

GAMBARAN IDENTITAS DIRI REMAJA AKHIR WANITA YANG MEMILIKI FANATISME K-POP DI SAMARINDA

Miftahul Janah¹

*Program Studi Psikologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Mulawarman Samarinda*

ABSTRACT. *Fever K-Pop have to Indonesia and peep out a group of one who fanatical so to K-Pop. In Samarinda there are some case where some student which old age more than 20 year have fanaticism to K-Pop which ought to have is not owned again by individual bolting adult phase early. This study was conducted to know how adolescent self identity picture form and process which have fanaticism to K-Pop in Samarinda and to know in detail hit adolescent fanaticism to K-Pop. This type research is research qualitative with approach of case study. Used method data collecting is observation and interview. Used by Sampling technique is snowball. Research Subjek counted three people with woman gender. Method analyse data which is analyse interaktif model from Miles and Huberman which consist of three phase that is data discount, presentation of data, and verification or conclusion. The results showed that there is show the existence of forming self identity seen from change of adolescent behavior and appearance which refer to seven fanaticism form to adolescent natural K-Pop among others is K-Pop become routine activity, change in self, there are emotion tying to idol, merging into in community, existence of desire to collect something that relate to K-Pop idol, delaying other requirement, and existence of personal and social interaction.*

Keywords: *fanaticism, self identity, adolescent woman*

ABSTRAK. Demam K-Pop di Indonesia memunculkan sekelompok orang yang fanatik kepada K-Pop. Di Samarinda ada beberapa kasus di mana beberapa siswa yang berusia lebih dari 20 tahun memiliki fanatisme terhadap K-Pop yang seharusnya tidak dimiliki lagi oleh individu yang lari fase dewasa lebih awal. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana bentuk dan identitas gambar identitas remaja yang fanatisme terhadap K-Pop di Samarinda dan untuk mengetahui secara detail mengenai fanatisme remaja terhadap K-Pop. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan wawancara. Teknik sampling yang digunakan adalah *snowball sampling*. Subjek penelitian berjumlah tiga orang dengan jenis kelamin wanita. Metode analisis data yaitu menganalisis model interaktif dari Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga fase yaitu diskon data, penyajian data, dan verifikasi atau penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada yang menunjukkan adanya pembentukan identitas diri dilihat dari perubahan perilaku dan penampilan remaja yang mengacu pada tujuh bentuk fanatisme ke remaja alami K-Pop antara lain K-Pop menjadi kegiatan rutin, perubahan diri, ada ikatan emosi dengan idola, bergabung dalam komunitas, keinginan untuk mengumpulkan sesuatu yang berhubungan dengan idola K-Pop, menunda persyaratan lain, dan adanya interaksi pribadi dan sosial.

Kata kunci: fanatisme, identitas diri, wanita dewasa

PENDAHULUAN

Korean Pop atau K-Pop sudah mulai menyebar ke seluruh dunia. Bahkan demam K-Pop juga telah sampai ke Indonesia dan menjadi sangat di gemari oleh banyak orang, khususnya oleh remaja putri. Nas-titi (2010) menjelaskan bahwa budaya Korea berkembang begitu pesatnya hingga meluas dan diterima

publik dunia, sampai menghasilkan sebuah fenomena demam budaya Pop Korea. Gelombang Korea tersebar secara global di berbagai Negara di dunia termasuk Indonesia. Fenomena ini diikuti dengan banyaknya perhatian terhadap produk Korea Selatan seperti merasakan makanan, barang elektronik, musik, film, drama, *fashion*, tempat wisata. Fenomena gelombang

¹ Email: mifta_meyta@yahoo.com

Korea melanda generasi muda terutama remaja Indonesia yang umumnya menyenangi Korean drama (film-film drama Korea) dan musik pop.

Erikson (dalam Santrock, 2007) menyatakan bahwa remaja mencoba untuk mengeksplorasi berbagai peran dan kepribadian. Eksplorasi kepribadian merupakan sebuah usaha yang disengaja dari remaja untuk membentuk identitas diri. Terdapat ratusan literatur mengenai peran-peran yang dicoba oleh remaja, seperti halnya terdapat begitu banyak cara yang dapat ditempuh untuk mengejar setiap peran.

