SELF IDENTITY PADA REMAJA PENGGEMAR KOREAN WAVE DI KOMUNITAS HANSARANG CLUB PALEMBANG

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi Universitas Islam Negeri Raden Fatah

RAHMA SUTIA SARI
14350078

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI ISLAM
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH
PALEMBANG
2020

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Globalisasi merupakan fenomena yang menunjuk pada meleburnya batas-batas geografis Negara, yang meliputi hampir semua aspek kehidupan ekonomi, politik sosial, hingga budaya. Peristiwa yang terjadi di suatu tempat tertentu dapat dengan mudah menjadi pristiwa gobal. Salah satunya seperti budaya yang berkembang disuatu wilayah tertentu dengan mudah menjadi budaya global berkat kemajuan teknologi komunikasi dan informasi. Globalisasi membuat interaksi antar seluruh warga di dunia menjadi bebas dan terbuka seolah-olah batas-batas suatu Negara menjadi sempit dan salah satu dampak dari globalisasi ini yakni perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi ini pun tampaknya semakin mempermudah setiap orang terutama remaja dalam mencari ataupun memperoleh berbagai informasi baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri.

Dengan adanya globalisasi ini muncullah metafora yang sering digunakan untuk menggambarkan situasi ini ialah "Kampung Dunia" (*Global Village*). Metafora ini digunakan untuk menggambarkan seolah-olah seluruh dunia menyatu dan tidak ada lagi kendala berupa dimensi ruang dan waktu. Dikarenakan tidak ada kendala untuk mendapatkan informasi, maka tidak dapat dipungkiri bahwa penyebaran berupa kehidupan ekonomi, politik, sosial bahkan budaya dari berbagai dunia menjadi tidak terbendung lagi. Hal ini berkaitan dengan adaya globalisasi budaya yang dimana dapat dikatakan sebagai suatu gejala tersebarnya nilai-nilai dan budaya tertentu dari suatu

Negara ke seluruh dunia sehingga budaya tersebut menjadi budaya dunia atau *World Culture*.

Globalisasi budaya tersebut tidak terlepas dari peran teknologi dalam pertukaran informasi antar budaya sehingga muncul beberapa budaya yang disukai oleh banyak orag di seluruh dunia yang dikenak sebagai budaya popular atau budaya pop. Budaya ini mencakup seluruh praktik kehidupan sehari-hari, mulai dari memasakan, gaya berpakaian, olahraga, dunia hiburan dan lain sebagainya. Bentuk kebudayaan pun ada dua macam, yaitu kebudayaan tinggi atau kebudayaan elit dan kebudayaan popular (*Pop Culture*). Budaya elit adalah budaya yag dihasilkan oleh pemikiran kaum-kaum elit, menyangkut pengetahuan, polapikir dan nilai-nilai yang membentuk perilaku manusia. Budaya popular (*Pop Culture*) sebagai budaya yang lahir karena kehendak media. Media memiliki kemampuan untuk memproduksi budaya dan masyarakat untuk menyerap budaya tersebut menjadi budayanya sendiri (Strinarti, 2016).

Dewasa ini, budaya tidak hanya identik dengan budaya dari Negara Barat saja, tetapi belahan Negara Asia mulai menunjukkan kemampuan kreatif budayanya dengan menjadi pengekspor budaya Pop. Selain Negara Jepang, Korea Selatan pun mulai menunjukkan taringnya sebagai Negara produsen budaya Pop melalui tayangan hiburan da menjadi saingan berat bagi Amerika da Eropa. Hal ini sejalan dengan kemajuan industri hiburan Korea Selatan dan kestabilan ekonomi mereka. Korean Selatan menjadi salah satu Negara di dunia yang dianggap berhasil dalam menggunakan dan mempromosikan budaya yang dimiliki sebagai bentuk kekuatan baru negaranya. Dimulai dengan

mengenalkan, menyebarkan, hingga mempromosikan produk budaya yang dimiliki seperti film, drama, animasi, *game online*, *fashion*, musik, maupun makanan sebagai bentuk kebijakan resmi Pemerintah Korea Selatan untuk membantu meningkatkan perekenomonian Korea Selatan (Hat, dkk 2008).

