

**Komodifikasi Audiens Penggemar *Boygrouop K-pop Seventeen* Terhadap  
*Reality Show “Nana Tour with Seventeen”***

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi (S.Ikom)



**UNIVERSITAS  
BAKRIE**

**Disusun Oleh**

**Taja Aurora Bianca**

**1201003126**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA**

**2024**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

Tugas akhir ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber, baik yang dikutip,  
maupun dirujuk telah saya nyatakan benar

Nama : Taja Aurora Bianca

NIM : 1201003126

Tanda Tangan:

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Taja Aurora Bianca', with a stylized flourish at the end.

Tanggal : 9 September 2024

**HALAMAN PENGESAHAN**

Tugas akhir ini diajukan oleh:

Nama : Taja Aurora Bianca

NIM : 1201003126

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ekonomi Ilmu Sosial

Judul Skripsi : *Komodifikasi Audiens Penggemar Boygroup K-pop Seventeen Terhadap Reality Show “Nana Tour with Seventeen”*

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

**DEWAN PENGUJI**

Pembimbing : Rizky Hafiz Chaniago, M.Phil, Ph.D



Pembahas 1 : Ruth Putryani Saragih, S.I.Kom., M.Si.



Pemabahas 2 : Adek Risma Dedees, S. S., M.A., M.A



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat-nya dan kehendak-nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Komodifikasi Audiens Penggemar *Boygrouop K-pop Seventeen* Terhadap *Reality Show “Nana Tour with Seventeen”* dengan baik. Penyusunan skripsi ini dilakukan dengan tujuan memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Selama perkuliahan hingga penulisan skripsi ini, penulis menyadari mendapatkan banyak dukungan, dorongan, dan semangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang tulus kepada:

### **1. Tuhan Yang Maha Esa**

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkatnya-Nya senantiasa menyertai penulis. Atas penyertaan penulis diberikan kemudahan dan kelancaran ketika mengalami kendala dalam penulisan skripsi.

### **2. Keluarga**

Ucapan terima kasih sebesar-besarnya penulis ucapkan untuk Mama, Papa, dan juga Kakak yang selalu memberikan dukungan dan doa untuk kelancaran penulisan skripsi, juga kasih sayang yang diberikan kepada penulis. Terima kasih sudah selalu menyemangati penulis selama proses penulisan skripsi, dan sabar mendengarkan keluh kesah penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

### **3. Rizky Hafiz Chaniago, M.Phil, Ph.d Selaku Dosen Pembimbing**

Terima kasih kepada Mas Rizky yang telah membimbing penulis selama penyusunan skripsi dengan sabar dan memberikan banyak arahan, masukan serta saran yang sangat berharga dalam penulisan skripsi.

### **4. Ruth Putryani Saragih, S.I.Kom., M.Si. dan Adek Risma Dedees, S. S., M.A., M.A Selaku Dosen Penguji**

Terima kasih untuk Miss Ruth dan Miss Adek yang telah memberikan masukan dan saran yang sangat membantu penulis dalam menyempurnakan skripsi ini.

### **5. Para Informan**

Terima kasih kepada Kak Deby, Assyifa, Adell, Kak Hafizh, Wibi, dan Key yang telah bersedia meluangkan waktunya diwawancarai untuk membantu proses penelitian.

**6. Sahabat Terdekat**

Kepada Adell yang sejak TK hingga saat ini selalu menjadi sahabat terdekat penulis dan Dwi yang menjadi sahabat penulis sejak SMP. Terima kasih untuk kalian berdua karena selalu memberikan dukungan dan menjadi support system penulis dalam keadaan apapun.

**7. Teman-teman Kuliah**

Untuk “Berlima”, Cacha, Cipa, Serli, dan Vira terima kasih sudah menjadi teman terdekat penulis di masa perkuliahan yang selalu mendukung dan menghibur penulis dalam berbagai hal. Terima kasih juga untuk There, Vania, Reiko, dan banyak teman-teman lainnya yang telah hadir dalam kehidupan perkuliahan penulis.

