari. Selanjutnya ada tampilan trending topic dengan ditandai adanya tagar “#” maupun tanpa tagar. Tren yang dimunculkan biasanya berbeda pada tiap akun pengguna, karena mereka mengonsumsi konten yang berbeda tidak semestinya sama, sehingga mempengaruhi algoritma akun pengguna yakni dilihat berdasarkan orang yang diikuti, minat dan lokasi pengguna.

c. Notifikasi

Tampilan pada fitur notifikasi ini pengguna dapat melihat interaksinya dengan pengguna yang lainnya, misalnya ada yang menyukai *tweet* yang dikirim pengguna, membalas *tweet*, dan melakukan *retweet* antar pengguna. Terdapat dua kolom pada fitur notifikasi yaitu untuk semua dan sebutan. Pada kolom semua menampilkan seluruh notifikasi yang masuk pada akun pengguna, sedangkan kolom sebutan menampilkan notifikasi *tweet* yang menyebutkan nama atau *username* pengguna.

d. Pesan (*Direct Massanger*)

Tampilan pada fitur pesan memungkinkan pengguna untuk melakukan komunikasi secara pribadi. Fitur DM ini digunakan untuk percakapan antara pengguna dengan pengguna lain atau dapat dilakukan dalam grup. X juga menyediakan opsi untuk menerima pesan dari siapapun atau hanya dari akun yang diikuti. Adapun fitur pendukung dalam DM ini yakni berupa format

berbagi pesan, seperti teks, gambar, GIF, dan tautan, sehingga mempermudah pengguna untuk lebih interaktif.

e. Grok

Fitur terbaru dari aplikasi X yaitu grok, kecerdasan buatan generatif yang dikembangkan oleh sistem AI (*Asisten Intelligent*). Grok merupakan sebuah *chatbot* yang dirancang untuk melakukan percakapan dengan Asisten AI dalam aplikasi X. Grok membantu para pengguna untuk merangkum sebuah berita maupun topik yang sedang trending dalam X, selain itu grok juga dirancang untuk menjawab berbagai pertanyaan dari pengguna.

f. Markah

Markah merupakan fitur yang digunakan untuk menyimpan postingan *tweet* yang ditemukan sehingga di kemudian hari dapat dibaca dan diakses kembali. Fitur ini berguna bagi seseorang yang ingin menyimpan sebuah informasi penting, *tweet* yang berisi diskusi menarik, maupun referensi tertentu. *Tweet* yang disimpan pada markah hanya dapat dilihat oleh pemilik akun

g. Daftar

*Lists* atau daftar di X (sebelumnya Twitter) merupakan kumpulan akun yang dipilih oleh pengguna untuk memudahkan pengelolaan dan pemantauan konten. Pengguna dapat membuat daftar mereka sendiri berdasarkan minat tertentu atau mengikuti daftar yang telah dibuat oleh pengguna lain. Melalui beranda daftar, pengguna bisa melihat lini masa yang hanya menampilkan *tweet* dari akun yang termasuk dalam daftar tersebut. Hal ini memungkinkan pengguna untuk lebih fokus pada topik atau komunitas tertentu.

h. Profil

Menu profil di Twitter memuat berbagai informasi mengenai penggunanya. Informasi tersebut mencakup nama pengguna yang diawali dengan simbol “@”, nama tampilan, bio,

lokasi, tanggal lahir, serta tanggal bergabung dengan *Twitter*. Selain itu, pengguna juga dapat menambahkan tautan ke situs web pribadi mereka. Bagian profil ini juga menampilkan jumlah akun yang diikuti (*following*) dan jumlah pengikut (*followers*), sehingga memberikan gambaran tentang interaksi sosial pengguna di platform. *Twitter* juga menyediakan fitur untuk menyematkan satu cuitan di bagian atas profil, sehingga cuitan tersebut tetap terlihat pertama kali oleh siapa pun yang mengunjungi halaman profil pengguna.

i. Menu Lain

Terdapat menu tambahan yang dapat diakses melalui opsi selengkapnya. Tersedia berbagai fitur yang membantu pengguna dalam menyesuaikan pengalaman mereka di platform. Beberapa fitur yang ada di dalamnya mencakup topik, yang memungkinkan pengguna mengikuti pembahasan tertentu, yang merangkum peristiwa atau trending topik yang didiskusikan. Menu ini juga mencakup iklan *twitter*, analitika untuk melihat data terkait performa, pengaturan dan privasi untuk menyesuaikan preferensi akun, pusat bantuan untuk mendapatkan panduan penggunaan, serta tampilan untuk menyesuaikan estetika akun sendiri sesuai keamanan dan kenyamanan mereka seperti mengubah atau mengatur jenis, warna dan ukuran *font* serta latar belakang.

j. *Live Sreaming*

X sekarang mempunyai fitur untuk melakukan Live streaming. siaran video yang dilakukan secara langsung melalui internet dan tidak dapat ditonton secara real time. Dalam siaran langsung tersebut pengguna bisa menyampaikan pesan, membagikan pengalaman, atau bahkan mengadakan acara tanpa harus melalui proses editing atau penjadwalan sebelumnya. Kelebihan utama live streaming adalah sifatnya yang spontan, transparan, dan interaktif, karena penonton bisa memberikan

komentar, emoji, atau pertanyaan secara langsung selama siaran berlangsung.

k. *Spaces*

*Spaces* merupakan platform X yang memiliki fungsi untuk melakukan percakapan audio secara langsung di X. siapapun dapat bergabung, mendengarkan dan berbicara dalam fitur tersebut. Dalam *Spaces*, pengguna dapat membuat ruang obrolan audio, mengundang orang lain untuk menjadi pembicara, atau hanya mendengarkan sebagai audiens. Ini memberikan fleksibilitas bagi siapa pun untuk ikut serta dalam diskusi baik itu tentang hal-hal yang ingin dibicarakan bersama.

## **B. Teori Gerakan Sosial Baru Alberto Melucci**

### **1. Konsep Dasar Teori Gerakan Sosial Baru**

Teori Gerakan Sosial Baru merupakan suatu pendekatan teoritis terbaru yang menjelaskan tentang perubahan karakter dari Gerakan Sosial (*Social Movement*). Muncul sekitar era tahun 1960-an dan 1970-an terutama di kalangan masyarakat Eropa dan Amerika (Singh, 2010). Masyarakat Eropa dan Amerika saat itu menyaksikan munculnya gerakan berskala besar sekitar isu-isu yang mendasarkan pada aspek humanis (*humanist*), kultural (*cultural*), dan non-materialistik (*nonmaterialistic*). Tujuan-tujuan dan nilai-nilai dari gerakan ini secara esensial bersifat universal, yakni diarahkan untuk memberikan perlindungan dan mempertahankan kondisi kehidupan manusia ke arah yang lebih baik.

Teori gerakan sosial dijelaskan oleh Alberto Melucci (1996) dalam bukunya yang berjudul *Challenging codes, Collective Action in The Information Age* bahwa sebagai suatu gerakan yang berbasis tiga kategori analisis, yakni gerakan yang membangun formasi aksi kolektif yang memerlukan solidaritas untuk memanifestasi konflik, kemudian bertujuan mengubah atau merombak sistem yang lama. Gerakan sosial dipicu oleh

situasi baru dari konflik yang terjalin dengan kehidupan sehari-hari, konflik itu sendiri meliputi kode-kode simbolik, tuntutan-tuntutan identitas, dan tuntutan-tuntutan personal atau ekspresif (Suwardi, 2015). Gerakan sosial baru berfokus pada peningkatan kualitas hidup, identitas kelompok, memperluas ruang kehidupan, *soft civil society*, lebih bersifat non-ekonomi, post-material dan lebih fokus pada masalah kultural yang berkaitan dengan otonomi individual dan resiko baru yang mempengaruhi orang dengan cara sama, terlepas dari posisi sosialnya (Hasan, 2006).

Konsep identitas kolektif merupakan sebuah proses aktif yang terjadi secara terus menerus dan ketika mulai mendekati tindakan sosial yang dilembagakan, proses tersebut semakin mengkristal ke dalam bentuk-bentuk organisasi, sistem aturan, dan hubungan kepemimpinan. Dengan demikian, identitas kolektif mengandaikan kemampuan reflektif diri aktor sosial yang menghasilkan orientasi dan makna simbolis yang dapat dikenali oleh aktor sosial lainnya, bagaimana aktor mampu menghubungkan efek tindakan mereka dengan diri mereka sendiri, serta kemampuan mereka untuk membangun hubungan masa lalu dan masa depan berkaitan dengan tindakan dan efeknya (Melucci dalam Ivan, 2020).

Apabila dilihat dari konteks fandom NCTzen yang berperan sebagai aktivisme digital teori gerakan sosial Melucci membantu menjelaskan bagaimana identitas kolektif tersebut terbentuk. Mengenai bagaimana secara sadar aktivis digital fandom NCTzen membangun pengetahuan bersama terkait isu-isu sosial, pembentukan jejaring sosial, mengidentifikasi identitas diri, sehingga membangun basis utama pada aksi kemanusiaan yang dibentuk oleh para aktivis fandom NCTzen melalui akun X @nctzenhumanity. NCTzenhumanity menunjukkan kemampuan membangun hubungan antara masa lalu dan masa yang akan datang melalui rekam jejak aksi kemanusiaan yang mereka lakukan, sehingga NCTzenHumanity bukan hanya sebagai akun yang mengatasnamakan idolanya saja, namun itu merupakan artikulasi nyata dari identitas kolektif

dengan adanya kesadaran, reflektifitas, dan orientasinya pada dampak sosial yang lebih baik.

## 2. Asumsi Dasar Teori Gerakan Sosial Baru

Alberto Melucci melihat bentuk Gerakan Sosial Baru (GSB) sebagai “tersegmentasi, sebuah struktur jejaring dengan banyak kepala”, yang merupakan produk transformasi mendalam gerakan sosial di era *post-industry*. Medan konflik sosial dalam mode Marxist biasanya dilihat sebagai lokasi struktur kelas masyarakat. Dalam perkembangannya sekarang, konflik sosial melebihi dan meluber keluar dari ruang-ruang sosial berdasarkan kelas, ia meluas melintasi kotak-kotak pengkhususan masyarakat atau sistem politik (Singh, 2010).

Melucci (1996) menggagas perspektif ‘mengapa’ gerakan sosial terjadi. Fokusnya adalah mencari hubungan antara gerakan sosial dan perubahan struktur dan budaya dalam skala luas. Dengan mengaitkan gerakan sosial dengan konflik yang mendominasi pada masyarakat tertentu, dan menitik beratkan analisisnya pada pembentukan identitas (*identity formation*). Gerakan ini menyuarakan, mengarah dan berjuang bagi isu-isu kemanusiaan dan isu-isu yang berhubungan dengan kondisi mendasar keberadaan manusia serta mungkin bagi keberadaan yang layak di masa depan (Guntaradewa, 2018).

Menurut Buechler (1995) teoritisi Gerakan Sosial Baru secara kontras berpandangan tersendiri mengenai logika dari tindakan yang berbasis dalam politik, ideologi, dan kultur sebagai akar dan tindakan-tindakan kolektif (*collective action*) dan sumber-sumber lain mengenai identitas, termasuk etnisitas, gender dan seks yang memaknai identitas kolektif. Identitas kolektif menurut Milani dan Laniado (2007) merupakan pemahaman akan diri yang terkontruksi melalui interaksi dan nilai-nilai yang dibagi bersama. Dalam konteks aktivisme digital fandom NCTzen, identitas kolektif merupakan hal penting untuk melihat adanya peleburan aktor gerakan dalam perjuangan yang dilakukan oleh kelompok

penggemar NCTzen. Para aktor berusaha untuk membentuk ide-ide pada level kolektif yang akhirnya menyatu karena adanya persamaan maupun perbedaan.

Gerakan Sosial Baru bergerak dari anti-rasialisme, anti-nukliarisme, pelucutan senjata, feminisme, lingkungan, regionalism, etnitas, kebebasan sipil, dan sebagainya, hingga pada isu kebebasan personal dan perdamaian (Cohen, 1985; Melucci, 1985). Gerakan sosial dipicu oleh situasi baru dari konflik yang terjalin dengan kehidupan sehari-hari, konflik itu sendiri meliputi kode-kode simbolik, tuntutan-tuntutan identitas, dan tuntutan-tuntutan personal atau ekspresif. Gerakan sosial baru dapat meninggalkan jejak pada gerakan sosial di masa yang mendatang, khususnya dalam konsep identitas kolektif (Melucci, 1996). Terdapat tiga esensi utama dari teori gerakan sosial:

a. Konflik (*conflict*)

Melucci menjelaskan bahwa konflik merupakan sebuah perlawanan antara dua aktor atau lebih yang mencari kontrol atas sumber daya sosial yang berharga kepada setiap pelaku utama. Melucci menyimpulkan bahwa solidaritas internal dapat terbentuk selama konflik terjadi, sehingga akan menghasilkan suatu identitas bersama. Melalui konflik, kelompok yang merasa tersisih atau tidak terwakili berusaha merebut kembali kendali atas narasi dan perhatian publik.

Dalam konteks penelitian ini, akun X @nctzenhumanity muncul sebagai bentuk perlawanan terhadap citra fandom NCTzen yang dianggap hanya berorientasi pada hiburan semata. Dalam menghadapi kritik atau tantangan dari pihak luar yang meremehkan adanya gerakan sosial dari fandom, malah justru fandom NCTzen turut terlibat dalam membentuk identitas bersama sebagai fans yang peduli dan berdaya.

b. Solidaritas (*solidarity*)

Solidaritas dimaknai sebagai suatu kemampuan dari para actor untuk menerima atau mengakui orang lain sebagai satu kesatuan maupun kebersamaan pada unit sosial yang sama. Solidaritas menurut Melucci bersifat kultural dan merupakan produksi simbolis kehidupan sehari-hari. Ia berpendapat bahwa orang-orang akan merasa terikat satu sama lain bukan semata karena mereka saling berbagi kepentingan dan tujuan yang sama, tetapi melainkan juga karena mereka perlu ikatan tersebut untuk membuat kesepakatan tentang apa yang mereka lakukan.

Solidaritas memainkan peran penting dalam memperkuat identitas kolektif dan memelihara keberlanjutan gerakan sosial. Konteks ini relevan dengan aktivitas pada akun X @nctzenhumanity, sebagai bagian dari fandom NCTzen yang berorientasi pada kemanusiaan dan melibatkan anggota lainnya. Mereka disatukan oleh nilai-nilai dan makna yang dibangun bersama yaitu peduli terhadap kemanusiaan, adanya kesadaran dari setiap individu, adanya rasa empati, dan keinginan untuk membawa dampak atau citra positif pada fandom NCTzen.

c. Merombak limitasi sistem (*breaching of systems limits*)

Melucci menekankan adanya aspek batas kecocokan (*the limits of compability*) yang memiliki kegunaan untuk mengukur tingkat kesesuaian dalam mengatur sebuah struktur, dengan didasari orientasi tujuannya yakni merombak sampai pada batas mendasar sejauh mana sebuah sistem masih bisa ditoleransi tanpa merubah struktur. Dapat diartikan menjadi adanya upaya perubahan sistem yang ada sebelumnya karena dirasa tidak adanya keadilan. Misalnya, gerakan sosial yang memperjuangkan hak asasi manusia sering kali berupaya untuk merombak batasan-batasan yang menghambat keadilan dan kesetaraan.

Jika dilihat dalam fenomena K-Pop, yang sering dianggap fanatik dan konsumtif pada idola mereka, serta masih banyak

pandangan buruk lainnya mengenai fans K-Pop. Akan tetapi, akun X @nctzenhumanity mencoba mendorong batasan-batasan tersebut dengan memperkenalkan nilai-nilai kemanusiaan pada fandom NCTzen. Mereka mencoba menyuarakan bahwa fans K-Pop juga bisa menjadi *agent of change*. Dengan begitu, secara simbolik mereka dapat menyingkirkan batas-batas lama dan mendorong adanya nilai-nilai dalam fandom NCTzen untuk selalu terlibat dalam sosial dan aktivisme, bukan hanya sebagai konsumen pada hiburan semata.

### 3. Konsep Kunci

Dalam teori gerakan sosial baru yang dicetuskan oleh Alberto Melucci (1996), terdapat tiga konsep yaitu:

- a. Identitas Kolektif sebagai suatu proses yang melibatkan definisi kognitif tentang tujuan aksi, sarana yang dimanfaatkan, dan bidang tindakan yang mereka lakukan. Implementasi dari poin pertama ini menjelaskan bahwa secara sadar fandom NCTzen membangun tujuan dari pada aksi kemanusiaan yang dilakukan melalui media sosial X yang diwadahi oleh nctzenhumanity, yakni untuk memberikan dampak positif pada masyarakat membutuhkan, dan keberhasilan dalam memberikan manfaat yang lebih luas serta memberikan dampak positif bagi kehidupan orang lain.

Sehingga, fandom NCTzen bukan hanya terdiri dari anggota yang sekedar mencintai idolanya akan tetapi lebih dari itu, mereka berusaha mematahkan stereotip yang diterima dengan menunjukkan bahwa mereka bukan hanya dianggap sebagai fandom yang fanatik, namun dianggap sebagai fandom yang turut berkontribusi sebagai pembentuk budaya partisipatif dengan memanfaatkan teknologi digital yang digunakan sebagai sarana untuk memperkuat identitas kolektif dengan membentuk ruang komunikasi terbuka dimana fandom NCTzen dapat saling berinteraksi, berbagi informasi dan tindakan yang mendukung keberlanjutan.

Contohnya yaitu ketika anggota NCT melakukan kerjasama dengan salah satu brand ternama bernama Starbucks yang dilakukan oleh pihak agensi SM Entertainment. Akan tetapi, hal tersebut menimbulkan kontroversial dan kekecewaan para fandom NCTzen, karena produk yang mereka promosikan merupakan produk boikot lantaran pro Israel yang mendukung adanya serangan *Genocide* di Palestina. Banyak penggemar yang mengekspresikan kekecewaannya dengan kritik yang tajam, dan banyak dari mereka harus melakukan hiatus (jeda) menjadi fandom NCTzen.

Gambar 5. Hiatus menjadi Fandom NCTzen



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2024)

Gambar tersebut menunjukkan contoh aksi yang dilakukan oleh para fandom NCTzen dalam menanggapi isu idol NCT dan Starbucks. Banyak kontroversial akan hal tersebut, yang dimana para fandom NCTzen dianggap tidak merespon terkait isu yang dialami oleh idolanya. Kontroversi seputar kerjasama ini menimbulkan narasi di mana NCTzen dituding tidak memberikan dukungan atau respons terhadap isu yang dihadapi oleh idola mereka. Namun, interpretasi ini tampaknya kurang menangkap kedalaman dan kompleksitas tindakan yang sebenarnya diambil oleh fandom NCTzen. Akan tetapi disisi lain mereka ternyata menahan diri untuk tidak mengidolakan NCT sementara (*hiatus*) sebagai pernyataan sikap, dan mereka lebih memilih untuk melakukan boikot terhadap produk yang idola mereka promosikan.

Gambar 6. NCTzen Indonesia Protes Menggunakan LED Truk



(Sumber: Twitter, 2025)

Berdasarkan gambar diatas, gerakan sosial yang dilakukan oleh para fandom NCTzen Indonesia bukan hanya melakukan boikot, mereka mengorganisir aksi yang lebih terstruktur dan terlihat, yaitu dengan mengirimkan LED truk yang secara strategis ditempatkan di depan kantor perusahaan Starbucks dan juga gedung agensi SM Entertainment. Tindakan ini merupakan manifestasi nyata dari ketidakpuasan dan protes atas apa yang telah dilakukan oleh pihak agensi idol NCT. Keberhasilan aksi ini tidak lepas dari solidaritas dan partisipasi aktif dari komunitas penggemar. Sumber dana yang memungkinkan terlaksananya pengiriman LED truck tersebut dikumpulkan secara kolektif melalui platform media sosial X, tepatnya melalui akun @nctzenhumanity.

- b. Identitas kolektif sebagai suatu proses yang mengacu pada jaringan relasi aktif antar aktor yang berinteraksi (*interact*), berkomunikasi (*communicate*), saling mempengaruhi (*influence each other*), negosiasi (*negotiate*) dan membuat keputusan (*make decisions*). Bentuk organisasi serta model kepemimpinan, saluran komunikasi dan teknologi komunikasi merupakan bagian dari jaringan relasi untuk menjalankan gerakan.

Poin ini menjelaskan tentang bagaimana gerakan mengalami dinamika internalnya dalam menjalin relasi sosial. Jaringan sosial pun

akan terbentuk serta mempengaruhi aspek kolektivitas yang terjalin di dalam gerakan itu sendiri. Pada poin ini, menjelaskan mengenai aksi kemanusiaan yang dilakukan oleh fandom NCTzen melalui akun X @nctzenhumanity dalam membangun jaringan sosial baik internal maupun eksternal. Dinamika yang terjadi dari pola relasi tersebut akan mempengaruhi keberhasilan gerakan. Nctzenhumanity berusaha memperluas jaringan atau relasi melalui media sosial, selain itu mereka juga melakukan kolaborasi dengan salah satu penyalur dana yang terpercaya di Indonesia, demi terwujudnya cita-cita dari para fandom NCTzen.

Contoh pada poin ini yaitu nctzenhumanity melakukan kolaborasi aktif bukan hanya kepada para fandom NCTzen, namun mereka juga memperluas jaringan relasi secara aktif dengan pihak luar NCTzen salah satunya mereka berhasil membangun relasi dan berkolaborasi dengan Dompot Dhuafa. Dompot Dhuafa Republika merupakan lembaga nirlaba yang didirikan untuk masyarakat Indonesia guna mengangkat harkat sosial kemanusiaan kaum dhuafa melalui dana zakat, infaq, shadaqah, wakaf (ZISWAF) dan lain sebagainya. Dana yang dihimpun adalah dana halal yang dibayarkan oleh perorangan, kelompok, atau perusahaan.

*Gambar 7. NCTzeHumanity x Dompot Dhuafa*



(Sumber: Twitter, 2025)

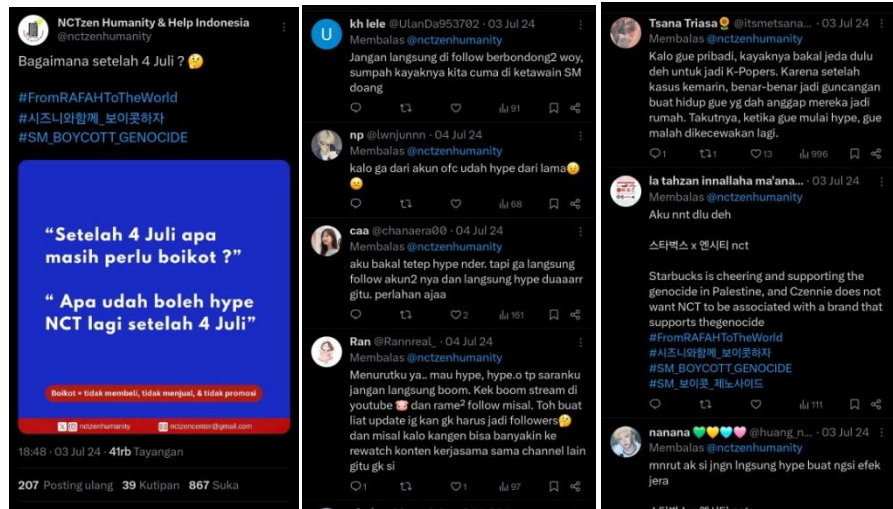
Gambar tersebut menunjukkan contoh dari adanya jaringan relasi dari fandom NCTzen kepada Dompot Dhuafa yang merupakan salah satu penyalur dana terpercaya di Indonesia. Nctzenhumanity

- memiliki maksud tertentu untuk berkolaborasi dengan Dompet Dhuafa yakni sebagai penyalur dana bantuan yang telah dikumpulkan oleh para fandom NCTzen Indonesia, salah satunya yaitu untuk saudara di Palestina, yang hingga saat ini masih mengalami krisis kemanusiaan.
- c. Tingkat tertentu dari investasi emosional, yang memungkinkan individu merasakan seperti bagian dari suatu kesatuan tentang mengapa suatu gerakan tersebut dilakukan. Identitas kolektif tidak pernah sepenuhnya dapat dinegosiasikan, karena partisipasi dalam aksi kolektif memiliki makna yang tidak dapat direduksi terkait perhitungan biaya-manfaat. Poin ini menjelaskan mengenai setiap individu yang telah mengidentifikasi dirinya sebagai fandom NCTzen dan merasa menjadi satu kesatuan dalam sebuah kelompok melalui akun X @nctzenhumanity.

Akun X @nctzenhumanity berusaha untuk mewujudkan rasa kesolidaritasan dari para fandom NCTzen. Banyak anggota fandom turut berpartisipasi pada aksi kemanusiaan yang tidak memungkinkan semua orang terlibat. Mereka terdorong akan rasa tanggung jawab moral sebagai bagian dari fandom NCTzen yang peduli terhadap sesama, sehingga identitas kolektif tersebut tidak dapat dipertukarkan dengan perhitungan rasional semata. Keikutsertaan dalam aksi sosial oleh NCTzen sering kali bukan hanya tentang apa yang bisa mereka peroleh, tetapi tentang kontribusi mereka dalam mempengaruhi dunia secara positif.

Contohnya yaitu dilihat dalam cara mereka menjalin komunikasi secara aktif di media sosial dan mengajak anggota fandom NCTzen lainnya untuk ikut serta dalam aksi, ditandai dengan adanya rasa empati dan kasih sayang sehingga menumbuhkan kesolidaritasan yang kuat diantara mereka. Misalnya melibatkan diri dalam aktivitas sosial yang lebih besar, mereka merasa menjadi bagian dari perubahan yang bermakna, dan hal ini memperkuat ikatan emosional mereka dengan adanya gerakan tersebut.

Gambar 8. Fandom NCTzen memiliki ikatan emosional yang kuat



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2025)

Berdasarkan gambar tersebut, idol NCT yang tadinya di boikot oleh fandom mereka sendiri yaitu NCTzen karena berkolaborasi dengan Starbucks telah usai kontrak pada tanggal 4 Juli 2024, setelah dilakukannya protes dari para fandom NCTzen. Sehingga, akun nctzenhumanity memberikan pertanyaan akankah para fandom NCTzen akan tetap memboikot idol mereka atau lanjut untuk menghype idol K-Popnya. Namun, para fandom NCTzen enggan untuk kembali mencintai idolnya secara langsung, karena mereka masih merasa kesal kepada pihak agensi. Maka dari itu, mereka akan sedikit demi sedikit untuk kembali menjadi fandom NCTzen seutuhnya namun mereka akan tetap memboikot produk yang terafiliasi tersebut bahkan yang idola mereka promosikan sebelumnya.

### C. Aktivisme menurut Perspektif Islam

Konsep kebaikan merupakan bagian dari filsafat etika. Dalam Islam, konsep kebaikan secara eksplisit diungkap jelas dalam kitab suci Al-Qur'an.

Ungkapan Al-Qur'an terhadap beberapa istilah yang berkonotasi dengan makna kebaikan tersebar dalam sejumlah ayat. Sebagai pedoman hidup Al-Qur'an mengandung ajaran dan seruan untuk berbuat baik. Manusia diperintahkan oleh Al-Qur'an untuk melakukan kebaikan secara vertikal (*hablun minallah*) dan secara horizontal (*hablun minannas*) dengan tujuan akhir adalah mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat (Fauziah, 2019). Salah satu ajaran Al-Qur'an untuk orang muslim ialah berbuat "*Amar Ma'ruf Nahi Munkar*", seperti yang telah dijelaskan Allah SWT dalam QS Al-Imran: ayat 104.

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

*"Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung." (Q.S Ali Imran: 104)*

Pada ayat diatas diperintahkan agar umat Islam menyeru kepada yang ma'ruf (baik) dan mencegah dari yang mungkar (buruk). Menganjurkan berbuat baik saja tidaklah cukup tetapi harus diimbangi dengan menghilangkan sifat-sifat yang buruk. Orang mukmin merupakan segolongan orang yang secara terus menerus menyeru kepada kebajikan yakni petunjuk-petunjuk Allah, berbuat yang makruf yaitu dengan akhlak, perilaku dan nilai-nilai luhur, adat istiadat yang berkembang dimasyarakat tidak bertentangan dengan nilai-nilai agama, serta mencegah yang mungkar yaitu sesuatu yang dipandang buruk.

Bentuk perbuatan yang makruf diantaranya yaitu sebagai dasar kepercayaan dalam Islam dan wajib diamalkan oleh orang beriman diantaranya mematuhi enam rukun iman kepada Allah, selain itu memberikan hartanya kepada saudara yang membutuhkan, kepada anak yatim atau orang-orang yang tidak berdaya, kepada musafir, kepada yang minta-minta, hingga memberikan hartanya untuk menghapus perbudakan dan memerdekakannya. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS Al-Baqarah: ayat 177.

لَيْسَ الْبِرَّ أَنْ تُولُوا وَجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَآتَى الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَآتَى الزَّكَاةَ وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ وَالضَّرَاءِ ۚ جِئِنَّا الْبَاسَ أُولَٰئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ

*“Kebajikan itu bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan ke barat, tetapi kebajikan itu ialah (kebajikan) orang yang beriman kepada Allah, hari akhir, malaikat-malaikat, kitab-kitab, dan nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabat, anak yatim, orang-orang miskin, orang-orang yang dalam perjalanan (musafir), peminta-minta, dan untuk memerdekakan hamba sahaya, yang melaksanakan salat dan menunaikan zakat, orang-orang yang menepati janji apabila berjanji, dan orang yang sabar dalam kemelaratan, penderitaan dan pada masa peperangan. Mereka itulah orang-orang yang benar, dan mereka itulah orang-orang yang bertaqwa.” (Q. S Al-Baqarah: 177)*

Riwayat Imam Hakim dalam kitab Mustadrak melalui hadits Syu'bah dan Ats-Tsauri, dari Mansur, dari Zubair, dari Murrah, dari Ibnu Mas'ud yang menceritakan bahwa Rasulullah bersabda “Dan memberikan harta yang dicintainya”, yang berarti umat manusia diperintahkan agar memberikan hartanya ketika dalam keadaan sehat lagi pelit, mengharapkan kecukupan dan takut jatuh miskin. Allah SWT juga menjelaskan pada QS Al-Insan: 8-9, Ali-Imran: 92, dan Al-Hasyr: 9. Ketiga ayat tersebut menjelaskan bahwa lebih mengutamakan orang lain daripada diri sendiri, padahal memerlukannya, tetapi mereka tetap memberikannya dan memberi makan orang-orang lain dari harta yang mereka cintai. Allah SWT juga berfirman dalam QS Al-Isra: 26-27.

وَأَتِذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ﴿٣٦﴾ إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۚ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٣٧﴾

*“Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. (26) Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya”. (27)*

Berdasarkan kedua ayat diatas, menurut tafsir Jalalain berikanlah keluarga-keluarga yang dekat akan haknya dan memuliakan orang-orang miskin, orang yang sedang dalam perjalanan (Ibnus-sabil). Orang yang serbakekurangan, yang hidup tidak berkecukupan, dan sangat membutuhkan pertolongan, sewajarnya mereka dibantu sehingga tertimbunlah jurang yang dalam yang memisahkan antara yang kaya maupun yang miskin.

Perbuatan boros, menghamburkan uangnya untuk membeli barang yang tidak penting merupakan perbuatan yang Mubazzir dan sangat dibenci oleh Allah Swt. Maka dari itu, Allah memerintahkan untuk membelanjakan hartanya secukupnya bagi diri sendiri dan harta lebihnya bisa disedekahkan untuk orang-orang yang membutuhkan (Budiarti & Rizki, 2022).

### **BAB III**

#### **GAMBARAN UMUM AKUN X @NCTZENHUMANITY**

##### **A. Gambaran Akun @nctzenhumanity**

###### **1. Sejarah Terbentuknya Akun nctzenhumanity**

Sejak awal kemunculan idol NCT asal Korea Selatan dibawah naungan agensi SM Entertainment, mereka selalu membagikan informasi, membagikan kegiatan sehari-hari, serta melakukan komunikasi dengan para penggemarnya dengan memanfaatkan teknologi informasi yang ada. Para artis nya pun sering kali terlibat pada berbagai acara amal atau kerelawanan. Sebagai contoh yaitu pada tahun 2020 Indonesia kedatangan dua member NCT yaitu Jaemin dan Jeno, mereka datang bukan untuk konser atau bertemu dengan fans melainkan untuk melakukan aksi kerelawanan tepatnya di daerah Bekasi. Mereka membantu dua anak yang keadaanya dianggap kurang beruntung, hal tersebut diperlihatkan pada acara *Variety Show Good Neighbors* yang diunggah pada platform YouTube mereka (Risviani, 2020).

