

PEMBENTUKAN IDENTITAS DIRI PADA *KPOPERS* *THE BUILDING OF SELF-IDENTITY ON KPOPERS*

Arif Rahman Hakim⁽¹⁾, Ardhini Mardhiyah⁽²⁾, Dika Muhammad Irham⁽³⁾, Nahla Nurkholifah⁽⁴⁾,
Zulmi Ramdani⁽⁵⁾, Andi Amri⁽⁶⁾

Fakultas Psikologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung^(1,2,3,4,5)

Sekolah Pascasarjana Universitas Pancasila⁽⁶⁾

Email korespondensi: zulmiramdani@uinsgd.ac.id

Abstrak: Identitas diri merupakan suatu hal yang sangat fundamental dalam diri individu dan seringkali mengalami krisis dalam pembentukannya. Identitas dapat dibentuk dan dipengaruhi oleh budaya yang melekat dalam diri seseorang, kelompok, atau organisasi. Saat ini, informasi dari berbagai budaya dapat dengan mudah terserap dan mempengaruhi pembentukan identitas diri. Salah satunya adalah fenomena “*Korean Wave (Hallyu)*”, yaitu suatu fenomena dari pesatnya perkembangan budaya Korea. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk melihat bagaimana pembentukan identitas diri individu penggemar KPOP. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, subjek dalam penelitian ini adalah remaja penggemar KPOP berusia 12-21 tahun, yang memiliki *bias* atau idola KPOP secara spesifik, pernah membeli barang-barang yang berkaitan dengan KPOP dan mengikuti perkembangan dunia KPOP. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan instrumen wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembentukan identitas diri dipengaruhi oleh faktor lingkungan sosial, kelompok acuan dan tokoh idola. Pembentukan ini didasari oleh aspek eksplorasi terhadap kpop dan komitmen dari identitasnya sebagai *kpopers*. Dalam proses pembentukannya seluruh subjek telah mencapai tahap identifikasi, meski sebelumnya seorang subjek mengalami tahap krisis identitas dan seorang lainnya mengalami tahap difusi. Hasil menunjukkan motivasi yang menyebabkan perubahan identitasnya menjadi seorang *kpopers* dan perubahan motivasi hidup adalah motivasi intrinsik dan ekstrinsik. Kesimpulan yang diperoleh berdasarkan penelitian ini, adalah bahwa secara umum seluruh subjek *kpopers* telah sampai pada status identitas *achievement*.

Kata Kunci: pembentukan identitas, identitas diri, *kpopers*

Abstract : *Self-identity is very fundamental in individuals and often experiences crises in its formation. Identity can be formed and influenced by the culture inherent in a person, group or organization. Currently, information from various cultures can easily be absorbed and affects the formation of self-identities. One of them is a phenomenon of the rapid development of Korean culture. The purpose of this research is to see how the formation of individual KPOP fan identities. This study uses a qualitative approach which is using phenomenological methods. Sampling using purposive sampling technique, the subjects in this study were teenage KPOP fans aged 12-21 years, who have biases or KPOP idols in particular, have bought goods related to KPOP and follow the development of the KPOP world. - pop. Data collection techniques in this study using interview instruments. The results showed that the formation of self-identity was influenced by social environmental factors, reference groups and idol figures. This formation is on the exploration aspect of kpop and the commitment of its identity as kpopers. In the process of formation, all subjects have reached the identification stage, although, one subject experienced an identity crisis stage and another experienced a diffusion stage. The results are the motivation that causes a change in his identity as a kpopers and changes in life motivation is intrinsic and extrinsic. The conclusion that in general all kpopers subjects have arrived at an achievement identity status.*

Keywords: *identity formation, self-identity, kpopers*

PENDAHULUAN

Identitas diri merupakan suatu hal yang sangat penting dalam diri individu. Konsep tersebut mengacu kepada apa yang dimiliki, diidentifikasi dan diposisikan dalam lingkungan sosialnya. Erikson berpendapat bahwa pada masa remaja tujuan utama dari seluruh perkembangannya adalah pembentukan identitas diri (Gunarsa, 2009; Saputro, 2017). Erikson kemudian menjelaskan yang dimaksud dengan identitas diri adalah identitas yang menyangkut kualitas “eksistensial” dari subjek, yang berarti bahwa subjek memiliki suatu gaya pribadi yang khas. Oleh karena itu, identitas diri berarti mempertahankan, ‘suatu gaya keindividualitasan diri sendiri’ (Rahman & Shah, 2015; Rahma, 2013). Menurut Erikson (Desmita, 2005), umumnya identitas diri terbentuk setelah individu berhasil melewati krisis identitas yang dialaminya pada masa remaja. Seorang remaja yang berhasil menyelesaikan tugasnya dalam menghadapi krisis identitas akan terbentuk suatu identitas diri yang stabil di akhir masa remajanya.

Pembentukan identitas diri ini dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berasal dari luar dirinya atau lingkungan sosialnya (Crossley, 2000; Thoits, 2013). Perkembangan zaman dan teknologi sangat berpengaruh pada bagaimana cara seorang remaja melewati masa krisisnya. Fakta yang terjadi di Indonesia, remaja dapat mengakses perkembangan teknologi yang ada seperti internet, alat transportasi, dan alat komunikasi yang tidak lepas dari kehidupan sehari-hari. Teknologi ini semakin memudahkan remaja menemukan figur-figur percontohan yang dapat mempengaruhi penetapan standar identitas harapannya. Novianti (2014) mengungkapkan bahwa pembentukan identitas tergantung pada kesempatan, harapan, dan kebebasan yang dimiliki individu.

Perkembangan teknologi dan kemudahan penyebaran informasi menjadi sarana yang sangat baik dalam pengenalan dan pertukaran budaya antar kelompok bahkan negara. Keberagaman budaya ini dapat menjadi referensi bagi remaja untuk mengeksplor dan mengadopsi budaya tersebut dalam kehidupannya. Seiring dengan perkembangan zaman, budaya asing turut masuk ke Indonesia salah satunya ialah Budaya Korea yang telah mengalami perkembangan dan meluas secara global beberapa tahun terakhir. Pesatnya

perkembangan dari kebudayaan ini memunculkan suatu fenomena baru yang disebut sebagai “*Korean Wave*” atau *Hallyu*. *Korean Wave* identik dengan industri hiburan yang menyajikan Budaya Korea, seperti musik, drama/film, hingga acara *variety show* (Oh & Park, 2012).

Kini *Korean Wave* lebih dikenal dengan sebutan KPOP. Keberadaan KPOP ini disambut baik oleh remaja di Indonesia, sehingga munculah kelompok penggemar KPOP yang sering disebut sebagai *fandom*. Dilansir dari SINDOnews (Anonim, 2020a) pada tahun 2019, *The Fandom for Idols* melakukan survei yang menghasilkan data bahwa penggemar KPOP di Indonesia didominasi usia 15-35 tahun dan mulai menjadi penggemar genre musik tersebut pada 2011-2015. Meninjau dari teori Erikson, usia 15-35 tahun berada dalam masa remaja hingga dewasa awal dalam tahapan perkembangan *Identity versus Role Confusion* (identitas vs kekacauan identitas) dan *Intimacy versus Isolation* (keintiman vs isolasi) (Crossley, 2000; Thoits, 2013). Erikson juga mengemukakan bahwa masa remaja merupakan masa dalam mencari identitas yang dapat dipengaruhi oleh tokoh idola.

Pencarian identitas diri merupakan suatu kekhasan perkembangan remaja dalam mengatasi masa peralihan atau transisi. Remaja ingin menjadi seorang yang dianggap benar dalam menghadapi kehidupan ini. Oleh karena itu, remaja memerlukan keyakinan hidup dan figur yang benar untuk mengarahkan mereka dalam bertingkah laku. Hal ini mendasari pentingnya mengetahui pembentukan identitas diri pada remaja penggemar KPOP sebagai individu yang memiliki figur idola.

