

# FENOMENA FASHION K-POP SEBAGAI PEMBENTUK IDENTITAS DIRI REMAJA DI CIKUPA, BANTEN.

I Komang Dharma Yoga<sup>1)</sup>, Nazrina Zuryani<sup>2)</sup>, Wahyu Budi Nugroho<sup>3)</sup> <sup>1,2,3)</sup> Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana Email : [ikomangdharmay@gmail.com](mailto:ikomangdharmay@gmail.com) <sup>1</sup>, [nazrinazuryani@unud.ac.id](mailto:nazrinazuryani@unud.ac.id) <sup>2</sup>, [wahyubudinug@yahoo.com](mailto:wahyubudinug@yahoo.com) <sup>3</sup>

## ABSTRACT

*The hallyu wave that entered Indonesia has increased teenagers' interest in music, movies/dramas and idols to Korean fashion. Teenagers' interest in K-Pop fashion indirectly makes it a self-identity that is known in the social environment and to recognize themselves. This study analyzes the phenomenon of K-Pop fashion on the formation of self-identity in adolescents in Cikupa, Banten with a qualitative approach method with descriptive-explanatory data. The theoretical analysis used in this research as a scalpel is Stuart Hall's Identity theory. The results of this study reveal that teenager in Cikupa, Banten who use K-Pop fashion can form self-identity through the introduction of enlightenment subjects known in the social environment and recognize themselves. Through sociological subjects when interacting there is recognition when using K-Pop fashion in their social environment indirectly or directly believing in their identity for teenagers in Cikupa, Banten. Postmodern subjects know that the background of teenagers using K-Pop fashion is influenced by the globalization process because they can easily choose or adopt what they like. K-Pop fashion can shape self-identity in adolescents who are identical as their characteristics in their social environment. There are opportunities in the fashion industry that can be used as K-Pop fashion as a reference or elaborated using materials/models that carry the richness of Indonesian culture that are elaborated in K-Pop-style fashion to attract teenagers and K-Pop fandom.*

**Keyword:** *K-Pop fashion, teenagers, self-identity, hallyu.*

## 1. PENDAHULUAN

Globalisasi adalah proses sosial, politik, ekonomi, dan budaya yang menyatukan seluruh masyarakat dunia. Kemunculan globalisasi tidak terlepas dari pesatnya perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi (Surahman, 2013: 28). Lebih lanjut, beberapa orang menyebutkan proses tujuan dari globalisasi sebagai upaya menyatukan dan menyeragamkan masyarakat dunia baik secara ekonomi, politik, dan budaya.

Oleh karenanya, globalisasi dapat dikaji lebih jauh melalui tiga pendekatan yakni sistem dunia, masyarakat global, serta budaya global (Nugroho, 2021: 109). Upaya

penyatuan dan penyeragaman globalisasi secara budaya dapat dilihat dari muatan 3F yang terdapat dalam globalisasi, yaitu *Food* (makanan), *Fun* (hiburan) dan *Fashion* (mode). *Food* digambarkan dengan hadirnya varian makanan-makanan restoran cepat saji seperti *Kentucky Fried Chicken* (KFC) atau *McDonald's* dengan menawarkan cita rasa global (Barat). *Fun* digambarkan dengan hadirnya hiburan berupa dalam bentuk film-film produksi *Hollywood* seperti Film James Bond-007, *Music Television* (MTV).

*Fashion* hadir berbarengan dengan keterlibatannya dalam penayangan tren pakaian yang terkandung pada film-film

*Hollywood* maupun *MTV* (Nugroho, 2021: 109-110). Dengan dorongannya teknologi informasi dan komunikasi membuat penyebaran arus globalisasi menjadi begitu cepat dalam tren *fashion*. *Fashion* barat dapat dikatakan berhasil menjadi *trendsetter* dalam hal *fashion*.

Hal ini terlihat dari gaya berpakaian yang menjadi tren di berbagai negara belahan dunia. Beberapa tren gaya berpakaian seperti *grunge*, *hipster*, *emo* dan *indie* sampai saat ini masih terlihat eksis. Setiap negara seakan berlomba-lomba menunjukkan tren *fashion*nya agar mendunia. Budaya pop secara sosiologis merupakan budaya yang sedang tren, banyak diminati dan cepat berganti (Ri'aeni, 2019: 2). Salah satu budaya yang tengah populer dan mempengaruhi diberbagai Negara yakni budaya pop Korea atau dikenal dengan sebutan *Hallyu* atau *Korean Wave*. *Hallyu* atau *Korean Wave* adalah istilah ini yang diberikan untuk budaya pop Korea Selatan yang tersebar secara global di berbagai negara di dunia, termasuk di Indonesia (Shim, dalam Putri dkk, 2019: 69).