Erikson (dalam Santrock, 2007) masa remaja adalah masa terjadinya krisis identitas atau pencarian identitas diri, terjadi pada masa remaja umur 10-20 tahun. Pencarian identitas diri tersebut berupa usaha untuk menjelaskan siapa dirinya, bagaimana perannya dalam keluarga maupun masyarakat. Masa remaja merupakan masa dimana seseorang atau manusia dalam proses menuju pencarian jati diri di masa awal kehidupan yang sebenarnya pada dirinya serta masa remaja merupakan masa yang sangat penting dalam pembentukan jati diri seseorang. Maka hal ini dapat diartikan bahwa identitas diri atau jati diri merupakan proses terbentuknya konsep diri remaja.

Wilayah Samarinda terdapat beberapa kasus dimana beberapa mahasiswa seperti DR yang memiliki umur lebih dari 20 tahun memiliki fanatisme terhadap K-Pop. Fanatisme menurut Erikson (dalam Hall & Lindzey, 2003) merupakan suatu refleksi dari penyimpangan ritualisasi remaja yang disebut sebagai totalisme. Totalisme merupakan preokupasi fanatik dan eksklusif dengan apa yang kelihatannya sungguh-sungguh benar atau ideal yang seharusnya sudah tidak dimiliki lagi oleh individu yang beranjak fase dewasa awal. Erikson (dalam Santrock, 2007), menyatakan bahwa pada usia lebih dari 20 tahun hingga usia 30 tahun individu sudah berada pada tahap dewasa awal. Pada masa ini individu akan lebih fokus kepada karir, prestasi, memilih pasangan, dan belajar hidup dengan pasangan. Berdasarkan latar belakang masalah penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai gambaran identitas diri remaja akhir wanita yang memiliki fanatisme terhadap K-Pop di Samarinda.

TINJAUAN PUSTAKA

Fanatisme

Fanatisme didefinisikan sebagai pengabdian yang luar biasa untuk sebuah objek, di mana "pengabdian" terdiri dari gairah, keintiman, dan dedikasi, "luar biasa" berarti melampaui, rata-rata biasa yang biasa, atau tingkat. Objek dapat mengacu pada sebuah merek, produk, orang (misalnya selebriti), acara televisi, atau kegiatan konsumsi lainnya.

Fanatik cenderung bersikeras terhadap ide-ide mereka yang menganggap diri sendiri atau kelompok mereka benar dan mengabaikan semua fakta atau argumen yang mungkin bertentangan dengan pikiran atau keyakinan (Chung, Beverland & Farrelly, 2008).

Thorne dan Bruner (2006) menjelaskan bahwa karakteristik perilaku fanatisme terdapat empat yaitu, keterlibatan internal menjadi fanatik karena keinginan yang besar dari dalam diri sendiri kepada objek yang disukai, keterlibatan eksternal merupakan dorongan dari luar untuk dapat bergabung dengan komunitas, adanya keinginan diri individu untuk memperoleh dan mengekspresikan diri mereka kepada idola, dan adanya interaksi sosial dan pribadi yaitu interaksi sosial merupakan komunikasi dan keinginan yang kuat dari individu.

Identitas Diri

Erikson (1989) menjelaskan identitas diri adalah kesadaran individu untuk menempatkan diri dan memberikan arti pada dirinya dengan tepat di dalam konteks kehidupan yang akan datang menjadi sebuah kesatuan gambaran diri yang utuh dan berkesinambungan untuk menemukan jati dirinya.

Untuk membangun suatu identitas yang mampu mengalahkan kebingungan, Erikson (1989) mengemukakan bahwa dalam identitas, pertumbuhan dan masa krisis yang dialami remaja dalam sebuah pertimbangan. Pada tahap ini, remaja sering menolak orang tuanya dan semua yang dekat dengan mereka agar dapat membuat jarak dengan masa kanak-kanak sebagai pembentukan identitas mereka sendiri. Mereka haus akan *role model* dan tidak dapat membedakan dimana mereka dapat menemukan model itu.