Selain itu, dilansir dari Antaraneews.com (Anonim, 2020) media sosial twitter mencatat sebanyak 6,1 miliar cuitan mengenai KPOP selama satu tahun terakhir, dan Indonesia menduduki urutan ke-5 sebagai negara dengan cuitan KPOP tersebut. Sementara itu, tagar *#KpopTwitter* menjadi komunitas global dan terdapat 20 negara yang secara aktif mencuitkan KPOP pada periode 1 Juli sampai 30 Juni 2020. Hal ini menandakan bahwa *korean wave* dapat berpotensi menjadi referensi yang mudah diadaptasi dalam proses pembentukan identitas diri individu. Tingginya minat terhadap KPOP juga terjadi di Indonesia dan berdampak dalam perubahan gaya hidup generasi muda Indonesia yang banyak mengadopsi Budaya Korea, mulai dari

makanan, bahasa, hingga *fashion*. Para penggemar KPOP biasanya juga memiliki rasa cinta satu arah atau *celebrity worship*, dimana rela melakukan apapun demi selebriti idolanya. Hubungan satu arah ini bisa menyebabkan penggemar mengalami krisis identitas diri. Di mana pada masa remaja pembentukan identitas diri sangat diperlukan demi masa depan penggemar itu sendiri (Sari, Isworo & Erawati, 2019; Adrian, 2017).

Penelitian lain menemukan adanya hubungan antara status identitas diri dengan konformitas sebagai penggemar KPOP (Haryani & Herwanto, 2015). Konformitas sendiri merupakan perilaku tertentu yang dilakukan, dikarenakan orang lain atau kelompoknya melakukan suatu perilaku atau tindakan yang sama, maka individu akan melakukannya meskipun individu tersebut menyukai atau tidak menyukai apa yang terjadi (Fitriyani, Widodo & Fauziah, 2013; Haryani & Herwanto, 2015). Singkatnya, konformitas adalah perilaku meniru yang dilakukan untuk menjadi sama dengan kelompoknya. Dalam hal ini, kelompok yang dimaksud adalah kelompok penggemar KPOP yang sering dikenal dengan *fandom* atau *Kpopers*.

Berdasarkan hasil studi awal yang dilakukan pada 14-16 Desember 2020, dengan responden merupakan 4 orang penggemar Kpop berusia 19-21 tahun. Responden diberikan 10 pertanyaan, dan berdasarkan jawaban yang diperoleh, kami mengambil beberapa poin penting yang mendukung asumsi penelitian ini. Berdasarkan hasil wawancara, responden menyatakan bahwa budaya pop Korea identik dengan budaya kerja keras dan budaya pop Korea yang pusatnya pada *girl band* dan *boy band*. Menjadi daya tarik kpop adalah talenta dari para idol dan karya-karya mereka yang bagus. Tokoh yang menjadi idola yaitu anggota dari *boy group* NCT dan member *boy group* BTS. Mereka merasa senang sebagai seorang *kpopers*, dan turut merasakan apa yang dirasakan oleh para idolanya. Orang sekitar memberikan kebebasan dan tidak ada yang melarang untuk menjadi *kpopers*. Alasan membeli barang-barang yang berkaitan dengan kpop adalah untuk mendukung para idolanya dan untuk kesenangan semata. Perbedaan sebelum dan setelah menyukai kpop yang mereka rasakan adalah pada *fashion style* dan dalam motivasi hidup. Sebelum mengenal kpop, mereka mengidentifikasi bahwa pakaian yang dikenakan didominasi oleh warna hitam,

genre musik yang disukai adalah berjenis *rock*, merasakan kehidupan yang monoton, dan murung karena tidak menemukan tempat untuk menghilangkan stress. Setelah mengenal kpop, mereka mengungkapkan lebih memiliki motivasi dan semangat serta lebih membuka pikiran untuk belajar banyak hal. Kemudian, mereka merasa nyaman sebagai seorang *kpopers*.

Hasil studi awal ini memberikan sedikit gambaran bahwa menjadi seorang *kpopers* telah mempengaruhi perubahan beberapa aspek dalam kehidupan, misalnya mengenai motivasi, keterbukaan pikiran dan *style* yang mereka tampilkan dalam lingkungan.

Urgensi dari penelitian ini adalah bahwa identitas diri adalah suatu hal yang sangat penting dan sebagai salah satu bagian yang diidentifikasi individu sebagai dirinya. Identitas diri tercermin dari cara individu menampilkan dan memosisikan diri di lingkungannya. Jika proses pembentukan identitas tidak dapat dilalui dengan baik dan krisis identitas tidak terselesaikan, individu akan cenderung kesulitan mengidentifikasi diri dan perannya di lingkungan yang mengakibatkan berbagai konflik intrapersonal. Terbentuknya identitas diri pada masa remaja, akan dapat mengarahkan tingkah laku dan sikap terhadap lingkungan, berpengaruh pada unjuk kerja dan dalam melihat serta menentukan pilihan terhadap alternatif yang muncul (Rahmawanti, 2014; Amri, Rahmadhi & Ramdani, 2021).

Pembentukan identitas diri dipengaruhi berbagai faktor, di antaranya faktor lingkungan, kelompok acuan dan tokoh idola (Desmita, 2005). Individu akan meniru apa atau siapa yang menjadi *role model*nya, sehingga identitas diri yang terbentuk akan memiliki kesamaan dengan *role model* tersebut.

Menurut Erikson, salah satu faktor yang mempengaruhi pembentukan identitas diri adalah tokoh idola. Hal ini mengindikasikan adanya 'peniruan' atau konformitas dengan tokoh idola sebagai *role model*nya selama masa pembentukan identitas diri. Selain itu, seorang *Kpopers* biasanya memiliki seorang *idol group* yang menjadi idola mereka atau biasa disebut dengan *bias*. Seperti yang telah diulas sebelumnya dalam latar belakang, *fans* kpop di Indonesia menduduki peringkat ke-5 terbanyak di dunia dengan rentang usia 15-35 tahun. Menurut Erikson usia ini berada dalam kategori remaja dan pada masa remaja inilah terjadi proses pencarian identitas diri.

Berdasarkan fenomena ini, peneliti ingin mengetahui lebih lanjut terkait identifikasi dan identitas diri *kpopers*. Sehingga, kami mengambil judul “pembentukan identitas diri pada penggemar KPOP (*Kpopers*)” dalam penelitian ini. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana dinamika identitas diri pada *kpopers*.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif fenomenologi. Pendekatan ini berusaha memaknai pengalaman individu secara keseluruhan (Ramdani, 2017). Metode ini dipilih berdasarkan paradigma *post-positivism* (Setiowati, 2014) yaitu mencoba memperoleh gambaran yang lebih mendalam, memperoleh pemahaman yang holistik, memahami makna dari pengalaman individu dan memandang hasil penelitian sebagai sesuatu yang bersifat spekulatif. Berdasarkan metode ini, peneliti berusaha memperoleh makna dari pengalaman individu dalam pembentukan identitas dirinya.

Dalam penelitian ini, kami berasumsi bahwa *idol group* Korea menjadi *role model* dalam pembentukan identitas diri seorang *kpopers*. Strategi pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu teknik sampling yang dilakukan dengan mencocokkan sampel atas kriteria yang telah ditentukan. Subjek atau sampel penelitian dipilih berdasarkan kriteria:

Pertama, Remaja (usia 12-21 tahun)

Kedua, Penggemar KPOP

Ketiga, Sudah pernah membeli barang-barang yang berkaitan dengan KPOP

Keempat, Memiliki *bias* atau idola KPOP secara spesifik

Kelima, Mengikuti perkembangan dunia KPOP

Metode pengumpulan data menggunakan instrumen wawancara. Subjek diberikan pertanyaan untuk memperoleh data yang diperlukan. Pertanyaan dipilih berdasarkan tinjauan teoritis mengenai variable yang diteliti untuk memperoleh data yang sesuai dengan tujuan penelitian ini. Proses pengambilan data menggunakan alat bantu seperti alat tulis dan perekam suara, alat bantu ini dapat mengalami perubahan dalam proses pelaksanaannya.

