

SKRIPSI

**MCDONALISASI PADA PENGGEMAR KONSER GRUP NCT
DI INDONESIA**



GHASSANI IMANINA

07021282025104

**JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2024

SKRIPSI

MCDONALISASI PADA PENGGEMAR KONSER GRUP NCT DI INDONESIA

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar S1 Sosiologi (S.Sos)
Pada
Program Studi S1 Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya



GHASSANI IMANINA

07021282025104

**JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI
“MCDONALISASI PADA KONSER GRUP NCT DI
INDONESIA”

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Dalam Menempuh
Derajat Sarjana S-1 Sosiologi

oleh:
GHASSANI IMANINA
07021282025104

Pembimbing

Tanda Tangan

Tanggal

Yosi Arianti, S.Pd., M.Si.
NIP. 198901012019032030



22 November 2024

Mengetahui,
Ketua Jurusan Sosiologi



Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si
NIP. 198002112003122003

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

MCDONALISASI PENGGEMAR KONSER NCT DI
INDONESIA

SKRIPSI

Ghassani Imanina
07021282025104Telah dipertahankan di depan penguji
dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 3 Desember 2024

Pembimbing :

1. Yosi Arianti, S.Pd., M.Si
NIP. 198901012019032030

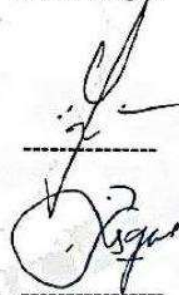
Tanda Tangan



Penguji :

1. Yulasteriyani., S.Sos., M.Sos.
NIP. 199206062019032025
2. Muhammad Izuddin, S.Si., M.Sc.
NIP. 198806222019031011

Tanda Tangan




Mengetahui,

Dekan FISIP-UNSRI,



Prof. Dr. Alfitri, M.Si
NIP. 196601221990031004

Ketua Jurusan,



Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si
NIP. 198002112003122003



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN
TINGGI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
KAMPUS PALEMBANG
Jl. Srijaya Negara Kampus UNSRI Bukit Besar Palembang Telp.364491 Fax (0711) 364491

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ghassani Imanina
NIM : 07021282025104
Jurusan : Sosiologi

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang saya buat dengan judul “Mcdonalisasi Pada Konser Grup NCT Di Indonesia” ini benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi saya di atas merupakan jiplakan karya orang lain (plagiarisme), terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa pemaksaan dari pihak manapun.

Palembang, November 2024

Yang membuat pernyataan,



Ghassani Imanina

NIM. 07021282025104

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

savoir pour prévoir afin de pouvoir

*You can't have everything that you want at the same time, you keep exchanging things
one by one*

Dengan Rida Allah SWT. Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Nenek saya tercinta yang telah memberikan dukungan dan kasih sayang kepada saya
2. Kedua orang tua saya, serta keluarga terdekat yang selalu memberikan dukungan dan kasih sayang kepada saya
3. Dosen pembimbing skripsi saya yang menemani sampai terakhir mba Yosi Arianti, S.Pd., M.Si
4. Dosen pembimbing skripsi pertama saya yang menemani saya sampai sidang proposal mba Safira Soraida, S.Sos., M.Sos.
5. Teman-teman seperjuangan di kampus
6. Universitas Sriwijaya dan almamater tersayang
7. Diri saya sendiri yang telah berjuang sampai sejauh ini

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT karena telah memberikan nikmat dan karunia yang berlimpah kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Mcdonalisasi Pada Konser Grup NCT Di Indonesia” sebagai syarat yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan studi S1 Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Penulis menyadari akan banyaknya kekurangan dan kesalahan dalam penulisan skripsi ini. dalam proses penulisan dan penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan yang datang dari berbagai pihak. Karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan pendukung dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini. pada kesempatan ini dengan segenapkerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr Taufiq Marwa, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Sriwijaya beserta jajarannya.
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya beserta jajarannya.
3. Ibu Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si. selaku Ketua Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya dan Ibu Gita Isyanawulan, S.Sos., MA. selaku Sekretaris Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Ibu Yosi Arianti, S.Pd., M.Si. selaku dosen pembimbing penulis yang telah menemani sampai akhir dengan segala bantuan yang diberikan.
5. Ibu Safira Soraida, S.Sos., M.Sos. selaku dosen pembimbing penulis yang telah menemani sampai sidang proposal.
6. Bapak Randi, S.Sos., M.Sos. selaku dosen pembimbing akademik penulis.
7. Kepada seluruh jajaran Direktorat Pemulihan dan Peningkatan Sosial Ekonomi dan Sumber Daya Alam Badan Nasional Penanggulangan Bencana, yang telah memberikan kesempatan magang kepada penulis.
8. Seluruh Dosen Sosiologi dan staff karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.

