



FAN LOYALTY DALAM K-POP: STUDI FENOMENOLOGI PADA PENGGEMAR AESPA MELALUI BRANDING METAVERSE

**Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam
memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**

Nama : Ervira Hendrawati

NIM : 2110411208



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Ervira Hendrawati

NIM : 2110411208

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 1 Juni 2025

Yang menyatakan,


(Ervira Hendrawati)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ervira Hendrawati
NIM : 2110411208
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

FAN LOYALTY DALAM K-POP: STUDI FENOMENOLOGI PADA PENGGEMAR AESPA MELALUI BRANDING METAVERSE

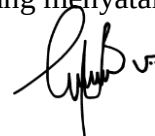
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 1 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Ervira Hendrawati)

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Ervira Hendrawati

NIM : 2110411208

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : *Fan Loyalty* dalam K-pop: Studi Fenomenologi pada Penggemar Aespa melalui *Branding Metaverse*

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:

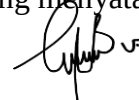
1. Memberikan hak saya bebas royalti kepada Perpustakaan UPNVJ atas Penelitian karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengolah pangkalan data (database), mendistribusikan, serta menampilkan dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan UPNVJ, tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai Peneliti/pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan UPNVJ dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan semoga digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 1 Juni 2025

Yang menyatakan,



Ervira Hendrawati, 2025

**FAN LOYALTY DALAM K-POP: STUDI FENOMENOLOGI PADA PENG
BRANDING METAVERSE**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunika
[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

(Ervira Hendrawati)

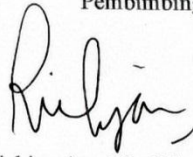
LEMBAR PENGESAHAN

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Ervira Hendrawati
NIM : 2110411208
PROGRAM STUDI : S1 Ilmu Komunikasi
JUDUL : Fan Loyalty dalam K-Pop: Studi Fenomenologi pada
Penggemar Aespa melalui *Branding Metaverse*

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



(Rizkiya Ayu Maulida, S.IP., M.A)

Penguji 1



(Dr. H. Rini Riyantini, M.Si.)

Penguji 2



(Lusia Handayani, S.Ikom, M.Si.)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 23 Juni 2025

FAN LOYALTY DALAM K-POP: STUDI FENOMENOLOGI PADA PENGGEMAR AESPA MELALUI BRANDING METAVERSE

ERVIRA HENDRAWATI

ABSTRAK

Fenomena loyalitas penggemar dalam industri K-pop tidak hanya terbentuk melalui interaksi musik dan visual, tetapi juga melalui strategi pemasaran inovatif seperti *branding metaverse*. Penelitian ini bertujuan untuk memahami proses pembentukan loyalitas penggemar Aespa setelah berinteraksi dengan *branding metaverse* yang mereka hadirkan. Menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi, penelitian ini mengeksplor pengalaman subjektif lima partisipan yang merupakan penggemar aktif Aespa, khususnya dalam merespons elemen-elemen *metaverse* seperti avatar virtual, narasi KWANGYA, dan berbagai konten berbasis teknologi. Model AISDALSLove (Attention, Interest, Search, Desire, Action, Like/Dislike, Share, Love/Loyalty) dari teori *Hierarchy of Effects* digunakan untuk menganalisis proses kognitif, afektif, dan konatif dalam keterlibatan penggemar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman interaksi dengan *branding metaverse* memicu respons yang bersifat simultan, tumpang tindih, dan tidak selalu berlangsung secara linear. Partisipan menunjukkan bentuk keterlibatan yang beragam, mulai dari ketertarikan dengan konsep hingga tindakan nyata seperti membeli album, menghadiri konser, serta aktif berdiskusi di komunitas fandom. Temuan ini menjelaskan bahwa *branding metaverse* berfungsi sebagai medium strategis dalam membangun loyalitas penggemar melalui pengalaman digital yang mendalam dan dinamis.

Kata kunci: Fenomenologi, *Fan Loyalty*

FAN LOYALTY IN K-POP: A PHENOMENOLOGICAL STUDY OF AESPA FANS THROUGH METAVERSE BRANDING

ERVIRA HENDRAWATI

ABSTRACT

The phenomenon of fan loyalty in the K-pop industry is shaped not only by musical and visual interactions, but also by innovative marketing strategies such as metaverse branding. This study aims to understand the process of fan loyalty formation toward Aespa following their interaction with the group's metaverse branding. Using a qualitative phenomenological approach, the research explores the subjective experiences of five participants who are active Aespa fans, particularly in response to metaverse elements such as virtual avatars, the KWANGYA narrative, and various technology-based content. The AISDALSLove model (Attention, Interest, Search, Desire, Action, Like/Dislike, Share, Love/Loyalty) from the Hierarchy of Effects theory is used to analyze the cognitive, affective, and conative processes involved in fan engagement. The findings reveal that experiences with metaverse branding trigger responses that are simultaneous, overlapping, and not necessarily linear. Participants exhibited diverse forms of engagement, ranging from conceptual interest to concrete actions such as purchasing albums, attending concerts, and actively participating in fandom discussions. These findings suggest that metaverse branding serves as a strategic medium for building fan loyalty through immersive and dynamic digital experiences.