Analisis data hasil wawancara menggunakan pendekatan prosedur *Interpretative Phenomenological Analysis* atau

yang dikenal IPA (Iga, 2013; Smith, 2011), yaitu:

Pertama, *Reading and Re-reading*: Menuliskan verbatim dari hasil wawancara dalam bentuk dokumen.

Kedua, *Initial Noting*: Memberikan inisial konten dari hasil wawancara dan memberikan komentar dari hasil verbatim wawancara dengan 3 jenis komentar, yaitu:

Pertama, Komentar deskriptif: menyimpulkan informasi yang ditangkap dari apa yang dikatakan subjek.

Kedua, Komentar bahasa: menganalisis jenis bahasa (formal/informal) yang digunakan subjek dalam memberikan jawaban.

Ketiga, Komentar konseptual: mengkaji makna atau konsep yang sesuai mengenai jawaban subjek dengan teori yang menjadi dasar dari penyusunan pertanyaan.

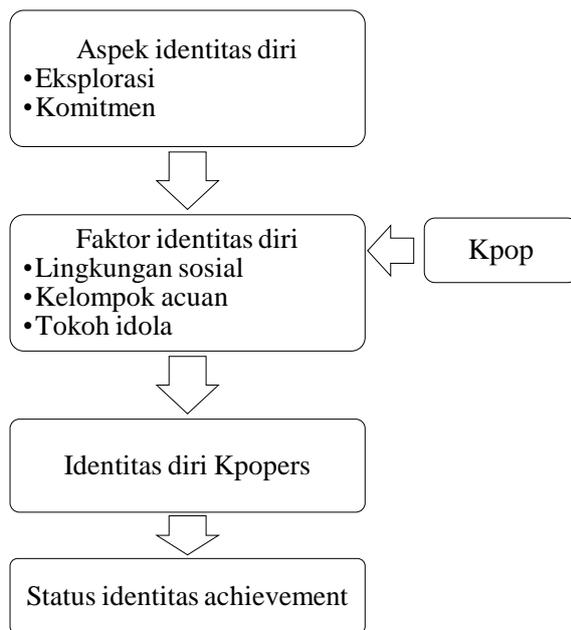
Ketiga, *Developing Emergent Themes*: Mengidentifikasi tema-tema yang muncul dari jawaban subjek untuk memperoleh poin-poin penting dan pola-pola hubungan antar komentar eksploratori yang sebelumnya telah dilakukan.

Keempat, *Searching for connection a cross emergent themes*: Pembuatan mapping dari tema-tema penting yang telah diperoleh

Kelima, *Moving the next cases*: Pengulangan 4 prosedur sebelumnya pada data hasil wawancara selanjutnya dari subjek atau kasus yang berbeda.

Keenam, *Looking for patterns across cases*: Mencari kecocokan pola dari keseluruhan kasus dan menyusun master table dari tema-tema yang muncul dalam kasus tersebut.

Kerangka Berpikir



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Identitas diri memiliki dua aspek, yaitu eksplorasi dan komitmen (Crossley, 2000; Thoits, 2013). Eksplorasi merupakan aktivitas yang dilakukan untuk mencari informasi atau alternatif berkaitan dengan masa depan, sedangkan komitmen merupakan sikap yang menetap dan setia atas alternatif yang telah dipilih. Kedua aspek ini muncul dalam penetapan faktor yang mempengaruhi identitas diri, yaitu lingkungan sosial, kelompok acuan dan tokoh idola. Lingkungan sosial merupakan tempat di mana individu tumbuh dan berkembang seperti keluarga, tetangga dan teman sebaya. Kelompok acuan (*reference group*) merupakan kelompok yang terbentuk pada remaja, biasanya berisi anggota kelompok teman sebaya (*peer group*). Tokoh idola merupakan individu yang sangat berarti dan dikagumi oleh seseorang. Dalam penelitian ini tokoh idola yang dimaksud adalah *idol* Korea, sehingga keberadaan pop korea ini memberikan referensi terhadap faktor yang mempengaruhi identitas diri. Identitas diri *kpopers* adalah kesadaran individu untuk menempatkan diri dan memberi arti pada dirinya sebagai penggemar kpop dalam konteks kehidupan yang akan datang dan menjadi jati dirinya. Ketika seorang individu telah menetapkan identitas dirinya sebagai seorang *kpopers* secara utuh, mereka akan sampai pada status identitas *achievement*. Status identitas *achievement* merupakan terbentuknya identitas

diri pada individu yang berhasil menggali dan menguasai sejumlah informasi penting bagi dirinya, mampu membandingkan dengan rasa senang (sikap positif), serta berbagai segi positif-negatifnya masing-masing. Status identitas ini mengisyaratkan bahwa identitas diri telah terbentuk pada individu tersebut.

HASIL

Subjek yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak 8 orang. Berdasarkan hasil wawancara, terdapat 3 faktor yang mempengaruhi pembentukan identitas diri yakni lingkungan sosial sebanyak 8 subjek, kelompok acuan sebanyak 7 subjek, dan tokoh idola sebanyak 8 subjek.

Lingkungan sosial

"Eu proses yang saya alami sehingga mengenal kpop tuh eu kaya dulu karna udah lama ya jadi saya agak lupa juga. Jadi pokoknya secara ga langsung pas zaman SD tuh eu kaya saya kaya apasih dikenalin sma kpop sama kaka saya. Dia juga dia kpopers juga, jadi sering kaya dulu zamannya TVXQ trus SUJU trus eu SHINEE yang SNSD, kaya gitu-gitu kan. Eu nah kakak aku teh jadi sering ngeituin lagu pop nya trus kalo engga kaya ngeliatin music videonya, jadi kan secara ga langsung saya tuh dikenalin kpopnya kaya nih kaya secara langsung kakak aku the gini, de nih liat bagus buat eu apasih, lu kaya gini kayanya bagus gitu kan, udah". (subjek A N)

"Prosesnya euu banyak langkahnya gitu selain euu dikasih tau sama temen temen juga dikasihtau lewat media karekan media juga udah memuat laman kpop itu banyak ya beberapa media khususnya media sosial gitukan, jadi aku banyak mengenal kpop itu dari tementemen juga dari beberapa media sosial gitu". (subjek D N)

"Jadi awal kenal KPOP tuh gua dulu suka liat nyokap gua nonton drama Korea nah itu tuh pemainnya aktornya juga ada yang idol boy grup idol KPOP, nah terus ee itu lagi zamannya lagi buming banget super junior sama girl generation jadi yaa gua tiba-tiba ngikutin aja gitu". (subjek F S A)

Kelompok acuan

"Fandom yang aku ikuti itu EXO-L walaupun aku boy group sama gel girl group lain, Cuma ya fandom yang bener-bener aku ikutin itu EXO-L. aku gabung EXO-L tuh karna kan kalo kita suka boy group nih, pastikan kita suka cari tau tentang mereka gitu

kan terus kan kaya cari-cari grupnya juga gitu kan di twitter, di telegram itu banyaksih. Trus dapat temen juga dari situh, kebanyakan dari twitter sih". (subjek N R S)