9. Teruntuk nenek yang penulis sayangi dan cintai, Almh. Ayi Djuariah yang sangat penulis cintai, gelar ini penulis persembahkan sepenuhnya kepada nenek yang telah membesarkan dan mengajarkan segala hal kepada penulis. Maaf jika penulis belum bisa memberikan yang terbaik saat nenek masih ada bersama penulis.
10. Teruntuk kedua orang tua dan kakak kandung penulis, Ibu Kartini, SE., Bapak Slamata SH., dan Pratama Kurnia J.K. S.T. yang telah memberikan dukungan kepada penulis baik berupa materil maupun dukungan emosional.
11. Teruntuk tante dan adik sepupu penulis, Ibu Tri Murni SE. dan Chastine Bahira Sukni yang telah memberikan dukungan kepada penulis.
12. Kepada teman baik seperjuangan sejak dulu, Kanya Ning Ganis. S.I.Kom. yang telah menemani dan mendukung penulis dari mulai masa remaja hingga saat ini telah menjalani kehidupan dewasa masing-masing. Terima kasih atas segala upaya dan usaha dukungan yang telah diberikan kepada penulis sejak dulu hingga sekarang.
13. Kepada kaum maag, Shalsa, Dinda, Ajeng, Syifa terima kasih telah menemani penulis pada perjalanan pendewasaan yang melelahkan namun menyenangkan untuk di jalani bersama.
14. Kepada teman senasib sepenanggungan Adillah Salma Tsamarafatin, S. Ap., terima kasih telah menemani penulis selama masa perkuliahan karena tanpanya penulis tidak akan bisa melewati pasang surut dunia perkuliahan.
15. Kepada warga *four leaf*, Luqman, Najib, Adam, Ibam, dan Bang Okta, terima kasih telah menyediakan tempat singgah untuk penulis dalam proses panjang ini.
16. Kepada sepupu penulis, Anisa Meilani, SE., dan Falesya Putri Shalihah, terima kasih telah ada bersama penulis dari saat masa kanak-kanak sampai saat ini.
17. Kepada seluruh teman-teman seperjuangan sosiologi 2020.
18. Kepada seluruh rekan-rekan Kabinet Dakara Sadajiwa, telah menjadi bagian paling berkesan dalam dunia perkuliahan penulis.
19. Kepada rekan-rekan Kabinet Gama Satya, telah memberikan kepercayaan kepada penulis.
20. Kepada seluruh informan yang telah bersedia membantu penulis dalam mengumpulkan informasi penelitian.
21. Kepada orang yang datang dan menemani pada proses penulisan tugas akhir ini. Terima kasih atas waktu dan pelajaran yang telah diberikan kepada penulis, sampai jumpa dan semoga sukses selalu di luar sana apa pun jalan yang di tempuh.

22. Untuk seluruh orang yang datang dan pergi dalam perjalanan panjang ini penulis sampaikan terima kasih atas pembelajaran berharga yang diberikan kepada penulis.
23. Kepada diri sendiri terima kasih telah berjuang sejauh ini tanpa henti, maaf jika banyak hal yang belum bisa diraih sampai saat ini. Selalu yakin kepada dirimu apapun yang terjadi kedepannya.

Penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena itu, kritik dan saran diperlukan untuk memperbaiki skripsi ini. Akhir kata penulis ingin menyampaikan permohonan maaf atas semua kekurangan yang ada dan semoga skripsi ini dapat menjadi manfaat bagi yang membaca.