*Hallyu* atau *Korean Wave* belakangan ini masih ramai dibicarakan beberapa dekade di Indonesia. Di Indonesia sendiri, penyebaran budaya pop dari Korea Selatan dimulai sejak tahun 2002 setelah Piala Dunia Korea Selatan dan Jepang (Putri dkk, 2019: 69). Setelah itu, diperkenalkannya drama seri dari Korea Selatan atau disebut dengan *K-Drama*. Hal ini secara perlahan mengubah selera dan paradigma anak-anak hingga orang dewasa ataupun masyarakat luas. Budaya tersebut sudah masuk ke

berbagai lini kehidupan masyarakat dan memiliki pengaruhnya cukup signifikan, mulai dari *fashion*, *lifestyle*, musik, film dan drama (Valentina & Istriyani, 2013: 72).

*Fashion* Korea Selatan di tanah air mulai mendominasi dan perkembangan *fashion* Korea Selatan ini ditandai dengan adanya toko-toko yang menjual aksesoris, kosmetik, pakaian maupun lainnya. Belakangan ini tren menggunakan *fashion* Korea Selatan, dapat dilihat dalam bagaimana remaja begitu mengidolakan penampilan artis Korea Selatan yang memiliki wajah yang menarik, kulit putih dan bersih dan mempunyai badan yang tinggi sehingga meniru gaya *fashion* idola mereka (Poetri, Ranteallo & Zuryani, 2015: 6). Lambat laun, budaya Korea Selatan akhirnya terbentuk dan dijadikan sebagai identitas diri mereka melalui *fashion* yang digunakan dalam menjalani kehidupan sehari-harinya.

Para remaja yang begitu menyukai idolnya yang mereka lihat melalui media sosial jadikan sebagai seorang figur untuk *role model* dalam gaya berpakaian mereka. *Fashion* dapat dikatakan sebagai salah satu hal memiliki peranan penting dalam menciptakan identitas diri bagi para remaja (Pane, 2018: 2). Dengan adanya *fashion* K-Pop ini memungkinkan para remaja dapat dikenal dan dianggap dalam menjalani kehidupan bersosialnya dengan ber-ciri khas gaya berpakaian mereka.

Di Kecamatan Cikupa terdapat kawasan yang dikenal dengan CitraRaya Tangerang yang merupakan salah satu

regional business center atau sebagai wilayah pusat bisnis di Kabupaten Tangerang. Munculnya Mall Ciputra Tangerang yang didalamnya terdapat beberapa toko pakaian yang menjual pakaian yang bernuansa *fashion K-Pop*. Baik didalam maupun diluar Mall hadirnya tempat makan yang berkonsepkan khas Korea Selatan seperti *Nae Gohyang Korea Food* atau kedai kopi *Kopi Chuseyo Citraraya* yang mengangkat konsep *K-Pop Hub* sebagai wadah perkumpulan bagi para penggemar *K-Pop* untuk menyalurkan kegemarakan mereka terhadap *K-Pop*. Hal tersebut, secara tidak langsung sebagai tempat wadah serta mendorong para remaja untuk dapat mengekspresikan kesukaan mereka terhadap *K-Pop*, dengan melalui *fashion K-Pop* yang digunakannya terlihat berbeda dan menjadi sebuah identitas diri mereka di lingkungan sosialnya. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti memutuskan untuk menuangkan hal tersebut dalam penelitian yang berjudul “Fenomena Fashion K-Pop Sebagai Pembentuk Identitas Diri Remaja di Cikupa, Banten”.

## 2. KAJIAN PUSTAKA

Dalam penelitian “Fenomena Fashion K-Pop sebagai Pembentuk Identitas Diri Remaja di Cikupa, Banten”, peneliti memerlukan peninjauan terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang sekiranya memiliki topik yang berkaitan agar dapat menjadi pembanding untuk memperlihatkan orisinalitas penelitian ini.

Penelitian pertama yang ditulis oleh Arif Rahman Hakim, dkk (2021) yang berjudul

“Pembentukan Identitas Diri pada K-Popers”. Penelitian ini membahas mengenai pembentukan identitas diri yang dapat dibentuk dan dipengaruhi oleh budaya, yakni budaya *K-Pop* seperti barang-barang yang berkaitan dengan *K-Pop*. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa pembentukan identitas diri dapat dipengaruhi dari faktor lingkungan sosial, kelompok acuan dan tokoh idolanya.