Untuk mendukung hal ini, Kim Young Sam, presiden Korea Selatan yang kala itu menjabat meningkatkan kualitas produk budaya yang dimiliki oleh Korea Selatan sehingga dapat disukai dan kemudian disebarkan ke seluruh dunia melalui pembentukan Kementerian Olahraga dan Kebudayaan pada tahun 1994 (Shim, 2006). Terutama kualitas produk budaya seperti drama dan music Korea Selatan. Hal ini karena kedua produk budaya ini memiliki popularitas yang paling besar di antara produk dari Korea Selatan lainnya.

Kesuksesan budaya Pop Korea ini terbukti dengan muculnya istilah "*The Korean Wave*" atau "*Hallyu*" sebagai bentuk ungkapan seberapa besar pengaruh budaya Pop yang disebarkan.

> *"A wave of Korean Pop culture is a phenomenon that is spreading region of Southeast Asia, China, and Japan. Korea increased the country's image as festival world cup 2002. This wave begins with the increased popularity of Korean Pop star in a foreign country which in recent times exapanded with the popularity of the drama series Korean films"* **(Korean Tourizm Organization, 2000).**

Gelombang budaya Pop Korea merupakan fenomena yang menyebar dikawasan Asia Tenggara, Cina, dan Jepang. Citra Negara Korea semakin meningkat karena

festival Piala Dunia 2002. Gelombang ini dimulai dengan peningkatan popularitas bintang Pop Korea di luar negeri yang dalam beberapa waktu terakhir diperluas dengan kepopuleran drama seri film Korea.

Istilah *Hallyu* (한류) atau *Hanliu* (韓流) pertama kali muncul pada pertengahan tahun 1999 sebagai "Bahasa Koran" di China. Pada saat itu, industry music dan perfilman Korea mulai membuka diri untuk menerima produk kreatif Jepang. Namun, adanya persaingan antara kedua bangsa tersebut mendorong Korea untuk meningkatkan produksi musik dan drama sesuai dengan minat pasar. Usaha yang dilakukan Korea membuahkan hasil. Minat publik terhadap budaya Pop maupun tradisional Korea mengalami peningkatan yang luar biasa (Grace Lestariana W. dan Taufan H, 2015). *Hallyu* atau istilah lainnya adalah *Korean Wave* merupakan sebuah istilah yang diberikan untuk tersebarnya budaya pop Korea atau gelombang Korea secara global di berbagai Negara di dunia termasuk di Negara Indonesia saat ini. Proses penyebaran budaya Korea ke dunia Internasional tidak bisa dilepaskan dari keberadaan massa lainnya, bahkan bisa dikatakan media massa adalah saluran utama penggerak *Korean Wave* (Ardiani Wijayanti, 2012).

Korean Wave mulai dikenal sejak sekitar tahun 1990-an melalui drama-drama Korea Selatan (K-Drama). K-Drama yang mulai membawa popularitas *Korean Wave* adalah drama *What Is Love All About*. K-Drama ini ditayangkan oleh stasiun televise di Hongkong yaitu *Hong Kong's Asia Televison Ltd.. (ATV)* dan juga oleh stasiun televise di China yaitu *China Central Television Ltd. (CCTV)* (Chua Beng, Hat dan Iwabuchi, 2008). Bersamaan dengan

penayangan *What Is Love All About* di Hongkong dan China, Vietnam juga merasakan kepopuleran K-Drama melalui drama *Feeling* yang disiarkan di salah satu saluran televisi Vietnam yaitu *Ho Chi Monh City TV.* Berbeda dengan China, Hongkong, dan Vietnam, kepopuleran K-Drama baru memasuki Jepang pada tahun 2003 melalui penayangan *Winter Sonata* yang disiarkan oleh NHK Jepang (Creighton Millie, 2009). Penayangan drama-drama ini menjadi sukses dan dengan cepat menyebar ke beberapa Negara di Asia lainnya (Korea Culture and Tourism Policy Institute, 2012).