"Kalau yang pertama secara offline akutuh biasanya cerita atau nyebutin apayang aku suka dari kpop terus ada temen aku yang nyambar atau misalkan jb jb terus nyeritain juga dia suka sama grup ini ya akhirnya kita jadi sefrekuensi dan satu fandom terus kadang aku ajak temen aku yang udah lama suka sama grup ini terus dia juga ajak temen nya, jadi saling mengajak dan akhirnya jadi satu kelompok terus kalau misalkan euu secara online nih ya biasanya ada grup khusus misalkan grup khusus NCT jean gitu ataugakan atauga ada apaya, kalau ditwitter itu ada base, base yah base twitter gitu jadi kita suka cari yang satu fandom atau yang satu frekuensi sama kita dari situ, kadang aku grup wa nya juga telegram, terus di Instagram juga ada beberapa account yang menampung fandom fandom khusus gitu". (subjek D N)

Tokoh idola

"Tokoh yang aku idolakan sekarang itu NCT". (subjek M Q A)

"Selama menjadi penggemar musik KPOP sebenarnya aku ganti-ganti tokoh idola. Tahun 2012 aku suka sama Shinee, terus pas tahun 2015 aku agak melenceng ke k-hiphop dan suka sama Dean dan BPR live. Terus tahun 2018 sampai sekarang aku idolain NCT. Tapi keseluruhan, aku suka musik dari artis-artis agensi SM Entertainment kaya BoA, Super Junior, Girl's Generation, Fx, EXO, Red velvet juga". (subjek G V)

"Ohhiyasih aku emang meresakan perubahan dalam hidup semenjak suka sama Kpop gitu a dulutuh aku jadi kaya sebelum suka sama kpop tuh ga semangat belajar gitu cuman pas semenjak aku suka sama Kpop aku jadi lebih semangat belajarnya soalnya aku ngeliat idol idol aku semangat gitu dalam menjalani kariernya gitu ya dulu kaya males malesan gitu belajar ya memotivasi jugasih merekatuh". (subjek N N)

Berdasarkan hasil wawancara, 7 dari 8 subjek melakukan eksplorasi atau mencari informasi mengenai kpop dan menetapkan komitmen atas hal itu dengan menyatakan bahwa ia menyukai kpop terlepas dari bagaimanapun pandangan orang lain disekitarnya.

Aspek eksplorasi

"Fandom yang aku ikuti itu EXO-L walaupun aku suka boy group sama gel girl group lain, Cuma ya fandom yang bener-bener aku ikutin itu EXO-L. aku gabung EXO-L tuh karna kan kalo kita suka boy group nih, pastikan kita suka cari tau tentang mereka gitu kan terus kan kaya cari-cari grupnya juga gitu kan di twitter, di telegram itu banyaksih. Trus dapat temen juga dari situh, kebanyakan dari twitter sih". (subjek N R S)

"Eu ada banyak cara sih. Kalo misalnya yang fandom kaya ARMY MOA kan nyari sendiri, nah kalo NCTZEN tuh aya dikenalin sama teman. Dia nawarin, eh bil mau masuk apasih grup NCTZEN ga? Seru tau gini gini gini, oh yaudah deh kalo sisanya kan saya nyari tau sendiri kaya eu di grup di line ada yang buka grup chat gitu-gitu. Trus kalo ga dulu saya ngebang eh ngebikin grup sendiri kan tapi sekarang ahirnya eu gara-gara saya sering ga muncul jadi grupnya tuh sepi kaya gitu". (subjek A N)

"Lumayan aktif sih sejauh ini euu aku masuk grup chat gitu yang isinya pada suka Kpop semua gitu buat dapet dapetin info terbaru dari mereka gitu. Contoh -contoh dari info terbaru tuh kaya gininih NCT misalnya ada konten baru mereka buat konten baru gitu terus aku buruburu ke youtube gitu nonton konten barunya, atauga kaya misalkan mereka ngadain konser atauga mereka diundang ke reality show mana gitu kaya gitu contoh infoinfo terbaru dari mereka gitu." (subjek N N)

Aspek komitmen

"Eu pernah sih negur gitu ke orang yang ngomong gitunya, tapi engga yang negus gimana gitu kaya eu yaudah sih lu kan sukanya ini gue sukanya kpop yaudah sih masing-masing aja, paling gitu aja sih". (subjek N R S)

"Aku sekarang udah ga peduliin omongan orang lain yang mencemooh tentang kenapa aku jadi penggemar musik KPOP karena aku ngerasanya aku nyaman jadi seperti ini" (subjek G V)

Berdasarkan hasil wawancara, diperoleh 3 tahap pembentukan identitas diri dengan uraian sebagai berikut:

Tahap identifikasi

Seluruh subjek mengungkapkan bahwa ia merasa nyaman dengan identitasnya saat ini sebagai seorang kpopers. Rasa nyaman ini menunjukkan bahwa ia berada dalam tahap identifikasi.

“Yap, saya sangat nyaman dengan identitas diri sebagai seorang kpopers. Karna apasih menjadi seorang kpopers tuh ga seburuk yang dibayangkan oleh orang-orang non kpopers yang sering ngejelek-jelekin kpop kaya gitu-gitu. Pokonya banyak pelajaran yang bisa diambil kaya gitu-gitu sih jadi saya nyaman dengan identitas ini”. (subjek A N)

“Apakah saudara nyaman dengan identitas diri saudara sebagai Kpopers, banget, nyaman, nyaman banget gua ga peduli apa kata orang si, pokonya gua nyaman jadi gue kaya gini gue jadi Kpopers nyaman banget”. (subjek F S A)

Namun, terdapat 1 subjek yang mamiliki identifikasi yang lemah atas identitasnya, hal ini terlihat dari jawabannya yakni:

“Ada nyamannya, ada engganya sih. Kalau gak nyaman tuh misalkan ketemu sama orang baru terus dianya tuh kaya gak suka yang berbau-bau korea gitu pasti kan dipandanginya kaya “aduh, anak ini apaan sih” gitu kan, jadinya tuh kaya agak gak nyaman”. (subjek M Q A)

Tahap Diffusion

1 dari 8 subjek menunjukkan tahap diffusion sebelum ia mencapai tahap identifikasi, hal ini terlihat dari jawabannya mengenai konflik yang muncul ketika ia berusaha menunjukkan dirinya sebagai kpopers dan berdampak pada terganggunya hubungan interpersonal antara subjek dengan saudaranya.

“Kalau pengalaman buruksih banyak yaa, kayak rata-rata sih banyak gitu yang suka ngejek apasih lu ko suka sama Kpop Plastik tauga? Dan orang-orang tuh nganggep yang kpopers itu fanatik gitu semuanya padahal gasemua Kpopers itu fanatik dan kitaya emang ga fanatik banget gitu suka yaudah suka ga fanatik banget jadi kadang suka sakit hati gitu dikatain fanatik banget sih lu suka kpop padahal ya biasa aja terus kadang sama saudara juga berantem cuman garagara itu jadi memutus tali silaturahmi lah gitusih pengalaman buruknya” (subjek N N)

Tahapan krisis identitas

1 dari 8 subjek mengalami krisis identitas sebelum mencapai identifikasi. Ketika ia mendapat cibiran atas identitasnya sebagai kpopers, ia merasakan keraguan tentang pilihannya menyukai kpop.

“Eu kepikiran kaya gitu tuh pas awal-awal doang sih, kaya misalnya kan ada temen, tiba-tiba yang bilang lebay gitu, trus kaya kepikiran hah emang bener ya gue tuh lebay

gitu, tapi udah gitu mah kesini-kesini mah kaya biasa aja kaya bodo amat gitu”. (subjek N R S)

Motivasi Ekstrinsik

Berdasarkan hasil wawancara, 8 subjek mengungkapkan motivasinya untuk mengeksplor tentang kpop, mengoleksi merchandise, bahkan peningkatan kepercayaan diri yang dipengaruhi oleh kesukaannya terhadap idola ataupun kpop tersebut. Hal ini menandakan bahwa terdapat motivasi ekstrinsik yang menjadi dorongan dalam bertindak.