Penelitian kedua yang ditulis oleh Ara Lalitya dan Heni Indrayani (2019) yang berjudul “Pembentukan Identitas Diri pada Komunitas Light Galaxy di Semarang”. Penelitian ini membahas tentang budaya Korea Selatan (*K-Pop*) yang populer di Indonesia dan banyak digemari di kalangan remaja sampai dengan adanya komunitas yang di kenal Komunitas Light Galaxy merupakan komunitas *dance cover* yang berada di Semarang yang diliat bahwa adanya proses pembentuk identitas diri pada komunitas tersebut.

Penelitian ketiga yang ditulis oleh Dessy Monica Pane (2018) yang berjudul “*Fashion* sebagai Penciptaan Identitas Diri Remaja di Kota Denpasar”. Penelitian ini berfokus pada identitas diri yang dibangun oleh *fashion*, akan tetapi sifatnya pengelabuan sebab hanya mengandalkan simbol-simbol untuk dapat menjebak masyarakat kedalam gaya hidup yang konsumtif.

Penelitian keempat yang ditulis oleh Citra Nuranisa (2015) berjudul “Pembentukan Identitas Penggemar melalui Media Baru”. Penelitian tersebut berfokus

untuk mengetahui dengan kehadiran K-pop di Indonesia melalui media baru sebagai bentuk globalisasi musik melalui media yang dapat membentuk identitas diri pada remaja penggemar musik *K-pop*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran dari media baru sangat berkontribusi dalam membentuk identitas diri para remaja penggemar musik *K-Pop*.

Penelitian tersebut memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan Arif Rahman Hakim, dkk (2021), Ara Lalitya dan Heni Indrayani (2019), Citra Nuranisa (2015) yaitu mengenai fenomena budaya Korea Selatan (*K-Pop*) dalam pembentukan identitas diri pada remaja. Akan tetapi, terdapat perbedaan penelitian sebelumnya dari Dessy Monica Pane (2018) yaitu fokus penelitian pada *fashion* secara umum tetapi sama dalam halnya pembentukan identitas pada remaja. Maka, secara keseluruhan dalam penelitian sebelumnya terdapat perbedaan dari segi subjek, lokasi, waktu dan teori yang digunakan dalam penelitian. Sedangkan perbedaan dari penelitian ini dengan yang lainnya, penelitian ini akan mencari tahu relasi antara fenomena *fashion K-Pop* dan identitas diri dimana belakangan ini *fashion K-Pop* mulai di gandrungi di kalangan remaja yang secara langsung maupun tidak langsung hal tersebut mempengaruhi sebagai pembentuk identitas diri pada remaja di Cikupa, Banten.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori identitas yang dikemukakan oleh Stuart Hall. Dalam pandangannya mengenai identitas, dikarenakan proses perubahan zaman yang

terjadi mengubah masyarakat modern pada akhir abad ke 20 yang membuat identitas telah terbagi mengenai pemahaman identitas baik sebagai identitas pribadi dan perasaan tentang dirinya sendiri melekat (Hall, et al. 1992: 274). Maka, Stuart Hall dalam karyanya yang berjudul *The Question of Cultural Identity* (1992: 275), berpendapat mengenai konsep identitas terdapat tiga konsep identitas, yakni subjek pencerahan, subjek sosiologis, dan subjek post-modern. Selain itu, Stuart Hall dalam karya lainnya yang berjudul *Cultural Identity and Diaspora* (1990: 223), menjelaskan bahwa identitas dibagi menjadi dua, yaitu identitas sebagai sebuah wujud (*identity of being*) dan identitas sebagai proses (*identity of becoming*). Dalam identitas sebagai sebuah wujud merupakan identitas asli yang dibentuk atas berdasarkan persamaan latar belakang sejarah dan budaya dalam kelompok masyarakat. Sedangkan identitas sebagai proses merupakan identitas individu dapat berubah seiring berjalannya waktu atau dapat memposisikan dirinya pada lingkungan sosialnya. Dengan perubahan zaman yang terjadi dikarenakan adanya proses globalisasi, terlihat budaya populer Korea Selatan (*Korean wave* atau *K-Pop*) yang telah masuk ke Indonesia dan digemari berbagai kalangan usia, salah satunya remaja.