**8. SEVENTEEN**

Terima kasih untuk Seungcheol, Jeonghan, Joshua, Jun, Hoshi, Wonwoo, Woozi, The 8, Mingyu, Dokyeom, Seungkwon, Vernon, dan Dino yang sudah menjadi sumber kebahagiaan penulis lewat musik serta konten-konten yang menghibur dan menjadi sumber inspirasi bagi penulis dalam banyak hal sejak tahun 2015.

**9. Taja Aurora Bianca**

Tentunya terima kasih yang paling mendalam untuk diri sendiri atas kerja keras dan perjuangannya untuk bertahan hingga saat ini. Walaupun banyak rintangan, hambatan, dan kendala yang harus dilalui, terima kasih untuk tidak pernah menyerah menjadi versi terbaik dari diri sendiri.

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Taja Aurora Bianca  
NIM : 1201003126  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**KOMODIFIKASI AUDIENS PENGGEMAR *BOYGROUP K-POP SEVENTEEN* TERHADAP *REALITY SHOW “NANA TOUR WITH SEVENTEEN”***

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 9 September 2024

Yang menyatakan



(Taja Aurora Bianca)

**Komodifikasi Audiens Penggemar *Boygrouop K-pop Seventeen* Terhadap  
*Reality Show “Nana Tour with Seventeen”***

Taja Aurora Bianca

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini menganalisis fenomena komodifikasi audiens dalam *reality show Nana Tour with Seventeen* dan dampaknya terhadap penggemar Seventeen (Carat). Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini menggunakan konsep komodifikasi audiens Vincent Mosco untuk menganalisis dinamika kompleks antara eksploitasi, loyalitas penggemar, dan peran platform Weverse dalam memfasilitasi proses komodifikasi. Data diperoleh melalui wawancara dengan penggemar dalam mengonsumsi konten *reality show Nana Tour with Seventeen*, observasi, dan studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa data dan perhatian penggemar dijadikan komoditas oleh perusahaan untuk monetisasi. *Nana Tour with Seventeen* adalah hasil kolaborasi antara perusahaan produksi konten Egg Is Coming dan Hybe Corporation, yang menawarkan konten eksklusif berbayar melalui platform Weverse. Konten ini dirancang untuk memuaskan dan memanfaatkan loyalitas penggemar dengan mendorong pembelian konten dan merchandise. Interaksi langsung antara artis dan penggemar di Weverse memperkuat ikatan emosional, yang kemudian dimanfaatkan untuk keuntungan bisnis. Transformasi digital dan teknologi berperan penting dalam menciptakan ekosistem digital yang menguntungkan, memungkinkan distribusi konten eksklusif dan pengumpulan data pengguna untuk optimasi pemasaran.

**Kata Kunci:** Komodifikasi Audiens, Budaya Populer, Acara Realitas, Fandom K-Pop, Seventeen

*Audience Commodification of the K-pop Boygroup Seventeen Fans in the Reality Show "Nana Tour with Seventeen"*

Taja Aurora Bianca

---

**ABSTRACT**

*This research analyzes the phenomenon of audience commodification in the reality show "Nana Tour with Seventeen" and its impact on Seventeen fans (Carat). Through a qualitative approach, this research uses Vincent Mosco's concept of audience commodification to analyze the complex dynamics between exploitation, fan loyalty, and the role of the Weverse platform in facilitating the commodification process. Data were obtained through interviews with fans consuming the "Nana Tour with Seventeen" reality show content, observations, and literature studies. The results show that fan data and attention are commodified by companies for monetization. "Nana Tour with Seventeen" is a collaboration between the content production company Egg Is Coming and Hybe Corporation, offering exclusive paid content through the Weverse platform. This content is designed to satisfy and exploit fan loyalty by encouraging the purchase of content and merchandise. Direct interaction between artists and fans on Weverse strengthens emotional bonds, which are then utilized for business profits. Digital transformation and technology play a crucial role in creating a profitable digital ecosystem, enabling the distribution of exclusive content and the collection of user data for marketing optimization.*