Bukan hanya itu, salah satu anggota idol NCT bernama Doyoung yang bekerjasama dengan *UNICEF Honors Club* melakukan donasi untuk mendukung kesejahteraan anak-anak di penjuru dunia. Hal tersebut dilakukan untuk memperingati Hari Anak Sedunia, dan sebagai bentuk rasa syukur atas pencapaian Doyoung yang telah merilis lagu dengan judul “*The Story*” saat itu (Maharani, 2024). Hal tersebut memperlihatkan bahwa idol NCT bukan hanya dikenal sebagai seseorang yang memiliki bakat dibidang musik, mereka juga memiliki jiwa sosial yang tinggi. Banyak NCTzen yang terinspirasi oleh para idolnya untuk berpartisipasi dalam melakukan aksi sosial.

Berdasarkan pernyataan dari informan H (2025) berdirinya akun @nctzenhumanity ialah berangkat dari adanya minat yang sama diantara para penggemar yaitu dalam bidang kerelawanan dan memberikan dampak serta perspektif positif dari masyarakat. Mereka melakukan hal tersebut

karena terinspirasi dari semangat sosial yang ditunjukkan oleh para idola mereka yang sering terlibat dalam berbagai kegiatan amal dan kemanusiaan dan berdampak langsung kepada masyarakat, sehingga sikap peduli dari NCT ini secara tidak langsung memberikan dorongan yang dapat memicu para penggemar untuk melakukan hal yang sama dan memperluas aksi-aksi kemanusiaan dengan didasari nilai-nilai kepedulian, kesolidaritasan dan aksi nyata yang dilakukan melalui platform digital yang telah disediakan.

Nctzenhumanity merupakan wadah gerakan sosial bagi fandom NCTzen yang bergerak pada bidang sosial kemanusiaan. Dibentuk pada 6 Oktober tahun 2022 melalui salah satu platform media sosial yaitu pada aplikasi X. Akun ini dibentuk untuk mengoordinasikan berbagai kegiatan sosial yang melibatkan fandom NCTzen. Sebelum muncul akun nctzenhumanity, para fandom NCTzen menyebarkan informasi melalui *retweet* dari salah satu platform base ke platform lainnya. Maka dari itu, untuk memudahkan para penggemar NCTzen dalam melakukan penyebaran informasi dan melakukan kegiatan amal lainnya, perlu didirikan satu platform khusus yang menaungi hal tersebut, salah satunya yaitu ada pada media sosial X akun @nctzenhumanity (Informan H, 2025).

Adanya semangat pada setiap individu fandom NCTzen dalam melakukan hal kebaikan, akun X @nctzenhumanity mulai memperlihatkan berbagai bentuk kegiatan kemanusiaan. Semua kegiatan tersebut dirancang sebaik mungkin dan mengikuti perubahan zaman seperti bahasa dan visual konten dari akun X @nctzenhumanity yang dikemas secara menarik agar bisa menjangkau lebih banyak fandom NCTzen maupun dari luar fandom itu sendiri. NCTzenhumanity memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan informasi sekaligus untuk mengorganisir kegiatan-kegiatan secara lebih efektif dan efisien. Dengan memanfaatkan media sosial, @nctzenhumanity bertujuan untuk menggerakkan penggemar dalam berbagai aksi kemanusiaan, mulai dari penggalangan dana hingga kampanye sosial yang lebih luas.

Peran akun X @nctzenhumanity semakin berkembang seiring dengan meningkatnya kesadaran sosial di kalangan penggemar NCTzen. Tidak hanya menjadi platform penggalangan dana, akun ini juga berfungsi sebagai media edukasi yang menyebarkan informasi mengenai isu-isu kemanusiaan (Informan H, 2025). Dengan memanfaatkan simbol dan nilai-nilai fandom, kampanye yang dijalankan lebih mudah diterima oleh fandom NCTzen, menjadikan aksi sosial sebagai bagian dari budaya fandom itu sendiri. Setiap kegiatan yang dilakukan dirancang dengan pendekatan yang inklusif dan komunikatif agar pesan-pesan yang disampaikan dapat dipahami serta diikuti oleh berbagai kalangan, dan tidak hanya terbatas pada fandom NCTzen saja.

Akun X @nctzenhumanity menjadi contoh terkait bagaimana fans K-Pop yang notabennya sering kali mendapatkan pandangan buruk dari masyarakat awam dianggap konsumtif dan fanatik. Namun, kini mereka ingin membuktikan bahwa fans K-Pop juga bisa berkontribusi pada perubahan sosial. Media digital dimanfaatkan sebaik mungkin oleh mereka untuk mendapatkan jaringan yang lebih luas, dan menciptakan gerakan sosial yang reaktif terhadap peristiwa yang terjadi, namun juga proaktif dalam menciptakan program-program yang selaras dengan aksi kemanusiaan. Akun X @nctzenhumanity memberikan inspirasi bahwa fans K-Pop bukan sekedar untuk mengidolakan seseorang, melainkan bisa menjadi ruang dalam aktivisme digital yang berdampak luas.

## 2. Profil Akun X @nctzenhumanity

### a. Struktur Kepengurusan NCTzenHumanity

Menurut penjelasan dari informan H (2025) adanya struktur kepengurusan pada akun X @nctzenhumanity ini agar kegiatan yang dirancang dapat dilaksanakan sesuai dengan arahan dan terorganisir, serta memastikan kelancaran setiap program dan kegiatan yang dilaksanakan. Dalam NCTzenHumanity memiliki 5 pengurus inti dan 20 *volunteer*. Diantaranya sebagai berikut:

Tabel 2. Struktur Pengurus Inti @nctzenhumanity

| No. | Nama<br>(Inisial) | Struktur                 |
|-----|-------------------|--------------------------|
| 1.  | H. A.             | Leader/ Koordinator Umum |
| 2.  | F. R.             | Divisi Keuangan          |
| 3.  | G.                | Divisi Program           |
| 4.  | S. A.             | Divisi Humas             |
| 5.  | A                 | Divisi Media & Kreatif   |

(Sumber: NCTzenHumanity, 2025)

Pembagian tugas dari tiap divisi yang ada pada NCTzenHumanity adalah sebagai berikut:

- 1) *Leader* atau koordinator umum memiliki fungsi untuk memimpin, mengkoordinasikan dan memberi arahan berkait dengan aktivitas yang dilakukan pada NCTzenHumanity.
- 2) Divisi keuangan fungsinya mengatur segala hal yang berkaitan dengan administrasi keuangan terkait dana masuk, dana keluar, dan pengalokasian dana yang terkumpul dari hasil fundraising.
- 3) Divisi program dan kegiatan fungsinya yaitu untuk merancang, mengorganisasi, dan melaksanakan berbagai program sosial dan kegiatan dari NCTzenHumanity.
- 4) Divisi humas (hubungan masyarakat) fungsinya yaitu membangun dan menjaga hubungan baik antara internal dengan berbagai pihak eksternal seperti media partner, sponsor, kolaborasi dengan lembaga luar.
- 5) Divisi media kreatif fungsinya mengelola akun media sosial, menyebarkan informasi terkait kegiatan dan melakukan desain grafis.

Berdasarkan tabel diatas, struktur kepengurusan NCTzenHumanity terdapat lima pengurus inti yang memegang

tanggung jawab utama. Selain pengurus inti, NCTzenHumanity melibatkan 20 relawan atau *volunteer* yang aktif terlibat dalam aktivitas yang dilakukan (Informan H, 2025). Para relawan biasanya membantu dalam teknis pelaksanaan kegiatan, distribusi dalam program donasi, memproduksi konten untuk media sosial, serta membantu kegiatan lainnya. Mereka juga termasuk bagian penting dalam keberhasilan berjalannya kegiatan NCTzenHumanity, keaktifan dan dedikasi mereka mencerminkan semangat dari para fandom NCTzen.

Struktur kepengurusan yang terorganisir ini menjadi fondasi utama keberhasilan NCTzenHumanity dalam menjalankan perannya sebagai wadah bagi para fandom NCTzen khususnya yang ingin berkontribusi aktif pada bidang gerakan sosial. Melalui kerjasama tim yang solid, terkoordinasi, serta pembagian peran yang jelas, maka NCTzenHumanity dapat menunjukkan bahwa fandom NCTzen dapat menjadi entitas yang memiliki kepedulian besar terhadap isu kemanusiaan. Kerjasama yang dibangun oleh NCTzenHumanity dengan fandom NCTzen bukan sekedar seremonial, akan tetapi benar-benar terstruktur dan terukur sehingga memberikan dampak positif bagi masyarakat

b. Logo nctzenhumanity

*Gambar 9. Logo @nctzenhumanity*



(Sumber: Media sosial X, 2024)

Gambar diatas menampilkan sebuah representasi visual logo dari nctzenhumanity. Menurut penjelasan dari informan H (2025) ada beberapa bagianmakna dari logo NCTzenHumanity diantaranya yaitu tulisan “NCT” yang menandakan sebuah grup idol K-Pop asal Korea Selatan. Identitas ini memberikan landasan dan pengakuan atas komunitas penggemar yang terlibat. Berdampingan dengan itu, tertera tulisan “NCTzen” yang berarti sebutan nama bagi penggemar atau fandom dari NCT. Selanjutnya logo ini juga menyertakan simbol-simbol visual yang memperkaya interpretasinya. Terdapat gambar buah semangka yang segar, sebuah elemen yang mungkin memiliki makna simbolis tersendiri. Di atas tulisan NCT, terdapat sebuah gambar berwarna hijau yang bisa jadi melambangkan pertumbuhan, harapan, atau bahkan mewakili warna identitas tertentu. Melengkapi keseluruhan desain adalah tulisan "Humanity and Help Center Indonesia," yang secara lugas menjelaskan fokus dan tujuan utama dari inisiatif ini, yaitu kegiatan kemanusiaan dan berfungsi sebagai pusat bantuan di Indonesia.

c. Profil akun nctzenhumanity

*Gambar 10. Profil akun @nctzenhumanity*



(Sumber: Dokumen pribadi, 2025)

Akun @nctzenhumanity (NCTzen Humanity & Help Indonesia) bergabung melalui media sosial X pada Oktober 2022 yang

saat ini telah memiliki sebanyak 45.984 jumlah pengikut, 51 jumlah mengikuti, dan sebanyak 2.290 postingan pada akunnya yang berisi cuitan dan konten-konten tentang aksi sosial yang dilakukan oleh para NCTzen Indonesia. Konten-konten yang dibagikan oleh nctzenhumanity melalui media sosial X yakni berfokus pada aksi-aksi kemanusiaan seperti penggalangan dana, kegiatan sukarelawan, diskusi dan kegiatan lainnya. Jumlah *followers* akun NCTzenHumanity semakin bertambah pesat dari pada tahun kemarin.

d. Visi dan Misi NCT zenhumanity

Menurut penjelasan dari informan H (2025) bahwa, visi dari NCTzenhumanity sendiri yaitu menjadi jembatan solidaritas diantara NCTzen, dengan menggerakkan aksi nyata untuk kemanusiaan melalui kekuatan fandom dan membangun citra fandom menjadi lebih baik.

Sedangkan misi NCTzenhumanity yaitu: *pertama*, membangun kesadaran sosial terkait isu-isu kemanusiaan secara akurat, cepat, dan inklusif pada fandom NCTzen dan masyarakat luas. *Kedua*, menggerakkan partisipasi aktif dari NCTzen tersendiri dalam mengorganisir kegiatan sosial. *Ketiga*, menjaga transparansi dan akuntabilitas dalam menyampaikan laporan mengenai setiap aksi sosial dan pengelolaan donasi. *Keempat*, mempromosikan nilai-nilai positif fandom NCTzen yaitu dengan menanamkan semangat kepedulian, toleransi dan kebersamaan. *Kelima*, membangun kolaborasi dengan lembaga kemanusiaan, dan organisasi sosial untuk memperluas dampak aksi.

## **B. Aktivitas Akun X @nctzenhumanity**

### **1. Ajakan donasi secara *crowdfunding***

*Crowdfunding* merupakan metode pengumpulan dana untuk suatu proyek yang dilakukan oleh banyak investor kecil atau perorangan dengan memberikan kontribusi dalam jumlah kecil untuk mencapai target dana yang ingin dicapai untuk tujuan tertentu dan dapat diakses melalui internet

(Karthikeyan, 2020). Metode penggalangan dana ini dilakukan secara kolektif oleh sekelompok orang, biasanya melalui platform media digital untuk mendukung suatu proyek, kegiatan atau tujuan tertentu. Dalam konteks ini, siapapun bisa menjadi donatur tanpa harus memberikan dana yang besar, cukup melakukan kontribusi kecil dari banyak orang yang dikumpulkan secara bertahap (Fidiana. Dkk, 2018).

Keuntungan dari *crowdfunding* antara lain adalah kemudahan akses pendanaan bagi proyek yang ingin dilaksanakan, kemampuan untuk menjangkau audiens yang luas. Proses *crowdfunding* umumnya melibatkan pembuatan kampanye daring yang menarik dan informatif. Hal ini memuat detail mengenai proyek, tujuan pendanaan, target dana yang dibutuhkan, dan jangka waktu penggalangan dana. Transparansi dan komunikasi yang efektif dengan para pendonatur menjadi kunci keberhasilan sebuah *crowdfunding*. Namun, penting untuk diingat bahwa keberhasilan *crowdfunding* sangat bergantung pada kualitas ide, strategi kampanye yang efektif, jangkauan audiens yang tepat, serta kepercayaan dan transparansi terhadap para pendonatur. Meskipun menawarkan potensi yang besar, *crowdfunding* juga memiliki risiko dan memerlukan perencanaan yang matang.

*Crowdfunding* menjadi alat yang cukup efektif karena bisa menjangkau banyak orang secara cepat melalui media sosial. Dengan kata lain, galang dana model ini dapat memberdayakan individu maupun kelompok untuk menyuarakan dan mendanai hal-hal yang dianggap penting. Hal tersebut sering dilakukan untuk berbagai keperluan, seperti yang dilakukan oleh NCTzenhumanity melalui media sosial X, dengan tujuan memanfaatkan kesolidaritasan fandom, meningkatkan kesadaran sosial, serta menyebarkan nilai-nilai kemanusiaan, yakni dengan cara mengumpulkan galang dana bantuan bagi yang membutuhkan serta mendukung proyek maupun kegiatan-kegiatan sosial untuk aksi kemanusiaan yang lebih masif.

Gambar 11. Ajakan Crowdfunding dari @nctzenhumanity



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Gambar diatas menampilkan cuitan (*Tweet*) dari akun X @nctzenhumanity, akun tersebut memnfaatkan platform pada media sosial X untuk salah satu dari berbagai project NCTzenHumanity yaitu untuk berpartisipasi dalam kegiatan *crowdfunding*. Dengan judul “Fundraising Kuartal II NCTzen Humanity” serta memberikan kejelasan periode dan tujuan dari penggalangan dana tersebut. Pada cuitan tersebut juga menampilkan tautan yang bisa diakses setiap orang secara realtime oleh fandom NCTzen untuk berdonasi. Kode QR juga ditampilkan untuk lebih mempermudah bagi mereka yang ingin melakukan donasi. Selain itu, daftar program yang akan didukung oleh donasi ini, seperti "Support Recharge Energy, Workshop untuk masyarakat, Donasi bulanan, Penerbitan Buku Anak Karakter NCT, Bantuan kesehatan serta medis, dan program lainnya," memberikan transparansi dan alasan yang kuat bagi para NCTzen dan masyarakat luas untuk berkontribusi.

NCTzenHumanity secara aktif mengajak fandom NCTzen untuk terlibat dalam kegiatan *crowdfunding* sebagai bentuk partisipasi nyata dalam mendukung berbagai proyek sosial yang mereka rancang. *Crowdfunding* ini menjadi sarana bagi NCTzen dari berbagai latar belakang untuk ikut berdonasi, baik dalam jumlah besar maupun kecil, guna mendukung program-program yang berdampak positif. Kombinasi antara teks ajakan yang persuasif, tautan yang jelas, dan visualisasi

informasi melalui gambar dengan kode QR serta rincian program, menunjukkan pemahaman yang baik tentang potensi fitur-fitur Twitter dalam mendukung kegiatan *crowdfunding* untuk tujuan kemanusiaan. Interaksi yang cukup tinggi pada cuitan ini, terlihat dari jumlah *retweet*, kutipan cuitan, suka, dan tayangan, mengindikasikan bahwa strategi mereka cukup berhasil dalam menjangkau dan melibatkan komunitas daring.

## 2. Ajakan volunteering

Menurut Purdey (2017) menjelaskan bahwa kegiatan *volunteering* merupakan sebuah upaya untuk menciptakan lingkungan dimana seseorang dapat berbagi pengetahuan dan pengalaman serta bermanfaat bagi diri sendiri dan lingkungan sekitarnya. Jedlicka (1990) menegaskan, secara singkat *volunteer* disebut sebagai sukarelawan, atau seorang individu yang secara sukarela meluangkan waktu, tenaga, hingga dana pribadinya untuk membantu sesama demi kesejahteraan sosial. Sukarelawan adalah orang atau sekelompok orang yang menolong, melibatkan komitmen untuk membantu secara spontan individu, keluarga, masyarakat dalam memecahkan permasalahan sosial tanpa mengharapkan keuntungan. Esensi dari *volunteering* terletak pada motivasi altruistik, yaitu keinginan tulus untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat atau lingkungan sekitar.

*Volunteering* didefinisikan sebagai setiap kegiatan dimana seseorang memberikan waktunya secara cuma-cuma untuk menguntungkan orang lain, kelompok atau sebab lain (Wilson, 2000). Voluntarisme merupakan kegiatan yang menuntut peran aktif individu dalam memilih secara sukarela dan mengikuti pelatihan *volunteer* yang menggambarkan proses memilih berlandaskan kegiatan yang ingin di tekuni, pembuatan keputusan dan mengembangkan nilai personal serta motivasi (Miller, 2004). Perilaku *volunteer* secara awam di kenal sebagai perilaku menolong seseorang yang sudah menjadi nilai-nilai yang

diterapkan dalam hidup berbangsa dan beragama di Indonesia yang disebut dengan budaya gotong royong. Beberapa orang melakukannya karena memiliki kepedulian yang mendalam terhadap isu tertentu dan ingin membuat perubahan. Yang lain mungkin ingin mengembangkan keterampilan baru, memperluas jaringan sosial, atau merasa memiliki tanggung jawab moral untuk berkontribusi kepada komunitas. Terlepas dari motivasinya, *volunteering* memberikan manfaat ganda, tidak hanya bagi penerima bantuan tetapi juga bagi sukarelawan itu sendiri, yang seringkali merasakan kepuasan pribadi dan peningkatan rasa memiliki terhadap komunitas.

Membantu secara sukarela, seseorang dapat bertindak secara individu ataupun ikut serta pada suatu organisasi. Di Indonesia sudah berdiri berbagai macam organisasi, komunitas, juga kelompok-kelompok dalam bidangnya masing-masing yang mewadahi masyarakat dengan tujuan yang sama, yaitu kesejahteraan sosial. Terdapat berbagai kegiatan ataupun sejumlah iklan *social media* yang mengajak masyarakat untuk peduli dan turut terlibat menjadi sukarelawan. Seperti yang dilakukan oleh para NCTzen yang secara sukarela mengikuti kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh NCTzenhumanity di media sosial X, apabila terdapat kegiatan dengan membutuhkan orang lain biasanya akun tersebut akan menginformasikan melalui platform yang tersedia, sehingga seringkali meningkatkan minat para fandom NCTzen untuk turut berkontribusi pada kegiatan kolektif melalui NCTzenhumanity.

Gambar 12. Ajakan Volunteering



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Gambar diatas merupakan salah satu bentuk ajakan dari nctzenhumanity kepada fandom NCTzen untuk berpartisipasi menjadi volunteer pada project yang akan dilaksanakan yaitu menyalurkan dana bantuan untuk korban bencana di Demak. NCTzenHumanity meminta para *volunteer* untuk menghubungi melalui *Direct Message* (DM) memberikan jalur komunikasi langsung dan personal bagi mereka yang tertarik untuk mendaftar sebagai sukarelawan, memfasilitasi proses pendaftaran dan koordinasi yang lebih efisien. Ajakan tersebut menunjukkan bahwa NCTzenHumanity bukan hanya mengandalkan penggalangan dana, tetapi juga mendorong partisipasi aktif dari anggota fandom untuk turun langsung ke lapangan dalam aksi kemanusiaan.

Cuitan dari NCTzen Humanity & Help Indonesia ini secara jelas mengilustrasikan bagaimana media sosial, khususnya Twitter, dimanfaatkan sebagai sarana yang efektif untuk menyebarkan informasi mengenai kebutuhan sukarelawan. Pemahaman akan kekuatan *retweet* dan *share* di media sosial X dalam mempercepat penyebaran informasi penting kepada khalayak yang lebih besar, termasuk mereka yang bersedia dan mampu untuk menjadi sukarelawan. X memungkinkan NCTzenHumanity untuk dengan cepat mengumumkan kebutuhan akan sukarelawan dan menjangkau individu-individu yang relevan di area terdampak. Kemudahan berbagi informasi melalui platform ini memungkinkan respons yang lebih cepat dibandingkan metode konvensional.

Penggunaan media sosial sebagai sarana menyebarkan informasi *volunteering* juga memperlihatkan efektivitas *digital activism* dalam mengorganisir gerakan sosial yang cepat dan terkoordinasi. Keterlibatan sukarelawan fandom dalam kegiatan kemanusiaan menjadi salah satu bentuk aktivitas kolektif, karena mereka memiliki jiwa sosial yang tinggi dan adaptif terhadap isu-isu lokal yang membutuhkan perhatian secepatnya. Cuitan diatas merepresentasikan terkait bagaimana media sosial dapat menjadi tempat untuk memberdayakan sebuah kelompok

seperti yang dilakukan oleh NCTzenHumanity melalui media sosial X. Melakukan aktivisme digital melalui X memberikan kemudahan penyebaran informasi, penargetan geografis, dan partisipasi aktif dari fandom NCTzen menunjukkan potensi besar media sosial X dalam memobilisasi gerakan sosial secara cepat, terkoordinasi dan positif.

### 3. Konten Edukasi Terkait Isu-Isu

Tujuan utama dari adanya konten-konten edukasi terkait isu-isu kemanusiaan ini adalah untuk melampaui sekadar penyampaian informasi, dan lebih jauh lagi, untuk menumbuhkan kesadaran yang mendalam serta pemahaman yang komprehensif mengenai isu-isu mendasar seperti ketidakadilan, kemanusiaan, kesehatan, dan lingkungan. memanfaatkan berbagai format yang menarik dan mudah diakses, terutama melalui platform media sosial. Bentuk-bentuk penyajian yang populer meliputi *thread* yang mengupas isu secara mendalam dalam rangkaian unggahan, infografis yang menyajikan data dan informasi visual secara ringkas dan menarik, poster digital yang kuat dalam menyampaikan pesan tunggal, serta video pendek yang efektif dalam menarik perhatian dan menyampaikan narasi yang kuat melalui platform media sosial salah satunya X. Terdapat beberapa akun yang dikhususkan untuk menyuarakan isu-isu sosial kemanusiaan salah satunya ialah akun X @nctzenhumanity. Pada akun tersebut menampilkan beberapa konten edukasi isu-isu sosial yang berfokus pada kampanye kesetaraan, bantuan kemanusiaan, advokasi, dan sebagainya.

Dalam menyampaikan konten edukasi isu sosial, akun @nctzenhumanity mengedepankan penggunaan bahasa yang sangat komunikatif, informatif, bijak, kreatif, serta didukung oleh gambaran visual yang menarik dan mudah dipahami. Pendekatan ini melampaui sekadar penyampaian fakta dan data. Mereka berupaya membangun jembatan pemahaman dengan audiens, khususnya para penggemar NCTzen, melalui penyajian informasi yang tidak menggurui namun tetap

berbobot. NCTzenHumanity memiliki tujuan yang lebih dalam, yaitu mendorong audiens untuk mengembangkan kemampuan berpikir kritis terhadap isu-isu sosial yang berkembang di lingkungan sekitar mereka. Konten-konten yang disajikan dirancang untuk memicu refleksi, mempertanyakan asumsi, dan menganalisis akar permasalahan sosial. Melalui pemahaman yang mendalam dan kesadaran yang meningkat, fandom NCTzen didorong untuk melampaui batas-batas dukungan terhadap idola semata dan terlibat dalam tindakan kolektif yang nyata. Berikut salah satu contoh konten edukasi dari akun X @nctzenhumanity:

Gambar 13. Konten Edukasi



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Berdasarkan gambar diatas, NCTzenHumanity menunjukkan konten yang edukatif dalam merespons fenomena boikot dan adanya *hate speech* atau *bullying* kepada para member. Pada gambar pertama, NCTzenHumanity menyoroti aksi boikot disalahartikan dan dimanfaatkan oleh oknum-oknum tertentu untuk mengujar kebencian dan menyerang member secara personal. Hal tersebut merupakan bentuk penyimpangan dari tujuan utama yakni boikot yang seharusnya bersifat kolektif, terarah, dan tidak menjerumus pada perundungan secara personal. Definisi boikot yang benar dijelaskan sebagai tindakan untuk tidak membeli, tidak menjual, dan tidak mempromosikan produk yang bersangkutan. Unggahan

ini secara implisit menyerukan kepada para penggemar untuk tetap fokus pada tujuan boikot yang konstruktif dan menghindari tindakan yang merugikan idola mereka sendiri.

Kemudian gambar kedua menegaskan dalam sebuah penggalan video dari tayangan YouTube “Yuk Ngaji TV (YNTV)”, penggalan video tersebut menjelaskan bahwa isu-isu tentang adanya boikot dari fandom NCTzen itu sudah benar, bukan malah menyerang personalnya melainkan tentang aktivitas atau tindakan apa yang dilakukan dan perlu dikritisi. Pesan dalam video tersebut secara perlahan menyebarkan kesadaran isu sosial. NCTzenHumanity mengambil inisiatif pada peran penting dalam mengedepankan nilai-nilai edukasi dalam menghadapi perbedaan pandangan. Alih-alih terpancing dalam polarisasi atau konflik, mereka berusaha untuk membangun jembatan komunikasi dan pemahaman dengan orang-orang yang mungkin memiliki perspektif yang berbeda terkait isu boikot ini. Pendekatan ini bertujuan untuk mencegah isu tersebut semakin memanas dan memperkeruh suasana, serta mendorong dialog yang lebih konstruktif dan berbasis pada pemahaman yang baik.

## **BAB IV**

### **BENTUK-BENTUK AKTIVISME DIGITAL FANDOM NCTZEN PADA AKUN X @NCTZENHUMANITY**

Melucci (dalam Suwardi, 2015) menjelaskan bahwa terdapat tiga kategori analisis tentang suatu gerakan sosial, yakni gerakan yang membangun formasi aksi kolektif yang memerlukan solidaritas untuk memanifestasi konflik, dan mengubah atau merombak sistem yang lama. Hal tersebut dipicu oleh situasi baru dari konflik yang terjalin dengan kehidupan sehari-hari, konflik itu sendiri meliputi kode-kode simbolik, tuntutan-tuntutan identitas, dan tuntutan-tuntutan personal atau ekspresif. Gerakan sosial yang dilakukan oleh fandom NCTzen di media sosial X ini muncul sebagai reaksi terhadap isu-isu kemanusiaan dan sosial yang mereka anggap penting, selain itu aktivisme ini juga ingin memperlihatkan kepada orang-orang yang masih berpikiran negatif terhadap fandom. Banyak diantara mereka yang merasa bangga dengan aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh fandom NCTzen yang ditampilkan di media sosial X. Akan tetapi, masih ada beberapa orang yang merasa denial dan melakukan *hatespeech* terhadap kegiatan tersebut. Hal inilah yang menjadi permasalahan utama bagi NCTzenhumanity, karena mereka masih merasa kurang melihat akan aksi-aksi kemanusiaan yang dilakukan oleh fandom K-Pop seperti NCTzen ini.

Terdapat beberapa orang yang kurang memberikan perhatiannya terhadap isu-isu kemanusiaan, akun X @nctzenhumanity akan tetap pada tujuannya yaitu menjadi wadah gerakan sosial untuk fandom NCTzen yang masih memiliki kepedulian terhadap sesama. Sesuai dengan teori gerakan sosial baru Alberto Melucci (1985) tentang bagaimana aktor mampu menghubungkan efek tindakan mereka dengan diri mereka sendiri, serta kemampuan mereka untuk membangun hubungan masa lalu dan masa depan berkaitan dengan tindakan dan efeknya. Akun X @nctzenhumanity ini terus membangun solidaritas dan tindakan kolektif di antara para penggemar yang memiliki kepedulian, dengan memaknai setiap aksi sebagai bagian dari perjuangan jangka panjang yang menghubungkan pengalaman masa lalu yang dimana mereka selalu mendapatkan pandangan yang buruk dari anti

K-Pop, kesadaran saat ini dimana fandom NCTzen secara sadar akan kualitas yang ada dalam fandomnya dan memiliki minat yang sama dalam aksi kemanusiaan, serta harapan masa depan untuk perubahan sosial menuju lebih baik dan berkepanjangan. Beberapa bentuk aktivisme digital yang dilakukan oleh akun @nctzehumanity di media sosial X ialah sebagai berikut:

#### **A. Fundraising Campaign di Media Sosial X**

*Fundraising* adalah untuk membangun hubungan atau secara sederhana *fundraising* tidak untuk mendapatkan uang, tetapi untuk mendapatkan seorang donor (Klein, 2006). Tujuan dari kegiatan ini untuk mendapatkan dana yang diperoleh dari donatur baik individu maupun kelompok. NCTzenHumanity sebagai bentuk wadah untuk mencari donatur terhadap fandom NCTzen. NCTzenHumanity mengumpulkan dana dengan cara memanfaatkan penggunaan media sosial khususnya X yang menjadi sumber penyebaran informasi. Akan tetapi, dana yang didapatkan dari donatur tersebut nantinya akan dialokasikan untuk *project* yang dirancang oleh NCTzenHumanity. Project yang dirancang bukan semata-mata untuk hal yang tidak bermanfaat. Seperti yang disampaikan dalam wawancara oleh Informan H,

“Iya jadi di nctzenhumanity ini sebelum pelaksanaan project-project apa yang mau dilaksanain biasanya kita adain fundraising atau galang dana terlebih dahulu kepada NCTzen yang kami sebarakan melalui X, nanti hasil dari fundraising tersebut akan digunakan untuk berbagai kegiatan-kegiatan sosial yang mau dilaksanakan, contohnya kaya donasi diperuntukkan pada yang membutuhkan dan biasanya untuk program-program yang nantinya akan kita lakukan, pastinya kita akan selalu mengajak temen-temen NCTzen untuk ikut berpartisipasi.” (Wawancara informan H, 20 April 2025).

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan menjelaskan bahwa sebelum melakukan kegiatan sosial diawali dengan proses *fundraising* terlebih dahulu. Aksi ini diawali dengan menyebarkan informasi oleh admin melalui akun Twitter/ X nya. *Fundraising* adalah untuk membangun hubungan atau secara sederhana *fundraising* tidak untuk mendapatkan uang, tetapi untuk mendapatkan seorang donor (Klein, 2006). Menurut informan H, *Fundraising*

ini ditujukan kepada para anggota fandom NCTzen untuk mengumpulkan dana. Dana yang terkumpul nantinya akan digunakan sebagai project pada kegiatan sosial, seperti donasi kepada masyarakat yang membutuhkan dan digunakan untuk mendanai berbagai project kemanusiaan yang direncanakan. Adanya *fundraising* ini sangat membantu dan mempermudah NCTzen untuk memberikan bantuan kepada yang membutuhkan tanpa terjun ke lapangan.