Korean Wave sendiri mulai menerpa Indonesia pada tahun 2002, tepatnya saat drama seri Korea seperti *Endless Love, Full House, Winter Sonata* diputar pada salah satu stasiun televisi swasta nasional, Indosiar dan ditayangkan kembali di stasiun tv RCTI yang notabenenya mempunyai penonton setia yang tidak sedikit. Saat itu drama ini disiarkan sekaligus untuk 'memberikan ancang-ancang' dema Korea yang pada saat itu juga menjadi tuan rumah piala dunia 2002. Penggemar olahraga tertuju matanya ke Korea dan banyak orang atau semakin membuka mata atau terbuka dengan Korea. Melihat respon positif dari masyarakat, berbagai televisi swasta menayangkan berbagai drama Korea seperti Indosiar, Trans7, Transtv, ANTV, O-Channel, Jak-TV, d B-Channel yang tercatat masih menayangkan berbagai drama Korea.

Berawal dari Drama Korea itulah masyarakat terutama remaja perlahan belajar tentang unsur-unsur budaya dan semakin berminat dengan segala sesuatu yang berbau Korea. Drama memang memiliki representasi simbolis dari faktor-faktor dalam arketipe psikologis, menonton drama

dapat membangkitkan bagian dari arketipe psikologis remaja, bak positif maupun negatif, fantastis atau yang realistis secara tidak sadar dalam kehidupan sehari-hari (Chun, 2015). Salah satu akibat dari paparan drama Korea terhadap perubahan budaya di Indonesia dapat dilihat dalam penelitian Meidita (2013) yang menemukan munculnya sifat centil dan frontal diikuti responden seperti pada kebanyakan karakter-karakter wanita Korea di dalam drama, yaitu berbahasa dengan gaya yang kasar. Logat Korea yang pada dasarnya terdengar keras tentunya tidak cocok dengan lingkungan Indonesia terutama di Pulau Jawa yang lebih mengedepankan logat yang lembut.

Saat ini, pusat perhatian dari produk budaya dalam *Korean Wave* telah mengalami perubahan. Jika sebelumnya K-Drama yang menjadi pusat perhatian dari *Korean Wave* namun sekarang berubah menjadi musiknya atau biasa disebut *Korean Pop (K-pop).* Perubahan ini dinamakan `*The Second Wave'.* Perubahan ini dipimpin oleh penyanyi dan grub band idola seperti kelompok *boyband* dan *girlband* yang dilatih secara professional oleh agenda hiburan untuk menarik perhatian tidak hanya masyarakat Korea Selatan namun juga masyarakat Internasional. Industri musik pun menyajikan *genre* musik yang terdiri dari pop, *dance,* hip-hop, *electro pop, rock,* R&B, *electric music,* juga merupakan gabungan dari menyanyi serta *dance* yang berasal dari Korea Selatan. *Idol* grub ataupun Solo seperti Super Junior, Girls Generation, CN.Blue, 2NE1, BEAST, SHINee, Wonder Girls, BoA, EXO, BTS, dan masih banyak yang lainnya yang sangat terkenal serta memiliki banyak penggemar di Negara-negara Asia Timur dan Asia Tenggara. Budaya pop ini pun tidak hanya beroperasi

dibidang drama atau music saja, melainkan melalui *fashion* dan acara seperti *reality show*.

Seorang individu yang mengidolakan seseorang biasa disebut sebagai penggemar. Streotip dari penggemar *Korean Wave* sendiri dianggap selalu bersikap berlebihan, histeri, adiktif, dan konsumtif dalam menghambur-hamburkan uang untuk membeli *stuffs* (barang-barang yang berkaitan dengan idolanya. Perilaku tersebut dilakukan oleh penggemar sebagai bentuk loyalitas terhadap idolanya. Mereka pun tidak segan-segan mengeluarkan uang untuk membeli CD album original agar idolanya masuk ke dalam *chart music*, menonton konser secara *live,* membeli atribut yang menunjukkan bahwa mereka adalah *K-popers*.