Palembang, 22 November 2024

Ghassani Imanina
NIM. 07021282025104

ABSTRAK

Dalam beberapa tahun terakhir, konser K-pop, terutama yang melibatkan grup NCT, telah berkembang pesat di Jakarta, Indonesia, berkat dukungan infrastruktur metropolitan. NCT, dengan kemampuan menambah anggota dan membentuk subunit, sering mengadakan konser yang menarik banyak penggemar, dengan tiket yang terjual habis dalam waktu singkat. Penjualan tiket yang tinggi ini mencerminkan pengaruh budaya populer terhadap kaum muda dan menjadikannya bagian dari ideologi sosial. Konser-konser NCT, seperti SMTOWN di Gelora Bung Karno, menyoroti penerapan konsep "McDonaldization" yang efisien, dapat dihitung, terprediksi, dan terkontrol, dalam industri musik. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana budaya K-pop, terutama konser NCT, mempengaruhi perilaku konsumen di Indonesia antara 2022 hingga 2024, dan dampak McDonaldization dalam sektor hiburan budaya. Dengan menggunakan metodologi deskriptif kualitatif dan wawasan media sosial, penelitian ini mengungkapkan perubahan sosial dan ekonomi yang signifikan yang didorong oleh peningkatan konsumsi.


Kata Kunci : Mcdonalisasi, Konser, Penggemar Grup NCT Di Indonesia

Pembimbing



Yosi Arianti, S.Pd., M.Si
NIP. 198901012019032030

Ketua Jurusan Sosiologi



Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si
NIP. 198002112003122003

ABSTRAK

In recent years, K-pop concerts, especially those involving the group NCT, have rapidly developed in Jakarta, Indonesia, thanks to the support of metropolitan infrastructure. NCT, with the ability to add members and form subunits, often holds concerts that attract many fans, with tickets selling out in a short time. The high ticket sales reflect the influence of popular culture on the youth and make it a part of the social ideology. NCT concerts, such as SMTOWN at Gelora Bung Karno, highlight the application of the "McDonaldization" concept—efficient, calculable, predictable, and controllable—in the music industry. This research aims to explore how K-pop culture, particularly NCT concerts, influences consumer behavior in Indonesia between 2022 and 2024, and the impact of McDonaldization in the cultural entertainment sector. By using a qualitative descriptive methodology and social media insights, this research reveals significant social and economic changes driven by increased consumption.

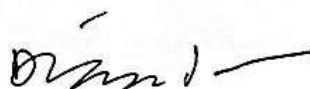
Keywords: McDonaldization, Concert, NCT Group Fans in Indonesia

Advisor



Yosi Arianti, S.Pd., M.Si
NIP. 198901012019032030

Head of Sociology Departement



Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si
NIP. 198002112003122003

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR BAGAN	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.3.1 Tujuan Penelitian Umum.....	4
1.3.2 Tujuan Penelitian Khusus	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	6
2.1 Tinjauan Pustaka	6
2.2 Kerangka Pemikiran	15
2.2.1 Mcdonalisasi di Masyarakat	15
2.2.2 Grup NCT secara brand	19
2.2.3 Budaya konser di Indonesia.....	20
2.3 Bagan Kerangka Pemikiran.....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	23
3.1 Desain Penelitian	23

3.2 Lokasi Penelitian	23
3.3 Strategi Penelitian.....	23
3.4 Fokus Penelitian	24
3.5 Jenis dan Sumber Data	24
3.5.1 Data Primer.....	24
3.5.2 Data Sekunder.....	25
3.6 Penentuan Informan Penelitian	25
3.7 Peran Peneliti.....	26
3.8 Unit Analisis Data	26
3.9 Teknik Pengumpulan Data	26
3.9.1 Observasi	26
3.9.2 Wawancara	27
3.9.3 Dokumentasi.....	27
3.10 Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data	28
3.11 Teknik Analisis Data	29
3.11.1 Kondensasi Data	29
3.11.2 Penyajian Data.....	29
3.11.3 Penarikan Kesimpulan	29
3.12 Jadwal penelitian	30
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	31
4.1 Sosial media Twitter atau X	32
4.2 Gambaran Umum Informan Penelitian	32
4.2.1 Informan Utama.....	33
BAB V PEMBAHASAN	36
5.1 <i>Hallyu Wave</i> di Indonesia.....	37
5.2 Gambaran penggemar terhadap grup NCT.....	40
5.4 Popularitas konser grup NCT di Indonesia	45
5.4 Prinsip Mcdonalisasi pada konser grup NCT di Indonesia	49
5.4.1 Efisiensi	49
5.4.2 Kalkulasi.....	52
5.4.3 Prediktabilitas	55
5.4.4 Kendali.....	59
5.5 Mcdonalisasi konser grup NCT di Indonesia	63
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	66