**Keywords:** *Audience Commodification, Popular Culture, Reality Show, K-Pop Fandom, Seventeen*



**DAFTAR ISI**

|   |             |
|---|-------------|
| <b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>                          | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>  | <b>iii</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>  | <b>iv</b>   |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>                 | <b>vi</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>  | <b>vii</b>  |
| <b>ABSTRACT .....</b>   | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>  | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>   | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>   | <b>xii</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>   | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang.....   | 1           |
| 1.2 Rumusan Masalah.....  | 13          |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....   | 14          |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....  | 14          |
| 1.4.1 Manfaat Teoretis .....  | 14          |
| 1.4.2 Manfaat Praktis .....   | 14          |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                                   | <b>15</b>   |
| 2.1 Konsep yang Relevan .....   | 15          |
| 2.1.1. Komodifikasi dalam Budaya Populer .....                        | 15          |
| 2.1.2. Program <i>Reality Show</i> Televisi .....                     | 19          |
| 2.1.3. Weverse sebagai Penyedia Konten Berbayar dan Merchandise ..... | 22          |
| 2.1.4. <i>Fandom K-pop</i> sebagai audiens yang dieksploitasi .....   | 24          |
| 2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan .....               | 27          |
| 2.3 Model Kerangka Pemikiran .....                                    | 36          |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>                                 | <b>38</b>   |
| 3.1 Desain dan Pendekatan .....                                       | 38          |
| 3.2 Objek dan Subyek.....   | 39          |
| 3.3 Pengumpulan Data.....   | 39          |
| 3.3.1. Data Primer .....  | 39          |
| 3.3.2. Data Sekunder .....  | 40          |
| 3.3.3. Teknik Pengumpulan Data.....                                   | 40          |

|  |   |            |
|--|---|------------|
| 3.4                                      | Analisis Data.....  | 43         |
| 3.4.1                                    | Reduksi Data .....  | 43         |
| 3.4.2                                    | <i>Display</i> Data (Penyajian Data).....   | 43         |
| 3.4.3                                    | Penarikan Kesimpulan .....  | 43         |
| 3.5                                      | Triangulasi Data.....   | 44         |
| 3.6                                      | Operasionalisasi Konsep.....  | 44         |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b> |   | <b>46</b>  |
| 4.1                                      | Gambaran Konteks Penelitian .....   | 46         |
| 4.1.1                                    | Gambaran Reality Show Nana Tour with Seventeen.....   | 46         |
| 4.1.2                                    | Gambaran Media Sosial Weverse .....   | 49         |
| 4.1.3                                    | Gambaran Umum Subjek Penelitian.....  | 50         |
| 4.2                                      | Penyajian Data .....  | 53         |
| 4.2.1                                    | Komodifikasi Audiens .....  | 53         |
| 4.2.2                                    | Komodifikasi Konten .....   | 71         |
| 4.2.3                                    | Weverse sebagai Media Komodifikasi.....   | 72         |
| 4.3                                      | Pembahasan dan Diskusi .....  | 84         |
| 4.3.1                                    | Proses Komodifikasi Audiens Penggemar Seventeen dalam <i>Nana Tour with Seventeen</i> ..... | 84         |
| 4.3.2                                    | Transformasi digital dan teknologi dalam memfasilitasi komodifikasi audiens .....           | 88         |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>   |   | <b>93</b>  |
| 5.1.                                     | Kesimpulan .....  | 93         |
| 5.2.                                     | Kendala dan Keterbatasan .....  | 94         |
| 5.3.                                     | Saran dan Implikasi .....   | 95         |
| 5.3.1.                                   | Saran untuk Penelitian Berikutnya.....  | 95         |
| 5.3.2.                                   | Saran untuk Industri atau Lembaga.....  | 95         |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>              |   | <b>97</b>  |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                     |   | <b>104</b> |