Oleh karena itu, tidak mengherankan jika fenomena *Korean Wave* ini bayak melanda generasi muda terutama remaja-remaja Indonesia yang pada umumnya menerima dan menyenangi hal-hal berbau budaya Korea. Apalagi menurut Erikson (dalam Santrock, 2007) menyatakan bahwa pada remaja banyak mencoba untuk mengekplorasi berbagai peran dan kepribadian. Ekplorasi kepribadian merupakan sebuah usaha yang disengaja dari remaja untuk membentuk identitas diri. Remaja dihadapkan pada sejumlah besar pilihan tentang siapa mereka dan kemana mereka akan melangkah dalam hidup. Bagi Erikson, ini merupakan krisis yang harus diselesaikan oleh remaja. Pencarian identitas didukung oleh apa yang dikatakan oleh Erikson disebut *moratorium psikososial,* dimana bahwa remaja relative bebas dari tanggung jawab, sehingga mereka dapat memiliki ruang untuk mencoba (membuang) berbagai identitas yang berbeda. Oleh karena itu, remaja

mampu bereksperimen dengan berbagai peran da kepribadian yang berbeda sehingga mereka menemukan satu yang paling sesuai dengan diri mereka (Penney Upton, 2012).

Dikatakan juga oleh Gunarso (2006) salah satu tugas perkembangan remaja adalah menemukan model atau identitas diri. Hal tersebut diperkuat dengan teori dari Bandura yang menyatakan masa remaja bertentangan dan pemberontakan karena lebih menitikberatkan ungkapan-ungkapan bebas dan ringan dan ketidakpatuhan, misalnya model guntingan rambut, pakaian yang nyentrik, bacaan-bacaan, film yang ditonton ataupun lagu yang didengarkan. Sehingga pada masa remaja inilah perilaku berkembang dengan sangat pesat.

Di kota Palembang sendiri sudah semakin marak remaja yang mengikuti kepopuleran budaya Korea, mulai dari anak SMP, SMA hingga Mahasiswa pun tak lepas dari dampak kepopuleran budaya Korea yang sudah tersebar di Indonesia. Dimulai dari trend *fashion* hingga pembelian CD/DVD dan *Merchandise* dari artis idolanya pun tak ketinggalan. Tidak hanya sebatas remaja yang menyukai budaya Korea ini ketika bertemu dengan sesama penyuka budaya Korea tanpa sadar memiliki keterikatan emosional walaupun belum kenal. Sehingga lama-kelamaan karena rasa solidaritas sesama penyuka budaya Korea ini akhirnya terbentuk sebuah komunitas khusus bagi penggemar atau penyuka budaya Korea yang bisa kesukaan karena musik K-pop, K-Drama hingga *fashion*nya.

Seperti yang terjadi di salah satu Komunitas penggemar Korea bernama *Hansarang Club* Palembang. Yang dimana salah satu anggotanya merupakan seorang

member aktif hingga sekarang. Melalui observasi yang sudah beberapa kali dilakukan oleh peneliti kepada salah satu member komunitas bernama RQ (inisial) dan juga TA (inisial) yang dimana sudah beberapa kali melihat belajar bahasa Korea di komunitas Hansarang.

Dari apa yang peneliti dapatkan RQ dan TA yang sama-sama mempunyai status sebagai mahasiswi aktif di Perguruan Tinggi Negeri di Palembang cukup menyukai budaya Korea, terutama dalam bidang bahasa. Tidak hanya bahasa, namun di bidang musik pun RQ dan TA memiliki ketertarikan. Dalam sedikit wawancara singkat yang dilakukan peneliti kepada RQ dan TA pada tanggal 24 November dan 30 November 2019 lalu, dikatakan bahwa mereka ingin mempelajari bahasa Korea karena adanya rencana jangka panjang yang ingin dilakukan seperti mengikuti beasiswa ke Korea. Ditambah lagi dengan komunitas yang ada di Palembang ini, semakin mereka bisa untuk menyalurkan hobi mereka di dalam *Korean wave*. Berikut ungkapan "RQ" kepada peneliti saat wawancara awal:

> *"Jadi itu pas waktu di wawancara itu berharap-berharap masuk aku karna disini emang kayak belajar, bener-bener belajar bahasa Korea karena aku kayak bener-bener mau belajar karna aku juga mau eeh apasih aku pengen, bukan pengen sih aku mau ikut beasiswa ke Korea gitu."* (Hasil Wawancara dengan "RQ" pada tanggal 24 November 2019 pada pukul 14.00 WIB).