6.1 Kesimpulan.....	66
6.2 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 4. 1 Data Informan Penelitian	35
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	29

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	22
------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Gambar dilansir dari Sosial Media Twitter (X)	3
Gambar 2. 1 Logo NCT dan Grup unit aktif di bawah NCT	19
Gambar 3. 1 Profil Sosial Media Informan	27
Gambar 3. 2 Website Promotor Konser Dyandra Global	28
Gambar 5. 1 Dilansir Dari Situs KBS World	37
Gambar 5. 2 Dilansir Dari Media kapanlagi.com	38
Gambar 5. 3 Dilansir Dari Sosial Media Informan RR	40
Gambar 5. 4 Dilansir Dari Sosial Media Informan NV	41
Gambar 5. 5 Dilansir Dari Sosial Media Informan BM	42
Gambar 5. 6 Dilansir Dari Sosial Media Informan NN	42
Gambar 5. 7 Dilansir Dari Sosial Media Informan SN	43
Gambar 5. 8 Dilansir Dari Sosial Media Informan FT	43
Gambar 5. 9 Dilansir Dari Situs Promotor Dyandra Global	45
Gambar 5. 10 Dilansir Dari Postingan Dyandra Global	46
Gambar 5. 11 Dilansir Dari Sosial Media NCT	47
Gambar 5. 12 Dilansir Dari Sosial Media NCT 127	47
Gambar 5. 13 Dilansir Dari Sosial Media NCT Dream	48
Gambar 5. 14 Dilansir Dari Sosial Media WayV	48
Gambar 5. 15 Dilansir Dari Sosial Media Twitter atau X	64

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Beberapa tahun belakangan ini konser Kpop dapat dengan mudah diadakan terutama di Jakarta sebagai kota metropolitan di Indonesia. Dengan mudah menemukan kawasan yang sesuai untuk dijadikan tempat penyelenggaraan konser baik idola Kpop ataupun musisi lainnya. Kemudahan yang ditawarkan menjadikan munculnya berbagai konser yang ada di Indonesia. Intensitas paling sering adalah konser musisi Korea Selatan yang dilakukan di Indonesia. Berbagai grup datang dan melangsungkan konser di Indonesia. Meningkatkan konsumerisme di Indonesia apa lagi terkait dengan konser musisi Korea Selatan yang ada. Ini karena kebiasaan dalam masyarakat yang berkembang dan berubah, sehingga perubahan membawa pengaruh dalam perilaku masyarakat sebagai konsumen (Norafiqah dan Azline, 2021).

Salah satu konser idola Korea Selatan yang sering dilaksanakan adalah grup NCT salah satu *boygroup* di bawah naungan *SM entertainment*. Dilansir melalui website resmi *SM entertainment* (di akses pada 30 November 2023 <https://www.smtown.com/artist/musician/10024>), NCT merupakan kesingkatan dari *Neo Culture Technology* yang memiliki konsep dapat secara terus menerus menambahkan memernya. Grup ini juga dapat membuat unit baru di bawah brand NCT itu sendiri. Sampai saat ini NCT memiliki beberapa unit grup yaitu, NCT Dream, NCT 127, WayV sebagai grup di bawah brand NCT berbasis pada pasar di China, selain itu juga member dari beberapa unit grup ini dapat tergabung kedalam proyek khusus yaitu NCT U atau NCT *United*. Banyak nya unit grup di bawah naungan brand NCT maka grup ini sering melakukan konser ke Indonesia dengan berbeda – beda unit yang ada di dalam brand NCT itu sendiri.

Konser berbagai unit NCT yang dilakukan secara terus menerus dalam kurun waktu yang singkat ini juga menjadikan alasan mengapa tingkat konsumerisme penggemarnya naik. Banyak dari penggemar NCT secara terus menerus membeli tiket konser dari berbagai unit NCT yang datang ke Indonesia. Hal ini terjadi karena budaya populer dapat lebih mudah mempengaruhi kelompok anak muda kemudian

menjadi pusat ideologi dan kebudayaan masyarakat. Bahwa budaya populer lebih banyak mempertontonkan sisi hiburan yang mejadikan kesan konsumtif kepada penggemarnya (Glorya 2018). Konser dari grup NCT merupakan budaya populer yang mana memiliki pengaruh tersendiri di dalam masyarakat. Dalam kurun waktu dua tahun saja di tahun 2022 dan 2023 sudah sepuluh kali grup dari berbagai brand unit NCT datang ke Indonesia.