Marcia (2006) menyatakan bahwa pembentukan identitas diri dapat digambarkan melalui status identitas berdasarkan ada tidaknya eksplorasi (krisis) dan komitmen. Eksplorasi yang juga dikenal dengan istilah krisis adalah suatu periode dimana adanya keinginan untuk berusaha mencari tahu, menyelidiki berbagai pilihan yang ada dan aktif bertanya secara serius, untuk mencapai sebuah keputusan tentang tujuan-tujuan yang akan dicapai, nilai-nilai, dan keyakinan-keyakinan. Sedangkan komitmen merupakan aktivitas yang relatif tegas dan menarik tentang elemen-elemen identitas remaja, berperan sebagai pengarah menuju tindakan penuh arti pada sesuatu yang dipilih dengan disertai keyakinan, kesetiaan, dan sulit untuk digoyang atau dipengaruhi.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus (*case study*). Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *snowball*. Subjek penelitian sebanyak tiga orang, berusia 21 tahun dengan jenis kelamin perempuan.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data secara kualitatif berupa observasi dan wawancara.

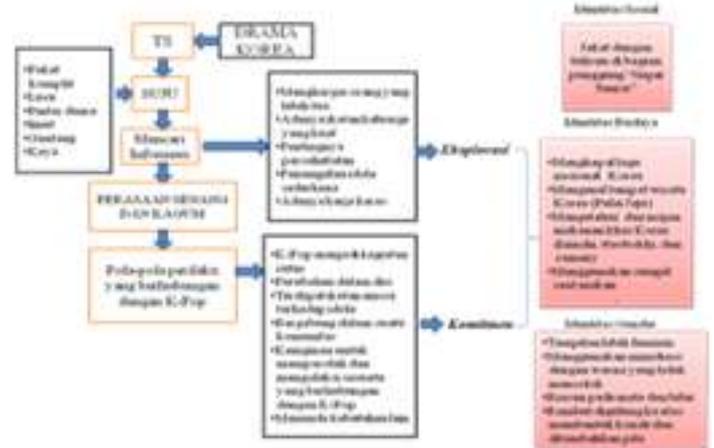
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Remaja memiliki kebutuhan yang kuat untuk mengidolakan orang lain. Idola menjadi model yang secara signifikan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan yang dibuat oleh remaja dan keputusan ini dapat mempengaruhi perubahan yang terjadi di dalam hidup remaja. Dari sekian banyak remaja yang memiliki fanatisme, dalam penelitian ini peneliti hanya membatasi pada remaja akhir rentang usia 18-22 tahun, dengan jumlah keseluruhan sebanyak tiga orang.

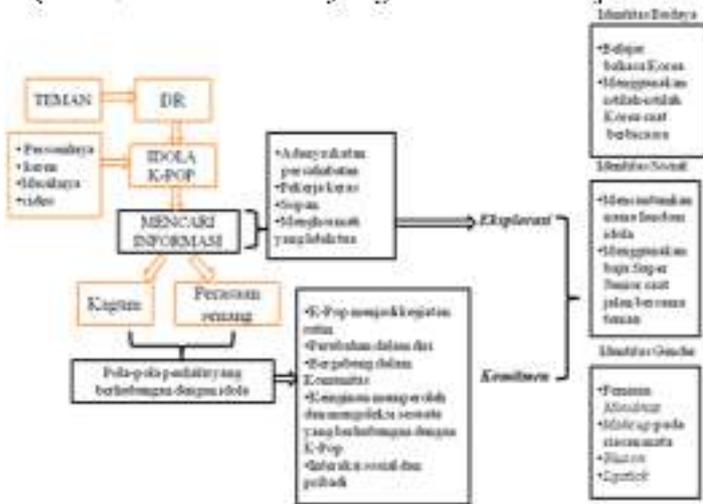
Dalam pembahasan ini, peneliti mengolongkan fanatisme terdiri dari tujuh bentuk fanatisme K-Pop, yaitu K-Pop menjadi kegiatan rutin, perubahan dalam diri, terdapat ikatan emosi terhadap idola, bergabung dalam suatu komunitas, keinginan untuk memperoleh dan mengoleksi sesuatu yang berhubungan dengan K-Pop, menunda kebutuhan lain, dan interaksi sosial dan pribadi.

Marcia (2006) menyatakan bahwa pembentukan identitas diri dapat digambarkan melalui status identitas diri berdasarkan ada tidaknya eksplorasi (krisis) dan komitmen yang dilakukan remaja.

terpengaruh oleh teman-teman subjek untuk menyukai idola lain sehingga tidak adanya daya tahan terhadap godaan atau pengaruh dari orang yang dimiliki subjek. Hal ini didukung oleh teori Marcia (2006) menyatakan bahwa penundaan identitas (*identity moratorium*) merupakan istilah yang digunakan Marcia untuk remaja yang berada dalam eksplorasi (krisis), namun tidak memiliki komitmen sama sekali ataupun terdapat juga remaja yang memiliki komitmen tetapi komitmen yang dimiliki tidak terlalu jelas sehingga sangat mudah untuk dipengaruhi.