Tidak terlepas dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini. Secara perlahan pengaruhnya budaya pop Korea Selatan mengubah selera serta paradigma anak remaja di Cikupa, Banten dalam hal gaya hidup, musik, film hingga

*fashion* itu sendiri. *Fashion K-Pop* yang mulai digemari dan menjadi referensi gaya berpakaian mereka yang tidak terlepas kesukaannya terhadap idola mereka yang menjadi *role model* gaya berpakaian mereka. Hal tersebut secara tidak langsung mengubah mengenai pemahaman atas identitas dirinya. Hal ini bila dikaitkan, pada konsep identitas dari Stuart Hall tersebut dapat menjadi acuan tambahan bagi peneliti untuk memperkuat analisis terkait, fenomena *fashion K-Pop* yang terjadi di Cikupa, Banten, ingin mengetahui apakah adanya hubungan pembentukan identitas diri dengan *fashion K-Pop* yang digunakan oleh remaja di Cikupa, Banten dapat membentuk identitas dirinya. *Fashion* yang tidak terlepas sebagai bentuk ekspresi atau identitas diri bagi setiap individu.

### **3. METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-eksplanatif, sangat penting digunakan karena dapat memberikan penjelasan terkait hubungan antara *fashion* Korea Selatan dengan pembentukan identitas diri pada remaja di Cikupa, Banten. Kemudian, lokasi penelitian ini terletak di Kecamatan Cikupa, Kabupaten Tangerang, Banten.

Alasan pemilihan lokasi ini dikarenakan salah satu lokasi yang menjadi pusat bisnis hiburan di Kabupaten Tangerang seperti adanya Mall, tempat rekreasi keluarga, toko-toko pakaian, elektronik dan kuliner. Tidak jarang adanya perpaduan budaya yang ada pada lokasi tersebut seperti budaya Korea Selatan.

Dalam penelitian ini, menggunakan jenis data yang terbagi menjadi dua jenis data, yaitu jenis data kualitatif sebagai data utama dan data kuantitatif sebagai data pelengkap.

Kemudian, informan kunci adalah para remaja yang telah mengikuti dan menggunakan *fashion K-Pop* di Kecamatan Cikupa, Kabupaten Tangerang, Banten. Informan utama dalam penelitian ini adalah individu ataupun seseorang mewakili kelompok yang mengetahui dan mengikutin perkembangan budaya Korea Selatan di Kecamatan Cikupa, Kabupaten Tangerang, Banten. Selanjutnya pada informan pelengkap pada penelitian ini adalah mereka yang hanya sekedar mengikuti tren yang lagi naik daun dan hanya sedikit mengetahui budaya Korea Selatan dan sempat mengikuti maupun menggunakan *fashion*, aksesoris yang bernuansa *K-Pop* serta pemilik toko pakaian atau butik.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis sebab tujuan dari penelitian untuk mendapatkan data penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam memperoleh data penelitian yakni observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, analisis data dan yang terakhir adalah penarikan kesimpulan.

## **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

Cikupa adalah sebuah wilayah kecamatan yang terletak di Kabupaten Tangerang, Banten. Kabupaten Tangerang

yang telah lama menyandang predikat sebagai daerah sentra industri. Wilayah Kecamatan Cikupa memiliki luas 43,407 km<sup>2</sup> atau sekitar 4,45 persen dari luas total wilayah Kabupaten Tangerang.

Letak Kecamatan Cikupa yang di apit oleh Kecamatan Curug dan Kota Tangerang yang terletak bagian timur, untuk Kecamatan Panongan terletak bagian selatan, Kecamatan Panongan terletak bagian selatan, Kecamatan Balaraja dan Kecamatan Tigaraksa terletak bagian barat, dan Kecamatan Pasar Kemis dan Kecamatan Sindang Jaya terletak bagian utara. Setiap kecamatan memiliki potensi ekonomi antara lain sektor industri, *real estate*, perdagangan, jasa, dan kuliner.

Dikarenakan dari perkembangan di wilayah tersebut yang begitu sangat pesat, terlihat dari adanya kawasan komersil Citra Raya menghadirkan pertokoan dan perumahan dengan gaya *modern* (barat) serta makanan dan minuman dari luar negeri seperti *Japanese food*, *Chinese food*, *Western food*, dan *Korean food* yang terlihat di kawasan tersebut. Selain itu adanya Mall menjadi salah satu bentuk pusat perbelanjaan di Citraraya yang di mana sebagai pusat perbelanjaan seperti *fashion*, *film*, *games center*, dan *fast food* hadir didalamnya.