Fenomena modern dalam kajian mcdonalisasi membahas bahwa hal–hal yang bergerak cepat dapat juga dengan mudah menghilang dengan cepat. Tetapi mcdonalisasi dengan sifat modernnya beserta industri serta *fordist* (produksi masal) tidak hanya ada untuk acuan kedepannya tetapi juga mempengaruhi kecepatan peningkatan dalam masyarakat (Ritzer, 2014). Dapat dilihat bahwa Mcdonalisasi tidak hanya berpusat kepada industri restoran dan sejenis nya saja tetapi juga bisa diaplikasikan ke dalam model bisnis lainnya. Salah satunya adalah industri musik dan *entertainment*. Seperti *Korean Wave (Hallyu)* yang memasifkan budaya Korea Selatan melalui pop Korea Selatan khas mereka kepada berbagi negara termasuk Indonesia, hal ini yang menjadi titik awal globalisasi kebudayaan Korea secara masif (Annissa dan Ratna, 2013). Melihat dari hal – hal tersebut bahwa mcdonalisasi dapat di terapkan kepada sektor di luar industri makanan atau restoran. Salah satunya adalah NCT yang memiliki brand sendiri dalam industri *entertainment*.

Gambar 1. 1 Gambar dilansir dari Sosial Media Twitter (X)



Sumber : (twitter atau x, 2023)

Melihat intensitas datangnya NCT ke Indonesia baik secara keseluruhan ataupun secara individu menjadikan brand NCT itu sendiri sebagai salah satu pengaruh minat pembelian tiket konser mereka. Brand NCT memiliki daya tarik tersendiri yang menjadikan banyak nya penggemar di Indonesia untuk terus – menerus membeli tiket konser mereka. Keempat konser NCT yang diadakan selalu laku terjual kepada fans yang antusias menonton pertunjukan dari berbagai unit grup NCT.

Salah satunya pada konser NCT DREAM yang berada di bawah brand NCT mampu menjual sebanyak 36.000 tiket konser untuk tiga hari konser (dilansir pada 5 Januari 2024 dari kapan lagi.com <https://www.kapanlagi.com/korea/dihadiri-total-36000-penonton-nct-dream-sukses-rampungkan-konser-di-indonesia>).

Konser selanjutnya yang menjual habis tiket nya adalah konser SMTOWN di Gelora Bung Karno yang mana NCT menampilkan keseluruhan grup di bawah naungan brand nya, konser ini terjual sebanyak 45.602 pada penjualan pertama atau *presale* (dilansir pada 5 Januari 2023 dari CNCB Indonesia.com <https://>

www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20230811193609-33-462349/nasabah-kb-bukopin-borong-tiket-konser-smtown-live-2023).

Keseluruhan brand NCT telah tampil dan memiliki masa penggemarnya masing – masing, karena berbagai konsep dan tipe grup yang datang memiliki khasnya masing – masing. Konser yang di adakan yaitu NCT 127 the link, the dream show, WayV the phantom, dan SM Town di Stadium Gelora Bung Karno.

Dengan begitu dalam penelitian ini akan membahas bagaimana mcdonalisasi dalam konser NCT di Indonesia selama tahun 2022 sampai 2024. Menurut data yang dipaparkan sebelumnya menunjukkan peningkatan penjualan tiket konser yang signifikan. Hal ini yang mempengaruhi permintaan dan pelaksanaan konser grup NCT di Indonesia. Penelitian terdahulu yang menjadikan konser sebagai subjek penelitian nya melihat bahwa kebiasaan menonton konser ini telah merubah kebiasaan di masyarakat. Perubahan tersebut muncul baik secara ekonomi maupun secara sosial. Permintaan akan konser yang terus meningkat terutama pada musisi asal Korea Selatan salah satunya grup NCT adalah sebagai acuan meningkatnya konsumerisme pada pembelian tiket konser. Peningkatan dari jumlah penonton dan penjualan tiap konsernya seperti yang di paparkan sebelumnya sebagai salah satu pengaruh dari perubahan yang dibawa oleh mcdonalisasi itu sendiri.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah untuk penelitian ini adalah :

1. Bagaimana masuknya budaya Kpop ke dalam kehidupan penggemar di Indonesia ?
2. Bagaimana Mcdonalisasi pada konser grup NCT di Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian Umum

Adapun tujuan penelitian umum pada penelitian ini adalah untuk mengetahui Mcdonalisasi dalam penyelenggaraan konser grup NCT di Indonesia.