Menurut Sumardiono (2022) akun fanbase memiliki kepandaian dalam mengelola emosi para pengikutnya. Massa yang dapat dikontrol dengan baik memudahkan pengelola penggalangan donasi untuk mencari simpatisan. Mengacu pada Melucci (1985) jaringan relasi aktif antar aktor yang saling berinteraksi (*interact*) dan saling mempengaruhi (*influence each other*). Banyak dari kalangan NCTzen yang membagikan informasi menarik terkait akun X @nctzenhumanity dan sering membuka donasi, sehingga menyadarkan dirinya untuk tidak segan-segan untuk ikut dalam menyumbangkan uangnya untuk orang-orang yang membutuhkan. Fandom NCTzen sendiri membangun solidaritas melalui nilai-nilai kemanusiaan yang mereka bangun melalui media sosial X, menjadi ruang penting bagi NCTzen dan NCTzenHumanity untuk saling membagikan informasi terkait *fundraising*, dengan adanya komunikasi yang baik antara keduanya maka rasa kesolidaritasan akan muncul sehingga tanpa disadari akan dapat mempengaruhi satu sama lain.

NCTzenHumanity menginisiasi dua kegiatan atas *fundraising* yang telah dilakukan oleh para fandom NCTzen, yakni *general campaign* dan *Palestine campaign*:

#### 1. Fundraising untuk General Campaign

Menurut penjelasan dari informan H yang mengatakan bahwa *general campaign* merupakan salah satu program dari NCTzenhumanity yang memiliki cakupan isu yang lebih luas dan tidak terbatas pada satu topik atau wilayah tertentu yang bersifat umum dan inklusif. NCTzenHumanity mengalokasikan *general campaign* mencakup berbagai bentuk donasi yang ditujukan kepada yang membutuhkan. Melalui hal ini,

NCTzenHumanity menyuarkan kepedulian terhadap berbagai kelompok rentan dan mendorong partisipasi aktif dari NCTzen dan masyarakat luas untuk ikut peduli dan bergerak. Bentuk *general campaign* tersebut disampaikan oleh informan H pada wawancara, yaitu:

“Fokus general disini ga cuma fokus sama satu isu saja melainkan beberapa isu contohnya isu-isu sosial, budaya, politik bahkan lingkungan. Tujuan utamanya itu untuk memberikan bantuan kepada kelompok rentan atau masyarakat yang membutuhkan, tanpa fokus pada satu krisis tertentu, kita juga harus memperhatikan dari beberapa sudut misalnya pendidikan, kesehatan, dan lingkungan yang ada di sekitar kita, jadi disini sistemnya ada yang terencana dan tidak terencana.” (Wawancara informan H, 20 April 2025)

Berdasarkan wawancara tersebut, informan H menjelaskan bahwa general yang dimaksudnya ialah menanggapi isu-isu seperti sosial, budaya, politik dan lingkungan, tanpa memfokuskan perhatiannya pada isu tertentu. Informan H juga menegaskan lagi untuk peduli juga terhadap pendidikan dan kesehatan yang ada pada lingkungan sekitar kita. Betapa pentingnya untuk melihat lingkungan sekitar kita dan sadar akan permasalahan yang ada, dengan membantu kelompok-kelompok rentan dan masyarakat yang membutuhkan lainnya. Serta, terdapat beberapa kegiatan yang secara terencana dan terstruktur, ada juga yang tidak terencana. Menurut (Nofrima & Qodir, 2021) adanya konsolidasi akan menentukan tema besar tuntutan yang sama, kebutuhan yang sama, dan kepentingan bersama. Maka dari itu, NCTzenHumanity bukan hanya memfokuskan perhatiannya pada isu-isu tertentu melainkan mencakup beberapa isu sosial, budaya, politik dan lingkungan serta berkaitan dengan kemanusiaan. Berikut beberapa kegiatan pada *general campaign* yang dilakukan NCTzenHumanity, diantaranya:

a. Ranah Sosial

1) Melanjutkan Jejak Baik Idol NCT

Menurut Wahyuni & Wahidah (2022) yang melihat bahwa perilaku individu tidak semata-mata dihasilkan dari reflek otomatis

atas stimulus, melainkan akibat reaksi yang timbul sebagai hasil dari interaksi lingkungan. Kemudian, Melucci (1996) berpandangan bahwa terkait adanya tingkatan emosional seperti perasaan, cinta, keyakinan, dan ketakutan merupakan bagian tubuh yang bertindak secara kolektif, tidak ada kognisi tanpa perasaan dan tidak ada makna tanpa emosi. Dalam hal ini mencoba menjelaskan terkait bagaimana mereka hadir bukan hanya sebagai sang idola, namun juga sebagai figur yang peduli sesama. Walaupun masih banyak beberapa pandangan negatif dari seseorang yang kurang tertarik dengan dunia K-Pop, akan tetapi dengan kepedulian mereka bisa saja mengalihkan pandangan buruknya. Kebaikan hati dan rasa empati dari para idol menjadi teladan bagi para penggemarnya, sehingga mereka dapat termotivasi untuk melanjutkan jejak baik dari sang idola.

*Gambar 14. Jeno dan Jaemin Bertemu Pudori dan selamat di Indonesia*



(Sumber: Akun X @nctzenhumanity, 2025)

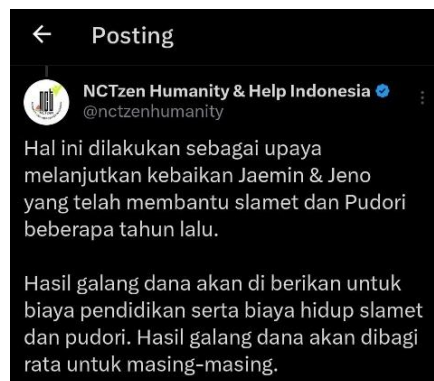
Gambar di atas memperlihatkan Jeno & Jaemin bertemu dengan 2 anak laki-laki, mereka bernama Pudori dan Slamet. Kedua anak tersebut hidup dalam kondisi keterbatasan, sehingga diharuskan membantu kedua orang tuanya bekerja (Safitri, 2019). Pada saat itu Jeno & Jaemin sedang melaksanakan *shooting* pada siaran YouTobenya bertajuk “*Good Neighbors*” pada tahun 2019. Jeno & Jaemin memperlihatkan bahwa perhatian dan kasih sayang tidak mengenal batas negara atau status sosial. Momentum tersebut menginspirasi NCTzen untuk melanjutkan kebaikan yang ditunjukkan oleh idola mereka yaitu dengan melakukan donasi untuk Pudori dan

Slamet. Sebagaimana dijelaskan seperti pada wawancara dengan informan B sebagai berikut:

“Jadi gini, pada beberapa tahun kemarin Jenso sama Jaemin datang ke Indonesia buat membantu orang yang kurang mampu kayak Slamet dan Pudori itu. Makannya kita NCTzen mau membantu Slamet dan Pudori lagi buat keberlanjutannya, apalagi mereka masih membutuhkan dukungan pendidikan dan kehidupan sehari-hari mereka. Toh ini juga hal yang baik buat kita semua peduli dengan apa yang ada di lingkungan sekitar kita gitu kan”. (Wawancara informan B, 25 April 2025).

Pernyataan dari informan B mengatakan bahwa, kedua member NCT bernama Jenso dan Jaemin datang ke Indonesia untuk membantu kedua anak bernama Slamet dan pudori, mereka mendapatkan banyak apresiasi tinggi dari NCTzen. Hal ini menunjukkan adanya kesadaran kolektif dari fandom NCTzen terhadap nilai kemanusiaan dan keberlanjutan. Kegiatan tersebut bukan hanya sekedar mendukung member, tetapi juga menjadi sarana untuk membangun kepedulian terhadap isu-isu lokal dan memperkuat hubungan sosial. Ditegaskan juga dalam postingan X @NCTzenHumanity yaitu,

*Gambar 15. Melanjutkan Semangat Berbagi Jenso dan Jaemin*



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Berdasarkan gambar diatas, aksi penggalangan dana yang dilakukan fandom NCTzen melalui media sosial X akun @nctzenhumanity, merupakan upaya untuk melanjutkan kebaikan yang sebelumnya telah dilakukan oleh dua anggota NCT Jaemin dan

Jeno kepada Slamet dan Pudori beberapa tahun yang lalu. Melucci (dalam Pranowo, 2014) sebuah gerakan membutuhkan sumber daya dan dukungan untuk melakukan kampanye yang berkelanjutan. Dalam hal ini menunjukkan adanya memori dan apresiasi yang mendalam di kalangan penggemar terhadap tindakan positif yang dilakukan oleh idola mereka. Inisiatif ini tidak hanya sekadar respons sesaat, tetapi juga wujud komitmen untuk meneruskan dampak baik yang telah ditorehkan oleh Jaemin dan Jeno. Unggahan tersebut merinci tujuan spesifik dari penggalangan dana tersebut, yaitu untuk mendukung biaya pendidikan serta biaya hidup Slamet dan Pudori.

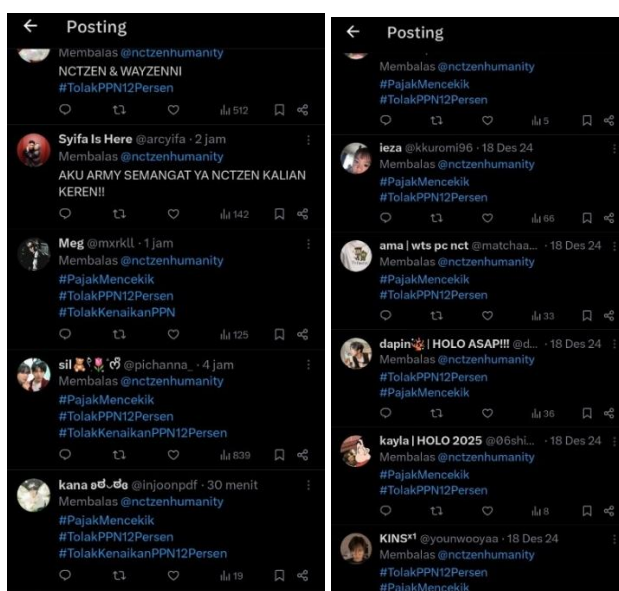
b. Ranah Politik

Aktivisme digital yang dilakukan oleh fandom NCTzen bukan hanya berfokus pada isu-isu sosial, akan tetapi juga turut andil dalam menanggapi isu-isu politik. NCTzenHumanity melalui media sosial X menjadi cermin bahwa fandom K-Pop juga bisa ikut berkontribusi positif terhadap masyarakat. Meliana dan Jannah (2020) menjelaskan bahwa fandom K-Pop berkumpul untuk menyampaikan penentangan mereka melalui media sosial. Sidik Dan Rizky (2020) juga menjelaskan penggemar K-pop dapat mendukung aktivisme digital pada ranah politik. Media sosial telah berkontribusi pada aktivisme digital yang lebih luas, misalnya membangun komunitas digital dan meningkatkan akses untuk melakukan kritik terhadap kebijakan pada sistem pemerintahan.

Keterlibatan mereka melampaui batas-batas fandom secara konvensional, mereka menunjukkan bahwa semangat kebersamaan yang kuat dapat dimanfaatkan untuk menyuarakan aspirasi dan keprihatinan terhadap kebijakan publik. Tindakan ini mencerminkan kesadaran politik yang tumbuh di kalangan generasi muda, di mana fandom menjadi salah satu wadah untuk mengekspresikan pandangan dan berpartisipasi dalam wacana publik yang lebih luas. Salah satu bentuknya yaitu keterlibatan NCTzenHumanity dalam ranah politik

adalah partisipasi mereka dalam menyuarakan penolakan terhadap kebijakan pemerintah mengenai Kenaikan PPN 12% dengan cara menaikkan tagar (hashtag) “#” di media sosial X, dibantu dengan kekuatan dari para fandom NCTzen untuk menaikkan tagar #TolakKenaikanPPN12Persen. Berikut postingan tentang fandom NCTzen dan NCTzenHumanity berbondong-bondong menaikkan tagar #TolakKenaikanPPN12Persen.

Gambar 16. Meramaikan Tagar #TolakKenaikanPPN12Persen



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024)

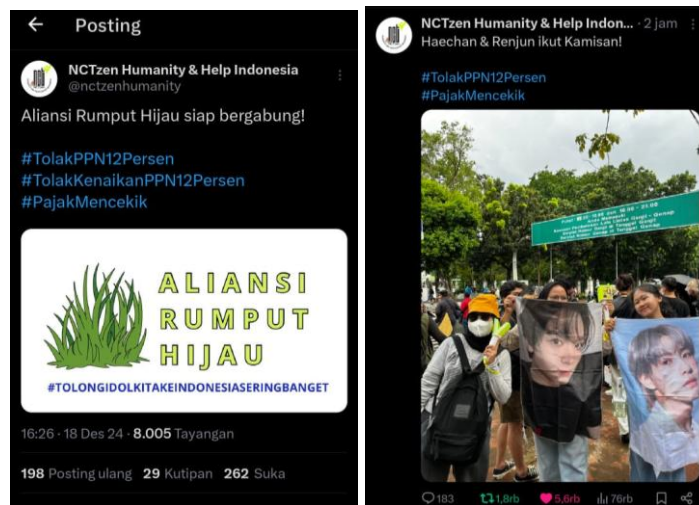
Berdasarkan gambar diatas, melalui media sosial X NCTzenHumanity dapat mengkoordinasikan fandom NCTzen untuk turut meramaikan tagar #TolakKenaikanPPN12Persen #Pajak Mencekik dan #TolakPPN12Persen. Karena dengan adanya penggunaan tagar secara serentak di media sosial X, memiliki potensi besar untuk mendorong tagar tersebut menjadi sebuah *trending topic*. Algoritma X akan mendeteksi peningkatan drastis dalam penggunaan tagar ini dan menganggapnya sebagai topik yang relevan dan banyak diperbincangkan. Seperti yang dikatakan oleh (Pratama Dkk, 2017) bahwa media sosial X identik dengan penggunaan konsep tagar dengan

simbol “#” sebelum kata kunci atau frasa yang relevan untuk mengkategorikan *tweet* (cuitan) pengguna, hal tersebut membuatnya lebih mudah untuk muncul dilaman pencarian, sehingga mempermudah untuk ikut berpartisipasi dalam trending topik di media sosial X.

Kemudian, melalui pandangan Melucci (dalam David A. Snow, 2004) mengulas bagaimana solidaritas bersama dibangun dalam suatu gerakan sosial melalui proses “*framing*”, fase yang dibutuhkan untuk menyamakan basis opini dan penyerangan tujuan bersama dalam tubuh gerakan sosial. Dalam konteks ini, @nctzenhumanity akan berperan sebagai inisiator *framing*, menyebarkan *template* narasi dan tagar #Pajak Mencekik #TolakPPN12Persen #TolakKenaikanPPN12Persen melalui X. Menurut Ismail Fahmi (2020), para penggemar K-pop selama ini terkesan diam terkait masalah-masalah politik yang terjadi, karena tidak ingin hanya bias politik yang menyebabkan pro dan kontra. Namun ketika ada masalah yang mengancam demokrasi dan merugikan kepentingan kemanusiaan, mereka mengambil langkah untuk menghidupkan kembali isu tersebut di media sosial.

Selain menaikkan tagar di media sosial X, NCTzenHumanity juga mengajak fandom NCTzen mengikuti aksi demonstrasi pada penolakan kenaikan PPN 12 Persen. Amalia (2024) mengungkapkan bahwa pada bulan Desember 2024, sejumlah fandon K-Popers mengikuti aksi demonstrasi tolak kenaikan PPN 12 persen, yang salah satunya adalah @nctzenhumanity bersama dengan fandom NCTzen lainnya. Mereka tidak hanya berperan sebagai pengguna media sosial yang aktif dalam memberikan dukungan secara digital, tetapi juga turun langsung ke jalan untuk menyuarakan aspirasi mereka, dengan membawa berbagai atribut fandom. Terlihat pada postingan NCTzenHumanity sebagai berikut:

Gambar 17. NCTzen Turun pada Aksi Demonstrasi #TolakPPN12Persen



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024)

Gambar diatas menunjukkan bahwa NCTzenHumanity mengajak para NCTzen untuk turun kejalan pada aksi demonstrasi #TolakPPN12Persen dengan caption “Aliansi rumput hijau siap bergabung!”. Aksi tersebut dilaksanakan pada tanggal 19 Desember 2024, di Daerah Khusus Ibukota Jakarta bersamaan dengan pendemo lainnya. Dengan membawa atribut seperti spanduk berwajah member NCT dan *Lighstick*, yang mengisyaratkan dukungan atau representasi protes dari para penggemar terhadap isu kebijakan tersebut. NCTzen yang bergabung dalam aksi tersebut untuk menyuarakan penolakan kenaikan PPN ini akan dapat berdampak pada masyarakat Indonesia sendiri, hal itu juga bisa saja berdampak terhadap kenaikan harga album, merchandise dan tiket konser. Seperti yang dikatakan informan A dalam wawancaranya:

“Adanya Kenaikan PPN ini secara umum juga bisa aja menyebabkan kenaikan harga berbagai barang dan jasa. Dalam konteks K-Pop ya, jadi ya imbasnya pada kenaikan harga album, *merchandise*, tiket konser, acara *fanmeeting* dan acara-acara lain. Jadi, penolakan terhadap kenaikan PPN bukan hanya didasari oleh kepedulian terhadap kenaikan harga barang dan jasa terkait K-Pop ya, tapi kan juga berimbas kepada masyarakat lainnya juga.”  
(Wawancara dengan Informan AF, 27 April 2025)

Berdasarkan wawancara dengan informan AF, bahwa banyak dari mereka termasuk masyarakat lainnya ini dapat merasakan dampak dari kebijakan kenaikan PPN ini bukan sekadar ungkapan emosi, melainkan refleksi dari pemahaman akan keterkaitan antara kebijakan ekonomi dan kehidupan sehari-hari. Bukan hanya sebagai konsumen dalam budaya K-Pop, tetapi juga warga negara yang memiliki hak untuk menyuarakan pendapat terkait kebijakan yang dirasa tidak tepat. Kemudian menurut artikel yang ditulis oleh Hermaawan (2025) bahwa naiknya PPN di Indonesia memiliki efek domino terhadap sektor barang dan jasa, dan yang paling utama yakni sektor konsumsi dasar. Kelompok berpendapatan rendah akan lebih rentan mengalami kenaikan harga yang diakibatkan oleh kebijakan tersebut, sehingga berpotensi dalam memperbesar kesenjangan ekonomi.

Kemudian jika dibaca menggunakan perspektif Melucci (1985) menjelaskan bahwa gerakan sosial dengan konflik yang mendominasi pada masyarakat tertentu, dan menitik beratkan analisisnya pada pembentukan identitas (*identity formation*). Gerakan ini menyuarakan, mengarah dan berjuang bagi isu-isu kemanusiaan dan isu-isu yang berhubungan dengan kondisi mendasar keberadaan manusia serta mungkin bagi keberadaan yang layak di masa depan. Dalam konteks ini, NCTzenHumanity dijadikan sebagai wadah gerakan sosial bagi para fandom NCTzen untuk aktif menanggapi isu-isu yang ada. Pada aksi demonstrasi tersebut anggota fandom yang turun kejalan telah menunjukkan kepedulian mereka terhadap isu yang ada, dengan membawa embel-embel atau atribut NCTzen identitas kolektif bisa saja terbentuk dengan sendirinya oleh pandangan masyarakat secara luas.

Akan tetapi dibalik semua itu, masih saja ada beberapa orang yang mengujar kebencian (*hate speech*) terkait aksi-aksi yang fandom NCTzen lakukan di media sosial X. Menurut Ningtyas (2024) adanya *hate speech*, mulai dari perkataan kasar, menyinggung, menyakiti

hingga membuat orang lain tertindas yang beredar di media sosial X terhadap fandom K-Pop tidak dapat terhindari. Berikut salah satu contoh ujaran kebencian tersebut:

Gambar 18. Salah Satu Benruk Hate speech Kepada Fandom NCTzen



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024)

Berdasarkan gambar diatas menampilkan sebuah cuitan dari akun X @Astagfirullah hal adzim yang menanggapi aksi demonstrasi para fans K-Pop, ia menuliskan cuitan yang membuat asumsi negatif mengenai motif di balik aksi-aksi NCTzen, menghubungkannya dengan kekalahan "majikan" mereka dan upaya untuk mengganggu pemerintahan yang sah demi citra positif pihak tertentu. Komentar ini jelas mencerminkan pandangan negatif dan mengandung unsur kebencian terhadap fandom NCTzen secara keseluruhan, tanpa melihat urgensi yang ada.

Akan tetapi, Melucci (1996) melihat bahwa seseorang dapat berbicara tentang persaingan ketika konflik dan solidaritas dibatasi dalam batas-batas sistem yang diberikan. Dalam konteks ini, komentar negatif ini bukanlah sekadar ketidaksukaan, melainkan bentuk persaingan narasi di dalam sistem media sosial dan fandom NCTzen. Pihak yang mengkritik berusaha memengaruhi opini publik dan *framing* yang telah dibangun oleh NCTzenHumanity. Adanya komentar negatif menunjukkan bahwa meskipun ada upaya untuk menyamakan opini melalui *framing* oleh NCTzen Humanity, sistem tersebut masih

memungkinkan adanya perbedaan pendapat dan persaingan narasi yang sah, di mana berbagai kelompok berupaya saling memengaruhi pandangan publik.

Selain munculnya *hate speech* pada postingan tersebut, terdapat pula masyarakat yang masih denial (menyangkal) terhadap isu yang sedang terjadi. Menurut Nindra & Ghassani (2025) dalam website enesis.group, denial merupakan sikap pertahanan diri seseorang sebagai respon menenangkan diri dari gangguan kecemasan. Orang yang demikian, menolak fakta atau kenyataan yang ada dan tidak sesuai dengan apa yang diekspektasikan. Gambar berikut ini merupakan contoh orang-orang yang masih denial:

Gambar 19. Denial Terhadap Isu Yang Sedang Terjadi



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Berdasarkan kedua gambar diatas menunjukkan adanya fenomena penyangkalan (denial) terhadap isu-isu yang sedang terjadi, termasuk isu yang disuarakan oleh NCTzen. Sikap denial ini dapat

bermanifestasi dalam berbagai bentuk, mulai dari meremehkan kepedulian dan kapasitas fandom untuk memahami isu politik, hingga menyebarkan narasi yang meragukan validitas informasi yang mereka sebarkan atau motif di balik keterlibatan mereka. Adanya sikap denial terhadap isu yang sedang *booming* memperlihatkan bahwa mereka masih belum menyadari dampak dari kebijakan-kebijakan yang disahkan oleh pemerintah. Sesuai dengan wawancara yang dilakukan kepada informan B, mengatakan sebagai berikut:

“Salah satu alasan munculnya sikap denial ini bisa aja karena kurangnya pemahaman atau kesadaran akan dampak dari kebijakan-kebijakan yang disahkan oleh pemerintah. Mereka mungkin hanya melihat isu tersebut sebagai sesuatu yang abstrak atau jauh dari kehidupan sehari-hari mereka. Ga mampu buat ngeliat kaitan antara kebijakan yang disahkan dengan kehidupan personal. Hal inilah yang kemudian memunculkan sikap acuh atau denial terhadap urgensi pada isu tersebut.” (Wawancara dengan informan B, 25 April 2025)

Berdasarkan wawancara dengan informan B, menjelaskan bahwa sikap denial terjadi atas ketidaksepahaman dan tidak adanya rasa sadar, terhadap dampak yang memungkinkan timbul dari adanya kebijakna-kebijakan yang kurang tepat. Ketika suatu isu tidak dirasakan sebagai ancaman atau peluang pribadi, motivasi untuk peduli, mencari tahu lebih lanjut, atau bahkan bertindak akan sangat rendah. Sikap *denial* ini bukan berarti individu tersebut tidak mampu memahami, melainkan lebih kepada kurangnya relevansi emosional atau dampak langsung yang dirasakan, sehingga mereka memilih untuk mengabaikan atau menyangkal urgensi masalah tersebut. Hasanah dkk (2021) menegaskan bahwa sikap denial pada individu akan berusaha sendiri dengan menolak kenyataan, membantah kondisi-kondisi yang membuat individu tersebut tidak nyaman, serta tidak bisa menerima kebenaran akan kenyataan dalam menghadapi kondisi tertentu sehingga dapat menimbulkan konflik.

Melucci (1996) menjelaskan bahwa konflik merupakan sebuah perlawanan antara aktor yang mencari kontrol atas sumber daya sosial. Kemudian, Melucci (1996) memperjelas lagi bahwa solidaritas bersifat kultural. Solidaritas dapat terbentuk ketika suatu konflik terjadi. Orang-orang akan merasa terikat satu sama lain bukan serta merta karena mereka saling berbagi kepentingan dan tujuan yang sama, tetapi melainkan juga karena mereka perlu ikatan tersebut untuk membuat kesepakatan tentang apa yang mereka lakukan. Namun, dalam sikap denial yang dimiliki beberapa individu meskipun terdapat isu atau gerakan yang berusaha membangun solidaritas berdasarkan kesepakatan kultural dan tujuan bersama, sebagian individu masih denial untuk terikat atau memahami makna dari tindakan tersebut.

c. Ranah Lingkungan

Winterich, Mittal, and Aquino (2013) mengatakan bahwa perilaku donasi berdasarkan kemauan menampilkan karakter moral melalui sebuah tindakan atau untuk mendapatkan suatu pengakuan atau imbalan adalah salah satu tindakan *Conspicuous Donation Behavior* atau perilaku donasi yang mencolok, bukan hanya imbalan uang tetapi juga pengakuan dari masyarakat atau menghilangkan *negative labelling* pada suatu kelompok termasuk *Conspicuous Donation Behavior* atau donasi yang menginginkan timbal balik atas donasi tersebut, atau seseorang berdonasi dengan niat ingin mendapat pengakuan publik atau mengekspos perilaku donasi di media sosial agar diakui atau mendapat timbal balik (Lucas 2017). Sebagai public figur yang memiliki pengaruh besar dalam industri hiburan seperti para anggota NCT, setiap tindakan kebaikan yang mereka lakukan memiliki potensi resonansi yang kuat di kalangan fandom mereka. Ketika seorang idola menunjukkan kepedulian terhadap isu-isu sosial atau lingkungan melalui tindakan nyata, hal ini tidak hanya mencerminkan nilai-nilai pribadi mereka tetapi juga mengirimkan pesan yang kuat kepada para penggemar (Elkarim, 2024).

*Gambar 20. Idol NCT Donasi untuk Bencana Gempa Bumi*

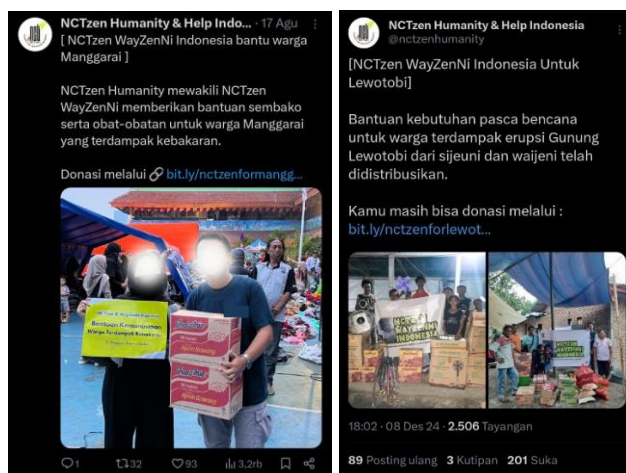


(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Melalui gambar postingan akun X @nctzenhumanity di atas menunjukkan bahwa salah satu member dari NCT bernama Haechan melakukan donasi untuk korban bencana gempa bumi yang terjadi di Turki dan Syria pada 13 Februari 2023. Tindakan tersebut menjadi representasi ataupun acuan oleh para anggota NCT secara keseluruhan, sehingga dapat membantah stereotip yang ada tentang idol K-Pop yang dianggap hanya fokus pada hiburan dan popularitas saja, hal itu menjadi bukti dari sisi positif NCT dan NCTzen, menyoroti kepedulian, empati, dan keinginan untuk berkontribusi pada kebaikan bersama.

Selaras dengan pendapat Melucci (1985) bahwa gerakan sosial baru mengalami dinamika internalnya dalam menjalin relasi sosial. Jaringan sosial pun akan terbentuk serta mempengaruhi aspek kolektivitas yang terjalin di dalam gerakan itu sendiri. Alberto Melucci mencoba untuk menemukan ciri-ciri yang menyatukan gerakan ini. Bahwa gerakan ini berupa jejaring kelompok-kelompok kecil yang tenggelam dalam kehidupan sehari-hari. Mereka saling berhubungan, saling bertemu di aneka tempat, di berbagai kesempatan, tidak menghalangi pertambahan anggota, dari berbagai bangsa, negara, ideologi, agama. Ciri dari mereka adalah dituntut sikap serius dan kritis terhadap masalah yang dihadapi, keterikatan pribadi dan solidaritas afektif jika mau menjadi anggota (Hasan, 2006).

Gambar 21. Fandom NCTzen Donasi untuk Korban Bencana Alam



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Berdasarkan kedua gambar diatas, menampilkan bahwa tersalurkannya donasi dari fandom NCTzen untuk korban bencana alam melalui akun X @nctzenhumanity. Melalui unggahan-unggahan di platform media sosial X, NCTzenHumanity secara konsisten menginisiasi dan menyerukan ajakan donasi yang secara spesifik ditujukan untuk membantu para korban bencana alam. Bantuan yang disalurkan tersebut bukan hanya berupa uang, namun kebutuhan pokok, seperti sembako, dan berbagai obat-obatan.

Melalui donasi-donasi oleh fandom K-Pop sendiri dihadapan masyarakat Indonesia, membuktikan bahwa mereka menjalani penggalangan dana tersebut dengan sukarela, terlebih penggalangan dana tersebut dilakukan dengan mengatasnamakan fandomnya. Sehingga, dibalik semua itu fandom K-Pop ingin membangun *image* yang baik antara fandom dan idolnya dihadapan masyarakat (Agatha & Utami, 2023). Ada banyak ruang untuk pertumbuhan penggalangan dana di Indonesia. Masyarakat umum di Indonesia memiliki kemauan yang kuat untuk saling membantu dan bekerja sama. Faktor lainnya adalah bahwa orang Indonesia memiliki kecenderungan kuat untuk memberi tanggung jawab sosial. Data dari *Charities Aid Foundation* (CAF) 2019 *World Giving Index*, menunjukkan bahwa Indonesia

termasuk dalam 10 besar negara paling dermawan (Daroini & Aprilinda, 2023).

Sebagaimana mengutip dari Susilo (2022), identitas kolektif tidak stagnan, identitas ini sebagai definisi interaktif, dibagi-bagi dan diproduksi oleh beberapa individu maupun kelompok. Oleh karena itu, identitas kolektif fleksibel dan tidak kaku. Kemudian Melucci (1996) menjelaskan tentang *breaching of systems limits* dengan didasari orientasi tujuannya yakni merombak sampai pada batas mendasar sejauh mana sebuah sistem masih bisa ditoleransi. Dalam konteks, @nctzenhumanity tidak hanya sekadar nama, melainkan sebuah wadah gerakan sosial bagi NCTzen yang sangat vokal. Identitas ini secara aktif dihasilkan dari interaksi konstan antar anggotanya, didorong oleh kepedulian terhadap arah perjuangan mereka, dibentuk oleh bagaimana mereka secara kolektif merespons tantangan dan memanfaatkan kesempatan di lingkungan media sosial dan industri K-Pop

## 2. Fundraising untuk *Palestine Campaign*

Fandom NCTzen telah aktif menunjukkan kepedulian kemanusiaan melalui komunitas mereka yang bernama NCTzenHumanity, yang secara konsisten melakukan penggalangan dana untuk membantu masyarakat yang membutuhkan bantuan, termasuk kepedulian terhadap masyarakat Palestina. Menurut Kaslam (2024) dampak dari konflik Palestina-Israel juga terasa kuat, terutama dalam hal opini publik dan solidaritas. Sebagian besar masyarakat Indonesia merasa simpati terhadap rakyat Palestina dan mengecam tindakan Israel dalam konflik tersebut. Demonstrasi dan kampanye solidaritas untuk Palestina sering kali diadakan di berbagai kota di Indonesia, menunjukkan dukungan yang kuat dari masyarakat sipil terhadap rakyat Palestina.