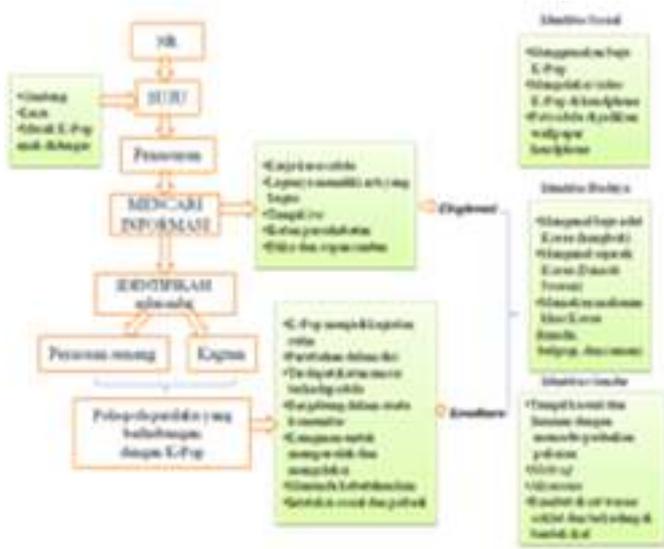
Gambar 2. Eksplorasi dan komitmen subjek 1S



Gambar 1. Eksplorasi dan komitmen subjek DR

Berdasarkan hasil eksplorasi dan komitmen yang dilakukan subjek DR di dapatkan bahwa status identitas diri yang dimiliki subjek adalah penundaan identitas (*identity moratorium*) yaitu adanya eksplorasi yang dilakukan subjek dengan adanya keinginan untuk berusaha mencari tahu, menyelidiki, dan proses pengkombinasian pengalaman, kepercayaan, nilai, dan identifikasi tujuan dan nilai yang dimiliki subjek terhadap idola sebagai model dalam pembentukan identitas diri. Setelah itu, subjek melakukan eksplorasi terhadap komitmen yang dipilihnya melalui kegiatan yang berhubungan dengan idola K-Pop disertai keyakinan dan kesetiaan. Akan tetapi, subjek cenderung dapat dengan mudah

Berdasarkan eksplorasi yang dilakukan subjek TS mulai melakukan eksplorasi terhadap komitmen subjek melalui berbagai aktifitas yang berhubungan dengan idola K-Pop. Sehingga dapat disimpulkan bahwa status identitas diri subjek TS adalah pencapaian identitas (*identity achievement*) yaitu adanya eksplorasi yang dilakukan subjek dan membuat suatu komitmen sehingga membentuk identitas diri subjek. Eksplorasi yang subjek lakukan yaitu adanya keinginan dalam diri subjek untuk berusaha mencari tahu, menyelidiki ketertarikan subjek terhadap K-Pop sebelum subjek berkomitmen untuk menyukai idola K-Pop. Subjek terlebih dahulu melakukan proses identifikasi terhadap nilai-nilai yang dimiliki idola sehingga akhirnya subjek memilih untuk menyukai idola karena adanya persamaan nilai-nilai antara idola dan subjek. Kemudian subjek mulai melakukan eksplorasi terhadap idola K-Pop yang dikaguminya melalui berbagai aktifitas yang dilakukan subjek berhubungan dengan idola. Komitmen yang dimiliki subjek mengarah pada tindakan yang disertai keyakinan, kesetiaan dan sulit untuk digoyahkan atau dipengaruhi. Hal ini didukung oleh Marcia (2006) menyatakan bahwa pencapaian identitas (*identity achievement*) adalah suatu istilah yang digunakan Marcia untuk remaja yang telah mengatasi krisis identitas diri dan membuat suatu komitmen yang relatif tetap dan tidak mudah terpengaruh oleh orang lain.