1.3.2 Tujuan Penelitian Khusus

1. Mengetahui masuknya budaya Kpop ke dalam kehidupan penggemar di Indonesia.
2. Mengetahui Mcdonalisasi pada konser grup NCT di Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Skripsi ini diharapkan menambah referensi kedalam penelitian dan kajian ilmu sosiologi terutama kajian sosiologi ekonomi, isu global, dan perubahan sosial dalam pembahasan teori mcdonalisasi itu sendiri. Selain itu juga diharapkan menambah wawasan, referensi, dan ide kepada penelitian – penelitian yang akan datang.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti
Diharapkan sebagai salah satu kontribusi dalam pengembangan dan penelitian teori mcdonalisasi dalam ilmu sosiologi yang terbaru.
2. Bagi mahasiswa
Diharapkan sebagai kontribusi dalam mencari referensi dan ide terbaru dalam penelitian sosial terutama di bidang ilmu sosiologi.
3. Bagi masyarakat umum
Diharapkan sebagai salah satu cara untuk memberikan edukasi dan penyampaian tentang model bisnis yang bersifat mcdonalisasi dalam ranah *entertainment* saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ajat Rukajat. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*. Deepublish.
- Albi Anggito, & Johan Setiawan. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani M. Syahran. (2023). *Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah*. 1(2).
<http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1). <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Hasanah, H. (2017). Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1). <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Ritzer, George. (1998). *The McDonaldization thesis : explorations and extensions*. SAGE Publications.
- Ritzer George. (2019). *The McDonaldization of Society Into the Digital Age* (Vol. 9).
- Sugiyono. (2019). Teknik Pengumpulan Data Penelitian. *Jurnal Keperawatan*.
- Tinny, I. (2019). *mcDonaldization Society*.
- George RItzer. (2014). *Mcdonalisasi Masyarakat Edisi Ulang Tahun ke 20*. Pustaka Pelajar.
- Yusanto, Y. (2020). Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif. *Journal Of Scientific Communication (Jsc)*, 1(1). <https://doi.org/10.31506/Jsc.V1i1.7764>

Artikel Jurnal

- Cesara, C. M., Putri, Y. R., & Ip, S. (2020). *Analisis Gaya Hidup Penggemar Pada Fandom Kpop (Studi Pada Penggemar Wanna One Dalam Fandom Wannable Indonesia) Analysis Of Fans' Lifestyle In A Kpop Fandom (Study On Wanna One Fans In Wannable Indonesia Fandom)*. 7(2), 69–84.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *HUMANIKA*, 21(1). <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Fauziah, B. farah, & Setiawan, R. (2023). *Dampak Konsumerisme Menonton Konser*. 9(11), 735–747.
- Fitriyani, A. (2022). *Menjadi Fanboy Boygroup K-Pop Di Indonesia (Studi Fenomenologi Sosial Pada Fanboy NCT) Becoming A Fanboy Of K-Pop's Boygroup In Indonesia (Social Phenomenology Study On NCT's Fanboys)*.
- Hasanah, H. (2017). Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1). <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Konsumtif, B., Generasi, P., Di, M., Sulaeman, J., Rizaldy, R. J., Rais, M. A., Subagio, A., & Pradnya, R. S. (2022). Pengaruh Budaya Populer Korea Selatan Terhadap Budaya Konsumtif Pada Generasi Milenial Di Jakarta. *Dinamika Sosial Budaya*, 24(2), 710–732. <http://journals.usm.ac.id/index.php/jdsb>
- Puspitasari, W., & Hermawan, Y. (2013). *Gaya Hidup Penggemar K-Pop (Budaya Korea) Dalam Mengekspresikan Kehidupannya Studi Kasus K-Pop Lovers Di Surakarta The Lifestyle Of The K-Pop Lovers (Korean Culture) In Expressing TheirLife Case Study Of The K-Pop Lovers In Surakarta*. 3(1).
- Shahirah Ayob, N., & Antropologi dan Sosiologi Fakultas Sains Sosial dan Kemanusiaan, P. (2021). Budaya Konsumerisme Dalam Kalangan Penggemar Korea Pop (KPOP) Consumerism Culture Among Korean Pop Lovers (KPOP) Azlina Abdullah. *Jurnal wacana sarjana*, 5(3), 1–16.
- Sugiyono. (2019). Teknik Pengumpulan Data Penelitian. *Jurnal Keperawatan*.
- Tinny, I. (2019). *McDonaldization Society*.
- Triartanto, Ay., Dharma Suryanto, A., & Mutiah, T. (2020). *Diseminasi Budaya Pop Televisi Dan Celebrity Branding Pada Iklan E- Commerce*. 1(2).