Sementara itu, "TA" yang merupakan salah satu anggota komunitas *Hansarang Club* Palembang menyatakan dengan bergabungnya ke komunitas selain

mempelajari bahasa Korea, juga ingin mempelajari masakan Korea. Berikut ungkapan "TA" kepada peneliti saat wawancara awal:

> *"Karno disitu dak cuman belajar bahasa sih. Belajar budayanyo jugo, belajar masak-masaknyo, maen games kayak itu nah. Jadi dak do eeh apo fokus ke belajar bae. Apolagi untuk belajar masak-masak itu, rasonyo pengen nian cak itu, kapan nunggu-nunggu nian waktunyo yang cooking time itu."* (Hasil Wawancara dengan "T" pada tanggal 30 November 2019 pada pukul 17.30 WIB)

RQ dan TA sendiri juga merasa ada sedikit perubahan di dalam diri mereka setelah mengenal dunia *Korean wave*. Seperti salah satunya adalah menambahnya wawasan mengenai kebudayaan Korea. RQ dan TA sendiri pun mengatakan adanya beberapa kebudayaan yang terasa berbeda antara Korea dan Indonesia. Seperti yang katakan oleh RQ, mengatakan bahwa adanya perbedaan didalam pendidikan antara Indonesia dan Korea. Berikut ungkapan "RQ" kepada peneliti saat wawancara awal:

> *"… Dan aku tuh kan punya temen Korea, nah jadi dia eeh aku sempet nanya gitu kan 'gimana sih kayak cara belajar anak di Korea' gitu kan. Kalo kita kan udah belajar kadang langsung pulang kan gitu kan. Kalo di sini kan, kalo disana nggak. Mereka tuh katanya anak sekolah itu lebih sibuk dari orang dewasa, di Korea. Katanya kalo anak Korea itu biasanya belajar dari jam 8 itu pulang jam 4, jam 4 atau jam 5 ya, nah terus lanjut lagi sampe jam 10 malem."* (Hasil Wawancara dengan "RQ" pada tanggal 30 November 2019 pada pukul 17.30 WIB)

Berbeda dengan RQ, perubahan yang terjadi dengan TA yaitu tidak segan-segan mengeluarkan uang yang cukup banyak untuk menyalurkan rasa penasarannya terhadap yang kekoreaan seperti membeli album, poster, hingga mendaftar sebagai *fansclub* resmi dari idola boyband favoritnya. Berikut ungkapan "TA" terhadap peneliti saat wawancara awal:

> *"Awalnyo sih pengen tau bae album tuh kekmana isinyo oh ternyato ado serunyonyo jugo beli album, pas nak ngeliat dapet isi siapo tuh pasti ado raso tuh 'wah aku dapet isi siapo ye, dapet isi siapo, berharap dapetnya pengen Namjoo' kek itu nah, …, 235 ribu tuh album StrayKids. Tapi album StaryKids tuh emang baru ini sih belinyo karno emang banyak cak itunah isinyo. Sudah tuh besak-besak jugo sih ininyo albumnyo tuh. Kalo yang cak BTS tuh kan kecik-kecik, apolagi dari YG Entertaiment tuh pasti kecik-kecik, perintilannyo jugo pelit dio tuh."* (Hasil Wawancara dengan "TA" pada tanggal 30 November 2019 pada pukul 17.30 WIB)

