

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Ilmu Komunikasi
Quamila
44119110035

Loyalitas Penggemar iKON (iKONIC) Dalam Pembelian Official Merchandise
iKON Di Media Sosial Twitter

Bibliografi : 5 Bab, 106 Halaman + 15 Buku + 13 Penelitian Ilmiah + 7 Internet

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan komunikasi yang pesat saat ini sudah membawa masyarakat kepada era perkembangan digital, dimana seluruh kegiatan dapat dilakukan dengan cara yang canggih. Media sosial twitter banyak digunakan oleh para penggemar K-pop untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai idolanya. Melalui Twitter penggemar dapat mendapatkan informasi mengenai keseharian idola, mendapatkan teman sesama fans, hingga informasi mengenai penjualan official merchandise idola. Penelitian ini di gagas untuk mengetahui loyalitas penggemar iKON dalam pembelian official merchandise di media sosial Twitter.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, yaitu fenomenologi dari Husserl. Fenomenologi merupakan salah satu jenis metode penelitian kualitatif yang diaplikasikan untuk mengungkap pengalaman yang dirasakan secara sadar dan individual dialami oleh sekelompok individu dalam hidupnya. Subjek dalam penelitian ini adalah iKONIC, yang merupakan pengguna aktif media sosial Twitter dan pernah melakukan pembelian official merchandise iKON di media sosial Twitter.

Paradigma penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme adalah paradigma yang memiliki focus tentang bagaimana manusia memaknai kehidupan sosialnya dan merealisasikannya melalui Bahasa.

Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa loyalitas penggemar iKON (iKONIC) dalam pembelian official merchandise melalui tahapan dan berdasarkan dari kebutuhan, keinginan, dan kemampuan diri sendiri. Motif yang melatar belakangi narasumber untuk menggunakan media sosial twitter sebagai tempat untuk membeli official merchandise yaitu karena mudahnya dalam mendapat informasi, dan dapat digunakan dimana dan kapan saja. Motif-motif tersebut pada akhirnya membawa narasumber menyadari makna pembelian official merchandise bagi diri mereka. Makna tersebut adalah ; merasakan kepuasan dan kesenangan pada saat memiliki official merchandise, merasa sebagai penggemar sejati yang ikut turut mendukung dan membantu penjualan iKON.

Kata Kunci : iKON, Loyalitas Penggemar, Media Sosial Twitter.



Mercu Buana University
 Faculty Of Communication
 Studies Broadcasting
 Quamila
 44119110035

iKON (iKONIC) Fan Loyalty in Purchasing Official iKON Merchandise on Twitter Social Media

Bibliografi : 5 Chapter, 106 Page+ 15 Book + 13 Research + 7 Internet.

ABSTRACT

The current rapid development of technology and communication has brought people into the era of digital development, where all activities can be carried out in a sophisticated way. Twitter social media is widely used by K-pop fans to get the latest information about their idols. Through Twitter, fans can get information about idols' daily lives, find fellow fan friends, and information about sales of idol official merchandise. This research was initiated to determine the loyalty of iKON fans in purchasing official merchandise on Twitter social media.

This study uses a qualitative method with a phenomenological approach, namely phenomenology from Husserl. Phenomenology is a type of qualitative research method that is applied to reveal experiences that are consciously and individually experienced by a group of individuals in their lives. The subjects in this study were iKONIC, who are active users of Twitter social media and have purchased iKON official merchandise on Twitter social media.

The research paradigm used in this study is the constructivism paradigm. The constructivism paradigm is a paradigm that has a focus on how humans interpret their social life and realize it through language.

The results of this study conclude that iKON (iKONIC) fan loyalty in purchasing official merchandise goes through stages and is based on one's own needs, desires, and abilities. The motive behind the interviewees to use social media Twitter as a place to buy official merchandise is that it is easy to get information, and can be used anywhere and anytime. These motives ultimately led the informants to realize the meaning of purchasing official merchandise for themselves. The meaning is; feel satisfaction and pleasure when you have official merchandise, feel like a true fan who also supports and helps iKON on selling.

Keywords: iKON, Fan Loyalty, Twitter Social Media.