- Valentina, A., & Istriyani, R. (2013). *Gelombang Globalisasi Ala Korea Selatan*. 2(2).
- Yusanto, Y. (2020). Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif. *Journal Of Scientific Communication (Jsc)*, 1(1). <https://doi.org/10.31506/jsc.v1i1.7764>
- Juitan Lase, F. (2014). *McDonaldisasi Melalui Praktik Jurnalisme Hibrida di Kompasiana*. 11(2).
- Komunikasi, J., & Bisnis Volume, D. (2018). *Konstruksi Gaya Hidup Melalui Musik Sebagai Produk Budaya Populer*. 2.
- Novita, R., & Putri, A. (2021). *Konser Didi Kempot Sebagai Bentuk Sosialitas Baru Di Era Late Modernity*. 4(2). <https://jurnal.uns.ac.id/jodasc>
- Satria Irnanningrat, S. N. (2016). *Matinya Pertunjukan Musik*.
- Rahadiano Sutopo, O. (2012). *Relevansi Integrasi Paradigma Melalui Level Analisis Terhadap Penggunaan Mixed Methods (Studi Kasus Mcdonaldization Of Society Karya George Ritzer)*.
- Perbawani, P. S., & Nuralin, A. J. (2021). *Hubungan Parasosial dan Perilaku Loyalitas Fans dalam Fandom kpop di Indonesia*. 9.
- Pramadya, T. P., & Oktaviani, J. (2016). “Hallyu” (korean wave) as part of south korea’s cultural diplomacy and its impact on cultural hybridity in indonesia 7. *Dinamika Global* |, 01(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.36859/jdg.v1i01.16>
- Rahmawati, C. T. (2020). “*The Massive Korean Wave in Indonesia and Its Effects in the Term of Culture*.” <https://www.researchgate.net/publication/345487743>
- Safitri, N., Putri, S., Sazali, H., & Andinata, M. (2023). Efek Penyebaran Korean Wave (Hallyu) di Indonesia terhadap Perilaku Konsumtif Penggemarnya Perspektif Islam. *Al-Hayat: Natural Sciences, Health & Environment Journal*, 1(1), 40–46. <https://doi.org/10.47467/alhayat.v1i1.192>
- Savera Sa’diyah, S., Studi, P., Komunikasi, I., & Timur, J. (2019). *Budaya penggemar di era digital (studi etnografi virtual pada penggemar bts di twitter)*.
- Juneidy Imbir, A., Lesawengen, L., & Mumu, R. (2023). *Gaya Hidup Konsumerisme Dalam Masyarakat Pesisir Pantai di Desa Marampit Kecamatan Nanusa Kabupaten Talaud*. 3.

Situs

Diakses pada 29 November 2023 <https://www.smtown.com/artist/musician/10024>

Diakses pada 30 November 2023 <https://dyandraglobal.com/event/smtown-live-2023-smcu-palace-jakarta-with-kb-bank/>

Diakses pada 25 september 2024 <https://dyandraglobal.com/id/event/2024-nct-dream-world-tour-in-jakarta-2/>

Diakses pada 11 november 2024 https://world.kbs.co.kr/service/contents_view.htm?lang=i&menu_cate=moviedrama&id=&board_seq=272174&page=55

Diakses pada 11 november 2024 <https://www.kapanlagi.com/korea/40-ribu-lembar-tiket-smtown-jakarta-dijual-mulai-rp-500-ribu-41120e.html>