Indonesia sendiri merupakan salah satu negara yang paling konsisten mendukung Palestina untuk merdeka dan bebas dari pendudukan Israel. Hal itu ditunjukkan melalui langkah-langkah konkret untuk mendukung

Palestina, termasuk bantuan kemanusiaan, pengembangan ekonomi, pendidikan, dan dukungan politik, yang sering disuarakan dalam forum-forum Internasional (Manurung dan Heriamsal, 2024). Akun X @nctzenhumanity secara aktif mengajak fandom NCTzen untuk selalu mendukung Palestina sampai saat ini, karena mereka sadar dan memiliki empati akan isu-isu kemanusiaan yang terjadi pada lingkungan sekitar secara nasional dan internasional. Hal serupa dikatakan oleh informan F selaku fandom NCTzen yang masih aktif dalam aksi yang dilaksanakan oleh akun X @nctzenhumanity:

“Karena kan isu Palestina ini bukan lagi sekadar konflik biasa, tapi udah jadi perhatian umum karena adanya pelanggaran HAM yang berat, bahkan mengarah pada genosida. Nah akhirnya dari situ kan banyak banget komunitas yang menyuarakan free Palestine, dan banyak juga fandom K-Pop yang bersuara salah satunya ya kami sebagai NCTzen. Aksi ini atas kesadaran bersama sih kak, sesama muslim, bukan hanya muslim saja tapi seluruh dunia mengecam aksi genosida dari israel ke Palestina ini.” (Wawancara dengan Informan F, 17 April 2025).

Berdasarkan wawancara dengan informan F, mengatakan bahwa isu Palestina telah melampaui batas konflik regional dan mendapatkan perhatian luas di tingkat global. Perhatian ini terfokus pada adanya dugaan pelanggaran Hak Asasi Manusia (HAM) yang sangat berat, bahkan mengarah pada genosida. Kesadaran akan kejahatan kemanusiaan tersebut meningkatkan kesadaran orang-orang, termasuk pada fandom K-Pop seperti NCTzen. Wibisono (2021) mengaskan dengan menunjukkan bahwa isu Palestina dipandang sebagai masalah kemanusiaan yang fundamental, melampaui identitas agama atau kebangsaan. Keterlibatan NCTzen dalam menyuarakan dukungan untuk Palestina merupakan cerminan dari kesadaran individu, di mana fandom sebagai bagian dari masyarakat dunia merasa terdorong untuk bertindak dan menyuarakan keadilan bagi mereka yang tertindas.

Kemudian dalam wawancara bersama informan H (2025), menjelaskan bahwa situasi di Palestina adalah krisis kemanusiaan yang parah, di mana hak asasi manusia diinjak-injak dan nilai-nilai moral universal diabaikan. Hal tersebut, mendorong fandom NCTzen untuk terus aktif membela Palestina melalui berbagai platform. Komitmen ini didasari oleh keinginan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat luas mengenai tragedi kemanusiaan yang terjadi dan terus menyuarakan solidaritas bagi mereka yang terdampak. Akun X @nctzenhumanity akan selalu menjadi wadah bagi fandom NCTzen yang selalu peduli pada isu-isu kemanusiaan, dengan menggalangkan dukungan bagi Palestina dan mengedukasi publik.

Sesuai dengan pernyataan dari Weber (1978) dalam tipe aksi sosial yaitu *instrumentally rational (Zweckrational)*, artinya tindakan yang didasari adanya pertimbangan dan perhitungan secara rasional mengenai efisiensi dan efektivitas dalam mencapai tujuan yang ingin dicapai. Kemudian Melucci (1996) mempertegas bahwa partisipasi dalam aksi kolektif memiliki makna yang tidak dapat direduksi terkait perhitungan biaya-manfaat. Juga mengungkapkan bahwa gerakan sosial menggunakan penalaran yang instrumental-strategis, adanya kalkulasi terhadap biaya dan manfaat, serta mengejar tujuan dan kepentingan secara rasional. Dalam konteks penelitian ini mereka terdorong akan rasa tanggung jawab moral sebagai bagian dari fandom NCTzen yang peduli kemanusiaan, sehingga identitas kolektif tersebut tidak dapat dipertukarkan dengan perhitungan rasional semata.

Adapun beberapa aktivitas fandom NCTzen dalam mendukung Palestina melalui akun X @nctzenhumanity yaitu:

a. Donasi untuk Palestina

Rasa peduli yang tinggi terhadap isu kemanusiaan memainkan peran sentral dalam membentuk perilaku kolektif, terutama dalam merespon isu-isu kemanusiaan. Ketika individu sadar akan penderitaan yang diderita oleh orang lain, serta menjunjung tinggi nilai-nilai seperti

saling menghormati dan memiliki kesolidaritasan yang cukup dapat menciptakan pengaruh sosial yang kuat (Prameswari, 2024). Melucci (1985) menegaskan bahwa tingkat tertentu dari investasi emosional, yang memungkinkan individu merasakan seperti bagian dari suatu kesatuan. Kepedulian pun datang dari komunitas penggemar grup K-Pop di Indonesia.

Fandom sangat loyal terhadap segala hal yang bersinggungan dengan kemanusiaan. Karena, kepedulian terhadap sesama kerap pula dicontohkan oleh idola-idola mereka. Solidaritas dan kepedulian kemanusiaan akan terus digaungkan oleh komunitas yang peduli terhadap sesama, salah satunya ialah fandom NCTzen. Melalui platform media sosial X, mereka aktif menggalang dana atau menyalurkan donasi secara berkala untuk membantu masyarakat Palestina yang tengah menghadapi berbagai kesulitan. Kegiatan donasi yang diorganisir oleh @nctzenhumanity ini menjadi bentuk adanya kekuatan sebuah fandom yang dapat dimanfaatkan untuk tujuan positif. Seperti bukti pada postingan dari akun X @nctzenhumanity sebagai berikut:

Gambar 22. Donasi dari NCTzen untuk Palestina



(Sumber: Akun X @nctzenhumanity)

Postingan diatas menampilkan penyaluran donasi dari NCTzen dan WayZenNi Indonesia untuk masyarakat Palestina kepada lembaga

terkait, yaitu *pertama* dengan dompet dhuafa Indonesia, NCTzen & WayZenNi Indonesia menyumbangkan sejumlah Rp. 84.457.368 dan Rp. 50. 000.000. *Kedua*, dengan Baznas Indonesia, NCTzen bersama dengan akun base @nctzeunah.backup menyumbangkan sejumlah Rp. 289.000.000. *Ketiga*, dengan Palang Merah Indonesia. Lembaga-lembaga tersebut yang mendistribudikan secara langsung kepada masyarakat Palestina. Hal ini menunjukkan komitmen dan kepedulian dari para fandom NCTzen terhadap isu kemanusiaan, sehingga bantuan tersebut dapat memberikan kebermanfaatan bagi masyarakat Palestina, walupun belum tentu bisa mengcover semuanya, akan tetapi dengan sedikit bantuan yang mereka terima dapat memberikan kenyamanan. Hal serupa dikatakan oleh informan H selaku salah satu perwakilan dari akun X @nctzenhumanity:

“Donasi yang kami salurkan kemarin kami serahkan kepada lembaga-lembaga yang berkaitan langsung dengan pihak sana ya, dari NCTzen dan WayZenNi melalui akun kami ini mendonasikan sejumlah uang, dan juga kebutuhan pokok. Kami sangat berterima kasih kepada sijeuni sendiri khususnya udah mau menyisihkan uangnya untuk saudara kita disana, dan semoga dari donasi yang diberikan memberikan manfaat yang banyak bagi mereka ya.” (Wawancara dengan Informan H, 20 April 2025)

Berdasarkan wawancara dengan informan H, mengatakan bahwa donasi yang dikumpulkan oleh NCTzen akan diserahkan kepada lembaga-lembaga yang berkaitan dengan pihak Palestina. Informan H juga mengungkapkan donasi yang didistribusikan kepada Palestina berupa sejumlah uang serta kebutuhan pokok. Dengan harapan donasi yang diberikan dapat memberikan manfaat yang besar bagi masyarakat di Palestina yang sedang mengalami krisis kemanusiaan. Rasa terima kasih juga diungkapkan oleh informan H, yang ditujukan kepada fandom NCTzen dan pihak lainnya yang sudah berkontribusi dalam kegiatan galang dana yang diinisiasi oleh @nctzenhumanity.

Menurut Ali, Dkk (2024) donasi menjadi salah satu alat untuk mengatasi berbagai tantangan sosial. Melalui donasi, dapat membantu

memerangi kelaparan, memberikan kenyamanan dengan memberikan pakaian yang layak pakai, serta menyokong pendidikan dan pengembangan dalam bidang seperti kesehatan. Kemudian Melucci (1996) menegaskan bahwa gerakan sosial baru ini menyuarakan, mengarah dan berjuang bagi isu-isu kemanusiaan dan isu-isu yang berhubungan dengan kondisi mendasar keberadaan manusia serta mungkin bagi keberadaan yang layak di masa depan. Aksi kemanusiaan yang dilakukan fandom NCTzen melalui base akun X @nctzenhumanity dapat memberikan banyak manfaat bagi kehidupan orang lain, salah satu contohnya yaitu dengan melakukan donasi untuk orang-orang yang membutuhkan.

b. Diskusi Kemanusiaan terkait Isu Palestina

NCTzenHumanity juga aktif dalam advokasi untuk kemerdekaan Palestina dan meningkatkan kesadaran baik itu dari fandom NCTzen tersendiri maupun masyarakat umum tentang isu tersebut. Diskusi ini ditujukan untuk mengkonsolidasikan seluruh pihak yang memiliki kesamaan pandangan terkait masalah Palestina. Amal dan Olifiani (2023) berpendapat bahwa isu perjuangan Palestina dalam meraih kemerdekaannya sudah lama berangsur, dan sejauh ini sepertinya sulit untuk diwujudkan. Oleh karena itu, perlu diperkenalkan pendekatan baru dalam pembicaraan mengenai cara penanganan masalah Palestina, sehingga dengan demikian, akan tercapai tingkat efektivitas yang lebih baik dan pemahaman yang lebih mendalam tentang tindakan yang perlu diambil terhadap bangsa Palestina. NCTzenHumanity menyadari pentingnya persatuan dan kolaborasi dalam memperjuangkan keadilan dan kemerdekaan. Dengan mengumpulkan berbagai suara dan perspektif, diskusi tersebut bertujuan untuk memperkuat gerakan dukungan terhadap Palestina. Berikut postingan akun X @nctzenhumanity yang menunjukkan adanya diskusi kemanusiaan terkait isu Palestina:

Gambar 23. Diskusi Isu Palestina



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Gambar diatas menampilkan postingan akun X @nctzenhumanity tentang diskusi kemanusiaan terkait isu Palestina, tujuan acara tersebut ialah ingin mengupas tuntas esensi dari adanya boikot promosi dengan *brand* yang terafiliasi genosida serta laporan terkini dari Palestina. Dalam kegiatan tersebut juga mengumumkan hasil doansi yang telah dilakukan. Kegiatan tersebut telah dilaksanakan pada 30 Juni 2024, tepatnya di Masjid Cordova dompet dhuafa. Informan H selaku leader @nctzenhuamnity menjelaskan dalam wawancaranya sebagai berikut:

“Kemarin sempet kami adain diskusi isu palestina, ini karena melihat potensi dari fandom NCTzen sendiri dulu ya, mereka aktif banget kalo ngebahas perihal kemanusiaan, dan pada saat ditawarkan juga mereka mau gitu dan gercep. Melalui diskusi tersebut kita bisa mempelajari hal-hal mungkin belum kita tahu dan disitu juga kita bisa menuangkan aspirasi kita untuk saling bertukar pikiran.”(Wawancara dengan informan H, 20 April 2025)

Penjelasan dari informan H mengatakan bahwa diskusi terkait isu Palestina dapat memanfaatkan potensi besar yang ada pada fandom NCTzen sendiri. Hal tersebut memberikan respon positif dan kesigapan fandom NCTzen saat ditawarkan untuk berdiskusi, menunjukkan adanya minat dan kepedulian yang kuat terhadap isu Palestina.

Informan juga menjelaskan, dalam diskusi tersebut bisa mempelajari banyak hal yang kemungkinan belum diketahui. Diskusi ini memberikan kesempatan bagi para NCTzen untuk mengutarakan pendapat, pandangan, menuangkan aspirasi serta saling bertukar pikiran terkait pembahasan mengenai isu Palestina.

Sesuai dengan pernyataan informan H sebelumnya, informan F juga berpendapat bahwa:

“Aku pernah menyampaikan aspirasiku waktu jadi narasumber di salah satu acara NCTzenhumanity yaitu untuk still boikot setelah kolaborasi ini selesai. Karena di *unlock* sebagai media untuk bersuara tentang situasi yang ada, bahwa sebagai nctzen itu harus bersikap bagaimana sih, kalo idolnya bekerjasama dg produk yang terafiliasi. Karna kan aku liat nya waktu itu ada nctzen yang diem aja, ada yang pro dan ada yang biasa aja, pokoknya bermacam-macam ngambil sikap disaat seperti itu. Dan akhirnya aku menyampaikan pendapat aku terkait bagaimana menyikapi hal tersebut pada forum tersebut.” (Wawancara dengan informan F, 17 April 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan F menjelaskan bahwa dirinya pernah menjadi narasumber di salah satu event NCTzenHumanity. Informan mengajak nctzen untuk tetap boikot setelah kolaborasi ini selesai. Karena di *unlock* sebagai media untuk bersuara tentang situasi yang ada. Sebagai nctzen itu harus bisa menyikapi hal tersebut meskipun idolnya bekerjasama dengan produk yang terafiliasi. Informan dan fandom lainnya merasa gelisah karena masih banyak fandom yang hanya diam saja dan labil. Informan menjelaskan masih banyak NCTzen yang bingung untuk mengambil sikap. Masih banyak NCTzen yang lebih memilih untuk diam. Atas sikap NCTzen yang seperti itu, informan tersebut menyampaikan aspirasinya dalam diskusi yang diselenggarakan oleh NCTzenHumanity untuk menunjukkan kesadaran sebagai fandom sehingga paham arti dari kemanusiaan.

Buechler (1995) mengatakan bahwa gerakan sosial baru memiliki pandangan tersendiri mengenai logika dari tindakan yang berbasis dalam politik, ideologi, dan kultur sebagai akar dari tindakan-tindakan

kolektif (*collective action*) dan sumber mengenai identitas, termasuk entitas, gender yang memaknai identitas kolektif. Kemudian Melucci (1996) juga menegaskan identitas kolektif mengandaikan kemampuan reflektif diri aktor sosial yang menghasilkan orientasi dan makna simbolis yang dapat dikenali oleh aktor sosial lainnya. Dalam konteks ini, ketika individu dari fandom NCTzen dihadapi dengan situasi dimana idol mereka berkolaborasi dengan produk-produk boikot, mereka (NCTzen) dituntut untuk melakukan refleksi diri. Mempertimbangkan nilai-nilai dan prinsip yang dipegang sehingga bisa menyikapi hal tersebut dengan tepat. Menunjukkan kesadaran sebagai fandom yang paham akan arti kemanusiaan, sehingga dapat menciptakan makna dan arah gerak yang dapat dipahami oleh fandomnya sendiri maupun orang lain.

## **B. Akun X @nctzenhumanity Menerjunkan Relawan (*Volunteering*)**

### **1. Kelola akun @nctzenhumanity**

Wilson (2000) mendefinisikan *volunteering* sebagai kegiatan apa pun yang memberikan waktu dan tenaga secara gratis kepada orang lain, kelompok, atau organisasi. Snyder dan Omoto (2008) mengidentifikasi ciri khas dari *volunteering* yaitu harus dilakukan berdasarkan keinginan pribadi dan bukan karena kewajiban atau paksaan, disengaja, membutuhkan pengambilan keputusan yang hati-hati, dan tidak bertujuan untuk memperoleh imbalan eksplisit. Kegiatan *volunteering* tidak hanya berdampak pada tataran individu, namun juga memiliki efek yang luas terhadap masyarakat.

Berdasarkan *The United Nations State of the World's Volunteering Report*, kegiatan *volunteering* juga berperan dalam perkembangan ekonomi, keterlibatan sosial, serta manajemen konflik dan bencana (Butcher & Einolf, 2017). Dalam kegiatannya, akun X @nctzenhumanity memainkan peran penting dalam memfasilitasi *volunteering* di kalangan fandom NCTzen. Melalui media sosial X, akun ini mengajak para penggemar untuk

turut aktif berpartisipasi dalam berbagai kegiatan sukarela. Dalam pengelolaannya, NCTzenHumanity membuka pintu peluang yang lebih dalam bagi NCTzen untuk turut aktif dalam pengelolaan akun X @nctzenhumanity itu sendiri untuk membantu dalam perencanaan, persiapan, dan pelaksanaan berbagai kegiatan. Berikut postingan akun X @nctzenhumanity yang mengajak fandom NCTzen untuk aktif dalam pengelolaan akun X @nctzenhumanity:

Gambar 24. Recruitment Relawan NCTzen



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Postingan di atas secara jelas mengumumkan adanya kesempatan bagi fandom NCTzen dan WayZenNi Indonesia untuk menjadi relawan dengan beberapa kriteria yang telah ditentukan. Postingan ini menunjukkan inisiatif NCTzenHumanity untuk secara aktif melibatkan fandom NCTzen dalam mengelola @nctzenhumanity. Terdapat beberapa alasan tertentu dalam pengambilan keputusan untuk melakukan kegiatan *volunteering* terhadap fandom NCTzen. Hal tersebut disampaikan oleh Informan H selaku perwakilan salah satu NCTzenHumanity, menyatakan bahwa:

“Banyak dari NCTzen yang mau gabung tapi untuk mengajak semuanya itu ga mungkin ya. Jadi, kita membuat recruitment volunteer dan memilih dari beberapa fans yang daftar. Alasannya karna menambah tenaga

dalam mengelola nctzenhumanity, serta memberikan kesempatan bagi mereka untuk berkontribusi dalam membangun citra positif fandom.” (Wawancara dengan informan H, 20 April 2025)

Berdasarkan wawancara dengan informan H menjelaskan bahwa banyak NCTzen yang mau gabung dalam *volunteer* tapi tidak bisa menampung semua anggota. Sehingga, nctzenhumanity membuat recruitment volunteer dan memilih dari beberapa fans yang daftar. Hal ini dikarenakan menambah tenaga dalam mengelola nctzenhumanity dan memberikan kesempatan bagi mereka untuk berkontribusi dalam membangun citra positif fandom. Kegiatan *volunteering* merupakan strategi yang efektif dalam memaksimalkan potensi yang dimiliki fandom NCTzen. Mengorganisir dan melaksanakan kegiatan sosial atau kemanusiaan tentu membutuhkan banyak tenaga dan pikiran. Dengan merekrut *volunteer*, NCTzenHumanity mendapatkan bantuan tambahan untuk berbagai tugas, mulai dari perencanaan logistik, penggalangan dana, sosialisasi acara, hingga pelaksanaan di lapangan. Kontribusi yang dilakukan fandom NCTzen dalam @nctzenhumanity, dapat menambah citra fandom tersendiri.

Anggraini dan Hartanto menjelaskan (2024) bahwa seorang relawan secara tidak langsung akan mengasah kemampuan kerjasama tim dan membangun rasa peka terhadap lingkungan yang ada di sekitar. Merujuk pada karakteristik dari aksi sosial, yang utama ialah membutuhkan seorang aktor untuk berpartisipasi dalam mewujudkan sebuah aksi. Kemudian, tujuan bersama yang ingin dicapai, dengan berlandaskan nilai-nilai dan norma sebagai pedoman individu dalam bertindak. Seperti yang dijelaskan oleh Weber (1978) tentang *value rational (Wertrational)* bahwa aktor bertindak sesuai dengan nilai-nilai dan norma, tanpa mempertimbangkan konsekuensinya.

## 2. Relawan untuk Terjun ke Lapangan

Melalui media sosial X, NCTzenHumanity juga seringkali melibatkan fandom NCTzen dalam kegiatan-kegiatan kemanusiaan. Akun

ini tidak hanya menjadi sumber informasi terkait fundraising saja, akan tetapi juga menjadi jembatan yang menghubungkan semangat kepedulian para penggemar dengan aksi nyata di lapangan. Mulai dari penggalangan dana untuk korban bencana alam hingga partisipasi langsung dalam kegiatan sukarela yang bertujuan untuk membantu sesama dan melestarikan lingkungan. Akun X @nctzenhumanity membuka kesempatan bagi nctzen untuk menjadi relawan (*volunteer*) dalam berbagai kegiatan, seperti pengemasan bantuan, distribusi logistik, atau bahkan memberikan dukungan moral. Berikut beberapa postingan akun X @nctzenhumanity yang mengajak fandom NCTzen untuk turut mendistribusikan bantuannya kepada yang membutuhkan:

*Gambar 25. Relawan untuk Membantu Pendistribusian Donasi*



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Berdasarkan postingan-postingan akun X @nctzenhumanity tersebut, merupakan contoh konkret bagaimana NCTzenHumanity memanfaatkan platform media sosial X untuk merespons dengan cepat situasi darurat dan menggerakkan fandom NCTzen untuk turut berkontribusi menjadi relawan. Yang terfokuskan pada area geografis

tertentu menunjukkan pemahaman akan efisiensi dan efektivitas bantuan yang diberikan oleh relawan lokal. Salah satu NCTzen yang mengikuti kegiatan tersebut mengatakan dalam wawancaranya yaitu:

“Pengalamannya luar biasa Kak. Walaupun sedikit capek, tapi rasanya senang banget bisa membantu langsung saudara-saudara kita yang terkena dampak bencana alam. Saya waktu itu ikut mendistribusikan hasil donasi yang berupa kebutuhan pokok dan perlengkapan darurat lainnya. Melihat senyum terima kasih dari mereka membuat saya terharu dan semakin semangat buat lebih rajin berbagi.” (Wawancara dengan informan A, 27 April 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan A, menjelaskan pengalamannya sebagai seorang relawan pada salah satu lokasi yang terkena dampak bencana alam. Informan A membantu @nctzenhumanity mendistribusikan donasi dalam bentuk kebutuhan pokok dan kebutuhan darurat lainnya. Keterlibatan langsung tidak hanya menyalurkan bantuan materi, tetapi juga memberikan dukungan moral dan rasa solidaritas kepada para korban. Rasa kebersamaan dengan NCTzen lain yang memiliki tujuan yang sama juga menjadi aspek penting. Informan lebih lanjut menjelaskan perasaannya ketika donasi tersebut sudah disalurkan, rasa terharu dan semangat muncul karena melihat senyum bahagia dari para korban yang terkena dampak bencana tersebut.

Komariah, dkk (2021) mengungkapkan bahwa kolaborasi menjadi sangat dibutuhkan pada saat ini dimana perubahan sangat pesat yang terjadi di segala aspek. Dengan adanya kerjasama, dapat mencapai tujuan bersama sesuai dengan pihak yang diajak berkolaborasi. Melucci (1985) menjelaskan terkait solidaritas, dimaknai sebagai suatu kesatuan dari para aktor untuk menerima atau mengakui orang lain sebagai satu kesatuan maupun kebersamaan pada unit sosial yang sama. Dalam konteks ini, fandom NCTzen membangun kesolidaritasan melalui NCTzenHumanity dengan adanya rasa peduli terhadap kemanusiaan, kesadaran setiap

individu, rasa empat, dan keingingan untuk membawa dampak serta citra positif pada fandom NCTzen.

### **C. Kegiatan Bersama Anak-Anak**

Bagi anak-anak, bermain memiliki beberapa esensi yaitu motivasi internal, keaktifan fisik dan mental, sifat nonliteral atau kemampuan berimajinasi, dan dilakukan semata-mata atas dasar partisipasi tanpa tujuan eksternal yang ditetapkan. (Suyanto, 2003). Melucci (1985) menegaskan bahwa tujuan dan nilai gerakan tersebut bersifat universal, diarahkan untuk memberikan perlindungan dan mempertahankan kondisi kehidupan manusia ke arah lebih baik. NCTzenHumanity secara aktif mengadakan berbagai kegiatan sosial bersama anak-anak sebagai bentuk kepedulian dan pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan yang diselenggarakan beragam, mulai dari kunjungan ke panti asuhan, mengadakan acara bermain dan belajar bersama, hingga penggalangan dana untuk kebutuhan anak-anak yang membutuhkan. Berikut beberapa kegiatan yang dilakukan oleh NCTzenHumanity bersama dengan fandom NCTzen lainnya dalam kegiatan bersama anak-anak:

#### **1. Donasi Untuk Anak-Anak yang Membutuhkan**

Melalui platform media sosial X, NCTzenHumanity mengajak para penggemar dan pihak lain yang terdorong untuk turut berpartisipasi dalam penggalangan dana yang ditujukan untuk anak-anak yang membutuhkan. Kampanye ini tidak hanya mengandalkan donasi finansial, tetapi juga mengajak masyarakat untuk memberikan dukungan moral serta menyebarkan kesadaran akan pentingnya membantu sesama, terutama anak-anak yang menghadapi kesulitan dalam pendidikan, kesehatan, dan kebutuhan dasar lainnya. Berikut cuitan atau postingan akun @nctzenhumanity melalui media sosial X yang menunjukkan kepeduliannya kepada anak-anak:

Gambar 26. NCTzen Peduli Anak-Anak Panti Asuhan



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Postingan di atas menunjukkan bahwa NCTzenHumanity telah berkunjung ke salah satu panti asuhan yang ada di Indonesia. Hal tersebut merupakan hasil dari galang dana yang dilakukan oleh Nctzen dan WayZenNi untuk mereka yang membutuhkan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rianti dan Ifdil (2019) mengatakan bahwa panti asuhan tidak semata-mata, hanya menampung anak-anak yang terlantar, ataupun anak-anak yang ditinggal oleh orangtuanya, melainkan juga sebagai lembaga yang dapat mendidik anak-anak nya menjadi generasi terdidik yang berakhlak mulia, yang dapat menjadi anak yang memiliki keterampilan, sehingga dapat menjadi generasi penerus bangsa yang berkarakter cerdas, serta mandiri. Maka dari itu, NCTzenHumanity dirasa tepat melakukan kegiatan kemanusiaan yang ditujukan kepada anak-anak panti. Seperti yang dikatakan oleh informan A dalam wawancaranya:

“Aku turut senang bisa membantu anak-anak yang membutuhkan seperti mereka ya, aku percaya bahwa setiap anak berhak atas kebahagiaan, pendidikan yang layak, dan kesempatan untuk tumbuh, dan menurutku hal yang tepat anak-anak bisa kejarjaring dalam salah satu program dari nctzenhumanity ini” (Wawancara dengan informan A, 27 April 2025)

Berdasarkan wawancara dengan informan A, menjelaskan bahwa informan bahagia bisa membantu anak-anak yang membutuhkan, seperti

anak-anak yang ada di panti asuhan. Informan percaya bahwa setiap anak berhak atas kebahagiaan, pendidikan yang layak, dan kesempatan untuk tumbuh kembang secara optimal. Program ini salah satu program yang bisa menjaring anak-anak panti asuhan, sehingga NCTzen bisa membantu untuk mengulurkan tangan mereka dengan memberikan donasi berupa makanan. Donasi berupa makanan ini digunakan untuk buka puasa bersama antara nctzenhumanity dengan anak-anak panti asuhan.

Yahyasulthoni (2013) menjelaskan bahwa panti asuhan merupakan sebuah tempat khusus yang disediakan untuk mengatasi permasalahan sosial yang sedang berkembang contohnya pada kemiskinan, pendidikan yang kurang memadai, anak-anak terlantar. Pemerintah sendiri belum mampu untuk menangani masalah sosial tersebut, karena secara keseluruhan lebih menangani pada krisis dan reformasi. Melucci (1985) menjelaskan bahwa adanya upaya perubahan sistem yang ada sebelumnya karena dirasa tidak adanya keadilan. Misalnya, gerakan sosial yang memperjuangkan hak asasi manusia sering kali berupaya untuk merombak batasan-batasan yang menghambat keadilan dan kesetaraan. Melalui kegiatan donasi, kunjungan, dan program-program interaktif, NCTzenHumanity hadir untuk menjembatani kesenjangan tersebut.

Berdasarkan hasil observasi media sosial X, pada postingannya akun X @nctzenhumanity juga melakukan event pada sekolah yang masih kurang dapat perhatian dari pemerintah. Selain itu, terdapat maksud tertentu dalam kegiatan tersebut yakni menyambut idol mereka yang akan datang ke Indonesia, dengan bentuk rasa senang yang mereka tampilkan yaitu dengan mendonasikan bantuan pendidikan dan kesehatan kepada anak-anak yang membutuhkan. Berikut bukti gambar pada akun media sosial X @nctzenhumanity:

Gambar 27. NCTzen Mendistribusikan Bantuan Kepada Anak Sekolah



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Gambar di atas merupakan sebuah cuitan atau postingan dari akun media sosial X @nctzenhumanity, yang menampilkan NCTzenHumanity mendistribusikan bantuan pendidikan dan kesehatan untuk masyarakat di Pulau Bawean, Jawa Timur yang merupakan hasil galang dana dari fandom NCTzen pada platform akun X @nctzenhumanity. Donasi tersebut dilakukan dalam rangka menyambut kedatangan NCT WISH yang akan datang ke Indonesia. Sebagaimana Melucci (1989) menjelaskan bahwa gerakan sosial digambarkan sebagai sistem aksi atau jaringan yang terdiri dari beberapa *pool* yang saling terhubung dan berinteraksi untuk membangun tiga hal yaitu tujuan aksi, sarana yang dimanfaatkan, dan kondisi lingkungan dimana tindakan mereka berlangsung.

## 2. *Workshop* Bersama Anak-Anak

Pelatihan atau *workshop* merupakan metode yang banyak diterapkan para ahli untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta belajar (Heydari et al., 2019). *Workshop* adalah pertemuan untuk bertukar pengetahuan dan pengalaman antara peserta yang memiliki latar belakang dan keahlian yang sama guna mendiskusikan dan menemukan solusi atas suatu permasalahan tertentu. Tujuannya adalah memperoleh

informasi melalui pengalaman langsung dan saling bertukar informasi (Najri, 2020). Seperti yang dilakukan oleh NCTzen bersama anak-anak Kampung Bayam yaitu melakukan kegiatan *beads workshop* atau workshop pembuatan kerajinan dari manik-manik. Berikut postingan akun @nctzenhumanity di media sosial X:

Gambar 28. Workshop Bersama NCTzen dan Anak-Anak



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Gambar diatas merupakan cuittan akun X @nctzenhumanity di media sosial X terkait kegiatan workshop pembuatan kerajinan manik-manik bersama dengan anak-anak Kampung Bayam. Aktivitas ini tidak hanya melatih kreativitas dan keterampilan motorik halus anak-anak, tetapi juga memberikan kesempatan untuk berekspresi dan menghasilkan karya seni sederhana. Kombinasi antara kegiatan kreatif seperti *workshop* manik-manik dengan momen kebersamaan seperti buka puasa bersama menunjukkan pendekatan holistik dari NCTzen Humanity dalam menjalin hubungan positif dengan komunitas anak-anak Kampung Bayam, memberikan dukungan yang bersifat edukatif, sosial, dan emosional.

Kehadiran para relawan NCTzenHumanity yang mendampingi anak-anak dalam berkarya dan berbagi waktu menunjukkan adanya upaya

nyata untuk memberikan pengalaman yang berharga dan menyenangkan.

Hal tersebut juga dikatakan oleh informan A dalam wawancaranya:

“Sebagai seorang NCTzen yang mengamati postingan dan kegiatan NCTzenHumanity bersama anak-anak, aku merasa bangga tentunya. Ngeliat bagaimana fandom NCTzen ini ga cuma fokus pada dukungan terhadap idolnya aja ya, tetapi juga memiliki inisiatif yang tulus untuk berbagi kebahagiaan dan memberikan dampak positif bagi sesama, terutama anak-anak, adalah hal yang sangat menginspirasi.” (Wawancara dengan informan A, 27 April 2025)

Berdasarkan wawancara dengan informan A, menjelaskan bahwa kegiatan NCTzenHumanity bersama anak-anak ini dipandang sebagai sesuatu yang menginspirasi dan mengapresiasi. Informan merasa bangga melihat kegiatan tersebut, karena kegiatan ini NCTzen tidak hanya fokus pada dukungan terhadap idola saja. NCTzen memiliki inisiatif yang tulus untuk berbagi kebahagiaan dan memberikan dampak positif bagi sesama, terutama anak-anak, adalah hal yang sangat menginspirasi. Hal ini mengindikasikan bahwa bagi sebagian NCTzen, identitas fandom tidak hanya seputar hiburan, tetapi juga mencakup nilai-nilai kepedulian sosial dan keinginan untuk berkontribusi pada masyarakat.