Gambar 3. Eksplorasi dan komitmen subjek NR

Berdasarkan eksplorasi yang dilakukan subjek NR dapat disimpulkan bahwa status identitas diri yang dimiliki subjek NR adalah pencapaian identitas (*identity achievement*) yaitu adanya eksplorasi yang dilakukan subjek dan komitmen yang dimiliki subjek relatif tetap, sehingga tidak mudah terpengaruh oleh orang lain. Eksplorasi yang dilakukan subjek dilihat dari usaha subjek dalam mencari tahu dan menyelidiki nilai-nilai yang dimiliki idola K-Pop dengan aktif bertanya dan mencari informasi berhubungan dengan idola. Informasi yang subjek dapatkan kemudian subjek melakukan identifikasi dengan mempertimbangkan berbagai informasi yang diperoleh dan memutuskan mana yang baik bagi diri subjek atas dasar keyakinan subjek sendiri tanpa adanya pengaruh dari orang lain. Selanjutnya subjek mengeksplorasi komitmen subjek untuk menyukai idola melalui berbagai aktifitas atau tindakan yang ditujukan subjek untuk membuktikan rasa suka subjek terhadap idola K-Pop. Hal ini didukung oleh Marcia (2006) menyatakan bahwa pencapaian identitas (*identity achievement*) merupakan istilah Marcia untuk remaja yang telah mengatasi krisis identitas diri dan membuat suatu komitmen yang relatif tetap dan tidak mudah terpengaruh oleh orang lain.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa setiap remaja telah melakukan eksplorasi terhadap komitmen yang dipilihnya melalui sebuah tindakan berupa aktifitas yang berhubungan dengan kegemarannya terhadap K-Pop. Status identitas diri yang terbentuk pada remaja yang memiliki fanatisme K-Pop berbeda-beda tergantung dari eksplorasi dan seberapa kuat komitmen yang dimilikinya agar tidak mudah terpengaruh oleh orang lain.

Fanatisme K-Pop yang dirasakan oleh remaja dapat di gambarkan melalui tujuh bentuk fanatisme

utama yang mendorong subjek remaja merubah perilaku mereka sesaat sebelum mengenal K-Pop dan sesudah mengenal K-Pop. Perubahan perilaku yang terjadi pada subjek remaja sangat bervariasi, tergantung dari situasi dan kondisi yang dirasakan tiap subjek sebelum mengenal K-Pop dan sesudah mengenal K-Pop. Dalam hasil penelitian ini, terlihat perubahan perilaku dan gambaran identitas diri subjek penelitian sesaat sebelum mengenal K-Pop dan sesudah mengenal K-Pop.

Berdasarkan ketujuh bentuk fanatisme menunjukkan bahwa terdapat perubahan perilaku subjek penelitian sebelum dan sesudah subjek mengenal K-Pop. Fanatisme K-Pop yang terjadi pada setiap subjek remaja sebelum dan sesudah mengenal K-Pop dapat disimpulkan bahwa subjek DR, TS, dan NR mengalami perubahan dalam diri subjek sebelum dan sesudah mengenal K-Pop. Ada dua hal yang menentukan apa identitas diri remaja, yaitu apakah remaja sudah melakukan eksplorasi terhadap identitas yang dipilihnya dan apakah remaja sudah membuat suatu komitmen yang relatif tetap terhadap identitas yang dimilikinya dan status identitas didasarkan pada ada tidaknya eksplorasi (krisis) dan komitmen yang dilakukan remaja.

Identitas diri remaja berupa usaha untuk menjelaskan siapa dirinya, bagaimana perannya dalam keluarga maupun masyarakat. Terdapat ratusan literatur mengenai peran-peran yang dicoba oleh remaja, seperti halnya terdapat begitu banyak cara yang dapat ditempuh untuk mengejar setiap peran. Berbagai bentuk figur atau *image* dari suatu idola berpengaruh terhadap perubahan yang terjadi dalam diri remaja. Khususnya pengaruh dari media massa. Media menyediakan beberapa figur idola yang dapat mengubah opini remaja terhadap beragam identitas. Hal ini didukung Brown (1994) menyatakan media massa adalah pusat dari proses remaja secara aktif dan kreatif meniru simbol-simbol *cultural* untuk membentuk identitas dirinya. Kellner (2010) mendukung pernyataan ini, bahwa hadirnya budaya populer di tengah masyarakat tidak terlepas dari induknya yaitu media yang melahirkan dan membesarkannya.

Saat ini, *Hallyu* diikuti dengan banyaknya perhatian akan produk Korea Selatan, seperti masakan, barang elektronik, musik dan film. Remaja yang termasuk penonton berat (menonton televisi lebih dari empat jam sehari) paling mudah terpengaruh oleh K-Pop, karena memang saat ini industri media massa banyak diisi oleh program-program budaya korea (Purwanti, 2013).