“Euu iya saya merasakan perubahan dalam motivasi hidup setelah jadi kpopers, soalnya kaya meskipun mereka kaya keliatannya kaya cuamn joged nyanyi doang, eu mereka juga manusia biasa yang kaya kalo misal ada apa-apa tuh nyuruh eu apasih kaya nyurhatin ke fans-fans nya ngobroling kaya gitu-gitunya. Apalagi kan BTS sampe masuk itu kan apasih eu pokonya sampe berpidato gitu kan dan banyak yang bisa diambil dari kuts dari apasih acara tersebut teh kaya ngasih motivasi lah istilahnyamah. Kan ngajarin juga buat eu social serve kali ya eu kalo buat saya tuh kaya eu anaknya yang insecure tuh kaya ngebantu banget buat eh lu jangan kaya gini dong, harus bisa lebih cinta sama diri sendiri, gimna, kenapa lu susah banget buat cinta diri sendiri gitu loh kaya ngajarin buat ga insecure kaya gitu-gitu. Aduh gimana ya pokonya saya ngerasain perubahan itu setelah menjadi kpopers”. (subjek A N)

“Perubahan motivasi seperti. euu motivasi belajar mungkin ya dari dulu emang ada motivasi belajar didalam diri aku cuman aku gaterlalu apaya giat didalam nya karena aku gatau tujuannya, apa yang akumau, apayang harus aku capai dulu aku gaada kepikiran sama sekali kesitu, yang aku tau yaudah belajar buat pinter aja gitukan tanpa ada maksud kemana mana gitutah setelah euu aku tau kpop apapun itu tentang dunia luar tentang apayang ada diluar ya aku jadi motivasi belajar, menabung, buat mencari uang bagaimana cari uang mungkin perubahan motivasinya disitu lebih giat dan lebih terarah kemana tujuannya gitu.” (subjek D N)

“Untuk nyenengin diri sendiri juga buat apresiasi buat diri sendiri juga, karna dengan ngoleksi merch KPOP ini aku ngerasa aku bahagia dan pemikiran aku juga karna idol-ku ini udah bikin aku bahagia jadi aku berusaha kasih feedback atau timbal balik buat mereka dengan cara beli merch mereka

kaya album dan sebagainya. Dengan cara itu juga bisa bantu mereka buat dapet penghargaan sehingga mereka juga bakal ikut bahagia". (subjek G V)

Motivasi Intrinsik

Selain itu, kami juga menemukan bahwa 6 dari 8 subjek mengoleksi merchandise dengan dorongan untuk membantu mensukseskan idolanya ataupun untuk memuaskan kesenangan pribadi.

"Alasan aku ngoleksi itu, kalo untuk album itu tuh buat mengapresiasi karya yang mereka buat. Udah gitu kan buat kesenangan sendiri juga gitu, kita punya eu merchandise kpop nya gitu. Eu uda gitu buat kennag-kenangan, ya kenang-kenangan aja kan saya bebre beberapa taun kemudian kita pas liat-liat gitu kan kaya ada perasaan wah ternyata aku tuh pernah sebucin ini sama mereka, gitu sih kalo aku". (subjek N R S)

"Sebenarnya sih gaada alasan mendasar banget buat beli kpop karena mungkin euu napsu dari diri sendiri untuk membeli barang yang gaperlu gaperluperlu amat gituya cuman ngeliat temen temen kaya asik ko ngoleksi merchandise kaya gitu. terus ya akhir ya aku beli emang terus emang ada rasa kepuasan sendiri setelah beli gitu, kadang aku beli merchandise juga buat nyemangatin diri aku sendiri misalkan aku udah belajar satu semester ini dan IPK aku Alhamdulillah bagus nah akutu mau ngereward diri aku sendiri itu dengan beli album atau merchandise kpop lain kaya gitu." (subjek D N)

"Yang ke lima alasan gua mengoleksi merchandise KPOP tuh karena gua suka, karena gua suka yaa makannya gua koleksi, ngga ada alasan lain sih karena gua suka aja". (Subjek F S A)

PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai pembentukan identitas diri pada *kpopers*. Peneliti menemukan bahwa identitas diri *kpopers* terbentuk dari serangkaian bagian yang saling berkaitan, berikut uraiannya:

Faktor pembentukan identitas

Faktor lingkungan sosial, di mana remaja tumbuh dan berkembang seperti keluarga, tetangga, terutama kelompok teman sebaya. Faktor ini menjadi kuat karena remaja yang merupakan masa pembentukan identitas

seringkali menghabiskan waktunya di lingkungan sosial bersama teman sebaya sebagai kelompok (Sumara, Humaedi & Santoso, 2017; Sutjiato & Tucunan, 2015). Melalui penelitian yang dilakukan, kami menemukan bahwa lingkungan sosial yang memberikan pengaruh terhadap pembentukan identitas diri subjek di antaranya adalah kakak, ibu, guru, dan teman.

Kakak adalah anggota keluarga yang usianya lebih tua dari subjek, saat itu sang kakak yang telah lebih dulu mengenal kpop dan mulai mengenalkan subjek pada hal tersebut. Cara yang dilakukan kakaknya untuk mengenalkan kpop kepada subjek cukup beragam, seorang subjek mengatakan bahwa sang kakak mengenalkan gaya busana dengan *Korean style* dan meminta subjek untuk menirunya. Sementara itu, yang lainnya mengungkapkan bahwa kakaknya senang menonton drama korea dan tertarik dengan *soundtracknya* kemudian ia bersama subjek mencari tahu mengenai lagu-lagu tersebut. Anggota keluarga lainnya yang turut mengenalkan subjek pada kpop adalah ibu. terdapat 2 subjek mengatakan bahwa ibunya sering menonton drama korea, sehingga ia mulai tertarik dan ikut nonton bersamanya. Selain itu, seorang subjek menyampaikan bahwa ia mengenal kpop karena guru SDnya adalah seorang *kpopers*. Ketika ada jeda waktu belajar, ia akan menonton video-video korea dari gurunya tersebut. Semakin lama subjek mulai menyukai kpop dan meminta lagu-lagu kpop korea dari gurunya. Teman sebaya juga turut mengenalkan subjek pada dunia kpop, ada 3 orang subjek yang mengungkapkan bahwa ia mengenal kpop karena dikenalkan lagu-lagu korea, idol group korea, bahkan seorang subjek tertarik karena melihat temannya yang terlihat 'seru' sebagai seorang *kpopers*.

Faktor kelompok acuan (reference group), merupakan kelompok yang terbentuk pada remaja. Umumnya berisi anggota kelompok teman sebaya (*peer group*), seperti kelompok agama atau kelompok dengan hobi yang sama. Keterlibatan subjek dengan kelompok-kelompok ini memperkuat pembentukan identitas dirinya sebagai *kpopers*. Dari 8 subjek, terdapat 7 subjek yang membentuk identitas diri melalui keterlibatannya dengan kelompok *kpopers* tersebut. Kelompok yang disebutkan oleh subjek diantaranya EXO-L, NCT, dan kelompok *kpopers* yang tidak disebutkan secara spesifik. Kelompok *kpopers* biasa dikenal

dengan sebutan *fandom*. EXO-L adalah fandom yang berisi oleh orang-orang atau fans dari boy group korea bernama EXO, sedangkan NCT adalah nama dari suatu *boy group* korea. Bersama kelompok-kelompok ini, subjek membahas mengenai grup idolanya secara *online* maupun *offline* dan menghabiskan waktu bermain bersama mereka.