Selaras dengan pendapat Melucci (1985) bahwa identitas kolektif tidak pernah sepenuhnya dapat dinegosiasikan, karena partisipasi dalam aksi kolektif memiliki makna yang tidak dapat direduksi terkait perhitungan biaya-manfaat, didasari oleh unsur seperti gairah dan perasaan. Dalam konteks ini, partisipasi NCTzen dalam kegiatan pelatihan *beads* bersama anak-anak Kampung Bayam, didorong oleh perasaan empati dan simpati. Sehingga, menyalurkan energi positif kepada anak-anak yang ada disana. Bentuk identitas ini, yang berakar pada emosi dan nilai, tidak bisa sepenuhnya dinegosiasikan atau dikompromikan, serta bukan karena paksaan atau ekspektasi imbalan.

### 3. Nonton Bareng Bersama Anak-Anak

*Gambar 29. Nobar Serial Kartun bersama Anak-Anak*



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

NCTzen mengadakan kegiatan nonton bareng (nobar) bersama anak-anak di berbagai daerah sebagai bentuk kegiatan sosial yang menggabungkan hiburan dan kebersamaan. Salah satu kegiatan yang cukup terkenal adalah nobar film "Jumbo" bersama anak-anak panti asuhan di beberapa kota di Indonesia. Acara ini tidak hanya memberikan hiburan, tetapi juga menciptakan momen kebahagiaan dan kehangatan bagi anak-anak yang hadir, sekaligus mempererat tali persaudaraan. Kegiatan nonton bareng ini juga berperan sebagai sarana edukasi dan penguatan komunitas. Seperti yang dikatakan oleh informan A dalam wawancaranya:

“Aku pernah ikut event mereka yang nobar film JUMBO, dari awal mereka ngadain nobar aku udh tertarik bgt padahal awalnya cuma ada di Jakarta, tapi alhamdulillah bisa di adain di beberapa kota lain. Motivasi aku ikut karena sebelumnya aku udh liat twitt akun nctzenhumanity yang selalu berisi kebaikan. Aku rasa itu jadi pengaruh yang lumayan besar ya buat motivasi aku jadi voulenteer nobar. Setelah event itu aku bener2 mau ngucapin terimakasih banyak buat para admin nctzenhumanity, para voulenteer dan crew, serta semua orang baik yang mau berdonasi, berkat kalian anak-anak di panti juga bisa merasakan kebahagiaan.” (Wawancara dengan informan A, 27 April 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan A menjelaskan informan pernah mengikuti event nobar film “JUMBO” yang diikuti oleh anak-anak panti asuhan mendapatkan partisipasi yang baik dari anak-anak. Anak-anak yang mengikuti nobar film “JUMBO” tidak hanya mendapatkan hiburan, tetapi juga kesempatan untuk belajar tentang pentingnya kebersamaan dan dukungan sosial. Dalam suasana yang penuh kehangatan, mereka diajak untuk berinteraksi, berbagi cerita, dan merasakan perhatian dari komunitas yang peduli. Kegiatan nonton bareng ini juga berperan sebagai sarana edukasi dan penguatan komunitas.

Hal ini memberikan dampak positif bagi perkembangan sosial dan emosional anak-anak. Melucci (1985) mencoba menemukan ciri gerakan ini berupa jejaring kelompok-kelompok kecil yang tenggelam dalam kehidupan sehari-hari. Mereka saling berhubungan, saling bertemu di aneka tempat, di berbagai kesempatan, tidak menghalangi penambahan anggota, dari berbagai bangsa, negara, ideologi, agama. Ciri dari mereka adalah dituntut sikap serius dan kritis terhadap masalah yang dihadapi, keterikatan pribadi dan solidaritas afektif jika mau menjadi anggota.

Melucci menegaskan lagi bahwa gerakan sosial baru dapat dilihat dari pertama, adanya jaringan kerja dan interaksi informal. Kemudian kedua, adanya kesamaan keyakinan (*shared beliefs*) dan solidaritas. Ketiga, aksi kolektif atas isu-isu konfliktual. Keempat, aksi yang menunjukkan ruang yang luas di luar institusionalitas dan prosedur-prosedur rutin kehidupan sosial (Hasan, 2006). Dalam konteks fandom NCTzen menjadi contoh bagaimana fandom K-Pop dapat memanfaatkan kecintaan mereka terhadap idol untuk memberikan kontribusi positif bagi masyarakat, khususnya anak-anak yang membutuhkan perhatian dan dukungan.

#### 4. *Birthday Project* Idol NCT

*Birthday Project* merupakan kegiatan yang melakukan berbagai aktivitas digital untuk merayakan ulang tahun idola hingga melakukan penggalangan dana atau yang sering disebut dengan *fan donation* terhadap masyarakat yang membutuhkan, dengan mengatasnamakan fandom (Sa'diyah, 2019). *Birthday Project* dalam konteks fandom, terutama dalam fandom K-Pop seperti NCTzen, merujuk pada serangkaian kegiatan dan inisiatif yang diorganisir oleh para penggemar untuk merayakan ulang tahun sang idola mereka.

Menurut informan A, tujuan utama dari proyek ini adalah untuk menunjukkan cinta, dukungan, dan apresiasi kepada sang idola di hari spesialnya. Kegiatan dalam sebuah *birthday project* bisa sangat beragam dan kreatif, seringkali melibatkan pengumpulan dana dari para penggemar untuk mewujudkan sebuah perayaan. Seperti yang dilakukan oleh fandom NCTzen dalam mewujudkan *birthday project* yaitu merayakan bersama anak-anak Lensa Terminal. Berikut postingan akun @nctzenhumanity di media sosial X:

Gambar 30. *Birthday Project* Jen0 dan Renjun bersama Anak-Anak



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Berdasarkan hasil observasi pada akun X @nctzenhumanity, ditemukan postingan terkait birthday project atau merayakan ulang tahun

idol NCT. Mengajak adik-adik Lensa Terminal untuk bermain bersama @nctzenhumanity dan fandom Nctzen lainnya. Dalam event ini, @nctzenhumanity juga membagikan beberapa bingkisan jajan yang diperuntukkan adik-adik Lensa Terminal. Kegiatan tersebut juga memiliki tujuan sosial dan kemanusiaan, yang diwujudkan melalui interaksi bersama adik-adik Lensa Anak Terminal.

Melucci juga menjelaskan bahwa gerakan sosial baru ini menyuarakan, mengarah dan berjuang bagi isu-isu kemanusiaan dan isu-isu yang berhubungan dengan kondisi mendasar keberadaan manusia serta mungkin bagi keberadaan yang layak di masa depan (Guntaradewa, 2018). Dalam konteks ini, keterlibatan anak-anak dari komunitas ini menunjukkan adanya keinginan untuk berbagi kebahagiaan dan memberikan perhatian fandom NCTzen kepada mereka yang membutuhkan, menjadikan perayaan ulang tahun tidak hanya berpusat pada idola, tetapi juga memberikan kebahagiaan secara bersama terhadap masyarakat luas.

## **BAB V**

### **STRATEGI AKUN X @NCTZENHUMANITY DALAM MEMBENTUK GERAKAN SOSIAL PADA KALANGAN FANDOM NCTZEN**

Melucci (1996) dalam bukunya yang berjudul “*Challenging codes: Collective Action in The Information Age*” menjelaskan bahwa identitas kolektif sebagai suatu proses yang melibatkan definisi kognitif tentang tujuan aksi, sarana yang dimanfaatkan dan bidang tindakan yang mereka lakukan. Dalam konteks penelitian ini, tampak ketika fandom NCTzen melalui akun X @nctzenhumanity secara bersama merumuskan tujuan gerakan yang akan dilakukan, dengan memilih menggunakan platform digital yaitu media sosial X sebagai sarana dalam mengkampanyekan gerakan sosial, dan tindakan seperti apa yang akan dilakukan oleh NCTzenHumanity dalam membentuk gerakan sosial pada fandom NCTzen sendiri. Fase ini dibutuhkan untuk menyamakan basis opini dan penyeragaman tujuan bersama, serta strategi dalam tubuh gerakan sosial. Adapun strategi NCTzenHumanity dalam membentuk gerakan sosial di media sosial X meliputi:

#### **A. Menentukan Target Utama Kampanye Gerakan Sosial di Media Sosial X**

Penjelasan Melucci (1985) dalam penelitiannya yang berjudul *The Symbolic Challenge of Contemporary Movement* bahwa gerakan sosial sebagai tersegmentasi, sebuah struktur jejaring dengan banyak kepala, yang merupakan produk transformasi mendalam gerakan sosial di era *post-industry*. Teori gerakan sosial baru (dalam Nofrima dan Qodir, 2021) melihat bahwa partisipan atau aktor dalam gerakan sosial baru yaitu berasal dari berbagai basis sosial yang melintas kategori gender, pendidikan dan kelas mereka para aktor yang berjuang dalam kepentingan manusia, serta memiliki upaya kolektif untuk mengejar suatu kepentingan bersama dalam mencapai tujuan bersama melalui tindakan-tindakan kolektif. Penjelasan tersebut relevan dengan bagaimana akun X @nctzenhumanity ini mengkampanyekan gerakan sosial dengan mengidentifikasikn atau menentukan aktor-aktor yang akan terlibat. Target - target kampanye gerakan sosial NCTzenHumanity di media sosial X diantaranya,

## 1. Fandom NCTzen

Sebuah gerakan sosial terdiri dari beberapa orang yang lebih peka untuk berpartisipasi dibandingkan dengan yang lain, hal tersebut merujuk kepada fakta bahwa gerakan sosial tidak akan terjadi tanpa adanya kontak atau interaksi sebelumnya. Orang-orang yang turut berpartisipasi pasti akan melalui sarana komunikasi mengenai informasi gerakan dapat disampaikan (Snow et al, 1980). Akun X @nctzenhumanity menargetkan kelompok utama dalam fandom NCTzen yang memiliki kepekaan sosial lebih tinggi dan kecenderungan untuk berpartisipasi aktif dalam gerakan sosial. Dalam konteks ini, tidak semua anggota fandom secara otomatis terlibat dalam aksi sosial, hanya mereka yang sudah memiliki kesadaran dan minat terhadap isu-isu kemanusiaan yang menjadi target utama. Hal ini penting karena gerakan sosial membutuhkan individu yang siap berkontribusi dan berkomitmen untuk menjalankan tujuan bersama.

Fakta bahwa gerakan sosial tidak akan terjadi tanpa adanya kontak atau interaksi, pentingnya membangun komunikasi dan jaringan antar anggota fandom. Seperti yang dikemukakan oleh Melucci (1985) yang mengacu pada jaringan relasi aktif antar aktor yang berinteraksi (*interact*) dan berkomunikasi (*communicate*). Dalam penelitiannya Ivan (2020) menjelaskan bahwa gerakan sosial mengalami dinamika internalnya dalam menjalin relasi sosial. Jaringan sosial pun akan terbentuk serta mempengaruhi aspek kolektivitas yang terjalin dalam gerakan itu sendiri. Akun @nctzenhumanity memfasilitasi interaksi ini melalui platform media sosial X, sehingga memungkinkan para fandom NCTzen yang peka terhadap sosial untuk saling terhubung, bertukar informasi, dan mengorganisir kegiatan bersama. Berikut hasil wawancara dengan informan H:

“Tentunya yang pertama untuk fandom kita sendiri ya, karena kan mereka ini sesama fans yang dimana sudah punya ikatan yang kuat. Jadi, kami ingin mengajak mereka supaya nggak cuma jadi fans yang dukung idola doang, tapi juga aktif berkontribusi dalam hal-hal sosial yang bermanfaat. Dari situ,

kami bangun rasa kebersamaan yang nggak cuma soal K-Pop, tapi juga soal kepedulian terhadap sesama. Dan banyak juga dari mereka yang suka berdonasi, tapi kadang mereka bingung menyalurkan uangnya gimana gitu.” (Wawancara dengan informan H, 20 April 2025)

Berdasarkan wawancara dengan informan H, tujuan akun @nctzenhumanity menjadikan fandom NCTzen sebagai target utama gerakan sosial ini ialah keinginan menjadikan mereka sadar, aktif berpartisipasi dalam berbagai kegiatan sosial yang memberikan manfaat nyata bagi masyarakat. Informan H juga mengatakan juga bahwa sebenarnya banyak diantara fandom NCTzen yang ingin mengikuti kegiatan donasi, tapi karna tidak ada platform yang mewadahi mereka jadi semakin sulit untuk menorehkan kebaikan. Sehingga, hadirnya @nctzenhumanity ini sangat dimanfaatkan oleh banyak Nctzen. Hal serupa juga dikatakan oleh informan Z yang mengatakan bahwa:

“Hadirnya nctzenhumnaity ini patut disyukuri ya, soalnya masih banyak fans2 baik yang pengen membantu, dan kadang mereka tu sulit buat nyari wadah yang menampung apa yang kita punya untuk orang-orang yang membutuhkan, kadangkala kalo misal udah ketemu juga kayak ga trusted, sedangkan kalo nctzenhmanity ini sudah cukup terpercaya dan juga udah punya nama. Selalu ngajak temen-temen nctzen untuk ikut amal, baik itu berupa materi, dan kalo ada info *volunteer* kita bisa ikut tenaga, trus juga bisa lebih menyadarkan kita betapa pentingnya peduli buat sesama.” (Wawancara dengan informan Z, 25 Mei 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan Z selaku NCTzen, mengatakan akun @nctzenhumanity juga sangat berperan dalam mewadahi NCTzen untuk menyalurkan kebaikan, karna yang dirasa belum menemukan wadah yang tepat sebelum adanya @nctzenhumanity ini. Sering mengajak untuk berkontribusi, entah itu secara materi maupun tenaga. @nctzenhumanity juga meningkatkan kesadaran anggota fandom, sadar akan lingkungan sekitarnya dan pentingnya kepedulian terhadap sesama.

Hal ini yang disebut oleh Melucci (1985) bahwa identitas kolektif merupakan definisi interaktif dan sarana berbagi bersama (*shared*) yang dihasilkan sejumlah individu. Para aktor menganggap bahwa keterlibatan mereka merupakan sebuah kegiatan kemanusiaan. Nofrima & Qodir (2019) dalam penelitiannya mengatakan bahwa adanya gerakan sosial dalam suatu kelompok dapat menyadarkan individu atau kelompok lain yang belum terlibat dalam aktivisme, sehingga memicu munculnya kesadaran bahwa ternyata dibutuhkan satu ruang untuk mewadahi dan menghubungkan aktivisme kemanusiaan dalam satu aliansi.

## 2. Non NCTzen

### a. Masyarakat Awam

Media sosial X memungkinkan interaksi, komunikasi, dan kolaborasi antar individu dari latar belakang yang berbeda secara *real time*, sehingga memudahkan masyarakat umum untuk terlibat aktif dalam kegiatan yang diinisiasi oleh @nctzenhumanity. Selaras dengan yang disampaikan oleh Sanjaya (2018) dalam artikelnya yaitu ketika metode berkomunikasi yang konvensional cenderung mahal dan terpusat. Tetapi bukti empiris juga menunjukkan bahwa teknologi dapat pula digunakan untuk menghubungkan pendapat-pendapat lain dan juga menggerakkan aktivis atau kelompok secara fisik. Pada konteks ini, kelompok tersebut adalah individu maupun kelompok aktivis pada @nctzenhumanity, menggunakan media sosial X sebagai platform untuk menjalin komunikasi dan informasi utama yang memungkinkan jangkauan pesan dan ajakan partisipasi lebih luas. Selaras dengan penjelasan dari informan M selaku non NCTzen yang mengetahui NCTzenHumanity lewat *timeline* X:

“Walaupun aku bukan bagian dari fandom tersebut, tapi waktu pertama kali ngeliat postingan dari NCTzenHumanity itu, aku langsung tertarik banget kaa, kaya ngerasa ada sesuatu yang beda dari kegiatan mereka bukan cuma kaya dukung idol aja gitu, tapi mereka juga punya sisi kemanusiaan

yang kuat, kayak kegiatan sosial, campaign, bahkan edukasi gitu. Kaya keren aja sih lihat komunitas fans yang bisa bareng buat hal-hal positif, ya walaupun aku nggak terlalu ngikutin NCT secara langsung, tapi aku merasa terinspirasi banget. Kayak, fandom bisa jadi wadah yang powerful banget buat nyebarin kebaikan, dan itu keren sih menurutku. Jadi meskipun aku bukan NCTzen, aku bakal tetap dukung gerakan-gerakan kayak NCTzenHumanity ini gitu sih kaa (Wawancara dengan informan M, 2 Mei 2025)

Orang lain, biasanya menganggap fandom K-Pop ialah orang-orang yang fantik dan berlebihan, akan tetapi berbeda dengan apa yang dikatakan oleh informan M, yang awalnya mengetahui akun @nctzenhumanity melalui *timeline* di X. Meskipun bukan merupakan bagian dari fandom NCT, informan M mengapresiasi keberadaan fandom seperti NCTzen yang aktif melakukan kegiatan sosial dan kemanusiaan. Hal ini menunjukkan bahwa gerakan sosial yang dijalankan oleh akun tersebut menarik perhatian dan partisipasi dari non NCTzen. Dalam penelitiannya Widiyarti Dkk (2024) menjelaskan bahwa komunikasi digital menjadikan komunikasi lebih interaktif, partisipatif, egaliter, terdesentralisasi, dan tidak terlalu hierarkis. Masyarakat awam selanjutnya ditemukan pada akun @4ristian\_dng pada tweet balasan berikut:

Gambar 31. Ketertarikan Non NCTzen dengan NCTzenHumanity



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Sebuah *tweet* balasan dari @4ristian\_dng pada 16 April 2025 ini membalas salah satu *tweet* dari akun X @nctzenhumanity, yang dimana akun tersebut menjelaskan bahwa dirinya bukanlah seorang fandom

NCT asli dan bahkan tidak tahu menahu dunia per K-Pop an, akan tetapi ia terpengaruh oleh orang terdekatnya. Melucci (1996) memandang bahwa identitas kolektif sebagai proses yang mengacu pada jaringan relasi aktif antara aktor salah satunya yaitu saling mempengaruhi (*influence each other*). Sama halnya yang dilakukan fandom NCTzen dengan non NCTzen yang melakukan interaksi dan menjalin komunikasi pada media sosial X melalui base @nctzenhumanity dengan cara saling *retweet*, *like*, *comment* dan melakukan *repost*, bahkan orang-orang terdekatpun tanpa disengaja hal tersebut dapat saling mempengaruhi satu sama lain. Seperti yang dikatakan oleh informan M dalam wawancaranya:

“Aku jujur apa adanya, dulu itu aku sempet ngejudge K-Popers banget ya, karna kamu tau sendiri mereka itu kaya obses banget kalo ngefans sama idolnya. Terus juga beli barang-barang K-Pop kaya merchandise sampe dijadiin koleksi gitu. Itu kan ngehamburin uang banget ya. Tapi, seperti yang aku bilang tadi setelah aku liat di X ternyata mereka juga punya sisi lain. Jadi, kita emang gabole cuma ngeliat dari apa yang nampak aja, tapi harus diliat juga dari sisi lainnya.” (Wawancara dengan informan M, 2 Mei 2025)

Berdasarkan hasil wawancara diatas, informan M menegaskan lagi bahwa dirinya sangat anti K-Popers. Berpandangan negatif mengenai fandom K-Pop yang sangat obsesif terhadap idol yang dicintai, hingga mengoleksi barang-barang K-Pop yang dianggap sangat boros. Namun, informan M juga menjelaskan lagi bahwa, ketika sedang bermain media sosial nya pada media sosial X. Informan M juga melakukan reset terkait fandom K-Pop. Ia menemukan adanya sisi lain dari K-Popers, yang mana fandom K-Pop juga turut andil dalam kegiatan-kegiatan sosial atau kemanusiaan.

Kemudian menurut Bateson (dalam Pranowo, 2014) yang membahas mengenai gerakan sosial baru, dan memperkenalkan konsep *framing*, yang digunakan untuk menggambarkan hubungan antara komunikator dan komunikan. Dalam hal ini, *framing* tersebutlah yang menciptakan dan menyampaikan pesan atau wacana gerakan sosial

pada akun X @nctzenhumanity sehingga dapat didengar diantara mereka yang menjadi target kampanye gerakan sosial tersebut. Karena, adanya persepsi buruk yang selama ini melekat pada fandom NCTzen, seperti dianggap fanatik, konsumtif, atau tidak peduli terhadap isu sosial, NCTzenHumanity ini lah yang merubah citra fandom yang lebih peduli dan aktif dalam kegiatan kemanusiaan.

b. Lemabaga - Lembaga Kemanusiaan

Menurut Melucci (1996) mengatakan bahwa suatu identitas kolektif melibatkan sarana apa yang dimanfaatkan dalam membentuk gerakan sosial. Secara sadar, NCTzenHumanity memanfaatkan media sosial X sebagai sarana dalam membangun, mengkomunikasikan dan menginformasikan sebuah aktivitas sosial sehingga memungkinkan kolaborasi yang lebih luas. Sama halnya strategi krusial yang diadopsi oleh @nctzenhumanity yaitu melakukan kolaborasi dengan pihak-pihak terpercaya untuk meningkatkan kredibilitas, jangkauan, dan efektivitas gerakan sosial mereka. Selaras dengan apa yang dikatakan oleh informan H dalam wawancaranya yaitu,

“Kalau kita kolaborasi sama platform-platform yang udah dikenal luas dan punya reputasi bagus, itu otomatis ningkatin kepercayaan orang ke kita. Apalagi kan kita *fandom* ya, kadang masih ada orang-orang yang skeptis. Tapi kalau kita gandeng pihak yang memang sudah profesional di bidangnya, orang jadi nggak ragu lagi buat ikut. Mereka kaya mikir, "Oh, ini beneran disalurkan dengan baik," gitu.” (Wawancara dengan Informan H, 20 April 2025)

NCTzen Humanity menegaskan bahwa kolaborasi dengan platform media sosial lainnya, maupun melalui lembaga kemanusiaan yang sudah dikenal luas dan memiliki reputasi cukup baik merupakan salah satu kunci strategi gerakan sosial yang mereka lakukan. Melucci (1985) juga mengaskan tentang bagaimana gerakan mengalami dinamika internalnya dalam menjalin relasi sosial. Adapun berikut beberapa platform dan lembaga kemanusiaan yang digandeng oleh pihak NCTzenHumanity dalam aktivisme nya,

#### 1) Menggunakan Platform Kitabisa.com

Kitabisa.com adalah platform crowdfunding atau penggalangan dana online terbesar dan terpercaya di Indonesia yang memfasilitasi individu maupun organisasi untuk menggalang dana demi berbagai tujuan sosial, seperti bantuan medis, pendidikan, bencana alam, dan inisiatif kemanusiaan lainnya (Sitanggang & Manalu, 2018). Didirikan pada tahun 2013, Kitabisa menyediakan wadah yang mudah diakses oleh masyarakat luas untuk berdonasi secara transparan dan akuntabel tanpa terbatas oleh jarak dan waktu, sehingga mempercepat proses penggalangan dana dan meningkatkan partisipasi sosial (Kitabisa.com, 2021).

Platform ini dikelola oleh Yayasan Kitabisa yang bertanggung jawab atas verifikasi kampanye, pengelolaan donasi, dan pelaporan kepada donator. Kitabisa juga berperan sebagai penghubung antara para donatur dengan pihak yang membutuhkan dana, menyediakan infrastruktur digital yang memudahkan pembuatan kampanye dan transaksi donasi secara *online* (Sitanggang & Manalu, 2018). NCTzenHumanity melakukan memanfaatkan platform kitabisa.com dalam rangka mengoptimalkan penggalangan dana untuk berbagai kegiatan sosial yang mereka jalankan. Melalui kemitraan ini, NCTzenHumanity memanfaatkan platform *crowdfunding* kitabisa.com yang sudah terpercaya dan memiliki jaringan luas untuk menjangkau lebih banyak donatur, sehingga proses pengumpulan dana menjadi lebih efektif dan transparan. Berikut hasil obeservasi bahwa NCTzenHumanity memanfaatkan platform Kitabisa.com:

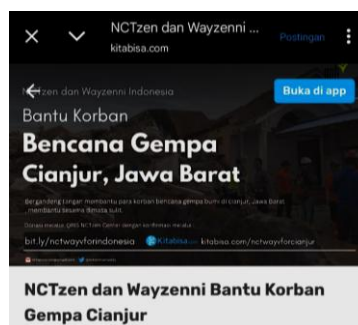
Gambar 32. NCTzenhumanity Memanfaatkan Platform Kitabisa.com



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Gambar di atas menjelaskan bahwa NCTzenHumanity mulai bergabung pada platform donasi Kitabisa.com pada tanggal 20 Oktober 2022. Dalam penelitiannya (Sitanggang & Manalu, 2018) mengatakan bahwa terdapat beberapa bentuk komodifikasi yakni dimulai ketika pelaku membuat sebuah pesan pada media melalui teknologi yang menuju pada sistem interpretasi dengan memiliki makna sehingga menjadi pesan yang *marketable*. Azkarillah & Sekartaji (2022) juga mengatakan bahwa jika kita tidak cukup massa untuk melakukan aksi turun jalan dalam rangka penggalangan dana, kita bisa melakukan penggalangan dana tersebut karena media sosial akan cepat menyebarkan segala macam bentuk informasi. Berikut merupakan hasil observasi pada media sosial X yang di *share* oleh @nctzenhumanity berupa postingan terkait salah satu contoh penggalangan dana pada platform Kitabisa.com:

Gambar 33. Memanfaatkan Platform Kitabisa.com Untuk Crowdfunding



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Gambar tersebut memperlihatkan adanya donasi untuk membantu korban dari adanya bencana Gempa Bumi di Cianjur, Jawa Barat. NCTzenHumanity menggunakan platform kitabisa.com tujuannya untuk melakukan galang dana. Sayagiri (2021) mengatakan bahwa banyaknya jumlah *share* suatu kampanye sangat memengaruhi penggalangan dana tersebut. Dalam berbagai informasi donasi, media mainstream akan terus menginformasikan berita terkini yang terjadi terkait masyarakat yang membutuhkan bantuan secepatnya, sehingga dapat menjadi perhatian masyarakat luas. Adanya *sharing* atau pembagian informasi kampanye donasi memegang peranan krusial dalam keberhasilan penggalangan dana, dan hal ini sangat relevan dengan dinamika fandom NCTzen serta peran akun X @nctzenhumanity. Ketika akun X @nctzenhumanity mengumumkan penggalangan dana di X, dengan kekuatan fandom NCTzen secara bersama akan melakukan *retweet* dan *share* dengan sangat cepat di media sosial X.

## 2) Kolaborasi dengan Dompot Dhuafa

Selain bermitra dengan platform Kitabisa.com, NCTzenumanity juga memperluas jangkauan dan kredibilitas gerakannya melalui kolaborasi aktif dengan Dompot Dhuafa. Dompot Dhuafa adalah lembaga filantropi dan kemanusiaan yang bergerak untuk pemberdayaan umat (*Empowering People*) dan kemanusiaan. Pemberdayaannya bergulir melalui pengelolaan dana zakat, infak, sedekah dan wakaf (Ziswaf), serta dana sosial lainnya yang dikelola secara modern dan amanah. Dalam pengelolaannya mengedepankan konsep welas asih atau kasih sayang sebagai akar gerakan filantropis yang mengedepankan lima pilar program yaitu Kesehatan, Pendidikan, Ekonomi, Sosial, serta Dakwah dan Budaya (Dompot Dhuafa, 2024). NCTzenHumanity juga menggunakan platform dari Dompot Dhuafa untuk melakukan donasi, berikut bukti gambarnya:

Gambar 34. Memanfaatkan Platform Donasi di Dompot Dhuafa



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Berbeda dengan sebelumnya, intensitas kolaborasi antara NCTzenHumanity dan Dompot Dhuafa terbilang cukup masif, karena terlihat dari adanya beragam kampanye bersama yang secara rutin diluncurkan salah satunya terkait bantuan kemanusiaan untuk Palestina. NCTzenHumanity juga memberikan informasi secara terbuka untuk fandom NCTzen, misalnya dalam pendistribusian donasi melalui alur yang seperti apa, bahkan dijelaskan oleh NCTzenHumanity. Berikut postingan akun @nctzenhumanity di media sosial X, tentang alur donasi pada Dompot Dhuafa dalam memaksimalkan kolaborasi terkait bantuan.

Gambar 35. Penjelasan Alur Donasi



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Berdasarkan hasil observasi pada akun X @nctzenhumanity, terdapat postingan yang menjelaskan terkait alur pendistribusian donasi, ditujukan kepada NCTzen dan masyarakat lain yang turut berdonasi. Dalam profil (dompetdhuafa.com), mengatakan bahwa memiliki jaringan layanan yang luas dan sampai ke luar negeri. Dibuktikan dengan membagikan detail alur pendistribusian ini, @nctzenhumanity tidak hanya menjawab pertanyaan yang muncul dari masyarakat masih kurang memercayai kegiatan donasi ini, tetapi juga memperkuat kepercayaan dengan menunjukkan bahwa dana yang terkumpul dikelola secara profesional dan disalurkan melalui mekanisme yang jelas dan terverifikasi oleh lembaga terpercaya seperti Dompet Dhuafa.

Melucci (dalam Guntaradewa, 2018) menjelaskan bahwa gerakan sosial baru tidak serta merta menyuarakan isu kemanusiaan, namun juga tentang kondisi mendasar keberadaan manusia serta mungkin bagi keberadaan yang layak di masa depan. NCTzenHumanity yang merupakan wadah aktivisme digital dari para fandom NCTzen aktif penggemar aktif menggalang dana dan menggerakkan dukungan, sementara Dompet Dhuafa bertindak sebagai mitra terpercaya yang menyalurkan bantuan secara langsung ke lapangan. Hal ini merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh NCTzenHumanity dalam membentuk gerakan sosial terhadap masyarakat yakni berkolaborasi dengan platform atau lembaga kemanusiaan yang memiliki jaringan yang cukup luas dan sampai ke luar negara. Karena, artikulasi nyata dari identitas kolektif dengan adanya kesadaran, reflektifitas, dan orientasinya pada dampak sosial yang lebih baik.

### 3) Kolaborasi dengan Human Initiative

Human Initiative merupakan organisasi nirlaba Indonesia yang bergerak pada bidang kemanusiaan sejak tahun 1999. Kredibilitas organisasi dan kepercayaan pemangku kepentingan sangat dipengaruhi oleh etika dan perilaku organisasi dalam berinteraksi dengan para

pemangku kepentingan seperti aktivis-aktivis kemanusiaan, donatur, mitra, negara dan pemangku lainnya. *Organisasi* ini sangat menjunjung tinggi norma dan etika untuk meningkatkan kualitas terbaik organisasi (Mujadid Dkk, 2024). Tidak jauh berbeda dengan kerjasama yang dilakukan NCTzenHumanity dengan lembaga sosial lainnya. Selaras dengan misi dari NCTzenHumanity yakni mempromosikan nilai-nilai positif fandom NCTzen dengan menanamkan semangat kepedulian, toleransi dan kebersamaan. Maka, NCTzenHumanity berkolaborasi dengan Human Initiative dalam aksi kemanusiaan.

Seperti yang dikatakan Melucci (1996) bahwa orang-orang akan merasa terikat satu sama lain bukan serta merta karena mereka saling berbagi kepentingan dan tujuan yang sama, tetapi mereka perlu ikatan tersebut untuk membuat kesepahaman tentang apa yang dilakukan. Kesepahaman yang NCTzenHumanity berikan ini terkait mendukung rasa empati terhadap orang-orang yang membutuhkan bantuan. Berdasarkan hasil observasi berikut strategi yang dilakukan oleh NCTzenHumanity dalam melakukan aktivisme di media sosial X, dengan berkolaborasi dengan lembaga sosial Human Initiative:

*Gambar 36. NCTzenHumanity & Human Initiative Peduli Bencana Alam*



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Gambar di atas menampilkan postingan pada akun X @nctzenhumanity terkait kolaborasi antara NCTzenHumanity dengan Human Initiative yakni peduli pada bencana banjir di daerah

Jabodetabek pada 4 Maret 2025. Dalam postingan tersebut juga terdapat link donasi untuk bisa di akses oleh semua orang yang ingin berpartisipasi. Kolaborasi ini bukan hanya memperluas jangkauan dan dampak dari upaya kemanusiaan, akan tetapi juga menampilkan keefektifan dalam mengimplementasikan nilai-nilai kepedulian yang ingin ditanamkan oleh NCTzenHumanity, melalui aksi nyata seperti penggalangan dana dan distribusi bantuan untuk korban bencana atau bantuan kemanusiaan lainnya.