Remaja yang memiliki fanatisme terhadap K-Pop membentuk identitas sosial, identitas budaya dan identitas gender. Identitas budaya yang ditunjukkan

remaja merupakan sikap remaja yang mulai menyebarkan budaya Korea dari fanatisme remaja terhadap K-Pop. Remaja mulai tertarik ingin belajar bahasa Korea dan menggunakan istilah-istilah Korea dalam berkomunikasi sehari-hari, remaja juga mengenal baju adat kerajaan Korea atau yang disebut *hanbok*, remaja mengenal tempat-tempat sejarah Korea seperti pulau Jeju dan dinasti Joseon, selain itu remaja juga mengenal makanan khas Korea seperti, *kimchi*, *ttobokki*, *bulgogi*, dan *ramen* yang sekarang telah tersebar di berbagai kota di Indonesia, tidak terkecuali di Samarinda.

Identitas diri yang dibentuk oleh remaja dilakukan dengan melakukan suatu bentuk eksplorasi dengan melakukan proses identifikasi dalam membentuk identitas dirinya. Bentuk identitas remaja merupakan hasil identifikasi remaja terhadap idola K-Pop yang dapat dilihat dari perubahan penampilan dan perilaku sehari-hari remaja setelah menyukai K-Pop. Penampilan remaja tampak lebih santai, kasual dan elegan dengan mengimitasi penampilan artis atau idola yang disukai remaja sehingga terbentuk juga identitas gender yang menunjukkan gambaran laki-laki dan perempuan. Remaja mulai mengimitasi gaya berpakaian artis Korean dengan tampil cenderung feminin, simple tapi menawan dan tampil lebih percaya diri setelah mengenal K-Pop dan mulai mengenakan minidress di acara-acara tertentu.

Beberapa remaja juga menggunakan baju dan jaket dengan gambar artis K-Pop yang disukainya dan beberapa aksesoris lainnya seperti pin, kipas, gelang yang melekat dalam tampilan remaja. Remaja ingin menunjukkan kepada orang lain tentang apa kesukaannya melalui apa yang dikenakannya seperti, menggunakan barang-barang yang berhubungan dengan idola K-Pop. Barang-barang yang berhubungan dengan idola merupakan simbol (identitas sosial) remaja yang ditunjukkan remaja kepada masyarakat bahwa remaja adalah penggemar K-Pop dan ingin dipandang sebagai penggemar K-Pop.

Idola K-Pop dilihat remaja sebagai acuan membentuk identitas diri yang ideal. Ditemukan bahwa dengan menjadi fanatisme K-Pop, remaja merasa lebih percaya diri dengan perubahan yang terjadi dalam diri remaja. Selain itu remaja merasa senang dan bangga karena merupakan fans dari idola K-Pop. Hal ini didukung Banner (1985) menyatakan bahwa tujuan dari identifikasi adalah untuk meningkatkan harga diri individu.

Remaja melihat dan memutuskan untuk menyukai idola yang sangat mereka favoritkan dan akan memberikan pengaruh pada remaja dalam membentuk identitas dirinya. Remaja yang memiliki fanatisme K-Pop memutuskan artis K-Pop sebagai idola yang merupakan acuan bagi remaja untuk bertindak dan berperilaku mengikuti perkembangan idolanya. Remaja menemukan bahwa lagu K-Pop

yang dinyanyikan oleh idolanya memiliki hubungan antara dirinya dengan lirik lagu yang didengarnya. Terkadang remaja merasakan bahwa lagu yang didengarnya menggambarkan perasaan yang ada di dalam diri remaja dan hal ini dapat membuat remaja merasa lebih aman, nyaman bahkan terkadang dapat memunculkan semangat bagi remaja setelah mendengar lagu yang dinyanyikan idolanya. Sehingga membantu remaja dalam proses pembentukan identitasnya. Hal ini didukung oleh Salim (2003) yang menyatakan bahwa musik yang menyentuh subjek pendengar dengan cara merambat melalui udara memang berpotensi untuk merespon perasaan pendengar dengan perubahan emosi dari negatif ke positif.