Keywords: Phenomenology, Fan Loyalty

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur, penulis panjatkan puji dan terima kasih atas segala limpahan rahmat dan karunia yang telah diberikan selama proses penulisan tugas akhir ini. Skripsi yang berjudul ***“Fan Loyalty dalam K-pop: Studi Fenomenologi pada Penggemar Aespa melalui Branding Metaverse”*** disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Segala puji bagi Allah SWT, yang telah memberikan kekuatan, kesehatan, ketenangan hati, dan kelapangan pikiran kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Tanpa rida-Nya, segala usaha yang dilakukan tidak akan sampai pada titik ini. Semoga hasil penelitian ini dapat menjadi amal baik dan bermanfaat di kemudian hari.
2. Terima kasih yang tak terhingga kepada Ibu dan Bapak, yang selalu menjadi sumber kekuatan melalui doa, kasih sayang, serta dukungan moril dan materiil. Kepada kakak, keponakan, serta keluarga besar yang senantiasa memberikan semangat dengan caranya masing-masing.
3. Kak Rizkiya Ayu Maulida, S.IP., MA selaku dosen pembimbing, atas kesabaran, bimbingan, masukan, dan motivasi yang telah diberikan selama proses penulisan ini. Terima kasih pula kepada Mas Dewanto Samodro, M.I.Kom selaku dosen pembimbing akademik, serta seluruh jajaran dosen-dosen pengajar, dan staf akademik yang telah membantu selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
4. Terima kasih kepada teman-teman, Jasmine, Falika, Revi, Dita, Theresia, Sheryl, Alma, Dhiska, dan Aufa yang telah menjadi tempat berbagi cerita, keluh kesah, dan tawa selama proses penyusunan skripsi. Setiap diskusi, candaan, maupun momen susah dan senang yang kita lalui bersama menjadi bagian penting dari perjalanan ini. Terima kasih telah tumbuh dan bertahan bersama.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun demi perbaikan ke depannya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi kontribusi kecil dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

Bogor, 1 Juni 2025



Eryra Hendrawati

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.4.1 Tujuan Praktis	9
1.4.2 Tujuan Teoritis.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1 Manfaat Akademis	10
1.5.2 Manfaat Praktis	10
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Teori dan Konsep Penelitian	15
2.2.1 Fan Loyalty	15
2.2.2 <i>Branding</i>	16
2.2.3 Aespa	17

2.2.4 Aespa sebagai <i>Metaverse Girl Group</i>	22
2.2.5 MY (<i>Fandom Aespa</i>).....	25
2.2.6 Studi Fenomenologi.....	26
2.3 Alur Penelitian.....	29
 BAB III METODE PENELITIAN.....	 30
3.1 Objek Penelitian	30
3.2 Jenis Penelitian	30
3.3 Teknik Pengumpulan Data	31
3.4 Sumber Data	32
3.6.1 Data Primer	32
3.5 Teknik Analisis Data	33
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	35
3.7 Jadwal Penelitian.....	36
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	 37
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	37
4.2 Hasil Penelitian.....	39
4.2.1 <i>Because Motive</i> : Alasan sebagai Dasar Keterikatan.....	39
4.2.2 <i>In Order to Motive</i> : Tujuan yang Mendorong Aktivitas Penggemar....	46
4.2.3 <i>Lifeworld</i> : Pengalaman Sehari-hari dalam dunia Fandom.....	55
4.2.4 Intersubjektivitas: Makna Kolektif melalui Interaksi Sosial	62
4.3 Pembahasan	66
4.3.1 Pembentukan Loyalitas.....	66
4.3.1.1 <i>Because Motive</i>	66
4.3.1.2 <i>In Order to Motive</i>	67
4.3.1.3 <i>Lifeworld</i>	68
4.3.1.4 Intersubjektivitas	70
4.3.5 Perilaku Partisipan dalam Menunjukkan Loyalitas	71
4.3.5.1 Keterlibatan Digital dan Partisipasi Event	71
4.3.5.2 Apresiasi Estetika melalui Koleksi Merchandise.....	72
4.3.5.3 Loyalitas Berbasis Pengalaman Emosional dan Representasi Personal.....	73
4.3.5.4 Ketertarikan Musik Menuju Loyalitas Emosional dan Visual.....	75

4.3.5.5 Keterlibatan Komunitas dan Dukungan Kolektif.....	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran.....	80
5.2.1 Saran Akademis	80
5.2.2 Saran Praktis	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	12
Tabel 2. Data Partisipan	33
Tabel 3. Waktu Penelitian	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Komentar Penggemar terhadap Narasi Aespa.....	2
Gambar 2. Aespa dan Member Avatarnya	3
Gambar 3. Penggunaan Media Sosial Aespa	6
Gambar 4. Aespa dalam Poster SMCU Season 1	18
Gambar 5. Logo dan Teaser Comeback Aespa	19
Gambar 6. CD Player Armageddon dan Whiplash	20
Gambar 7. Casing Kolaborasi Aespa x ANDAASH.....	21
Gambar 8. AESPA dan avatarnya di SYNK: Hyper Line Seoul	23
Gambar 9. Koleksi NFT Aespa oleh Blake Kathryn.....	24
Gambar 10. Karakter æ-Aespa dalam Game Epic Seven	25
Gambar 11. Project Map Because Motive	45
Gambar 12. Project Map In Order to Motive	54
Gambar 13. Mind Map Lifeworld	62
Gambar 14. Project Map Intersubjektivitas	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Riwayat Hidup	89
Lampiran 2. Hasil Plagiarisme	91
Lampiran 3. Kartu Bimbingan Tugas Akhir Skripsi	92
Lampiran 4. Kontrak Penulisan Tugas Akhir Skripsi	93
Lampiran 5. Lembar Perbaikan Dosen Pembimbing dan Penguji	94
Lampiran 6. Transkrip Wawancara	97