Munculnya berbagai pertokoan yang berkonsepkan luar negeri seperti Korean atau Korea Selatan (*Korean Wave*), hadirnya kurang lebih enam (6) tempat makanan yang berkonsepkan khas Korea Selatan (*Korean Food*) di kawasan komersil

Citra Raya dan kurang lebih juga tiga (3) toko pakaian yang terdapat dilantai 2 dan 3 di Mall Ciputra Tangerang menjual pakaian yang berciri khas fashion K-Pop serta hadirnya Mall Ciputra Tangerang pun memungkinkan menjadi tempat ruang pertemuan berbagai budaya yang menjadi budaya baru. Hal ini secara tidak langsung berdampak positif pada bidang ekonomi yang berjalan di masyarakat serta menaikkan pemasukan Kecamatan Cikupa

#### **4.2 Korean Wave di Kecamatan Cikupa**

Banyak faktor yang mendorong budaya pop Korea Selatan masuk ke Indonesia hingga ke dalam kehidupan masyarakat, terutama dikalangan remaja. Faktor-faktor pendorong masuknya budaya pop Korea Selatan yang diterima serta dinikmati oleh kalangan remaja, salah satu faktornya yaitu Globalisasi.

Bila globalisasi dilihat dari kacamata budaya adanya unsur muatan 3F yang terdapat didalam globalisasi, yaitu *Food* (makanan), *Fashion* (mode), dan *Fun* (hiburan). Dengan adanya dukungan dari teknologi informasi dan komunikasi proses globalisasi terhadap fenomena *Korean Wave* di Kecamatan Cikupa yang terdapat di Citraraya Cikupa menjadi berkembang begitu pesat hingga masuk ke dalam kehidupan masyarakat.

Hadirnya makanan (*Food*) yang berunsur Korea Selatan. Jika dilihat secara konsep tempat maupun cita rasa makanan yang berkhas Korea Selatan seperti salah satu tempat makan yang menyediakan makanan berkhas Korea Selatan di

Citraraya Cikupa, yakni *Nae Gohyang Korean Food* yang menjual makanan khas Korea Selatan contoh *Bimbimbap*, *Kimbab*, *Kimchi*, *Gimchijjigae*, dan masih banyak hal lainnya. Selain itu, adapun Kopi Chuseyo merupakan kedai kopi yang bertemakan konsep Korea Selatan dan mengangkat konsep *K-Pop Hub* yang dimana sebagai wadah bagi para penggemar *K-Pop* untuk menyalurkan kegemaran mereka. Kopi Chuseyo Citraraya yang sempat menyelenggarakan acara buka bersama dan nonton bareng *Exo Clock Fanmeeting 2023*.

Hadirnya bioskop di Citraraya Cikupa, yakni *CGV (Cultural, Great, and Vital)* merupakan perusahaan bisnis bioskop multiplex terbesar di Korea Selatan dan memiliki beberapa cabang di berbagai negara, salah satunya di Indonesia. Penayangan film Korea selatan di *CGV Citraraya Cikupa* seperti *My Puppy (2023)*, *Soulmate (2023)*, dan *Men of Plastic (2023)* hal ini membuat menarik banyak para penonton masyarakat di berbagai kalangan usia bagi penikmat film Korea Selatan yang tinggal di kecamatan Cikupa dan sekitarnya.

Selanjutnya, bila melihat dari konsep mode (*Fashion*) terdapat adanya area *Citra Raya Square 1 & 2* yang merupakan salah satu area pusat perbelanjaan yang menyediakan barang-barang seperti elektronik, pakaian, dan *lifestyle*.

Adapun beberapa *outlet* pakaian yang menyediakan gaya berpakaian Korea Selatan (*Korean style*) seperti *crop top*, *dress*, *sweater*, *pastel look oversized*. Hal tersebut menjadi daya tarik bagi masyarakat termasuk para remaja pecinta Korea

(*Korean Wave*) untuk membeli pakaian yang mereka sukai. Dengan adanya proses globalisasi yang didorong perkembangan teknologi informasi dan komunikasi serta kawasan komersil Citraraya tampak muncul terlihat fenomena *Korean Wave* yang telah masuk ke kehidupan masyarakat sekitar.

Masuknya budaya Korea Selatan telah menarik minat para remaja di Cikupa, Banten yang terlihat dari *fashion K-Pop* yang digunakannya. Hal tersebut, tampak terlihat dari beberapa remaja di Cikupa, Banten yang peneliti temui menggunakan *fashion K-Pop* dalam aktivitas sehari-harinya seperti perempuan yang memadu-padakan penggunaan hijab, sedangkan dalam budaya Korea Selatan sendiri jarang terlihat penggunaan hijab.