Dampak negatif secara psikologis yang dialami remaja dari fanatisme terhadap K-Pop membuat remaja lupa waktu karena keasyikan menonton acara K-Pop seperti, video K-Pop ataupun acara televisi (*variety show*) yang menampilkan artis-artis K-Pop. Hal ini membuat remaja menjadi malas untuk melakukan kegiatan lain karena remaja keasyikan menonton televisi yang menayangkan idola K-Pop. Selain itu, idola K-Pop juga sangat mempengaruhi perilaku remaja, remaja menjadikan artis K-Pop sebagai idola dan model yang mempengaruhi penampilan dan perilaku remaja sehari-hari.

Remaja menjadi termotivasi untuk membeli barang-barang yang berhubungan dengan idola mulai dari harga yang biasa-biasa saja sampai dengan harga yang sangat mahal. Akibatnya, remaja menjadi konsumsif dalam membeli barang-barang yang berhubungan dengan K-Pop tanpa memperdulikan apakah barang-barang tersebut berguna atau tidak bagi remaja. Hal ini dikarenakan remaja percaya dengan mengkonsumsi barang-barang yang berhubungan dengan idola dapat membuktikan kepada idola bahwa remaja merupakan fans yang setia. Selain itu, terdapat rasa senang dan bangga yang dirasakan remaja dengan mengkonsumsi barang-barang yang berhubungan dengan idola. Bahkan remaja sampai rela tidak makan dan menunda untuk membayar kos demi membeli barang-barang yang berhubungan dengan idola.

Fanatisme K-Pop remaja adalah idola dari K-Pop yang sangat remaja kagumi, sehingga mempengaruhi remaja untuk berubah dan meniru perkembangan dari idola kesukaan atau favoritnya. Fanatisme terbentuk karena dua hal yaitu menjadi penggemar untuk sesuatu hal (berupa objek, barang, atau manusia) dan berperilaku fanatisme karena keinginan diri sendiri yang terlihat dari berubahnya perilaku untuk meniru hal yang baru (Wijayanti, 2012). Fanatisme K-Pop yang dialami subjek mempengaruhi perilaku subjek sehari-hari sehingga mengakibatkan terjadinya perubahan dalam diri subjek. Perubahan yang terjadi meliputi perubahan

fisik dan emosi yang selalu berhubungan dengan idola dan membantu membentuk identitas subjek.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa

- a. Terdapat perbedaan yang bervariasi mengenai status identitas diri yang dicapai remaja. Hal ini dikarenakan tingkat eksplorasi dan komitmen yang pada masing-masing remaja berbeda antara satu dengan yang lain.
- b. Remaja yang memiliki fanatisme K-Pop melakukan identifikasi terhadap idola K-Pop. Identifikasi adalah suatu proses dimana individu mengidentifikasikan dirinya dengan sesuatu, seseorang, atau institusi dan berfikir, merasa, serta bertindak laku secara konsisten sesuai dengan gambaran mental model tersebut. Identitas diri yang dibentuk oleh ketiga subjek DR, TS, dan NR merupakan hasil identifikasi terhadap idola K-Pop, remaja memantapkan dalam wujud penampilan dan perilaku sehari-hari.
- c. Terdapat tujuh bentuk fanatisme K-Pop yang dialami oleh remaja yaitu, K-Pop 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 (K-Pop), menunda kebutuhan lain, dan adanya interaksi sosial dan pribadi. Masing-masing bentuk fanatisme K-Pop yang dialami oleh remaja memiliki bentuk perilaku yang berbeda-beda pada masing-masing remaja. Bahkan jika ditelusuri lebih lanjut, setiap subjek memiliki fanatisme khusus dan fanatisme umum yang dialami oleh masing-masing subjek.
- d. Fanatisme remaja terhadap idola K-Pop sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu, terdapat perubahan dalam kehidupan fanatisme, pengaruh objek fanatisme, pengaruh dari teman dan komunitas, serta adanya pengaruh dari media sosial dalam mempengaruhi perubahan perilaku remaja.
- e. Media massa menyediakan beberapa figure atau image dari suatu idola yang dapat mengubah opini remaja terhadap beragam identitas yang dapat menyebabkan perubahan yang terjadi dalam diri remaja.
- f. Fanatisme K-Pop remaja adalah idola dari K-Pop yang sangat remaja kagumi, sehingga mempengaruhi remaja untuk berubah dan meniru perkembangan dari idola kesukaan atau favoritnya. Fanatisme terbentuk karena dua hal yaitu

menjadi penggemar untuk sesuatu hal (berupa objek, barang, atau manusia) dan berperilaku fanatisme karena keinginan diri sendiri yang terlihat dari berubahnya perilaku untuk meniru perkembangan objek mereka.