#### 4) Kolaborasi dengan Lembaga Bareng Warga

Bareng Warga merupakan sebuah komunitas yang berfokus pada penguatan hak-hak sipil warga negara dan peningkatan kesadaran politik secara inklusif. Komunitas ini mengajak semua kalangan masyarakat untuk saling menjaga dan bekerja sama demi mencapai tujuan bersama, tanpa memandang latar belakang (@barengwarga, 2024). Bareng Warga juga menggunakan platform media sosial seperti Instagram dan X untuk menyebarkan informasi dan mengajak partisipasi masyarakat dalam isu-isu sosial dan politik. Tidak berbeda dengan tujuan dari NCTzenHumanity, yakni menjadi wadah gerakan sosial bagi masyarakat, khususnya fandom NCTzen sendiri. Meskipun berangkat dari faktor yang berbeda, komunitas Bareng Warga yang fokus pada hak sipil dan kesadaran sosial politik, sedangkan NctzenHumanity berangkat dari fandom K-Pop, antara keduanya memiliki tujuan yang sama yaitu mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam menanggapi isu-isu seperti kemnusiaan, politik, sehingga menumbuhkan tindakan kolektif untuk menciptakan perubahan yang positif.

Gambar 37. Kolaborasi antara NCTzenHumanity & Komunitas Bareng Warga



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan melalui media sosial X pada akun @nctzenhumanity, ditemukan unggahan terkait kolaborasi dengan komunitas Bareng Warga. Unggahan tersebut mengajak masyarakat untuk turun ke jalan pada aksi #IndonesiaGelap, serta penggalangan dana untuk bantuan medis, logistik dan pendampingan hukum, aksi tersebut dilakukan pada tanggal 21 Februari 2025. Kolaborasi antara NCTzenHumanity dan Bareng Warga tidak hanya berorientasi pada satu jenis bantuan, melainkan juga ke berbagai kebutuhan mendesak yang mungkin timbul saat ada masyarakat sedang melakukan demonstrasi tersebut. Berikut salah satu bukti bahwa bantuan dari NCTzenHumanity tersalurkan kepada masyarakat yang butuh bantuan dalam seruan aksi tersebut:

Gambar 38. Bantuan Makanan & Minuman untuk Aksi #IndonesiaGelap



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Cuitan dari akun X @selfinfixion, merupakan bukti bahwa tindakan kemanusiaan tidak hanya memenuhi kebutuhan fisik, tetapi juga membangun jembatan emosional, menumbuhkan rasa persaudaraan, dan menginspirasi kebaikan. Selaras dengan yang dikatakan oleh Melucci (1985) yakni Tingkat tertentu dari investasi emosional, yang memungkinkan individu merasakan seperti bagian dari suatu kesatuan tentang mengapa suatu gerakan tersebut dilakukan. Identitas kolektif tidak pernah sepenuhnya dapat dinegosiasikan, karena partisipasi dalam aksi kolektif memiliki makna yang tidak dapat direduksi terkait perhitungan biaya-manfaat. Keterlibatan NCTzenHumanity dalam sebuah gerakan sosial tidak dapat diperhitungkan biaya-manfaatnya, tidak semata-mata didasarkan pada kalkulasi rasio untung-rugi. Keterlibatan ini didorong oleh ikatan emosional dan rasa memiliki terhadap tujuan bersama, yang membuat individu bersedia berinvestasi waktu, tenaga, bahkan sumber daya tanpa mengharapkan imbalan.

##### 5) Kolaborasi dengan Humanities Project

Humanities Project adalah sebuah wadah atau komunitas yang berfokus pada upaya perubahan positif melalui berbagai program dan inisiatif kemanusiaan serta inklusi sosial. Organisasi ini aktif menjalankan program seperti penanaman pohon, pengelolaan sampah, dan kampanye kesadaran lingkungan untuk menciptakan kehidupan yang lebih baik dan berkelanjutan. Dilansir dalam blog Humanities Project (2025) bahwa perubahan sejati dimulai dari kepedulian, kami bertransformasi menjadi sebuah yayasan yang berfokus pada aksi nyata untuk kesejahteraan masyarakat & kesadaran tentang politik, kebijakan publik dan demokrasi di Indonesia. Humanities Project peduli terhadap isu-isu kesejahteraan sosial. Kami bekerja sama dengan berbagai pihak untuk membantu meningkatkan kualitas hidup masyarakat, terutama bagi mereka yang kurang beruntung.

Memiliki misi yang selaras dengan NCTzenHumanity yaitu membangun kesadaran sosial terkait isu-isu kemanusiaan kepada masyarakat, dan sikap kepedulian terhadap sesama. NCTzenHumanity berkolaborasi dengan organisasi Humanies Project dalam aksi turun jalan pada isu #TolakPPN12persen yang dilaksanakan pada tanggal 19 Desember 2024. Berikut postingan dari akun X @humaniesproject:

*Gambar 39. Kolaborasi NCTzenHumanity dan Humanies Project*



(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Unggahan dari @humaniesproject menampilkan bahwa NCTzenHumanity bersama Humanies Project juga memiliki peran penting sebagai koordinator atau fasilitator dalam menggerakkan partisipasi komunitas penggemar K-Pop dalam isu #TolakPPN12Persen. Kolaborasi antara Humanies Project dan NCTzenHumanity, serta partisipasi fandom lain yang ikut turun ke jalan bersama para aktivis lainnya. Keterlibatan dalam isu ini menunjukkan komitmen NCTzenHumanity untuk bersuara dan bertindak dalam menghadapi kebijakan publik yang dianggap kurang tepat, sekaligus memperkuat peran mereka sebagai fandom K-Pop yang peduli dan aktif dalam isu yang ada.

Selaras dengan penelitiannya Lisa (2023) bahwa aktivisme dalam perkembangannya telah mendukung besar dalam berbagai hal seperti menghentikan perhentian perbudakan, melindungi lingkungan,

menawarkan kesetaraan bagi perempuan, melawan rasisme, dan berbagai isu penting lainnya seperti halnya yang dilakukan oleh beberapa fandom K-Pop. Ditegaskan pula oleh Melucci (1985) identitas kolektif sebagai suatu proses yang melibatkan definisi kognitif tentang tujuan aksi, sarana yang dimanfaatkan, dan bidang tindakan yang mereka lakukan. Sehingga, fandom NCTzen bukan hanya terdiri dari anggota yang sekedar mencintai idolanya akan tetapi lebih dari itu, mereka berusaha mematahkan stereotip yang diterima dengan menunjukkan bahwa mereka bukan hanya dianggap sebagai fandom yang fanatik, namun juga memiliki kesadaran dan kepedulian tinggi terhadap isu-isu yang ada.

#### **B. Kampanye Gerakan Sosial di Media Sosial X oleh NCTzen**

Menurut booth (2017), segala aktivitas penggemar yang memanfaatkan teknologi untuk membaca teks dari media secara aktif merupakan ciri khas dari digital fandom mereka menggunakan internet untuk bisa saling terhubung, dan kemunculannya membuat penyebaran informasi mengenai idola berlangsung dengan cepat tanpa dibatasi ruang dan waktu. Jika dilihat dari teori gerakan sosial baru Melucci (1996) yakni sebuah gerakan yang membangun formasi aksi kolektif memerlukan solidaritas untuk memanifestasi konflik. Dalam hal ini, solidaritas yang dibangun oleh NCTzenHumanity melalui media sosial X menjadi fondasi utama, agar dapat bertindak secara kolektif dan efektif, serta bisa menentang adanya sebuah konflik yang memungkinkan terjadi, sehingga dapat menentangnya apabila dirasa tidak sesuai dengan yang dirasakan. Membangun komunikasi aktif dan partisipatif dalam konteks akun X @nctzenhumanity tercermin dari cara komunitas fandom NCTzen berinteraksi secara intensif dan kolaboratif dalam menyuarakan aksi kemanusiaan di media sosial X.

Merujuk pada Cohen (1985) gerakan sosial baru secara umum merespon isu-isu yang bersumber dari masyarakat sipil, ketimbang perekonomian atau negara. Dalam konteks ini, NCTzenHumanity sangat aktif dan vokal dalam

membahas isu-isu kemanusiaan bersama dengan fandom NCTzen. Praktik gerakan sosial mereka di X sering kali dimulai dengan identifikasi isu yang relevan dan mendesak, baik itu bencana alam, menyuarakan isu politik, menyuarakan terkait kemanusiaan, bahkan permasalahan terkait idol mereka sendiri. Berikut contoh gerakan sosial yang dilakukan oleh fandom NCTzen dan cukup *booming* pada masanya,

## 1. Kampanye Kemanusiaan Terkait Boikot NCT dan Produk Terafiliasi

### a. Awal Permasalahan

Sebuah konflik melibatkan pihak-pihak yang bertikai karena definisi yang bertentangan dengan tujuan, hubungan, dan produksi sosial yang ditegaskan dan dipertahankan (Melucci, 1996). Sebuah gerakan harus mampu mendefinisikan dan merumuskan permasalahan yang diangkat untuk menjadi isu utama (Pranowo, 2014). Dalam konteks fandom NCTzen, konflik dapat muncul ketika terdapat ketegangan-ketegangan yang muncul. Misalnya, adanya seruan boikot di media sosial oleh fandom NCTzen adalah terkait kolaborasi antara idol NCT dengan Starbucks, produk yang terafiliasi atau pro *Genocide* di Palestina. Berikut postingan Starbucks *collab* dengan NCT di X,

Gambar 40. Awal Permasalahan adanya Kampanye Boikot NCT



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Gambar di atas terdapat sebuah postingan dari akun resmi @starbucks-korea yang menampilkan cuplikan video dan foto berkolaborasi dengan idol NCT dimulai pada tanggal 23 Mei 2024 sampai tanggal 30 Juli 2024. Hal tersebut untuk menambah minat pembeli, dengan memperkenalkan merchandise yang menarik seperti tas, tumbler minum, hingga *photocard*. Mahliza dkk (2021) menjelaskan bahwa dengan menjadikan *public figur* sebagai *Brand Ambassador* dapat menghasilkan dampak positif terhadap pemasaran suatu merek, hingga membangun citra merek suatu produk. Akan tetapi berbeda dengan kolaborasi yang dilakukan oleh Starbucks dan member NCT, kolaborasi tersebut malah menjadi sumber kekecewaan fandom NCTzen, karena produk tersebut sedang ramai di boikot massa, sedangkan member NCT malah melakukan kolaborasi dengan produk tersebut. Selaras dengan hasil wawancara dengan informan B, yaitu:

“Itu emang gong banget si, dan aku ngedukung boikotnya karena apa ya, masa fandomnya aja udah melek sama isu-isu terkait palestina masa idolnya engga, aku jujur kecewa banget” (Wawancara dengan informan B, 30 April 2025)

Informan B merasa kecewa terhadap apa yang telah dilakukan idolnya, karena ia merasa kaget dan tidak disangka, idol yang didambakan malah berkolaborasi dengan produk terafiliasi boikot. Menurut ZAJ dalam website [jurnalfaktual.id](http://jurnalfaktual.id) (2024), kolaborasi antara NCT dan Starbucks seharusnya menjadi momen menyenangkan, justru menjadi pemicu adanya kontroversial, banyak fandom NCTzen bersikeras terhadap kerjasama tersebut. Najwa (2024) juga mengatakan, meskipun perusahaan Starbucks tidak pernah membuat pernyataan kepada publik secara eksplisit untuk mendukung zionist Israel, tetapi banyak politisi-politisi dari perusahaan tersebut mendukung adanya genosida yang telah terungkap di berbagai media.

Kemudian teori gerakkan sosial baru Melucci (1996) mencoba menjelaskan bahwa terdapat aspek batas kecocokan (*the limits of compability*). Konsep ini menunjukkan bahwa ada batasan sejauh mana suatu entitas atau tindakan dapat diterima oleh kelompok tertentu, terutama jika hal tersebut bertentangan dengan nilai-nilai. Dalam hal ini, fandom NCTzen secara vokal menentang keras terkait kolaborasi tersebut, karena dianggap mendukung penyerangan Israel ke Palestina dan mengabaikan nilai-nilai kemanusiaan. Bagi fandom NCTzen, dukungan terhadap tindakan yang dilakukan idolnya merupakan pelanggaran terhadap batas kecocokan dan tidak dapat ditoleransi.

b. Sikap yang diambil NCTzen

1) Boikot Produk Terafiliasi

Menurut Fatwa MUI (Majelis Ulama Indonesia) No.83 Tahun 2023 Alinea 4 Tentang Hukum Dukungan Terhadap perjuangan Palestina bahwa mendukung agresi Israel terhadap Palestina atau pihak yang mendukung Israel baik langsung maupun tidak langsung hukumnya haram. MUI mengeluarkan daftar produk yang Pro-Israel dan dilarang oleh MUI. Dalam daftar tersebut, terdapat 121 merek mulai dari fast food, kebutuhan sehari-hari, produk kecantikan hingga *brand fashion* (Gavlek & Sutopo, 2024). Dalam penelitiannya Nurlaela (2025) menjelaskan terkait tantangan boikot yakni masih adanya distributor Internasional dan keterlibatan perusahaan multinasional dalam rantai pasokan global. Meskipun demikian, akun X *nctzenhumanity* bersama dengan fandom NCTzen akan tetap melanjutkan aksi boikot sebagai bentuk perlawanan dan protes terhadap kolaborasi NCT dan Starbucks. Dengan mengoptimalkan media sosial untuk menyebarkan pesan boikot secara luas. Postingan tentang pesan boikot pada media sosial X @nctzenhumanity sebagai berikut:

Gambar 41. Pesan Boikot Terhadap Produk Terafiliasi



(Sumber: Akun X @nctzenhumanity, 2025)

Pesan yang disampaikan oleh NCTzenHumanity melalui media sosial X yang bersumber dari gerakan BDS (*Boycott, Divesment and Sanctions*) Indonesia, bahwa produk yang terafiliasi (*Starbucks*) tersebut merupakan brand yang masuk ke dalam list boikot di beberapa negara salah satunya Indonesia. Gambar tersebut juga menjelaskan terkait alasan produk tersebut harus diboikot, upaya ini untuk meyakinkan audiens terkait validitas dan urgensi adanya seruan boikot tersebut. Informan F dalam wawancaranya juga mengatakan bahwa,

“Yang aku liat ya di tu NCTzenHumanity ini selalu speak up terkait produk apa aja nih yang harus diboikot, sering membuat konten edukasi tentang BDS juga, dan sebagai pengguna media untuk bersuara tentang situasi yang ada, bahwa sebagai nctzen itu harus bersikap bagaimana si, kalo idolnya bekerjasama dengan produk yang terafiliasi” (Wawancara dengan Informan F, 17 April 2025).

Berdasarkan hasil wawancara diatas, NCTzenHumanity selalu mengajak fandom NCTzen untuk *speak up* terkait protes yang harus dilakukan melalui media sosial X. *Speak up* yang dilakukan yaitu berupa konten-konten edukasi terkait BDS, sebagai fandom yang peduli harus menyikapi hal tersebut secara cermat. Melucci dalam penelitiannya (1985) menjelaskan terkait gerakan sosial dipicu oleh situasi baru dari konflik yang terjalin dengan kehidupan sehari-hari, konflik itu sendiri meliputi kode-kode simbolik, tuntutan-tuntutan identitas, dan tuntutan-tuntutan personal atau ekspresif. Dapat dilihat, NCTzenHumanity mengajak fandom NCTzen untuk selalu *speak up* di

media sosial. Hal tersebut merupakan bentuk aktualisasi dari adanya tuntutan-tuntutan atas situasi yang terjadi, dengan membawa nama fandom dalam aksi boikot dapat membentuk sebuah identitas publik, bahwa mereka juga mampu untuk memperjuangkan nilai-nilai sosial dan kemanusiaan.

## 2) Boikot Idol NCT

Menurut Putri (2024), kegiatan boikot dikenal sebagai “*cancel culture*” yang merupakan tindakan atau praktik menolak produk maupun kelompok karena pendapat atau tindakan yang tidak dapat diterima baik secara sosial maupun moral. Kemudian *cancel culture* berarti memotong atau menghalangi orang-orang yang tidak bisa diterima, memilih untuk tidak mendengarkannya. Namun, rasa empati mengharuskan seseorang untuk mendengarkan orang lain (Segal, 2021). Permasalahan boikot antara NCT dan Starbucks bukan hanya dengan cara berhenti untuk menjadi konsumen produk yang terafiliasi tersebut, namun NCTzen juga melakukan hal yang sama kepada seluruh idol NCT. Menghentikan dukungan mereka terhadap NCT secara keseluruhan, tidak lagi melakukan hype terhadap NCT sampai kontrak antara NCT dan Starbucks berakhir. Seperti yang dijelaskan oleh informan F dalam wawancarnya, yaitu:

“Setelah pengumuman kalo NCT *collab* sama starbucks, akhirnya banyak nctzen termasuk aku yang mengambil sikap untuk stop dulu buat ngga ngehype, kaya stop ngehype NCT sampe kontraknya selesai, dan setelah itu balik buat ngehype NCT lagi.” (Wawancara dengan informan F, 17 April 2025)

Menurut informan F dalam wawancara tersebut, ia mengambil sikap untuk berhenti meng hype NCT secara sementara, boikot idol NCT dilakukan selama kontrak antara NCT dan Starbucks, jika kontrak tersebut selesai, maka akan balik untuk nge hyp NCT lagi. Keputusan tersebut timbul berdasarkan persepsi, bahwa produk Starbucks terlibat dalam isu kontroversial yang terjadi antara Palestina dan Israel terkait genosida serta hilangnya hak asasi manusia

dalam pertikaian tersebut. Boikot ini berfungsi sebagai bentuk protes aktif dan upaya untuk menyampaikan ketidaksetujuan mereka kepada pihak agensi atau idol NCT sendiri.

Sementara itu, wawancara lain dilakukan kepada fandom NCTzen yang juga mengambil tindakan untuk tidak nge hype idol NCT. Untuk menemukan tindakan seperti apa yang mereka ambil dalam menyikapi untuk tidak meng hype idolnya lagi. Sebagaimana hasil wawancara dengan informan B selaku NCTzen turut memboikot idolnya yang berkolaborasi dengan produk terafiliasi, yaitu sebagai berikut:

“aku jujur kecewa dan pada detik itu juga aku langsung berhenti untuk ga nge hype NCT bareng bareng saat itu sama nctzen lain, aku juga langsung unfollow seluruh akun media sosial mereka mereka, ga dengerin lagu-lagu nya, stop streaming, dan ga mengonsumsi merch NCT karena emang teguran buat agensi buat idolnya sendiri biar mereka tu lebih melek, dan aku beberapa kali spam komen dipostingannya mereka biar mereka tu tau kalo itu bikin para fandom nya kecewa.” (Wawancara dengan informan B, 20 April 2025)

Kegiatan yang dilakukan oleh informan B dan fandom NCTzen lainnya dalam rangka berhenti meng hype idol NCT diantaranya, berhenti mem follow seluruh akun sosial media member NCT bahkan akun pihak agensi SM Entertainment, berhenti untuk tidak mendengarkan musik atau lagu-lagu NCT secara keseluruhan, tidak streaming video di YouTube dan tidak melakukan pembelian album serta merchandise NCT. Informan B juga mengomentari postingan-postingan member NCT dan Agensi, dengan harapan mereka tahu bahwa fandom NCTzen sangat kecewa dengan kolaborasi tersebut. Hal ini dilakukan supaya ada efek jera, memberikan teguran terhadap NCT dan pihak agensi SM Entertainment, agar mereka juga melek terhadap apa yang dilakukan dapat berdampak pada hal seperti apa.

Melucci juga memandang hal ini pada karyanya mengenai aksi-aksi kolektif yang dilakukan oleh individu maupun sekelompok orang, yang juga diadaptasikan ke dalam kasus aktivisme digital fandom NCTzen di media

sosial X. Menurut Melucci adanya aksi kolektif disebabkan karena sebuah struktur jejaring banyak kepala yang bertransformasi dan berjuang atas isu kemanusiaan dan isu yang berhubungan dengan kondisi mendasar keberadaan manusia (Melucci, 1996). Aktivisme digital yang dilakukan oleh fandom NCTzen di media sosial X, pada konsep Melucci memiliki keadaan serupa yang mengharuskan mereka bertransformasi dari fans ke aktivis. Lalu Melucci juga memaparkan bahwa aksi kolektif yang dilakukan fandom NCTzen mengarah dan berjuang atas isu-isu kemanusiaan, dimana NCTzen melakukan pertentangan terhadap idol yang mereka cintai karena berkolaborasi dengan produk yang terafiliasi pro-Israel, mereka peduli terhadap masyarakat Palestina. Sehingga, dari aksi tersebut NCT dan agensi SM Entertainment mengalami penurunan jumlah pengikut pada media sosialnya cukup drastis secara keseluruhan. Selain itu juga, Maharani & Astuti dalam penelitiannya yang membahas boikot NCT menyatakan adanya reaksi emosional yang kuat terhadap NCT dan Starbucks, tindakan tersebut dianggap tidak sesuai dengan harapan dan preferensi fandom, sehingga memicu protes yang sangat *booming* di media sosial (Maharani & Astuti, 2024).

### 3) Menaikkan Hashtag di X

Menurut Umar dkk dalam kajiannya mengenai analisis hashtag di Twitter, menjelaskan bahwa penggunaan hashtag atau tagar secara bersamaan pada Twitter berfungsi untuk mengelompokkan konten dan mempermudah fitur *search*, serta jika penggunaan tagar terbanyak akan menjadi trending topik (Umar dkk, 2022). Trending topik adalah daftar kata kunci, frasa, atau tagar yang sedang dibicarakan secara luas dalam volume tinggi oleh pengguna X dalam waktu tertentu, baik secara global maupun di lokasi spesifik. Ini menandakan adanya diskusi yang aktif dan banyak diminati, bisa juga melibatkan kampanye terencana yang mengajak banyak orang untuk menggunakan tagar yang sama secara serentak, seringkali dengan menyertakan konten yang menarik dan relevan. (Erwin dkk, 2024).

Dalam konteks aktivisme digital yang direncanakan oleh akun X @nctzenhumanity dalam menyerukan aksi boikot terhadap NCT dan

Starbucks, NCTzenHumanity mengajak fandom NCTzen secara bersamaan untuk turut andil dan vokal dalam menyuarakan isu tersebut, salah satunya mengajak fandom NCTzen untuk menaikkan tagar terkait boikot terhadap produk yang terafiliasi. Melucci dalam penelitiannya yang berjudul “*The Symbolic Challenge of Contemporary Movements*” mengungkapkan bahwa kesatuan dan kesinambungan sebuah tindakan, tidak mungkin terjadi tanpa integrasi dan saling ketergantungan antara individu maupun kelompok (Melucci, 1985). Sama halnya dengan akun X @nctzenhumanity yang tidak dapat bergerak sendiri, NCTzenHumanity membutuhkan kekuatan dari fandom NCTzen dalam meluncurkan aksinya melalui media sosial X. Terlihat pada hasil observasi terhadap akun @nctzenhumanity di media sosial X, mengajak fandom NCTzen secara bersamaan dalam aksi boikot dengan menaikkan hashtag #SM\_보이콧\_제노사이드 dan hashtag #SM\_BOYCOTT\_GENOCIDE, berikut bukti gambarnya:

Gambar 42. Menaikkan Tagar di media sosial X



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Postingan akun X @nctzenhumanity tersebut menampilkan tulisan berbahasa Korea yang artinya “Kami tidak ingin NCT atau artis anda dikaitkan dengan atau mempromosikan S\*\*BUC\*KS maupun perusahaan manapun yang membiayai genosida di Palestina, mohon perhatikan kekhawatiran kami”. Dengan menggunakan tagar #SM\_보이콧\_제노사이드 dan tagar #SM\_BOYCOTT\_GENOCIDE,

serta *mentions* akun-akun X yang bersangkutan yaitu @SMTOWNGLOBAL (akun resmi agensi SM Entertainmnet), @SMTOWN\_Idn (akun resmi agensi SM Entertainment yang ada di Indonesia), @NCTsmtown (akun resmi idol NCT) dan akun X @pps\_kr (merupakan akun resmi gerakan BDS di Korea Selatan). Pada penggunaan tagar yang dilakukan secara serentak dapat membantu dalam proses mempercepat penyebaran.

Aksi massa menaikkan hashtag ini bukan hanya dilakukan oleh fandom NCTzen yang ada di Indonesia, namun juga dilakukan oleh fandom NCTzen yang berasal dari China juga turut melakukan hal yang sama. Berikut postingan salah satu akun yang menampilkan aksi boikot oleh fandom NCTzen China:

Gambar 43. Postingan akun @snmchive



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Tentang boikot NCT dan Starbucks yang dilakukan oleh fandom NCTzen asal China, ada pada postingan milik akun X @snmchive. Persoalan hashtag yang ada pada media sosial asal China bernama *weibo* sampai masuk ke dalam trending topik ke-dua. Greyssenly (2023) dalam website menjelaskan terkait *weibo*, merupakan media sosial yang berbentuk micro blogging berasal dari Tiongkok, dan memiliki kesamaan dengan media sosial X. Secara keseluruhan, postingan diatas merupakan protes keras dan seruan boikot dengan penggunaan tagar dari fandom NCTzen baik itu dari Indonesia maupun

China. Memiliki urgensi yang sama yaitu menuntut pihak agensi untuk tidak lagi melakukan kerjasama dengan produk yang terafiliasi. Kemudian, informan F dalam wawancaranya juga menjelaskan bahwa,

“Iya waktu itu booming banget sampe orang-orang berlomba-lomba buat naikin hashtag tentang boikot. Apa lagi algoritma X itu kan suka sama yang lagi booming gitu kan. Kalau kita tweet dengan hashtag yang sama secara bersamaan, hashtag kita jadi lebih cepat terdeteksi dan berpotensi menjadi trending topic di X. Semakin banyak orang yang berlomba-lomba naikin ht di tweeter, semakin cepat juga hashtag itu naik.” (wawancara dengan informan F, 17 april 2025)

Berdasarkan wawancara dengan informan F, menjelaskan bahwa aksi boikot NCT dan Starbucks sangat *booming* di kalangan fandom NCTzen. Mereka sampai berlomba-lomba untuk menaikkan hashtag terkait boikot tersebut melalui media sosial X. Kesenjangan tersebut meningkatkan volume *timeline* X, ketika banyak fandom NCTzen melakukan *tweet* disertai dengan hashtag tersebut. Algoritma X menginterpretasikan sebagai sinyal yang kuat bahwa topik tersebut sedang hangat diperbincangkan oleh banyak orang.

Ritonga dkk (2020) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa kejadian-kejadian yang terkenal ini membuat semua orang, terutama para pengguna Twitter tertarik untuk membahasnya di media sosial. Kemudian jika dibaca menggunakan perspektif Melucci (1996) mengemukakan bahwa dalam melakukan tindakan kolektif, setiap orang memiliki kapasitas diri dalam memahami apa yang mereka lakukan. Dalam memahami dibalik aksi yang dilakukan oleh fandom NCTzen, ketika memutuskan untuk memboikot dengan cara berlomba-lomba menaikkan hashtag di media sosial X, tindakan tersebut bukanlah untuk ikut-ikutan. Akan tetapi, mereka memahami bahwa kolaborasi yang dilakukan telah melanggar batas kecocokan antara nilai-nilai kemanusiaan yang mereka yakini. Dengan kata lain, aksi tersebut merupakan sebuah refleksi sadar pemahaman individu, salah satunya

dengan menaikkan hashtag #SM\_BOYCOTT\_GENOCIDE di media sosial X.

#### 4) Melakukan Donasi untuk Mengirim LED Truk Protes

Menurut situs DOREMi, LED truk atau truk LED seluler adalah kendaraan yang dilengkapi dengan tampilan layar LED pada sisi kanan dan kiri badan truk, menjadikannya sebagai alat untuk iklan luar ruangan atau dengan kata lain sebagai *billboard* bergerak (DOREMi, 2024). Kemudian devisjaya.co.id menjelaskan bahwa iklan yang ditampilkan oleh LED truk memiliki impresi yang tinggi dan meningkatkan brand awareness. Tidak mengenal batas dan mampu berpindah-pindah dengan mudah menuju target lokasi yang diinginkan (devisjaya.co.id, 2024). Melihat dari keunggulan adanya LED truk tersebut, akun X @nctzenhumanity bersama dengan fandom NCTzen lainnya, tertarik untuk menggunakan alat tersebut dalam meluncurkan aksi boikotnya. Agar pesan yang ingin disampaikan dapat terdengar langsung oleh pihak yang bersangkutan dari adanya kolaborasi antara NCT dan Starbucks. Berikut merupakan hasil observasi terkait kegiatan galang dana yang dilaksanakan oleh NCTzenHUMANity pada media sosial X, terkait rencana untuk mengirimkan LED truk kepada pihak yang bersangkutan:

*Gambar 44. Donasi untuk Kirim LED Truk*



(Sumber: Akun X @nctzenhumanity, 2025)

Gambar tersebut diambil dari salah satu postingan akun X @nctzenhumanity, yang mengajak untuk melakukan aksi boikot

menggunakan LED truk, yang akan dikirimkan langsung ke depan gedung agensi SM Entertainment dan gedung Starbucks yang ada di Korea Selatan. Dengan membutuhkan biaya sebanyak Rp. 14.000.000 dari para donatur. Hal ini dilakukan atas dasar untuk memberitahu bahwa gerakan yang dilakukan oleh para fandom NCTzen terkait #SM\_BOYCOTT\_GENOCIDE merupakan tindakan yang serius dan bukan main-main, mereka ingin tindakan yang dilakukan terdengar langsung oleh kedua belah pihak yang berkolaborasi tersebut.

*Gambar 45. LED Truk Protes di depan Gedung SM & Starbucks*



(Sumber: Akun X @nctzenhumanity, 2025)

Gambar diatas menunjukkan bahwa LED truk telah sampai ke depan gedung SM Entertainment dan Starbucks di Korea Selatan. Menyuarakan aksi boikot terhadap NCT dan produk yang terafiliasi pro genosida di Palestina. Selain itu, bahan atau konten edukasi yang dipakai oleh NCTzenHumanity saat ditampilkan pada layar LED, dengan materi yang bersumber langsung dari akun X @pps\_kr atau akun gerakan BDS (*Boycott, Divestment, Sunction*) Korea. Kirana (2024), mengatakan bahwa aksi kirim LED truk yang dilakukan NCTzen ini viral di media sosial. Banyak yang mendukung aksi mereka dan beranggapan sebagai bentuk perlawanan terhadap ketidakadilan. Namun, di sisi lain aksi tersebut malah mendapat komentar buruk dari netizen Korea Selatan sendiri. Hal tersebut selaras dengan apa yang dikatakan oleh informan F dalam wawancaranya, yaitu:

“Aksi ini memang cukup viral di X dan di media sosial lain, banyak yang notice dan support kegiatan tersebut. Tapi aksi ini juga mendapat komentar buruk dari netizen Korea, menganggap bahwa aksi kami itu berlebihan dan lebay. Tapi kan ini bukan soal lebay atau gimana ya, dilihat dari urgensi aksi yang dibawa ini terkait kemanusiaan dan ga bisa tinggal diem gitu ya. Dari pada uangnya di pake untuk membeli merch atau minuman yang pro-Israel, mending kita donasikan untuk membantu saudara kita di Palestina” (Wawancara dengan informan F, 17 Mei 2025).

Informan F berpendapat bahwa aksi boikot dengan menggunakan LED truk ini cukup booming pada masanya dan banyak mendapat dukungan atas aksi kemanusiaan tersebut. Akan tetapi, aksi ini menuai kritik dan komentar negatif dari netizen Korea, yang menganggapnya berlebihan atau lebay. Menanggapi hal tersebut, informan F menegaskan lagi bahwa isu ini bukan sekadar masalah lebay atau berlebihannya, melainkan tentang urgensi kemanusiaan. Bagian penting lainnya dari penjelasan tersebut ialah, fokus pergeseran dari pada mengkonsumsi minuman dan membeli produk boikot tersebut, lebih baik dimanfaatkan untuk melakukan hal kebaikan terhadap Palestina. Terlihat bahwa adanya pergeseran makna dari konsumsi ke aktivisme.