Sejalan dengan hasil yang kami temukan dalam penelitian ini, kami juga menemukan artikel yang memiliki keterkaitan. Dalam suatu penelitian yang dilakukan oleh Handayani (2020) diperoleh hasil bahwa subjek dalam penelitian ini perubahan-perubahan setelah menjadi anggota ARMY. Salah satu perubahan yang dimaksud adalah bahwa subjek menemukan identitas dirinya setelah bergabung dengan komunitas tersebut, tetapi mereka juga sering bolos kuliah untuk menghadiri event kpop bersama-sama. Sehingga dalam penelitian ini terlihat bahwa perubahan yang terjadi karena faktor kelompok acuan yakni komunitas ARMY sebagai fans BTS.

Faktor tokoh idola, merupakan seseorang yang sangat berarti seperti sahabat, guru, kakak, atau orang yang dikagumi. Keberadaan figur tokoh sukses yang dilihat remaja juga ikut memberikan kontribusi yang cukup signifikan dalam pembentukan identitas diri remaja. Remaja melihat, menilai, dan menemukan nilai-nilai yang dianggap baik ada pada figur tokoh tersebut, selanjutnya diinternalisasi ke dalam dirinya untuk dijadikan bagian dari pembentuk identitasnya (Purwato, 2017). Berdasarkan hasil yang diperoleh, seluruh subjek memiliki tokoh idolanya masing-masing. tokoh-tokoh yang diungkapkan subjek diantaranya, Chanyeol (member grup EXO), Jungkook (member grup BTS), Haechan (member grup NCT), Karina (member grup Aespa), Ji Jin Seok (penyanyi solo), Shannon William (aktris korea-inggris yang berdomisili di korea), Boa (penyanyi solo), Winwin dan Dong Sin Cheng (member grup NCT), group NCT, EXO, BTS, Stray Kid, Shinee, Super Junior, Girls Generation, FX dan Red Velvet. Melalui tokoh idolanya tersebut, sebagian subjek mengungkapkan bahwa tokoh idolanya memberikan inspirasi untuk bekerja keras, belajar mencintai diri sendiri, peningkatan semangat belajar, dan menarik minat untuk mengeksplorasi budaya korea.

Aspek pembentuk identitas diri

Terdapat 2 aspek dalam pembentukan identitas diri yang dikemukakan oleh Marcia

(1933 dalam Rahma, 2013), yaitu aspek eksplorasi dan komitmen. Berdasarkan hasil wawancara, seluruh subjek melakukan eksplorasi atau mencari informasi mengenai kpop dan menetapkan komitmen atas hal itu dengan menyatakan bahwa ia menyukai kpop terlepas dari bagaimanapun pandangan orang lain disekitarnya.

Aspek eksplorasi (eksploration), merujuk pada aktivitas yang dilakukan untuk menggali dan mencari informasi atau alternatif sebanyak mungkin yang berhubungan dengan masa depan. Berdasarkan hasil wawancara yang telah kami lakukan, dapat diketahui bahwa para subjek melakukan pencarian informasi secara mandiri terhadap idolanya melalui media sosial seperti Twitter, Telegram, Line, Youtube, dan lain sebagainya. Sebanyak 7 dari 8 subjek menunjukkan adanya aspek eksplorasi ini. Tiga orang subjek mengatakan bahwa cara mereka mendapatkan informasi mengenai kpop yaitu dengan cara mencari tahu grup media sosial yang khusus berisikan informasi-informasi terbaru mengenai kpop kemudian mereka bergabung dalam grup tersebut agar selalu mendapatkan kabar terkini mengenai dunia kpop. Sementara itu, subjek lainnya menyatakan bahwa karena dirinya tertarik dengan drama korea, *fashion* dan sering mendengarkan lagu *original soundtracknya*, ia kemudian mencari tahu siapa penyanyi-penyanyi dari lagu tersebut dan akhirnya menyukai kpop.

Aspek komitmen (commitment) merupakan sikap yang cenderung menetap dan setia terhadap alternatif yang telah dipilih dan diyakini sebagai yang paling baik dan berguna bagi masa depan. Pada hasil penelitian ini, secara keseluruhan subjek telah menunjukkan adanya komitmen dengan keputusan atas identitas dirinya sebagai *kpopers*. Kebanyakan dari subjek mengungkapkan respon dirinya terhadap cibiran orang lain adalah dengan menyatakan bahwa kesukaan setiap orang berbeda, lebih baik menjalani kehidupan masing-masing, ia menyukai kpop dengan tidak merugikan orang lain, menanggapi cibiran dengan sikap menghargai, yang terpenting adalah kenyamanan dirinya, dan mencoba terbiasa dengan alasan bahwa cibiran semacam itu adalah resiko yang seringkali dihadapi sebagai *kpopers*. Komitmen lainnya yang ditunjukkan subjek adalah dengan konsisten dalam mendengarkan musik korea karena konsep musiknya yang unik dan beragam, juga

melalui musik tersebut ia merasakan peningkatan motivasi dalam kekagumannya terhadap sang idola.

Tahap pembentukan identitas diri

Identitas diri tidak terbentuk secara instan, tetapi melalui proses tahapan yang dapat diidentifikasi melalui ungkapan pengalaman dari subjek penelitian ini. Berdasarkan hasil wawancara, kami menemukan bahwa seluruh subjek telah mencapai tahap identifikasi, 1 diantaranya pernah mengalami tahap *diffusion* dan 1 subjek lainnya mengalami tahap krisis identitas. ketiga tahapan ini dikemukakan oleh Olson (Julita, 2019).

Tahap identity crisis atau krisis identitas, tahap ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian diri dengan perubahan kondisi yang terjadi di dalam kehidupannya, dan merupakan tahapan yang normal pada masa remaja. Berdasarkan hasil wawancara, 1 dari 8 subjek mengalami krisis identitas sebelum mencapai identifikasi. Ketika ia mendapat cibiran atas identitasnya sebagai *kpopers*, ia merasakan keraguan tentang pilihannya menyukai kpop. Ia mempertanyakan keputusannya sebagai *kpopers*, tetapi hal ini tidak berlangsung lama. Saat ini subjek telah menetapkan identitasnya sebagai *kpopers* dan tidak terlalu menanggapi cibiran tersebut.

Tahap identity diffusion, merupakan tahapan yang terjadi ketika individu gagal menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Olson membedakan Identity diffusion menjadi 2 bagian yaitu: Acute identity diffusion yang bersifat sementara tetapi memiliki pengaruh yang cukup kuat dalam pembentukan identitas diri, dan *Chronic identity diffusion* merupakan ketidakmampuan individu untuk menyesuaikan diri sehingga mengganggu perkembangan psikologisnya. Berdasarkan hasil wawancara, kami menemukan 1 dari 8 subjek menunjukan tahap diffusion sebelum ia mencapai tahap identifikasi, hal ini terlihat dari jawabannya mengenai konflik yang muncul ketika ia berusaha menunjukan dirinya sebagai *kpopers* dan berdampak pada terganggunya hubungan interpersonal antara subjek dengan saudaranya. Memburuknya hubungan antara subjek dan saudaranya menunjukan adanya kegagalan ketika subjek berusaha menunjukan identitas dirinya pada lingkungan. Namun, kegagalan ini tidak sampai mengganggu perkembangan psikologis subjek sehingga dapat dikatakan

bahwa difusi yang dialami subjek ada pada bagian acute identity diffusion.