Oleh karena itu, *Fashion* itu sendiri merupakan bentuk atau wujud dari suatu kebudayaan dan sebagai wujud identitas diri bagi setiap individu yang menjadi ciri khasnya tersendiri di lingkungan sosialnya.

#### **4.3 Fashion K-Pop sebagai Pembentuk Identitas Diri Remaja di Cikupa, Banten**

Identitas diri bagi setiap individu memiliki arti peranan yang penting dalam kehidupan sosial atau lingkungan sosialnya. Hal ini berkaitan dengan identitas diri yang menggambarkan atau sebagai bentuk ekspresi dirinya sendiri yang akan menampilkan atau menentukan dirinya di lingkungan sosial (Karina, 2014: 4). Dalam pembentukan identitas diri tidak terlepas berkaitan dengan usia, masa usia remaja akhir menjadi hal yang menentukan terbentuknya identitas dirinya, sebab ketika ia telah menyelesaikan tugas akhirnya

dalam menghadapi krisis identitas yang kemudian suatu identitas diri yang stabil akan terbentuk pada saat masa akhir remajanya (Hakim, dkk., 2021: 19).

Dalam proses pembentukan identitas selain dari adanya dalam dirinya, adapun berbagai faktor yang memengaruhi bersumber dari luar dirinya atau kata lainnya dari lingkungan sosialnya (Crossley, 2000; Thoits, 2013; Hakim, dkk., 2021: 19). Maka hal ini dapat berkaitannya *fashion K-Pop* dengan pembentukan identitas diri pada remaja di Cikupa, Banten, bahwa saat ini dengan perkembangan zaman serta adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dapat dengan mudah para remaja menerima, mengenal dan mencari tau mengenai budaya antar negara.

Beberapa remaja di Cikupa, Banten yang sudah menggunakan *fashion K-Pop* menjelaskan pengalamannya ketika memilih menampilkan atau memposisikan maupun menciptakan identitas diri mereka saat menggunakan *fashion K-Pop* di lingkungan sosialnya yang menyatakan bahwa *fashion K-Pop* memiliki peranan dalam pembentukan identitas dirinya, dikarenakan ketika saat mereka menggunakannya dalam kegiatan kesehariannya, berawal dari adanya sebuah interaksi bersama temannya yang dianggap atau dikenal sebagai orang yang suka dengan *fashion K-Pop* atau suka dengan *K-Pop*.

Dengan adanya *fashion K-Pop* ini, remaja di Indonesia telah berlangsung hampir satu dasawarsa berakibat ekspresi identitas mewujudkan secara total (Poetri,

Ranteallo & Zuryani, 2015: 5). Sehingga identitas pencerahan muncul, sebab dengan apa yang ia gunakan saat ini serta adanya sebuah interaksi saat dilingkungan sosialnya itu, apa yang digunakannya mendapatkan suatu pengakuan secara identitas sosiologis. Hal itu yang dapat dikatakan sebagai dukungan dari luar atau lingkungan sosialnya. Hal tersebut membuat identitas yang sifatnya imajinatif yang secara menyeluruh atau dapat dikatakan diimajinasikan baik di luar maupun di dalam diri seseorang secara keutuhan yang secara tidak langsung meningkatkan rasa percaya diri pada individu seperti apa yang dikatakan oleh para remaja di Cikupa, Banten yang menggunakan *fashion K-Pop* tersebut.

Remaja di Cikupa, Banten yang menggunakan *fashion K-Pop* sebagai pembentukan identitas dirinya, melalui *fashion K-Pop* ini mereka dapat mewujudkan maupun menampilkan dan memposisikan dirinya di lingkungan sosial karena melalui *fashion K-Pop* ini sebagaimana mereka menggambarkan atau sebagai bentuk ekspresi terhadap identitas dirinya. Maka hubungannya terhadap hal tersebut, bagaimana mereka telah diwakili dan berkaitan dengan bagaimana mereka dapat mewakili diri mereka sendiri (Hall & du Gay, et al. 1996: 4).