Karena hal seperti yang dijelaskan di atas, dampak yang diterima oleh remaja adalah terjadinya krisis identitas karena menggandrungi idola sampai menginternalisasikan dalam dirinya dan perilaku di kehidupan sehari-hari. Apalagi di masa remaja inilah terjadi masa transisi atau masa pengalihan dari anak-anak menuju masa dewasa yang sangat rentan terhadap pengaruh perkembangan jaman (Dariyo, 2004). Melalui fenomena *Korean Wave* atau *Hallyu* yang sudah mewabah ini, munculnya rasa khawatir seandainya identitas remaja Indonesia yang seharusnya menjadi penerus bangsa lebih memilih budaya Korea

sebagai identitasnya. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Meidita (2013) yang menyatakan, masuknya berbagai macam produk kultural dari Korea Selatan ini, mengakibatkan para remaja Indonesia mengalami pergesaran dari budaya asli Indonesia kemudian berbalik dan tertarik dalam mempelajari budaya asing yaitu negara Korea.

Berdasarkan observasi dan wawancara peneliti tertarik untuk memahami identitas yang dialami oleh penggemar Korea ini dengan demikian peneliti mengangkat judul tentang *SELF IDENTITY* PADA REMAJA PENGGEMAR KOREAN WAVE (STUDI DESKRIPTIF KOMUNITAS PENGGEMAR KOREA DI PALEMBANG).

1.2 Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Bagaimana gambaran *self identity* pada remaja penggemar *Korean Wave*?

1.2.2 Apa saja faktor yang mempengaruhi *self identity* pada remaja penggemar *Korean Wave*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, ada beberapa tujuan yang ingin di dapat oleh peneliti, yaitu:

1.3.1 Untuk mengetahui gambaran *self identity* pada penggemar *Korean Wave.*

1.3.2 Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi *self identity* pada penggemar *Korean Wave.*

1.4 Manfaat Penelitian

Dari tujuan dilaksanakannya penelitian ini, peneliti mengharapkan ada manfaat hasil penelitian ini, antara lain:

1.4.1 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan memberikan sumbangan informasi dan pengetahuan dalam bidang psikologi sosial mengenai *self identity* dan perilaku sosial penggemar *Korean Wave*. Sehingga dapat diketahui seperti apa gambaran yang terjadi didalam diri penggemar *Korean Wave.* Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan-masukan bagi pengembangan penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperoleh manfaat yang dapat diterapkan dalam kehidupan bermasyarakat, sehingga dapat mengantisipasi *self identity* yang muncul terutama pada remaja dan lebih bijak dalam menghadapi perilaku sosial negative dari penggemar *Korean Wave* terutama di Kota Palembang.

1.5 Keaslian Penelitian

Berkaitan dengan penelitian ini, sebelumnya sudah ada penelitan yang terkait dengan yang akan penulis teliti, diantaranya yang pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh Sella Ayu Pertiwi tahun 2013 dengan judul "Konformitas dan *Fanatisme* Pada Remaja *Korean Wave* (Penelitian Pada Komunitas *Super Junior* Fans Club ELF "*Ever Lasting Friend"*) di Samarinda". Metode penelitan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif yang berbentuk studi kasus dimana pendekatan deskriptif berupa menggambarkan, meringkas kondisi atau situasi. Subjek penelitian 3 orang remaja dengan kategori umur 16-22 tahun. Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana kesesuaian dan fanatisme pada *Korean Wave Teenager*. Hasil dari penelitian ini adalah penyesuaian diri subjek di masyarakat dengan pengaruh akan sebuah

kebudayaan dimasyarakat yang terjadi secara langsung maupun tidak langsung. Subjek sama-sama melakukan konformitas yang berupa pengaruh sosial normatif mendapat teman baru, dukungan dari orang lain, menghindari penolakan, dan sebagainya. Ketika subjek sama-sama berperilaku *fanatisme* yang merupakan suatu perubahan perilaku yang terjadi disebabkan karena terdapat suatu objek untuk disukai. Hasilnya subjek dalam penelitian ini tidak memiliki perbedaan dalam menerima pengaruh dari suatu kebudayaan baru seperti *Korean Wave* dengan melakukan konformitas dan berperilaku fanatik pada objek yang mereka sukai (Sella Ayu Pertiwi, 2013).