Tahap identification atau tahap identifikasi, tahap ini diperjelas oleh Benner (Sari dkk., 2019) bahwa identifikasi merupakan sebuah proses dimana individu mengidentifikasikan dirinya dengan sesuatu, seseorang, atau institusi dan berpikir, merasa serta bertindak laku secara konsisten sesuai dengan gambaran mental dan model tersebut. Seluruh subjek mengungkapkan bahwa ia merasa nyaman dengan identitasnya saat ini sebagai seorang *kpopers*. Beberapa subjek mengemukakan bahwa terkadang ia menerima ejekan dari lingkungannya, tetapi mereka memutuskan untuk mengabaikan ejekan tersebut karena keputusannya telah kuat bahwa dirinya adalah seorang *kpopers*. Namun, terdapat 1 subjek dengan identifikasi yang lemah atas identitasnya, ia mengungkapkan bahwa ketika ada yang mengejek atau mencibir atas keputusannya sebagai *kpopers* muncul perasaan yang tidak nyaman atas dirinya. Para penggemar melihat diri mereka sebagai bagian dari dunia yang global dan saling berhubungan, bukan sebagai subkultur tertutup dan terpisah-pisah.

Penelitian lainnya oleh Sugiana dan Hafiar (2018) yang menemukan bahwa anggota komunitas penggemar musik koes plus membangun identitas diri dan identitas sosial yang dipengaruhi komunitas serta sosok grup musik favorit mereka. Komunikasi anggota komunitas berlangsung dalam konteks kebersamaan dan mengembangkan simbol-simbol yang hanya dapat difahami oleh anggotanya, hal ini bertujuan untuk melestarikan grup musik idolanya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penemuan kami berdasarkan hasil wawancara bahwa salah satu alasan subjek membeli *merchandise* idolanya adalah untuk mendukung eksistensinya di industri hiburan. Artinya, anggota komunitas penggemar musik ini membangun identitas diri serta sosialnya mengacu pada interaksi dalam komunitas tersebut dan sosok idolanya.

Motivasi

Motivasi sering kali disebut sebagai dorongan atau niat, hal ini karena dengan motivasi individu melakukan berbagai kegiatan ataupun berperilaku. Berdasarkan hasil wawancara, seluruh subjek mendapatkan motivasi dari kegemarannya yaitu kpop yang menandakan adanya motivasi ekstrinsik. Sedangkan 6 diantaranya mengemukakan

bahwa ada motif-motif yang lebih personal dan mendasari perilakunya, hal ini menunjukkan adanya motivasi intrinsik.

Sejalan dengan hasil yang kami temukan, penelitian yang dilakukan dari Ameliawati dan Setiyani (2018) dan Puspita (2018). Hasil penelitian mereka menunjukkan hasil bahwa subjek yang fanatik akan BTS memiliki motivasi ekstrinsik seperti kehadiran BTS membuat dirinya bahagia dan kuat karena anggotanya selalu mencotohkan hal yang baik. Selain itu, terdapat motivasi intrinsik yang ada dalam diri subjek seperti sering melihat Youtube, menyanyikan lagu dan aktivitas lain yang membuatnya tertarik dan senang dengan melakukan hal yang berkaitan dengan BTS.

Motivasi intrinsik menurut Maulana dkk. (2015) adalah motif-motif yang aktif atau berfungsi tanpa perlu diberi rangsangan dari luar, karena dari dalam diri setiap individu sudah ada dorongan untuk melakukan sesuatu. Seluruh subjek mengungkapkan motivasinya untuk mengeksplor tentang kpop, mengoleksi merchandise, motivasi dalam kehidupan, bahkan peningkatan kepercayaan diri yang dipengaruhi oleh beragam motif, di antaranya keisengan semata, ingin menjadi sama dengan *kpopers* lain, menghargai karya sang idola, mendapatkan kebahagiaan dari pembelian merchandise idolanya hingga untuk memuaskan kesenangan pribadi, bentuk penyemangat dan penghargaan untuk diri sendiri.

Jing (2017) menemukan bahwa gambaran konstruksi identitas dari apresiator musik populer, terdapat tiga jenis identitas: pertama, "Kekuasaan — identitas". kedua, "emosi — identitas". ketiga, "rasa — identitas". Hasilnya menunjukkan "emosi — identitas" sebagai pendekatan penelitian yang lebih membumi untuk mempelajari kelompok pemuda Cina dari apresiator musik populer. Artinya, apresiasi yang diberikan oleh penggemar musik populer didasari oleh emosi yang dimiliki penggemar tersebut.

Motivasi ekstrinsik merupakan motif-motif yang aktif atau berfungsi karena adanya rangsangan dari luar diri individu. Berdasarkan penelitian, kami juga menemukan bahwa 6 dari 8 subjek mengoleksi merchandise dengan dorongan untuk membantu mensukseskan idolanya dan terinspirasi dari perjuangan sang idola sehingga ia mengalami perubahan dalam motivasi hidupnya.

Motivasi baik intrinsik maupun ekstrinsik adalah temuan kami dalam penelitian ini, tetapi hal ini erat kaitannya dengan aspek eksplorasi. Melalui hasil penelitian ini kami menemukan bahwa motivasi intrinsik menjadi dorongan yang dominan dalam pengambilan keputusan subjek untuk mengeksplor mengenai kpop dan mengoleksi merchandisnya. Hal ini berdasarkan data yang diperoleh bahwa seluruh subjek mengungkapkan bahwa kesenangan diri menjadi alasan utama dalam melakukan eksplorasi.

Ho (2012) menemukan bahwa orang tua di Korea Selatan memiliki harapan untuk mengamankan masa depan anak-anaknya agar lebih baik dengan memberikan pelatihan secara profesional terhadap KPOP. Juga untuk keuntungan diri mereka sendiri karena dengan menjadi KPOP dapat menunjukkan ukuran kesuksesan baru dan peningkatan status sosial serta mencapai validasi global mengenai identitas budayanya dan memulihkan kebanggaan negaranya. Artinya, motivasi yang ditunjukkan oleh orang tua di korea selatan dalam mengarahkan anaknya menjadi *idol* untuk memperoleh keuntungan dan peningkatan status sosial.

Subjek penelitian menunjukkan identitas yang ditunjukkan tentang dirinya terlihat dari penampilan sehari-hari yang berkiblat pada idolanya. Penelitian ini juga menemukan 7 bentuk diantaranya KPOP menjadi kegiatan rutin, perubahan dalam diri, terdapat ikatan emosi terhadap idola, bergabung dalam suatu komunitas, keinginan untuk memperoleh dan mengoleksi sesuatu yang berhubungan dengan idola (KPOP), menunda kebutuhan lain, dan adanya interaksi sosial dan pribadi. Fanatisme ini dipengaruhi oleh objeknya langsung yakni tokoh idola, teman sebaya dan media sosial yang merupakan lingkungan sosial, dan teman komunitas.

Berdasarkan uraian hasil sebelumnya, status identitas diri yang dimiliki oleh keseluruhan subjek adalah status *achievement*. Menurut Hetschko dkk. (2020), identitas *achievement* adalah identitas yang terbentuk pada individu yang berhasil menggali dan menguasai sejumlah informasi penting bagi dirinya, mampu membandingkan dengan rasa senang (sikap positif) berbagai segi positif-negatifnya masing-masing. Dengan demikian individu tersebut mampu memilih informasi yang diambil sebagai komponen pembentuk identitas dirinya dan menunjukkan kesetiaan yang kuat

terhadap pilihannya. Berdasarkan analisis hasil dan penyesuaian dengan definisi identitas *achievement*, secara dominan subjek telah mampu mengeksplorasi informasi mengenai kpop sebagai landasan identitas dirinya, ia juga memperoleh rasa senang dan sebagai *kpopers*, serta berkomitmen terhadap keputusannya dalam mengidentifikasi dirinya sebagai *kpopers*.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi pembentukan identitas diri seorang *kpopers* adalah lingkungan sosial, kelompok acuan dan tokoh idola. Selain itu, pembentukan identitas ini didasari oleh aspek eksplorasi terhadap kpop dan komitmen dari identitasnya sebagai *kpopers*. Secara tahapan, dalam proses pembentukannya seluruh subjek telah mencapai tahap identifikasi, meski sebelumnya beberapa subjek mengalami tahap krisis identitas dan tahap difusi. Hal lain yang kami temukan dalam penelitian ini adalah motivasi atau dorongan yang menyebabkan munculnya perilaku yang berhubungan dengan kegemarannya atas kpop tersebut, yakni motivasi intrinsik dan ekstrinsik. Kemudian merujuk pada status identitas, berdasarkan uraian sebelumnya maka dapat diketahui bahwa secara umum subjek telah sampai pada status identitas *achievement*.