Melucci menjelaskan bahwa gairah dan perasaan, cinta dan benci, keyakinan dan ketakutan semuanya merupakan bagian dari tubuh yang memicu untuk bertindak secara kolektif. Melucci juga menekankan lagi bahwa tidak ada kognisi tanpa perasaan dan tidak ada makna tanpa emosi (Melucci, 1996). Tindakan boikot NCTzen melalui LED truk merupakan perwujudan nyata dari konsep Melucci. NCTzen menunjukkan gairah dan perasaan cinta sekaligus kekecewaan yang kuat terhadap kolaborasi NCT dengan Starbucks, dianggap mendukung perusahaan yang terkait dengan pendanaan genosida di Palestina. Perasaan ini memicu mereka untuk bertindak secara kolektif dengan mengirimkan LED truk yang berisi pesan boikot sebagai bentuk protes nyata dan simbolis.

Selaras dengan penelitiannya Alfarizqi, bahwa terkait pentingnya keterlibatan emosi dalam sebuah gerakan menyadari dirinya melalui pemahaman reflektif dalam kaitannya dengan konteks atau lingkungan dimana ia hadir, oleh karena itu konflik menyediakan dasar untuk mengonsolidasikan identitas kelompok. Peranan konflik, alih-alih pemahaman konsensual, nampak kontra intuitif namun ia sangat krusial dalam *nature* proses konstruksi identitas kolektif. Teoritis Melucci ini menjembatani jarak antara makna dan kepercayaan setiap anggotanya, dan tindakan kolektif melalui penulusuran proses dinamika dimana aktor menegosiasikan, memahami, dan mengonstruksi tindakan mereka melalui interaksi bersama yang terjadi berkali-kali (Alfarizqi, 2020).

c. Dampak Aksi Boikot yang dilakukan Fandom NCTzen

1) Masih terdapat fans yang kurang peduli boikot

Banyak penggemar NCT, yang dikenal sebagai NCTzen, menunjukkan dukungan kuat terhadap aksi boikot kolaborasi NCT dengan Starbucks karena perusahaan tersebut dianggap mendanai genosida di Palestina. Namun, di balik tingginya gelombang protes dan aksi boikot yang masif dibicarakan luas pada media sosial, masih terdapat sebagian penggemar yang kurang peduli atau tidak ikut serta dalam boikot tersebut. Mereka berpendapat bahwa idol atau artis tidak bisa sepenuhnya bertanggung jawab atas keputusan agensi, sehingga mereka memilih untuk tidak terlalu ambil pusing dengan boikot ini. Dalam artian, sikap yang diambil oleh fandom NCTzen beragam dalam menanggapi isu boikot ini.

Wawancara yang dilakukan dengan informan F juga menjelaskan terkait sikap yang diambil oleh fandom NCTzen ini berbeda-beda seperti pada sesi wawancara sebagai berikut:

“Mengenai sikap yang harus diambil oleh NCTzen itu sebenarnya bermacam-macam ya, balik lagi ke individunya masing-masing mau ngeboikot atau enggak. Ada yang diem aja, ada yang biasa aja nangingpinnya. Mungkin karena mereka lebih fokus ke

musik dan hiburan, bukan ke isu kemanusiaannya. Jadi buat mereka, boikot itu ga terlalu ngaruh sama hubungan mereka sama NCT. Tapi ya di sisi lain, aku ngerasa kecewa sama fans yang cuek, padahal boikot salah sata cara buat nunjukin pendapat dan menekan agensi untuk mikir ulang terkait kerjasama dengan produk lain. Kita juga harus ngerti kalau tiap orang punya cara dan alasan masing-masing buat ngambil sikap, kita saling menghargai aja.” (Wawancara dengan informan F, 17 April 2025).

Lebih lanjut lagi, informan B mengatakan hal yang serupa dengan informan F dalam wawancaranya sebagai berikut:

“Sebenarnya masih ada beberapa nctzen yang denial sama isu2 yang ada, banyak kan yang nctzenhumanity ini udah koar-koar, seperti melakukan retweet tentang isu-isu kemanusiaan, politik dan lingkungan, tapi banyak si beberapa nctzen yang masih denial ga peduli dan masih merem pada isu -isu kemnusiaaan.” (Wawancara dengan informan B, 21 April 2025)

Berdasarkan wawancara dengan informan B, menjelaskan bahwa terdapat penggemar yang memilih untuk melakukan boikot secara aktif, ada juga yang bersikap pasif atau biasa saja, bahkan ada yang tidak terlalu memperhatikan isu boikot tersebut, atau bisa dinamakan denial. Sikap denial inilah yang menyebabkan mereka masih menutupi rasa kemanusiaan. Informan F menegaskan lagi bahwa, betapa pentingnya memahami bahwa setiap individu memiliki alasan dan cara berbeda dalam menyikapi situasi ini. Tidak semua orang memiliki pandangan atau tingkat kesadaran yang sama terhadap isu sosial-politik yang mempengaruhi keputusan boikot. Oleh karena itu, sikap saling menghargai dan menghormati pilihan masing-masing penggemar sangat diperlukan agar tidak menimbulkan perpecahan dalam komunitas.

Melucci (1996) dalam memandang hal ini pada karyanya bahwa Melucci menekankan bahwa gerakan sosial baru berfokus pada identitas kolektif, solidaritas, dan konflik yang muncul dari kesadaran

bersama terhadap ketidakadilan dalam sistem yang ada. Dalam konteks boikot NCTzen, sikap beragam para penggemar ada yang aktif memboikot, ada yang pasif, dan ada yang kurang peduli menggambarkan dinamika identitas kolektif yang belum sepenuhnya seragam. Melucci menjelaskan bahwa solidaritas dalam gerakan sosial terbentuk melalui proses framing, yaitu penyamaan persepsi dan tujuan bersama. Ketika sebagian fans belum sepenuhnya memahami atau merasakan urgensi isu kemanusiaan yang melatarbelakangi boikot, solidaritas kolektif menjadi sulit terbentuk secara penuh.

## 2) NCT dan Starbucks mengalami penurunan saham

Aksi boikot yang dilakukan oleh fandom NCTzen terhadap produk yang terafiliasi pro Israel memberikan dampak secara ekonomi. Pihak perusahaan mengalami penurunan tingkat penjualan, sehingga berdampak pada penurunan saham yang dimiliki pihak perusahaan. Jika perusahaan mengalami penurunan pendapatan atau reputasi yang serius akibat boikot, harga sahamnya bisa terjun bebas, mengikis nilai perusahaan dan kepercayaan pemegang saham (Novanti, 2023). Kemudian Cahyani dkk (2024) juga menekankan bahwa dampak penurunan saham ini tidak hanya dirasakan di pasar domestik, tetapi juga dapat memengaruhi persepsi investor global, sehingga memengaruhi keputusan investasi dan nilai pasar perusahaan tersebut.

Berikut hasil observasi yang ditemukan pada media sosial X melalui salah satu akun penggemar, yaitu:

Gambar 46. Postingan akun @Yuuyouwi\_



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Tentang boikot yang berdampak pada penurunan saham NCT dan Starbucks, ada pada balasan tweet milik akun @Yuuyouwi\_. Gambar yang ditampilkan tersebut merupakan hasil dari aksi boikot terhadap kolaborasi antara NCT dan Starbucks, yang mengalami penurunan saham cukup signifikan selama satu tahun terakhir kemarin. Jika dilihat dari gambar tersebut, ditemukan bahwa saham agensi SM Entertainment mengalami penurunan saham sebanyak 29%, sedangkan saham dari produk Starbucks sendiri mengalami penurunan sebanyak 20%. Penurunan saham ini juga sebagai bukti dan berpengaruh terhadap perekonomian mereka.

Melucci (1996) juga memandang hal ini pada karyanya mengenai aksi-aksi yang dilakukan oleh fandom NCTzen inime libatkan definisi kognitif, tentang tujuan dari aksi boikot tersebut ialah memberikan efek jera terhadap pihak agensi untuk lebih cermat dalam melakukan kolaborasi dengan idolnya. Sarana yang dimanfaatkan oleh NCTzen dalam melancarkan aksinya yaitu dengan memanfaatkan kekuatan media sosial, yang mereka pakai ialah media sosial X. Kemudian, Melucci (dalam Suwardi, 2015) menjelaskan bahwa orang-orang akan merasa terikat satu sama lain bukan serta merta karena mereka saling berbagi kepentingan dan tujuan yang sama, tetapi melainkan juga karena mereka perlu ikatan tersebut untuk membuat kesepahaman tentang apa yang mereka lakukan.

### 3) Aksi boikot di *notice* oleh Idol NCT

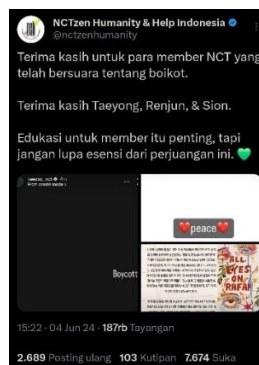
Beberapa aksi boikot yang telah dilakukan oleh fandom NCTzen, mulai dari boikot produk, boikot idol K-Pop dan agensi, menaikkan tagar di X, hingga mengirimkan LED truk protes ke depan gedung agensi dan Starbucks. Namun, yang menjadi pertanyaannya adalah apakah serangkaian protes yang telah dilakukan oleh fandom NCTzen ini dapat terdengar oleh pihak-pihak yang bersangkutan, atau bahkan mereka mengabaikan hal tersebut. Pertanyaan besar bagi para NCTzen

selama melaksanakan aksi tersebut. Hal ini selaras dengan pendapat dari informan F dalam wawancaranya, sebagai berikut:

“Jadi, sebetulnya nctzen itu gercep banget untuk bertindak, kayak menegur idolnya, cuman yang jadi pertanyaannya itu tegurannya sampe ngga ke mereka pihak SM nya, apakah suara kita didengar apa ngga, tapi urusan didengar apa ngga nya itu tapi aku merhatiin idol suka live dengan mengonsumsi produk yang terafiliasi biasanya. Nah semenjak dilakukannya hal tadi akhirnya mereka kalo live ga keliatan produk yang terafiliasi tersebut. Entah emang udah ga mengonsumsi, atau emang ga menunjukkannya secara terang-terangan. Tapi terlepas dari itu, secara ga langsung mereka punya respect.” (Wawancara dengan informan F, 17 April 2025)

Berdasarkan penjelasan dari informan F, bahwa NCTzen digambarkan sebagai fandom yang sangat cepat dalam bertindak, menunjukkan tingkat kepedulian dan reaktivitas yang tinggi. Informan F juga menyoroti bahwa tantangan dari aksi boikot yang dilakukan oleh fandom NCTzen ini memunculkan sebuah pertanyaan terkait, apakah protes mereka benar-benar didengar oleh pihak agensi atau tidak. Terlepas dari semua itu, fandom NCTzen sudah melakukan yang terbaik dalam menanggapi isu tersebut. Akan tetapi, aksi boikot yang semasif itu mustahil tidak terdengar oleh pihak agensi maupun idol NCT itu sendiri. Terlihat dalam sebuah postingan @nctzenhumanity yang menunjukkan beberapa idol NCT menyuarakan perihal boikot. Berikut postingan dari akun X @nctzenhumanity:

*Gambar 47. Postingan terkait member yang ikut bersuara*



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Gambar tersebut menampilkan sebuah postingan dari akun X @nctzenhumanity dengan mengunggah 3 gambar sekaligus, gambar tersebut berisi seruan boikot yang diunggah oleh member NCT bernama Taeyong, Renjun dan Sion pada akun sosial media mereka. Respon dari ketiga member tersebut seakan-akan menjadi jawaban dari pertanyaan yang sering muncul pada kalangan fandom NCTzen. Dengan menyuarakan terkait boikot, para penggemar mengetahui bahwa idol mereka juga peduli terhadap isu boikot tersebut. Kendati demikian, NCTzenHumanity menegaskan lagi untuk terus menyuarakan aksi protes kepada pihak agensi SM Entertainment serta terus mengedukasi idol lainnya mengenai keadaan yang terjadi di Palestina saat ini.

Pada konteks ini, dapat dianalisis menggunakan teori gerakan sosial baru oleh Melucci (1996) bagaimana identitas kolektif dan pengaruh timbal balik terbentuk melalui jaringan relasi yang aktif. Dalam konteks ini, fandom NCTzen membangun identitas kolektif melalui interaksi, komunikasi dan saling mempengaruhi satu sama lain. Aksi yang mereka lakukan terhadap isu seperti boikot NCT dan Starbucks melalui media sosial X dengan menaikkan hashtag #SM\_BOYCOTT\_GENOCIDE, hingga mengirimkan LED truk protes yang dikelola oleh NCTzenHumanity langsung ke depan gedung agensi, memungkinkan mempengaruhi pihak idol NCT dibuktikan dengan potingan @nctzenhumanity sebelumnya. Pengaruh ini sebagai wujud dalam bagaimana member NCT merespons ekspektasi penggemar, mengadopsi saran hingga melakukan timbal balik melalui postingan pada akun media sosialnya.

### **C. Membuat Laporan Pertanggung Jawaban**

Aktivisme digital pada fandom NCTzen dengan melakukan kegiatan fundraising, identik dengan berbagai platform yang digunakan dan memungkinkan terkait adanya transparansi dana masuk dan dana keluar. Transparansi adalah prinsip keterbukaan yang memungkinkan masyarakat

untuk mengetahui dan mendapatkan akses informasi seluas luasnya tentang keuangan (Garung dan Ga, 2020). Transparansi merupakan pelaksanaan tugas dan kegiatan yang bersifat terbuka bagi masyarakat mulai dari proses kebijakan, perencanaan, pelaksanaan, pengawasan dan pengendalian yang mudah diakses oleh semua pihak yang membutuhkan informasi tersebut (Wdyanti, 2018). Dengan adanya transparansi, masyarakat dapat ikut serta mengawasi dan memberikan masukan dalam proses pengelolaan sumber daya atau kebijakan, sehingga tata kelola menjadi lebih akuntabel dan bertanggung jawab (Nababan dan Sagala, 2025). Dalam konteks ini, akun X @nctzenhumanity juga menampilkan transparansi dana kegiatan yang dibagikan pada akun media sosialnya secara terbuka, yang merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh @nctzenhumanity dalam membentuk gerakan sosial. Berikut contoh transparansi dana dari akun X @nctzenhumanity yang dikemas menjadi laporan pertanggung jawaban publik, ditampilkan pada media sosial X:

*Gambar 48. Transparansi Dana Kegiatan NCTzenhumanity*



(Sumber: Akun X @nctzenhumanity, 2025)

<https://drive.google.com/file/d/18GUICozDSvxODkGzy0tO8sjucVHydis9/view>

Gambar diatas merupakan laporan pertanggung jawaban oleh NCTzenHumanity yang ditampilkan kepada publik, secara langsung memperlihatkan bahwa NCTzenHumanity menampilkan transparansi dana kegiatan secara terbuka kepada umum. Sehingga, memberikan gambaran

mengenai bagaimana dana yang terkumpul dikelola dan digunakan, serta diketahui secara jelas pengalokasian dana dari hasil donasi tersebut. Media sosial disini memiliki peranan penting dalam menyebarluaskan informasi yang relevan dan mudah dipahami oleh masyarakat, sehingga dapat lebih memahami bagaimana dana tersebut dikelola oleh NCTzenHumanity. Hal ini merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan efektivitas gerakan sosial pada fandom NCTzen. Selaras dengan yang dijelaskan oleh informan H dalam wawancaranya, yaitu:

“Laporan pertanggung jawaban ini menjadi salah satu strategi yang sangat penting juga ya. Pertama, kalo ada lpj kita dapat nunjukin bahwa kegiatan yang dikelola dengan baik dan profesional. Ini memberikan kesan positif dan meyakinkan NCTzen bahwa donasi yang dikumpulkan digunakan dengan bijak. Kedua, lpj bisa jadi sarana untuk menunjukkan dampak positif dari kegiatan yang telah dilakukan. Ketika fandom melihat bahwa donasi atau partisipasi mereka benar-benar tersalurkan, mereka akan lebih termotivasi untuk terus ngedukung kegiatan-kegiatan kami. Terlepas dari itu semua, kita juga masih menerima kritik dan saran dari mereka, biar jadi lebih baik lagi dalam ngelolanya” (Wawancara dengan informan H, 20 April 2025).

Berdasarkan penjelasan dari informan H bahwa, laporan pertanggung jawaban merupakan salah satu strategi yang krusial. Laporan Pertanggung Jawaban (LPJ) sangat penting bagi pengelola kegiatan fandom karena berfungsi sebagai bukti pengelolaan yang profesional, membangun kepercayaan bahwa donasi digunakan secara bijak. LPJ juga menunjukkan dampak positif dari kegiatan, memotivasi fandom untuk terus berpartisipasi dan mendukung di masa depan. Selain itu, keterbukaan terhadap kritik dan saran menunjukkan komitmen untuk perbaikan berkelanjutan dan memperkuat rasa kepemilikan kolektif dalam gerakan. Dalam penelitiannya Nababan & Sagala (2025) mengungkapkan bahwa adanya transparansi anggaran tidak hanya berdampak pada peningkatan akuntabilitas suatu organisasi, tetapi juga meningkatkan efisiensi dalam pengelolaannya agar lebih hati-hati dalam mengalokasikan dana publik.

Kemudian, berdasarkan hasil wawancara dengan informan Z, bahwa kepercayaannya kepada akun @nctzenhumanity ini didasari oleh beberapa faktor diantaranya yaitu adanya bukti nyata berupa foto kegiatan, dan adanya aspek pengelolaan anggaran atau transparansi laporan, serta banyak individu yang secara suka rela menjadi relawan pada kegiatan-kegiatan yang ada pada NCTzenHumanity. Selain itu, informan B juga menjelaskan terkait hal serupa dalam wawancarnya sebagai berikut:

“Udah banyak banget yang ikut berpartisipasi dan udah kayak menyuarakan di tweetnya, dan banyak juga followers2 aku yang mention nctzenhumanity dan bener bener trusted buat ngebantu orang-orang diluar sana, jadi banyak yang udah percaya dan ikut juga, dan ada buktinya adminnya juga kan suka ngefollow up dengan bukti berupa dokumentasi pada akun X nya. Dan mengenai transparansi dana, kita tu sebagai nctzen udah tau dan udah paham kalo adminnya itu selalu membuat laporan tentang dana masuk dan dana keluar dan itu laporan tersebut selalu di up di platform nctzenhumanity sendiri bahkan sampai di sematkan sama adminnya sehingga semua orang bisa mengaksesnya.”  
(Wawancara dengan Informan B, 25 April 2025)

Berdasarkan penjelasan dari informan B juga mengatakan bahwa sudah banyak fandom NCTzen yang ikut berpartisipasi dan memberikan dukungan kepada akun X @nctzenhumanity. Selain itu, adanya dokumentasi yang rutin dibagikan oleh akun X @nctzenhumanity melalui membuat para fandom NCTzen merasa lebih yakin bahwa bantuan yang diberikan benar-benar sampai kepada yang membutuhkan. Terkait transparansi dana, informan B juga menyampaikan bahwa sebagai anggota NCTzen mereka sudah memahami bahwa admin NCTzenHumanity secara konsisten membuat laporan keuangan yang mencakup dana masuk dan dana keluar. Akan tetapi, dibalik itu masih ada pendapat bahwa mereka merasa kurang percaya terkait pengelolaan dana yang dilakukan NCTzenHumanity. Seperti yang dinyatakan oleh informan A dalam wawancarnya:

“Jujur aja pernah ragu, namanya juga manusia pasti punya trust issue kak, ragu kalo uangnya tuh disalahgunakan kak, soalnya kan kita gatau ya sifat manusia suka impulsif 😬 ,

tapi semakin baca komentar semakin aku percaya sama akun itu si 🧐” (Wawancara dengan informan A, 27 April 2025)

Pernyataan yang diungkapkan oleh informan A mengakui bahwa ia memiliki *trust issue* atau masalah kepercayaan, terutama karena kekhawatiran bahwa uang yang disumbangkan bisa saja disalahgunakan. Keraguan ini muncul karena sifat manusia yang terkadang impulsif dan sulit diprediksi, sehingga menimbulkan kekhawatiran akan kemungkinan penyalahgunaan dana. Akan tetapi, informan A menegaskan lagi bahwa setelah dirinya membaca komentar-komentar positif dari fandom NCTzen lainnya pada base akun X @nctzenhumanity, kemudian informan A berubah pikiran dan menjadi semakin percaya.

Namun, ujaran kebencian dari orang-orang yang anti K-Pop masih saja menampilkan dan berkomentar pada postingan-postingan akun X @nctzenhumanity, berikut contoh komentar negatif yang ditemukan :

Gambar 49. Komentar Negatif pada akun X @nctzenhumanity



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Komentar tersebut mengandung ujaran yang bisa diinterpretasikan sebagai ujaran kebencian atau kritik terhadap fandom NCTzen dan penggemar K-Pop secara umum. Inti dari kritik tersebut adalah tuduhan bahwa perjuangan dan upaya yang dilakukan oleh para aktivisme digital fandom NCTzen dalam NCTzenHumanity disalahgunakan. Kalimat "Kalian yg capek-capek berjuang mlhn digunakan utk *self defense* pembenaran utk menyembah KPOP" dikategorikan sebagai salah satu ujaran kebencian dari masyarakat yang masih memiliki stereotip terhadap fandom K-Pop. Menurut Devi (2023) fandom K-Pop kerap dilihat sebagai penggemar yang fanatik dan maniak yang terus menerus berteriak dan menangis sampai dianggap menyembah idol nya secara

berlebihan. Meliana dan Al Jannah (2023) menegaskan publik seingkali beranggapan bahwa fandom K-Pop dipandang sebagai sekelompok individu yang apolitis dan apatis terhadap urusan dalam negaranya sendiri, mereka terlalu mengagumi dan mengutamakan idolanya. Adapun stereotip tersebut sebenarnya tidak dapat dibedakan dari pengaruh usia yang mendasari para penggemar K-pop ini karena identitas mereka belum sepenuhnya terbentuk dan identitas mereka belum lengkap.

Menurut The Guardian (2020), penggemar K-pop telah dapat menggunakan alat pengorganisasian online yang canggih untuk proyek yang ditujukan mendukung aktivisme politik. Media sosial telah berhasil menciptakan partisipasi digital yang lebih luas, misalnya dengan membangun komunitas digital, dan membuka akses kritik yang lebih baik. Kemudian merujuk pada pendapat Melucci (1985) bahwa identitas kolektif sebagai suatu proses yang melibatkan definisi kognitif tentang tujuan aksi, sarana yang dimanfaatkan, dan bidang tindakan yang mereka lakukan. Sementara itu, akun X @nctzenhumanity membentuk identitas kolektifnya berdasarkan tujuan kemanusiaan dan aksi sosial yang jelas, pihak yang melontarkan ujaran kebencian melihat identitas kolektif tersebut melalui lensa prasangka, yang menyimpangkan definisi kognitif tujuan, sarana, dan bidang tindakan mereka. Adapun tindakan yang dilakukan oleh fandom NCTzen sendiri dalam merespon hal itu yakni lebih mengabaikannya, seperti dalam wawancara berikut:

“Kadang tu orang-orang ga paham, sekarang tu kan udah berbeda ya zamannya, semua ikut bicara, semua ikut ngetik, semua ikut mosting padahal mereka tu ga yang bener bener paham gitu loh dan asal aja. Yaa mungkin kalo aku sendiri ga mau ikutan dan cenderung mengabaikan, tapi yang mau ngerespon biasanya ngebalesin komenannya dan juga ngejelasin benarnya gimana trus kalo dia nya tetep ngeyel yaudah biarin aja karna itu memang pola pikirnya dia kita ga bisa memaksakan.” (Wawancara dengan Informan Z, 18 Mei 2025)

Menyikapi hal tersebut, Informan Z berpendapat kalau setiap orang memiliki kemampuan untuk berpendapat dan menyebarkan informasi,

meskipun tanpa pemahaman yang mendalam. Adanya keprihatinan terhadap informasi yang tidak akurat atau opini yang tidak berdasar pada orang yang asal berkomentar. Penerimaan terhadap perbedaan sudut pandang dan keterbatasan dalam mengubah pemikiran orang lain, terutama ketika mereka sudah bersikeras dengan pandangan mereka sendiri. Menurut Melucci (dalam Porta & Diani, 2006) menjelaskan bahwa konflik sosial dalam hal ini cenderung berkuat di persoalan produksi dan sirkulasi pengetahuan atau informasi, kondisi sosial berbasis produksi dan penggunaan pengetahuan atau informasi, dan konstruksi makna kaitannya dengan identitas personal maupun kolektif.

Kemudian Melucci (1985) juga mengatakan terkait fokus gerakan sosial baru, ialah mencari hubungan antara gerakan sosial dan perubahan struktur dan budaya dalam skala luas. Gerakan sosial dengan konflik yang mendominasi pada masyarakat tertentu, dan menitik beratkan analisisnya pada pembentukan identitas (*identity formation*). Proses tersebut dapat memperkuat identitas kolektif pada fandom NCTzen yang peduli sosial, dan memproyeksikan citra baik kepada publik. Pengakuan terhadap penerimaan bahwa tidak semua orang akan menerima ataupun memahami narasi yang dibangun oleh NCTzenHumanity melalui media sosial, yang merupakan bagian dari kompleksitas konflik dalam masyarakat modern. Namun, NCTzenHumanity bersama dengan fandom NCTzen lainnya tetap pada tujuannya yakni menjadi penggemar yang selalu menyuarakan, mengarah dan berjuang atas isu-isu kemanusiaan dan isu yang berhubungan dengan kondisi mendasar keberadaan manusia, sehingga menjadi fandom yang aktif dalam aktivisme digital.

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa,

1. Akun X @nctzenhumanity berhasil menjadi wadah utama bagi fandom NCTzen untuk melakukan aktivisme digital dalam berbagai bentuk bentuk aktivisme digital yang dilakukan melalui media sosial X. Termotivasi oleh isu-isu kemanusiaan dan keinginan untuk mengubah persepsi negatif terhadap fandom K-Pop. Aktivisme ini mencakup kampanye penggalangan dana, yang terbagi menjadi kampanye umum untuk berbagai isu sosial, budaya, politik, dan lingkungan, serta kampanye khusus untuk isu Palestina. Selain itu, akun @nctzenhumanity juga secara aktif merekrut dan menerjunkan sukarelawan untuk membantu berbagai kegiatan kemanusiaan, serta menyelenggarakan kegiatan sosial bersama anak-anak, seperti donasi untuk panti asuhan, bantuan pendidikan dan kesehatan, hingga *workshop* dan nonton bareng. Meskipun menghadapi kritik dan stereotip negatif, NCTzenHumanity terus berupaya memperkuat solidaritas diantara anggota fandom untuk menjadi fandom K-Pop yang peduli dan aktif pada isu kemanusiaan maupun isu lainnya.
2. Akun X @nctzenhumanity menerapkan beberapa strategi dalam membentuk gerakan sosial dikalangan fandom NCTzen, fandom NCTzen sebagai target utama dalam aktivisme digital. Karena mereka memanfaatkan loyalitas dan ikatan kuat antar penggemar untuk bersatu dalam melakukan gerakan sosial, sehingga mentransformasi penggemar menjadi aktivis sosial. NCTzenHumanity juga membuka ruang bagi non NCTzen untuk berpartisipasi dalam aksi-aksi kemanusiaan yang dilakukan, memperluas jangkauan gerakan sosial karena nilai-nilai kemanusiaan yang diusung bersifat universal. Membangun komunikasi secara aktif di media sosial X dengan memanfaatkan fitur yang ada seperti *like*, *komentar*, *retweet* dan

sebagainya juga merupakan elemen penting dalam membangun gerakan sosial, sehingga dapat menciptakan ruang diskusi secara terbuka dengan saling bertukar ide dan gagasan. Akun X @nctzenhumanity juga berkolaborasi dengan beberapa platform donasi *online* atau kerjasama dengan lembaga kemanusiaan untuk menjangkau lebih banyak penerima bantuan dan memperkuat upaya advokasi. Terakhir, transparansi dana dari donasi juga sangat penting untuk mencegah keraguan ataupun penyalahgunaan. NCTzenHumanity secara terbuka mempublikasikan laporan pertanggungjawaban dana kegiatan termasuk dana masuk, dan dana keluar, hal ini termasuk dalam strategi mengkampanyekan gerakan sosial pada NCTzenHumanity. Meskipun masih terdapat komentar negatif atau stereotip terkait fandom K-Pop, @nctzenhumanity memilih untuk tetap fokus pada tujuan kemanusiaan mereka, memperkuat identitas kolektif sebagai agen perubahan sosial.

## **B. Saran**

1. Bagi akun X @nctzenhumanity diharapkan dapat memperluas jangkauan gerakan sosialnya melalui konten edukasi dan dapat lebih aktif mengkomunikasikan dan mempromosikan narasi positif tentang aktivisme digital fandom NCTzen di luar lingkup internal fandom. terus kembangkan variasi bentuk aktivisme digital dan aksi kemanusiaan seperti lebih memanfaatkan fitur lain yang ada di X seperti live maupun Q&A. Mengingat juga banyak yang berminat untuk menjadi sukarelawan, NCTzenHumanity dapat membangun sistem database sukarelawan yang lebih terstruktur, serta terus perluas jaringan kolaborasi dengan pihak luar, agar lebih dikenal sebagai fandom K-Pop yang bukan hanya memikirkan idolnya saja, akan tetapi dikenal sebagai fandom K-Pop yang berperan penting dalam menanggapi isu-isu yang ada.
2. Bagi masyarakat umum atau non K-Popers untuk selalu bersikap kritis dalam memandang kelompok penggemar sehingga menghindari dari adanya stereotip. Sadari potensi besar media sosial sebagai alat untuk kebaikan dan perubahan sosial. Dukung dan terlibatlah dalam kampanye

atau gerakan yang memiliki tujuan positif. Sebelum menyebarkan atau mempercayai informasi, terutama yang berkaitan dengan isu sensitif terkait fandom NCTzen, biasakan untuk melakukan verifikasi dari sumber-sumber yang kredibel dan terpercaya untuk memastikan kebenaran dan transparansi.

3. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengembangkan penelitian ini secara lebih detail lagi, hendaknya bisa berfokus pada subjek dan hal-hal lain yang belum dibahas dan bisa menciptakan kebaruan dalam penelitian ini. Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi motivasi dan inspirasi untuk peneliti-peneliti di masa yang akan datang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuchri. 2021. *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press.
- Agatha, T., & Utami, L. S. S. (2023). Perilaku Solidaritas Penggemar ARMY (Studi Kasus BTS Meal). *Jurnal Koneksi*, 7(1), 143-152.
- Ali, D. M, Mozzard, D., Husna, A. H. M., & Dzaljad, R. G., (2024). Pemberdayaan Keluarga Bapak Supatno: "Mengatasi Tantangan Sosial Melalui Pemberdayaan Kaum Dhuafa dalam Masyarakat kepada Keluarga Bapak Supatno". *Jurnal gembira: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(03), 1111-1117.
- Almaida, R., Gumelar, S. A., & Laksmiwati, A. A. (2021). Dinamika Psikologis Fangirl K-Pop. *Cognicia*, 9(1), 17-24.
- Amal, M. T., & Olifiani, L. P. (2023). Peran Ormas Muhammadiyah sebagai Faith-Based Organization dalam Memberikan Respons Kemanusiaan terhadap Rakyat Palestina. *Jurnal ICMES*, 7(2), 201-220.
- Ananda, M., Hadi, N., & Meiji, N. H. P. (2021). Di balik perilaku konsumtif NCTZEN dalam pembelian merchandise NCT (Studi Kasus Komunitas NCTzen Malang). *Jurnal Integrasi dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(9), 1011-1026.
- Aprina, F. H., Ashaf, A. F., & Windah, A. (2024). Aktivisme Digital Fandom Kpop NCTzen Sebagai Wujud Positif Interaksi Parasosial. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 8 (1), 22-41.
- Arief, A. S., Fadli, Y., Sutisna, A., & Chumaedy, A. (2023). Eksistensi Gerakan Sosial Semanggi Foundation dalam Mewujudkan Aksi Sosial dan Kemanusiaan di Kota Tangerang. *Jurnal Noken: Ilmu-Ilmu Sosial*, 9(1), 40-51.
- Bastian, C. S. (2019). Kickfest Sebagai Pergerakan dan Budaya Populer. *Komunikasi Budaya dan Dokumentasi Kontemporer*, 65. Bandung: Unpad Press.