#### **4.3.1 Tiga Konsep Identitas dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja di Cikupa, Banten**

Dalam konsep identitas Stuart Hall, pada proses perubahan zaman yang bertransformasi mengubah masyarakat modern pada akhir abad ke 20, membuat



identitas telah terfragmentasi mengenai identitas baik dari identitas pribadi dan perasaan tentang dirinya sendiri sebagai subjek yang terintegrasi (Hall, et al. 1992: 275). Maka konsep identitas terbagi menjadi tiga, sebagai berikut:

### **1. Subjek Pencerahan**

Pada subjek pencerahan ini yang didasarkan pada hal pandangan mengenai manusia sebagai individu yang pribadi memiliki suatu identitas pada dirinya yang sepenuhnya menyatu, memiliki kapasitas berpikir, kesadaran, dan tindakan. Identitas seseorang adalah khas yang menjadikan suatu identik pada dirinya sendiri.

Dalam hal ini bila di gambarkan remaja yang menggunakan *fashion K-Pop* yang berpikir mereka melihat dan merasa cocok saat menggunakan *fashion K-Pop* tersebut, lalu dengan tindakannya yang di mana saat menggunakannya atas dasar kesadarannya sendiri sebagai individu yang di mana atas suka dan cocok dengan *fashion K-Pop*.

### **2. Subjek Sosiologis**

Dalam subjek sosiologis, identitas tidak lagi dipandang menjadi individu yang menyatu utuh dan terpusat, tetapi dipandang melalui dimediasi individu dan masyarakat. Hall memandang identitas melalui kacamata interaksionisme simbolik yang di mana menjadi penghubung yang mengatasi perbedaan antara 'di dalam' dan 'di luar' atau antara dunia pribadi dan dunia

sosial (Hall, et al. 1992: 276). Dalam perspektif teori interaksionisme simbolik, identitas individu terbentuk melalui sebuah interaksi antara individu (diri) dan masyarakat.

Beberapa informan menunjukkan hal yang serupa bahwa ada pengaruhnya ketika para remaja menggunakan *fashion K-Pop* dalam kegiatan kesehariannya saat berinteraksi bersama temannya atau dengan orang lain dan mendapatkan respon tersebut. Secara sadar maupun tanpa sadar mereka merefleksikan pemahamannya tentang siapa dirinya atau mencerminkan reaksi orang lain terhadapnya. Hal ini membuat identitas individu (diri) terbentuk dari adanya interaksi.

### **3. Subjek Pos-modern**

Pada subjek post-modern ini, Stuart Hall, et al (1992 :277), memandang bahwa individu tidak memiliki identitas yang tetap, esensial, atau sulit bagi individu untuk dapat mempertahankan suatu tentang pemahaman diri yang menyatu utuh dan terpusat.

Hal ini, tampak terlihat dari beberapa remaja yang menunjukkan kebingungan atau ketidaktauannya mengenai pemahaman atas dirinya yang utuh, karena untuk mempertahankan suatu pemahaman akan diri yang utuh agaknya sulit dipertahankan sebab adanya sebuah proses perubahan baik dalam diri maupun di luar. Sebab, dalam diri

individu terdapat identitas yang saling bertentangan, menarik diri ke arah yang berbeda karena pada subjek ini memandang identitas secara historis dalam artian subjek mengadopsi identitas yang berbeda pada waktu yang berbeda.

#### **4.3.2 Identitas sebagai Wujud dan Identitas sebagai Proses dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja di Cikupa, Banten**

Para remaja di Cikupa, Banten memiliki atau terlihat adanya persamaan latar belakang sejarah yang sama dan budaya dalam kelompok masyarakat jika dilihat dari sejak lahir atau dari tempat mereka tinggal yang terdapat kesamaan dalam budaya maupun latar belakang sejarahnya sebagai 'satu bangsa'. Maka, bila halnya dilihat sebagai 'satu bangsa' yang digambarkan melalui *fashion* seperti halnya para remaja di Cikupa, Banten yang menggunakan pada batik maupun kebaya atau kain tenun yang digunakan dalam acara atau kegiatan tertentu.

Maka para remaja di Cikupa, Banten yang menggunakan *fashion K-Pop* dikatakan sebagai identitas sebagai proses (*identity of becoming*), sebagaimana ketika mereka memilih menggunakan *fashion K-Pop* untuk digunakan dalam kegiatan keseharian di lingkungan sosialnya yang dikarenakan mereka suka dengan *fashionnya* maupun karena idola yang disukai menggunakan *fashion* tersebut, maka mereka terinspirasi atau terdorong untuk menerapkan *fashionnya* di kegiatan kesehariannya.

Oleh karena itu, identitas diri individu dapat berubah atau ditentukan seiring berjalannya waktu yang dipengaruhi oleh adanya proses globalisasi yang dalam bentuk *fashion K-Pop* yang dapat mempengaruhi identitas diri pada remaja di Cikupa, Banten atau ketika mereka memposisikan dirinya pada lingkungan sosialnya melalui *fashion K-Pop* yang menjadikan ciri khasnya tersendiri.