Adapun saran yang dapat disampaikan untuk penelitian selanjutnya agar lebih memperhatikan instrument pengambilan data untuk memastikan diperolehnya hasil yang mendalam. Selain itu, alangkah lebih baik jika subjek yang digunakan berada dalam rentang usia awal remaja sekitar 12-18 tahunan. Hal ini bertujuan untuk memperoleh proses pembentukan identitas yang lebih akurat dan menghindari informasi penting yang terlewat karena subjek lupa atas hal tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Adrian, D. (2017). Strategi pimpinan fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Tadulako dalam mengkomunikasikan kebijakan kepada mahasiswa. *Sociae Polites: Majalah Ilmiah Sosial Politik*, 18(01), 57–67.

Ameliawati, M., & Setiyani, R. (2018). The influence of financial attitude, financial

socialization, and financial experience to financial management behavior with financial literacy as the mediation variable. *KnE Social Sciences*, 3(10), 811–832.
<https://doi.org/10.18502/kss.v3i10.3174>

- Amri, A., Rahmadhi, & Ramdani, Z. (2021). Effect of organization commitment, work motivation, and work discipline on employee performance (Case study : Pt. pln (persero) p3b Sumatera upt Padang). *International Journal of Educational Management and Innovation*, 2(1), 88–99.
<https://doi.org/10.12928/ijemi.v2i1.3183>
- Anonim. (2020a). *Pasar besar budaya K-Pop di Indonesia*. SINDOnews.
<https://today.line.me/id/v2/article/a35y2p>
- Anonim. (2020b). *Penggemar K-Pop Indonesia lima besar terbanyak versi Twitter*. Antaranews.
<https://www.antaraneews.com/berita/1740553/penggemar-k-pop-indonesia-lima-besar-terbanyak-versi-twitter>
- Aulia Rahma, F. (2013). Hubungan antara pembentukan identitas diri dengan perilaku konsumtif pembelian merchandise pada remaja. *Character*, 01(3), 1–6.
<https://doi.org/10.2106/JBJS.H.01009>
- Crossley, M. L. (2000). narrative psyc trauma and study of self identity. In *Theory & Psychology* (Vol. 10, Issue 4, pp. 527–546).
- Desmita. (2005). *Psikologi perkembangan*. Rosdakarya.
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi Undip*, 12(1), 1–14.
<https://doi.org/10.14710/jpu.12.1.1-14>
- Gunarsa, S. D. (2009). *Psikolog perkembangan anak dan remaja*. Gunung Mulia.
- Handayani, M. C. (2020). *Konformitas remaja penggemar bangtan boys pada komunitas ARMY di Kediri*. IAIN Kediri.
- Haryani, I., & Herwanto, J. (2015). Hubungan konformitas dan kontrol diri dengan

- perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswa. *Jurnal Psikologi UIN Sultan Syarif Kasim Riau*, 11(1), 5–11. I Haryani, J Herwanto - Jurnal Psikologi, 2016 - ejournal.uin-suska.ac.id
- Hetschko, C., Schöb, R., & Wolf, T. (2020). Income support, employment transitions and well-being. *Labour Economics*, 66(June 2019), 101887. <https://doi.org/10.1016/j.labeco.2020.101887>
- Ho, S. L. (2012). Fuel for South Korea's "global dreams factory": The desires of parents whose children dream of becoming K-pop stars. *Korea Observer*, 43(3), 471–502.
- Iga, M. (2013). Understanding the research methodology of interpretative phenomenological analysis. *British Journal of Midwifery*, 6(2), 169–192.
- Jing, W. (2017). A Research on the influence of contemporary popular music upon youths' self-identity. *Advances in Language and Literary Studies*, 8(5), 12. <https://doi.org/10.7575/aiac.all.v.8n.5p.12>
- Julita, N. (2019). *Hubungan antara konformitas dengan status identitas diri pada penggemar kpop.*
- Maulana, F. H., Hamid, D., & Mayoan, Y. (2015). Pengaruh motivasi intrinsik, motivasi ekstrinsik dan komitmen organisasi terhadap kinerja karyawan pada bank btn kantor cabang Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 22(1), 1–8.
- Novianti, E. (2014). Manajemen asuhan keperawatan potensial pembentukan identitas diri remaja dengan pendekatan model health promotion di kelurahan Katulampa Bogor Timur. *Jurnal Keperawatan Widya Gantari*, 1(1), 17–34.
- Oh, I., & Park, G. S. (2012). From B2C to B2B: Selling Korean pop music in the age of new social media. *Korea Observer*, 43(3), 365–397.
- Purwato. (2017). *Manajemen sumber daya manusia.* Rajawali Pers.
- Puspita, A. A. (2018). *Gambaran motivasi pada army untuk menjadi fans fanatik bangtan boys (bts) di kota Bandung.* UIN Sunan Gunung Djati.
- Rahman, Z. A., & Shah, I. M. (2015). Measuring Islamic Spiritual Intelligence. *Procedia Economics and Finance*, 31(15), 134–139. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(15\)01140-5](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)01140-5)
- Rahmawanti, N. P. (2014). Pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan (Studi pada karyawan kantor pelayanan pajak Pratama Malang Utara). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2).
- Ramdani, Z. (2017). Forgiving is not only forgetting (phenomenological study on forgiveness in individual who experiences a friendship conflict). *IJASOS- International E-Journal of Advances in Social Sciences*, III(9), 829–839.
- Saputro, Z. khamim. (2017). Memahami ciri dan tugas perkembangan masa remaja. *Jurnal Aplikasi Ilmu Ilmu Agama, Volume 17*(No 1), 25–32.
- Sari, V. F., Isworo, A., & Erawati, E. (2019). Hubungan celebrity worship dengan identitas diri remaja penggemar k-pop. *Jurnal Keperawatan Mersi*, VIII, 28–31.
- Setiowati, E. (2014). Memahami kriteria kualitas penelitian: Aplikasi pemikiran penelitian kualitatif maupun kuantitatif. *Journal of Vocational Program University of Indonesia*, 2(2), 3–10.
- Smith, J. A. (2011). Evaluating the contribution of interpretative phenomenological analysis. *Health Psychology Review*, 5(1), 9–27. <https://doi.org/10.1080/17437199.2010.510659>
- Sugiana, D., & Hafiar, H. (2018). Construction of self-identity and social identity of "Koes Plus" Music Fans. *MIMBAR : Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 34(1), 176–184. <https://doi.org/10.29313/mimbar.v34i1.3321>
- Sumara, D., Humaedi, S., & Santoso, M. B. (2017). Kenakalan remaja dan penanganannya. *Prosiding Penelitian*

Dan Pengabdian Kepada Masyarakat,
4(2).
<https://doi.org/10.24198/jppm.v4i2.14393>

Sutjiato, M., & Tucunan, G. D. K. a a T. (2015). Hubungan faktor internal dan eksternal dengan tingkat stress pada mahasiswa fakultas kedokteran Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jikmu*, 5(1), 30–42.

Thoits, P. A. (2013). Self, identity, stress, and mental health. In *Handbook of the Sociology of Mental Health, Second Edition* (pp. 357–377). <https://doi.org/10.1007/978-94-007-4276-5>