**DAFTAR GAMBAR**

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1. 1 Data pandangan audiens yang mewakili Korea .....             | 2  |
| Gambar 1. 2 Reputasi Merek Seventeen 2024 .....                          | 3  |
| Gambar 1. 3 Reputasi Program Acara Korea Selatan 2024 .....              | 5  |
| Gambar 1. 4 Poster Nana Tour with Seventeen .....                        | 11 |
| <br>   |    |
| Gambar 2. 1 Bentuk Komodifikasi .....                                    | 17 |
| Gambar 2. 2 Program Non-drama .....                                      | 20 |
| Gambar 2. 3 Program Reality Show .....                                   | 21 |
| <br>   |    |
| Gambar 4. 8 Jumlah penonton konten The Game Caterers 2 Seventeen .....   | 54 |
| Gambar 4. 9 Jongga Kimchi Tour Set edisi Nana Tour with Seventeen .....  | 57 |
| Gambar 4. 10 Iklan Jongga Episode 1-4 .....                              | 58 |
| Gambar 4. 11 Iklan Jongga Episode 2-1 .....                              | 58 |
| Gambar 4. 12 Iklan Jongga Episode 2-4 Dokyeom .....                      | 59 |
| Gambar 4. 13 Iklan Jongga Episode 2-4 Hoshi .....                        | 59 |
| Gambar 4. 14 Iklan Jongga Episode 5-1 .....                              | 60 |
| Gambar 4. 15 Seungkwon Rekomendasi Daejang Sarang .....                  | 63 |
| Gambar 4. 16 Iklan Daejang Sarang episode 3-1 .....                      | 63 |
| Gambar 4. 17 Iklan Daejang Sarang episode 5-1 .....                      | 64 |
| Gambar 4. 18 Iklan Daejang Sarang episode 6-2 .....                      | 64 |
| Gambar 4. 19 Poster We Halmae Tteokbokki Nana Tour with Seventeen .....  | 65 |
| Gambar 4. 20 Iklan Uri Halmae Tteokbokki Episode 4-2 .....               | 66 |
| Gambar 4. 21 Unggahan Instagram We Halmae Tteokbokki .....               | 66 |
| Gambar 4. 22 Poster Lingtea Nana Tour with Seventeen .....               | 68 |
| Gambar 4. 23 Iklan Lingtea Episode 4-3 .....                             | 68 |
| Gambar 4. 24 Poster Nana Tour with Seventeen Banila Co .....             | 69 |
| Gambar 4. 25 Iklan Banila Co Episode 6-2 .....                           | 70 |
| Gambar 4. 1 Konten Berbayar Nana Tour with Seventeen .....               | 71 |
| Gambar 4. 26 Interaksi anggota Seventeen di Weverse .....                | 72 |
| Gambar 4. 2 Jumlah Video Nana Tour with Seventeen Versi Weverse .....    | 73 |
| Gambar 4. 3 Merchandise Egg Is Coming .....                              | 78 |
| Gambar 4. 4 Merchandise Nana Tour with Seventeen .....                   | 78 |
| Gambar 4. 5 Merchandise Penjualan Pertama Nana Tour with Seventeen ..... | 79 |
| Gambar 4. 6 Merchandise Penjualan Kedua Nana Tour with Seventeen .....   | 80 |
| Gambar 4. 7 Merchandise Moment Package Nana Tour with Seventeen .....    | 80 |

**DAFTAR TABEL**

|  |    |
|--|----|
| Tabel 1. Penelitian-Penelitian Sebelumnya..... | 31 |
| Tabel 3. Operasionalisasi Konsep .....         | 45 |