Terdapat pembentukan identitas setelah remaja fanatisme terhadap K-Pop. Identitas yang terbentuk adalah identitas sosial, budaya dan gender yang merujuk pada perilaku yang berhubungan dengan idola K-Pop.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian terdapat beberapa saran yang diajukan peneliti yaitu:

- a. Subjek
Diharapkan kepada subjek yang menjadikan idola K-Pop sebagai acuan dalam pembentukan identitas dirinya tidak langsung menerima dan meniru semua bentuk dan tampilan yang sesuai dengan idola, melainkan remaja harus pandai dalam memilih bentuk-bentuk perilaku positif yang layak untuk ditiru dari idola. Mari buktikan bahwa fanatisme terhadap idola K-Pop dapat membangun suatu prestasi dan menggali potensi yang ada di dalam diri, seperti dalam halnya prestasi dalam *dance cover* K-Pop.
- b. Keluarga
Keluarga memiliki peran yang sangat penting dalam proses pembentukan identitas diri remaja. Sehingga, sangat diharapkan bagi orang tua untuk memberikan pengarahan dan ruang untuk remaja agar dapat bereksplorasi terhadap berbagai peran yang akan membantu remaja dalam proses pembentukan identitas diri.
- c. Pemerintah
Diharapkan memberikan pengawasan yang lebih ketat lagi terhadap media sosial dalam mengekspos berbagai model atau figure idola. Karena para remaja seringkali menjadikan selebriti sebagai acuan dalam membentuk diri mereka.
- d. Peneliti Lain
Diharapkan bagi peneliti lain yang juga menaruh minat pada fanatisme remaja, jika ingin mengembangkan penelitian mengenai identitas diri dan fanatisme, diharapkan dapat memperluas kawasan penelitian dengan subjek penelitian yang lain seperti misalnya fanatisme dan identitas seksualitas remaja laki-laki. Mungkin akan diperoleh hasil yang lain dan lebih menarik untuk dijadikan bahan diskusi dan lebih memperkaya khasanah ilmu pengetahuan khususnya psikologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Banner, P. (1985). Quality of life: A phenomenological perspective on explanation, prediction, and understanding in nursing science. *Advances in Nursing Science*, 8 (1), 1-14.
- Brown, J. D. (1994). Teenage Room Culture: Where Media and Identities Intersect. *Communication Research*, 2 (1), 813-827.
- Chung, E., Beverland, M. B., & Farrelly. F. (2008). *Exploring Consumer Fanaticism: Extraordinary Devotion in The Consumption*.
- Erikson, E. H. (1989). *Identitas dan siklus hidup manusia; bunga rampai 1* (terjemahan Agus Cremers). Jakarta: PT. Gramedia.
- Hall, C. S., & Lindzey, G. (2003). *Theories of Personality* (terjemahan Supratiknya). Yogyakarta: Kanisius.
- Kellner, D. (2010). *Media culture: kultural studies, identity and politics between the modern and the post modern*. London: Routledge.
- Marcia, J. E. (2006). *Ego Identity. A Handbook for Psychological Research*. New York: Springer Verlag.
- Nastiti, A. D. (2010). "Korean Wafe" di Indonesia: Antara Budaya Pop, Internet dan Fanatisme Pada Remaja (Studi Kasus Terhadap Situs Assian Fans Club Di Indonesia Dalam Perspektif Komunikasi Antar Budaya). *Journal of Communication*. 1 (1). 23.
- Purwanti, S. (2013). Korea, remaja dan proses peniruan. *Psikostudia: Jurnal Psikologi*, 2 (1), 28-36.
- Salim, D. (2003). *Psikologi Musik*. Yogyakarta: Buku Baik Yogyakarta.
- Santrock, J. W. (2007). *Remaja* (Jilid 2 Edisi Kesebelas). Jakarta: Erlangga.
- Thorne, S., & Bruner, G. C. (2006). An exploratory investigation of the characteristics of consumer fanaticism. *Qualitative Market Research: an International Journal*, 9 (1), 51-72.
- Wijayanti, A. A. (2012). Hallyu: Youngstres Fanaticism of Korean Pop Culture (Study of Hallyu Fans Yogyakarta City). *Journal of Sociology*, 3 (3), 1-24.