Lalu penelitian kedua dilakukan oleh Hatmi Prawita Achsa dan M. Arif Affandi dengan judul "*Representasi Diri Dan Identitas Virtual Pelaku Roleplay Dalam Dunia Maya ('Permainan Peran' Hallyu Star Idol K-Pop Dengan Media Twitter)"* pada tahun 2015. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif 2.0 dengan pendekatan analisis *hacking* untuk meneliti tentang dunia *virtual* dalam *twitter* para pelaku *roleplay*. Subjek penelitian yakni akun *twitter* aktif yang digunakan sebagai sarana untuk melakukan aktivitas *roleplay* dan berinteraksi dengan sesama pelaku *roleplay*. Konsumsi atas budaya K-Pop yang menyebar di Indonesia memunculkan kelompok penggemar yang merupakan bagian paling tampak dari khalayak media da praktik budaya pop. Peran penggemar sendiri ditunjukkan dengan berbagai hal, salah satunya dengan adaya *roleplay* atau permainan peran. Para penggemar bermain peran dengan melibatkan diri mereka untuk menciptakan kedekatan dengan sang idola dengan melakukan *roleplay*. Melalui *roleplay* yang diparodikan,

penggemar merepresentasikan diri, membentuk identitas virtual, da mencoba untuk menuangkan imajinasinya dengan memainkan peran idola seperti yang dilakukan sang idola dalam kehidupan sehari-hari dalam dunia virtual *twitter*. Hasil dari penelitan ini menunjukkan bahwa penggemar melakukan aktivitas *roleplay* dengan merepresentasikan diri dan memberntuk identitas virtual sebagai media untuk melakukan interaksi, pelepasan diri, dan memberikan akan hasrat fanatisme terhadap sang idola dan menjadikan dirinya untuk memenuhi kebutuhan dan mampu meraih potensi yang diinginkan secara penuh dengan merepresentasikan diri dan membuat identitas virtual baru dalam dunia maya (Hatmi Prawita Achsa, M. Arif Affandi, 2015).

Adapun penelitian berikutnya dilakukan oleh Alumni Fakultas Psikologi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa dan Staf Pengajar Fakultas Psikologi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa yaitu Muhammad Ali Husni dan Indriyati Eko P. pada tahun 2013 dengan judul penelitian *"Identitas Diri Ditinjau Dari Kelekatan Remaja Pada Orang Tua Di SMKN 4 Yogyakarta"*. Dimana tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui identitas diri ditinjau dari kelekatan remaja pada orang tua di SMKN 4 Yogyakarta. Jumlah sampe yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 130 siswa dari kelas X SMK Negeri 4 Yogyakarta dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasi *product moment pearson* dan *independent sample t test*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara kelekatan pada orang tua terhadap identitas

diri pada remaja di SMKN 4 Yogyakarta. Dalam uji korelasi ada variable kekelakatan remaja terhadap identitas diri remaja, terdapat korelasi yang signifikan positif. Hal ini bisa dilihat dari nilai koefisien r=0,599 dengan nilai p=0,000 (p<0,05). Untuk variable identitas diri antara remaja putri dan putra tidak terdapat perbedaan antara keduanya. Hal ini bias dilihat dengan nilai sig t 0,211 yang berarti >0,005 (Muhammad Ali Husni, Indriyati Eko P., 2013).

Menurut peneliti, sejauh ini penelitian masih belum menemukan kesamaan dengan penelitian terdahulu. Dimana penelitian lebih mengarah untuk mengetahui identitas diri yang terjadi terhadap remaja penggemar *Korean Wave* dan peneliti menggunakan pendekatan penelitian deskriptif. Lalu dilihat dari subjek yang digunakan oleh peneliti disini menggunakan remaja yang tergabung didalam komunitas K-pop serta waktu dan tempat penelitian pun berbeda. Tentunya berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dimana menggunakan subjek siswa ataupun seseorang didalam dunia virtual. Berdasarkan penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa tema penelitian yang diangkat oleh peneliti tidak terdapat kesamaan dengan penelitian sebelumnya.