- Budiarti, N. A, & Rizki, S. (2022). Tinjauan Akhlak Konsumsi Islam terhadap Penggunaan Produk Kosmetik. In *Bandung Conference Series: Sharia Economic Law*. 2 (1). 224-230.
- Butcher, J., & Einolf, C. (2017). Perspectives on Volunteering: Voices from the South. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-39899-0>.
- Castells M. (2012). “*Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*”. UK: Polity Press. Book Online: <https://voidnetwork.gr/wp-content/uploads/2019/11/Networks-of-Outrage-and-Hope-Social-Movements-in-the-Internet-Age-Manuel-Castells.pdf>
- Cindrakasih, R. R. (2024). Penggunaan Akun Twitter sebagai Media Komunikasi di Kalangan Penggemar Musik Korean HIP HOP. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 8 (1), 86-95.
- Chusna, A. (2021). Gerakan #dirumahaja sebagai Aktivisme Digital pada Akun Media Sosial Najwa Shihab. *KAMBOTI: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 124-132.
- Djelantik, S., Indraswari, R., Triwibowo, A., & Apresian, S. R. (2015). Komunikasi dan Budaya Global: Studi Kasus Penyebaran Budaya Korea (K-Pop) di Indonesia. *Research Report-Humanities and Social Science*, Vol 2. 12-31.
- Elkarim, H. A. (2024). *Analisis Aktivisme Digital Fandom Exo-l di Indonesia* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Fauziah, M. (2019). Konsep Kebaikan dalam Perspektif Dakwah. *Al-Idarah: Jurnal Manajemen dan Administrasi Islam*, 3(1), 73-94.
- Fathy, R. (2019). Modal Sosial: Konsep, Inklusivitas dan Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 6(1), 1-17.
- Fidiana, Kautsar. I. A, dan Maika R. (2018). *Bahan Ajar Ekonomi Digital*. Sidoarjo: UMSIDA Press.
- Garung, C. Y., & Ga, L. L. (2020). Pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi Terhadap Pengelolaan Alokasi Dana Desa (Add) dalam Pencapaian Good Governance pada Desa Manulea, Kecamatan Sasitamean, Kabupaten Malaka. *Jurnal Akuntansi: Transparansi dan Akuntabilitas*, 8(1), 19-27.

- Gavlek, A., & Sutopo, S. (2024). Fatwa MUI tentang Produk Israel (Mendukung Israel dan Mendukung Produk yang Dukung Israel Haram). *HOKI: Journal of Islamic Family Law*, 2(1), 1-15.
- Hadiyanti, P., & Dhalimunte, H. H. (2020). Pengembangan Model Aksi Sosial Berbasis Pemberdayaan (Studi Pengolahan Sampah Rumah Tangga di Desa Way Huwi Lampung Selatan). *PEMBELAJAR: Jurnal Ilmu Pendidikan, Keguruan, dan Pembelajaran*, 4(1), 34-40.
- Hapsari, M. S., Sabiq, A., & Sobandi, K. R. (2024). Tagar #MosiTidakPercaya dan #MahkamahKeluarga: Peran Media Sosial Instagram sebagai Wacana Protes Dinasti Politik Presiden Jokowi. *Journal Ilmu Sosial, Politik dan Pemerintahan*, 13(1), 378-396.
- Hasan, K. (2006). Materi Workshop: Gerakan Sosial Baru dalam Perspektif Global (Realitas New Social Movement in Aceh).
- Hasanah, I., Fitriyah, I., Dewanti, S. R., & Wahyuningrum, S. R. (2021). Denial Syndrome di Masa Pandemi Covid-19 pada Masyarakat Kabupaten Pamekasan Madura. *Edu Consilium: Jurnal Bimbingan Dan Konseling Pendidikan Islam*, 2(2), 35-52.
- Heriamsal, K., & Manurung, F. B. (2024). Strategi Diplomasi Indonesia dalam Upaya Mewujudkan Perdamaian pada Konflik Terbaru Hamas-Israel. *Jurnal Hubungan Luar Negeri*, 9(1), 19-48.
- Hermawan, A. D. (2024). Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) 12%: Analisis Dampaknya Terhadap APBN dan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(12), 1-5.
- Heydari, M. R., Taghva, F., Amini, M., & Delavari, S. (2019). Using Kirkpatrick's Model to Measure the Effect of A New Teaching and Learning Methods Workshop for Health Care Staff. *BMC Research Notes*, 12(1), 1-5.
- Hills M. (2002). *Fan Cultures*. London New York: Routledge.
- Iskandar, D. (2016). Persaingan Sehat Dunia Usaha di Indonesia dalam Hubungannya dengan Sistem Ekonomi Syariah. *YUSTISI*, 3(1), 6-18.
- Istiana, P. (2016). Kolaborasi Perpustakaan & Stakeholder. *JUPI (Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi)*, 1(2), 241-250.

- Karimah, H., & Baehaqi, A. (2022). Akuntabilitas dan Transparansi Manajemen Keuangan Masjid Agung Al Barkah Kota Bekasi. *JIAI (Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia)*, 7(1), 1-13.
- Kasanah, N. (2021). *Model Filantropi Nahdliyin: Menghimpun Infak Menebar Manfaat Melalui Gerakan Koin NU*. Penerbit Adab.
- Khaatimah, H., & Wibawa, R. (2017). Efektivitas Model Pembelajaran Cooperative Integrated Reading and Composition Terhadap Hasil Belajar. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 2(2), 76-87.
- Komariah, Neneng, Saepudin E., & Nurislaaminingsih, R. (2021). Kolaborasi Sebagai Upaya Peningkatan Kinerja Perpustakaan di Telkom University Open Library. *Pustakaloka: Jurnal Kajian Informasi dan perpustakaan* 13 (2):1 78-98.
- Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP).
- Lantowa, J., & Idul, R. (2023). Representasi Aksi Sosial dalam Konstruksi Ideologi Media Berita Digital Terkait Kebijakan Pemerintah Selama Pandemi. *Ranah: Jurnal Kajian Bahasa*, 12(1), 87-100.
- Lubis, A. M., & Zahara, F. (2024). Pengaturan Kewajiban Pelaporan Dana Donasi dari Kembalian Belanja Perspektif Masalah Mursalah (Studi Minimarket Alfamart di Kecamatan Medan Tembung). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 18(5), 3671-3685.
- Maharani, F., & Astuti, S. W. (2024). Pola Komunikasi Virtual dalam Aksi Boycott Idol Kpop: Studi Netnografi pada Hastag NCT X Starbuck di Media Sosial X. *JURNAL SOCIAL LIBRARY*, 4(2), 360-364.
- Mahliza, F., Nugroho, L., & Putra, Y. M. (2021, February). The Effect of E-wom, Brand Trust, and Brand Ambassador on Purchase Decisions at Tokopedia Online Shopping Site. In *Iop Conference Series: Materials Science and Engineering* (Vol. 1071, No. 1, p. 012017). IOP Publishing.
- Mahmudah, F. N. (2021). *Analisis Data Penelitian Kualitatif Manajemen Pendidikan Berbantuan Software Atlas. Ti Versi 8*. Yogyakarta: Uad Press.
- Meliana, M., & Al Jannah, D. (2023). Aktivisme Digital Fans K-Pop dalam

- Menyuarakan Aksi Penolakan RUU Cipta Kerja (Omnibus Law) Tahun 2020. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(3), 8407-8420.
- Melucci, A., (1985). The Symbolic Challenge of Contemporary Movements. *The Johns Hopkins University Press: Social Research*, 52 (4), 789-816.
- Melucci, A., (1996). *Challenging Codes: Collective Action in The Information Age*. University of Cambridge: Press Syndicate.
- Mujadid, S. A., Barlaman, M. L. M., Mu'nisah, M. N., & Hamidah, S. (2024). *GOODNESS FOR DIGNITY: Human Initiative*. PT. Penerbit Qriset Indonesia.
- Murdiyanto, E. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai Contoh Proposal)*. Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta Press.
- Muslimah, I. H. P., Rosalina, A., Khairani, A., Desiderawi, M., Loviona, L., & Sari, L. (2023). Identitas Sosial dan Perilaku Prosocial pada Anggota Fandom K-Pop. *Journal of Indonesian Psychological Science (JIPS)*, 3(1), 310-320.
- Nababan, N., & Sagala, C. F. (2025). Peran Warga Negara dalam Mengawasi Transparansi Anggaran Publik di Era Digital. *Jurnal Masyarakat Hukum Pendidikan Harapan*, 5(2), 1-12.
- Najri, P. (2020). MGMP dalam Meningkatkan Keprofesionalan Guru Mata Pelajaran. *Aktualita: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 10(1), 130-144.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosio Teknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nofrima, S., & Qodir, Z. (2021). Gerakan Sosial Baru Indonesia: Studi Gerakan Gejayan Memanggil 2019. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 16(1), 185-210.
- Notoatmodjo S. 2012. *Promosi Kesehatan Dan Perilaku Kesehatan*. Edisi Revisi Jakarta (ID): Rineka Cipta.

- Nurdiyanti, A., & Hendrayanto, H. (2023). Aktivisme Partisipasi Sosial Warga Negara Berbasis Digital. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(4), 3530-3539.
- Nurhadi, Z. F. (2017). Model komunikasi sosial remaja melalui media twitter. *Jurnal Aspikom*, 3(3), 539-549.
- Persadha, P. (2020). Hacktivism Sebagai Upaya Menyampaikan Suara Lewat Ruang Siber Di Indonesia. *JURNAL SOSIAL Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 21(2), 72-77.
- Pratama, J. A., Suprijadi, Y., & Zulhanif, Z. (2017). The Analisis Sentimen Sosial Media Twitter Dengan Algoritma Machine Learning Menggunakan Software R. *Jurnal Fourier*, 6(2), 85-89.
- Prijambodo, R. F. N., & Mahatmaharti, A. K. (2017). Membangun modal sosial pada masyarakat di era globalisasi. *Alpen: Jurnal Pendidikan Dasar*, 1(1), 10-16.
- Purdey, J. 2017. *Bridges of Friendship, Reflections on Indonesia's Early Independence and Australia's Volunteer Graduate Scheme*. Australia: Monash University Publishing.
- Putra, A. E., & Senjaya, O. (2024). Efektivitas Digital Activism Dalam Membangun Kesadaran Atas Kejahatan Kekerasan Seksual Berdasarkan Prespektif Sociological Jurisprudence. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(1), 78-86.
- Putri, I. R., & Pratiwi, E. (2022). Aktivisme digital dan pemanfaatan media baru sebagai pendekatan pemberdayaan masyarakat atas isu lingkungan. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 8(2), 231-246.
- Putri, N. A. R. (2024). Analisis Jaringan pada Media Sosial X dengan# Boikot Menggunakan Social Network Analysis. *IJITECH: Indonesian Journal of Information Technology*, 2(1), 11-15.
- Rianti. W., & Ifdil. (2019). Kemandirian Anak panti Asuhan. *SCHOULID: Indonesian Journal of School Counseling*, 3 (2), 29-34.

- Rosyadi, K. (2015). Islam, Modal Sosial, Pembangunan dan Pengentasan Kemiskinan. *DIMENSI-Journal of Sociology*, 8(1). 1-10.
- Rukanda, N., Nurhayati, S., & Ganda, G. (2020). Partisipasi Karang Taruna Terhadap Kegiatan Masyarakat Melalui Aksi Sosial. *Comm-Edu (Community Education Journal)*, 3(2), 144-155.
- Sa'diyah, S. S. (2019). Budaya penggemar di era digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 1-10.
- Sanjaya, A. R. (2018). Petisi indonesia untuk dunia: Potret globalisasi gerakan sosial digital. *Jurnal Komunikasi*, 10(01), 17-32.
- Sayagiri, G. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keberhasilan Crowdfunding Melalui Kitabisa. Com. *Com. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP). Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta*, 1-18.
- Schutz, A. (1967). *The Phenomenology of the Social World*. Germany: Northwestern university Press.
- Sidik, A. M., & Rizky, Z. M. (2021). Media Dan Digitalisasi Gerakan Sosial: Aktivisme K-Poppers Di Twitter Dalam Merespon Kampanye Trump Tahun 2020 Dan Black Lives Matter. *Khazanah: Jurnal Mahasiswa*, 13(2), 50-55.
- Singh, R. (2010). *Gerakan Sosial Baru*. Yogyakarta: Resist Book.
- Sitanggang, M. H. A., & Manalu, S. R. (2018). Memahami mekanisme crowdfunding dan motivasi berpartisipasi dalam platform Kitabisa. com. *Interaksi Online*, 6(3), 24-34.
- Snyder, M., & Omoto, A. M. (2008). Volunteerism: Social issues perspectives and social policy implications. *Social Issues and Policy Review*, 2, 1–36.
- Sofian, A. (2023). *Sosiologi Cyber: Sebuah Pengantar Memahami Realitas Virtual*. Buku Harlah.

- Suharko, S. (2006). Gerakan Sosial Baru di Indonesia: Repertoar Gerakan Petani. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 10 (1), 1-34.
- Suwardi, A. C. (2015). Peran Gerakan Perempuan dalam Reintegrasi Perempuan Eks-Kombatan Pasca Konflik: Studi Atas Liga Inong Aceh (LINA). *Jurnal Hubungan Internasional*, 4(1), 12-22.
- Suyanto, Slamet. 2005. *Konsep Dasar PAUD*. Jakarta: DEPDIKBUD.
- Syakra, R. (2003). Modal sosial: Konsep dan aplikasi. *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, 5(1), 1-22.
- Timur, M. L. D. K. F., & Dollu, E. B. S. (2019). MODAL SOSIAL. *Jurnal Warta Governare*, 1(1), 59-72.
- Umar, R., Sunardi, S., & Ardiansyah, M. N. (2022). Penerapan Algoritma Support Vector Machine Pada Analisis Sentimen Hashtag Twitter. *JURIKOM (Jurnal Ris. Komputer)*, 9(5), 1607-1613.
- Weber, M. (1978). *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology*. London: University of California Press.
- Wibisono, M. Y. (2021). *Agama dan Resolusi Konflik*. Bandung: In LeKKaS.
- Widiyanarti, T., Rullah, A. D., Fitriyani, D., Silfa, F. R., Nurfajri, I., & Ayuningtyas, W. D. (2024). Teknologi dan Komunikasi Antar Budaya: Peluang dan Tantangan di Dunia Digital. *Interaction Communication Studies Journal*, 1(3), 1-11.
- Widyanti, R. (2018). Analisis Akuntabilitas dan Transparansi Pengelolaan Dana Desa pada Nagari Ulakan Kecamatan Ulakan Tapakis. *Menara Ilmu: Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah*, 12(11), 118-126.
- Wijayanto, W., Ardianto, H., Astuti, E. S. (2020). *Campaigning Online and Offline: The Use of YouTube Movie in the Movement Against Environmental Destruction in the Movie "Samin vs Semen"*. *Proceedings of the 4th ICIPSE 2019*. Semarang: EAI (Research Meets Innovation).
- Wilson, J. (2000). Volunteering. *Annual Review of Sociology*, 26(1), 215–240.

Yahyasulthoni. (2013). Strategi Pembentukan Karakter Anak di Panti Asuhan Muhammadiyah Wiyung Surabaya. *Kajian Moral Dan Kewarganegaraan*, 1(1), 272–287.

Zahira, D., & Hermanadi, H. (2021). *Memetakan Aliran Aktivisme Digital: Sebuah Pergerakan Sosial*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

Zakiyah, B. Z., Fachri, M., Munawaroh, R. A., Aini, N., & Ummah, A. H. F. (2021). Aktivisme Digital: Efek Covid-19 dalam Pembelajaran Kampus. *Trilogi: Jurnal Ilmu Teknologi, Kesehatan, dan Humaniora*, 2(3), 259-265.

### **Skripsi**

Aiyah, Z. A. (2023). *Gerakan Anti Chil-Grooming di Media Sosial (Studi Pada Akun Instagram @terselimuti)*. S1 Thesis, UIN Walisongo Semarang.

Alfarizqy, M. (2020). *Kuasa Stigma pada Gerakan Papua Merdeka Sebuah Studi Sosiologi Berperspektif Grounded Theory Tentang Stigma, Identitas, dan Gerakan Sosial* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS AIRLANGGA).

Amalia, I. (2019). *Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif pada Penggemar K-Pop Dewasa Awal* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA).

Ayu, S. (2019). *MEDIA DAN GERAKAN SOSIAL (Analisis Wacana Gerakan #2019GantiPresiden dalam Media Sosial Twitter)* (Doctoral dissertation, Universitas Siliwangi).

Brillyanto, R. A. R. (2021). *Aktivisme Digital dalam Mempromosikan Hak Asasi Manusia di Indonesia (Studi Kasus Amnesty International Indonesia)* (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).

Dewi, T. K. (2022). *Dampak Budaya K-Pop Terhadap Gaya Hidup Remaja (Studi pada Komunitas NCTzen Pekalongan)*. (Bachelor's Thesis, FISIP, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang).

Ditya, A. A. (2023). *NCT Dream Sebagai Brand Ambassador dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemar (Studi Komunitas NCTzen Indonesia pada Akun Twitter @nctzenbase)*. (Bachelor's Thesis, FISIP,

Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang).

- Fauziah, R. (2015). *Fandom K-Pop Idol dan Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Penggunaan Media Sosial Twitter pada Hottest Indonesia sebagai Followers Fanbase @taeckhunID, @2PMindohottest dan Idol Account@ Khunnie0624)*. (Bachelor's Thesis, FISIP, Universitas Sebelas Maret Surakarta).
- Guntaradewa, O. Y. (2018). *Motif Tindakan Mahasiswa dalam Gerakan Mahasiswa Mengajar* (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- Hanjani, V. P. (2019). *Korean Pop sebagai Identitas Subkultur iKONIC* (Doctoral dissertation, Fakultas Ilmu Budaya).
- Hasan, D. L. (2021). *Fenomena Celebrity Worship pada Penggemar K-Pop Idol di Kota Semarang (Analisis Bimbingan dan Konseling Islam)*. (Bachelor's Thesis, FDK, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang).
- Ivan, M. (2020). *Proses Pembentukan Identitas Kolektif Aliansi Laki-Laki Baru dalam Gerakan Keadilan Gender* (Bachelor's thesis, Fisip UIN Jakarta).
- Krisna, Andreas (2021) *Pengaturan Privasi Komunikasi Biseksual di Media Sosial Twitter*. S1 thesis, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Lisa, N. (2023). *Pengaruh Fanatisme Terhadap BTS dalam Keterlibatan Aktivisme Sosial dan Politik (Studi Kasus Army Indonesia)* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).
- Listyawati, P. R. (2022). *Rekonstruksi Regulasi Corporate Social Responsibility Berbasis Asas Ta'Awun* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia)).
- Lubis, N. P. (2023). *Konflik Komunikasi Antara Unit–Unit Fans Nct (Neo Culture Technology) di Twitter (Studi Netnografi pada Fans Unit–Unit Nct)* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Ningtyas, D. E. (2024). *Fanwar NCT sebagai Bentuk Konflik Sosial di Ranah Siber (Studi Cyberfandom NCTzen Indonesia di Media Sosial X)*. (Bachelor's Thesis, FISIP, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang).

- Nisa, I. K. (2023). *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pendekatan Aktivisme Digital dengan Pemanfaatan Media Sosial (Studi Kasus Yayasan Bina Bhakti Lingkungan Surabaya)*. S1 Thesis, UIN Jember.
- Nurrahmayani, I. (2022). *Analisis Pengaruh Brand Ambassador Korean Wave dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif K-Pop (Studi pada Penggemar Korean POP "K-Pop" di Semarang)*. (Bachelor's Thesis, FEBI. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang).
- Prameswari, B. *Pengaruh Konformitas Terhadap Identitas Sosial Remaja Tangerang Selatan dengan Self Esteem Sebagai Variabel Mediator* (Bachelor's Thesis, Falkultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi).
- Rafi, A. I. (2023). *Peran Dan Taktik Komunitas Jogja Garuk Sampah Dalam Membangun Kesadaran Masyarakat Terhadap Permasalahan Sampah Visual di Kota Yogyakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).
- RICKY, R. R. (2022). *Analisis Hukum Islam Terhadap Pemboikotan Produk Asing di Indonesia* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG).
- Zulfa, S. (2022). *Pola Komunikasi dan Fanatisme Fan Account My Day di Media Sosial Twitter*. S1 Thesis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

### Website

- @barengwarga. (2024). *Baru Buka komunitas Baru, GW Jawab Ya*. Retrived from Twitter <https://x.com/barengwarga/status/1868196427668873723>. (Diakses pada Sabtu 31 Mei 2025 Pukul 19.20 WIB).
- Condrobimo, A. R. (2024). *Digital Aktivisme*. Retrived from Binus University: <https://sis.binus.ac.id/2023/04/24/digital-activism/>. (diakses pada Jum'at 14 Februari 2025 Pukul 21.00 WIB).
- Dompert Dhuafa. (2024). *Tentang Kami, Profil, Struktur organisasi, Cabang, Galeri Dompert Dhuafa*. Retrived from [dompertdhuafa.com](https://digital.dompertdhuafa.org/tentang-kami/profil) <https://digital.dompertdhuafa.org/tentang-kami/profil> (Diakses pada Sabtu, 31 Mei 2025 Pukul 10. 17 WIB).

Editorial Herder Mexico. *Alberto Melucci*. Retrived from herder.com: <https://herder.com.mx/en/autores-writers/alberto-melucci> (Diakses pada Senin 14 April 2025 Pukul 15.30 WIB).

Eraspac. (2024). Beberapa Tahun Lalu, Sejarah *Twitter* Terukir Melalui Domainnya. Retrived From [eraspace.com https://eraspace.com/artikel/post/beberapa-tahun-lalu-sejarah-twitter-terukir-melalui-domainnya](https://eraspace.com/artikel/post/beberapa-tahun-lalu-sejarah-twitter-terukir-melalui-domainnya). (Diakses pada Selasa 18 Maret 2025 Pukul 09.00 WIB).

Greysenly (2023). Weibo: Membuka Jendela Kebudayaan dan modern komunikasi di Tiongkok Moder. Retrived From [idmetafora: https://idmetafora.com/id/blog/read/3727/Weibo-Membuka-Jendela-Kebudayaan-dan-Komunikasi-di-Tiongkok-Modern.html](https://idmetafora.com/id/blog/read/3727/Weibo-Membuka-Jendela-Kebudayaan-dan-Komunikasi-di-Tiongkok-Modern.html) . (Diakses pada 9 Juni 2025 pukul 17.40 WIB)

Humanies Project. (2025). Profil Humanies Project. Retrived From [humaniesproject.com https://humaniesproject.org/id/page/tentang-kami](https://humaniesproject.org/id/page/tentang-kami) (Diakses pada Sabtu, 31 Mei 2025 Pukul 11.11 WIB).

Isnanto, B. A. (2023, Agustus 10). *Kenapa Twitter Jadi X? Ini penjelasan dan Perubahan Fiturnya*. Retrived from [detiklnet.com: https://inet.detik.com/cyberlife/d-6869515/kenapa-twitter-jadi-x-ini-penjelasan-dan-perubahan-fiturnya](https://inet.detik.com/cyberlife/d-6869515/kenapa-twitter-jadi-x-ini-penjelasan-dan-perubahan-fiturnya). (Diakses pada Rabu 16 Oktober 2024 Pukul 21.15 WIB).

Jay, G. (2025) X (Formerly Twitter) Usage Statistics for 2025. Retrived From [Famewall.com https://famewall.io/statistics/twitter-stats/](https://famewall.io/statistics/twitter-stats/) (Diakses pada Selasa 18 Maret 2025 Pukul 07.30 WIB).

Kitabisa. (2021). Profil Founder dan Tim di Balik Yayasan Kitabisa. Retrived from [Kitabisa.com: https://blog.kitabisa.com/2021/08/06/profil-founder-kitabisa/](https://blog.kitabisa.com/2021/08/06/profil-founder-kitabisa/) . (Diakses Pada Jum'at 30 Mei 2025 Pukul 11.10 WIB)

Najwa, F., A. (2024). Nctzen Indonesia Bersatu untuk Menyuarakan Boikot Produk Kolaborasi Starbucks. Retrived From [kompasiana.com](https://kompasiana.com)

<https://www.kompasiana.com/fadhza21023/6676efb6c925c45c303e3432/nctzen-indonesia-bersatu-untuk-menyuarakan-boikot-produk-kolaborasi-starbucks> (Diakses pada 8 Juni 2025 pukul 15. 12 WIB).

Maharani, R. (2024). Ikut Merayakan Hari Anak Sedunia, Doyoung NCT 127 Berikan Dukungan untuk Anak-Anak Lewat Donasi. Retrived From Kpop Chart <https://www.kpopchart.net/k-update/91613900995/ikut-merayakan-hari-anak-sedunia-doyoung-nct-127-berikan-dukungan-untuk-anak-anak-lewat-donasi>. (Diakses pada Senin, 17 Maret 2025 Pukul 08 35 WIB).

Purnama, I. (2023). *Mula NCT Dream Terbentuk, Bagaimana Inisiatif Awal SM Entertainment*. Retrived from Tempo.com: <https://www.tempo.co/teroka/mula-nct-dream-terbentuk-bagaimana-inisiatif-awal-sm-entertainment--212115>. (Diakses pada Ahad, 23 Februari 2025, Pukul 14.10 WIB).

Rahmayani. (2022, Mei 22). *Fans NCT Wajib Tahu! Mengenal Makna NCTZen dan Sijeuni, Simak Perbedaan dan Penjelasannya* . Retrived from pikiranrakyat.com: [Fans NCT Wajib Tahu! Mengenal Makna NCTZen dan Sijeuni, Simak Perbedaan dan Penjelasannya - Karawang Post \(pikiran-rakyat.com\)](https://pikiranrakyat.com/fans-nct-wajib-tahu-mengenal-makna-nctzen-dan-sijeuni-simak-perbedaan-dan-penjasannya) Fans NCT Wajib Tahu! Mengenal Makna NCTZen dan Sijeuni, Simak Perbedaan dan Penjelasannya - Karawang Post (pikiran-rakyat.com) (Diakses pada Jum'at 4 Oktober 2024 pukul 00.10 WIB).

Risviani, J. (2020). Bertemu Pudori di Indonesia, 5 Hal Patut dicontoh dari Jaemin-Jeno NCT. Retrived From IDN Times.com <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/jihaan-risviani/datang-ke-indonesia-5-hal-yang-patut-dicontoh-dari-jaemin-jeno-nct?page=all>. (Diakses pada Senin 17 Maret 2025 Pukul 09. 10 WIB).

Safitri, R., A. (2019). Aksi Sosial Jaemin & Jeno NCT di Bekasi, Bantu Cuci Baju Hingga Memulung Sampah. Retrived From kapanlagi.com <https://www.kapanlagi.com/korea/aksi-sosial-jaemin-38-jeno-nct-di-bekasi-bantu-cuci-baju-hingga-memulung-sampah-e9ec12.html?page=4> (Diakses pada Sabtu 7 Juni 2025 pukul 14.30 WIB).

Tempo.com. (2023). *Kaleidoskop 2023: Perubahan Nama Twitter Menjadi X, ambisi Elon Musk*. Retrived from tempo.com: <https://www.tempo.co/sains/kaleidoskop-2023-perubahan-nama-twitter-menjadi-x-ambisi-elon-musk-405674> (Diakses pada Selasa 18 Maret 2025 Pukul 08. 10 WIB).

## **LAMPIRAN**

### **DRAFT PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN SKRIPSI**

#### **A. Perwakilan @nctzenhumanity**

1. Apa itu nctzenhumanity?
2. Bagaimana awal mula terbentuknya akun @nctzenhumanity?
3. Apa visi, misi dan tujuan @nctzenhumanity?
4. Bagaimana bentuk-bentuk kegiatan aksi kemanusiaan yang dilakukan @nctzenhumanity bersama dengan fandom NCTzen?
5. Bagaimana strategi yang dirancang oleh akun @nctzenhumanity dalam mengorganisir gerakan sosial?
6. Adakah strategi khusus untuk meningkatkan partisipasi baik itu dari anggota fandom NCTzen sendiri maupun dari pihak luar?
7. Bagaimana tanggapan publik mengenai fandom NCTzen yang inisiatif bergerak dalam gerakan sosial?

#### **B. NCTzen**

1. Sejak kapan mengikuti @nctzenhumanity?
2. Apa yang membuat anda tertarik pada akun @nctzenhumanity ini?
3. Bagaimana menurut anda peran akun @nctzenhumanity dalam menggerakkan aksi kemanusiaan di kalangan fandom NCTzen?
4. Apakah anda pernah terlibat langsung dalam kampanye atau donasi yang diinisiasi oleh akun ini? Jika ya, bisa diceritakan pengalaman anda
5. Apakah aksi kemanusiaan yang dilakukan oleh fandom NCTzen berpengaruh terhadap citra fandom nctzen tersendiri?

#### **C. Non NCTzen**

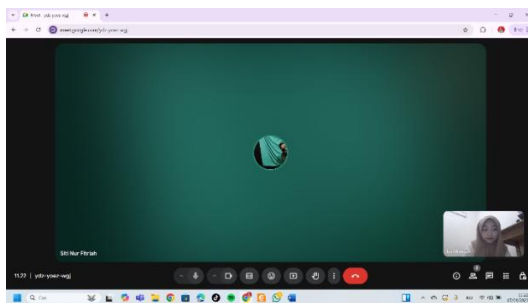
1. Sejak kapan tahu @nctzenhumanity?
2. Kegiatan apa yang membuat anda tertarik?
3. Bagaimana pendapat anda tentang keterlibatan fandom K-Pop yang aktif dalam gerakan sosial?

## DOKUMENTASI WAWANCARA

### Wawancara dengan Informan H



### Wawancara dengan Informan F



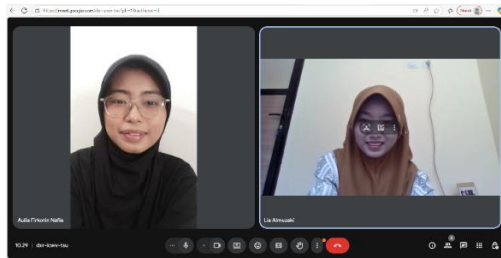
### Wawancara dengan Informan B



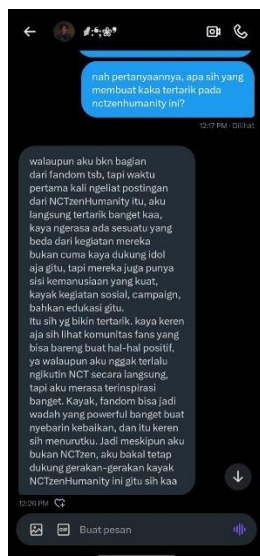
### Wawancara dengan Informan Z



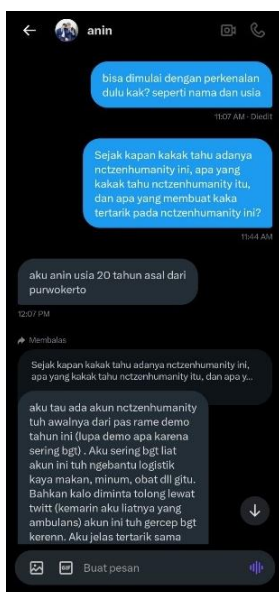
## Wawancara dengan Informan AF



## Wawancara dengan Informan M



## Wawancara dengan Informan A



## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **A. Data Pribadi**

Nama : Lia Awaliyah Almuzaki  
TTL : Brebes, 15 Maret 2004  
Jenis Kelamin : Perempuan  
No. Telepon : 088239201993  
E-Mail : [liaalmuzaki@gmail.com](mailto:liaalmuzaki@gmail.com)  
Alamat : Dk. Krajan RT 01/ RW 03, Kalisumur, Bumiayu, Brebes

### **B. Riwayat Pendidikan**

Tahun 2007-2008 : KB Muslimat NU Masyithoh  
Tahun 2008-2009 : RA Muslimat NU  
Tahun 2009-2015 : SDN Margadadi 02  
Tahun 2015-2018 : SMP Ma'arif NU 01 Bumiayu  
Tahun 2018-2021 : MAN 2 Brebes  
Tahun 2021-2025 : UIN Walisongo Semarang (S1)

### **C. Pengalaman Organisasi**

1. Anggota Medinfo HMJ Sosiologi tahun 2023
2. Anggota Kewirausahaan PMII Rayon FISIP UIN Walisongo Semarang tahun 2023-2024