## **5. KESIMPULAN**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai *Fenomena Fashion K-Pop Sebagai Pembentuk Identitas Diri pada Remaja di Cikupa, Banten*, penulis menarik kesimpulan dengan adanya fenomena *fashion K-Pop* saat ini yang mengarahkan bahwa adanya hubungan *fashion K-Pop* terhadap pembentukan identitas diri remaja di Cikupa, Banten. Tampak terlihat dari banyak minat masyarakat termasuk para remaja di Cikupa, Banten yang tertarik dengan *Korea Wave* dikarenakan ketertarikannya terhadap *idol*, musik, film/drama, hingga *fashionnya*.

Media sosial menjadi hal utama yang mendorong para remaja untuk mempermudah mencari tau mengenai perkembangan *idol* hingga *fashion K-Pop* itu sendiri. Kemudian, membuat para remaja di Cikupa, Banten menggunakan *fashion K-Pop* yang digunakan dalam kegiatan kesehariannya di lingkungan sosialnya yang tanpa mereka sadari hal itu membentuk identitas dirinya. Hal ini, dikarenakan ketika para remaja di Cikupa, Banten menggunakan *fashion K-Pop* dalam kegiatan kesehariannya adanya pandangan

pengakuan yang dikenal di lingkungan sosialnya, yaitu di dapat dari adanya hubungan interaksi. Kemudian, hal ini berkaitannya juga dapat meningkatkan rasa percaya diri pada setiap individu yang menggunakan *fashion K-Pop* tersebut.

Dalam teori identitas, Stuart Hall menjelaskan tiga konsep identitas, yakni subjek pencerahan, subjek sosiologis, subjek post-modern. Dalam hal ini bentuk identitas diri pada remaja di Cikupa, Banten yang menggunakan *fashion K-Pop* masuk kedalam bentuk identitas pada subjek pencerahan, subjek sosiologis dan subjek post-modern. Maka, identitas diri pada remaja di Cikupa, Banten yang menggunakan *fashion K-Pop* adalah identitas sebagai proses dimana tidak menutup kemungkinan dengan seiring berjalannya waktu membentuk identitas dirinya sebagai individu yang identitas dirinya saat memosisikan dirinya yang dikenal di lingkungan sosial atau mengenali dirinya sendiri sebagai identitas individu yang memiliki ciri khas sendiri dengan terwujudnya melalui *fashion K-Pop* tersebut.

## 6. Daftar Pustaka

### Buku:

- Anggito Albi, & Johan Setiawan. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak.
- Charles, Taylor. 1994. *Multiculturalism: Expanded Paperbac Edition*. Jerman: Princeton University Press.

- Hall, Stuart & Paul du Gay. 1996. *Questions of Cultural Identity*. London: SAGE Publications Ltd.
- Hall, Stuart, David Held, Anthony G. McGrew. 1992. *Modernity and Its Futures*. London: Polity Press in Association with The Open University.
- Hall, Stuart. 1990. *Cultural Identity and Diaspora*. London: Lawrence & Wishart.
- Lawler, Steph. 2021. *Identitas: Perspektif Sosiologis*. Yogyakarta: Cantrik Pustaka.
- Moleong, Lexy. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: RemajaRosdakarya.
- Nugrahani, Farida. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Solo: Cakra Books.
- Nugroho, Wahyu Budi. 2021. *Sosiologi Kehidupan Sehari-hari*. Yogyakarta: Pustaka Egaliter.
- Rahmaniah, Aniek. 2012. *Budaya dan Identitas*. Sidoarjo: Dwiputra Pustaka Jaya.
- Silalahi, Ulbwe. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sutinah & Bagong Suyanto. 2017. *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

### Jurnal:

- Anggraini, C. 2018. Memakai Harajuku Style: Brand-brand Lokal dan Street Style di Jepang. *Lensa Budaya: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Budaya*, 13(2).
- Adawiyah, D. P. R. 2020. Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135-148.
- Dewi, Y. S. 2017. Arus Urbanisasi dan Smart City. In *Proseding Seminar Nasional Inovasi Teknologi*, 21-27.
- Faizah, A. 2021. Ambivalensi Identitas dalam Novel *Black Bazar* karya Alain Mabanckou. *Jurnal Bahasa dan Sastra*, 9(2), 79-97.

- Hakim, A. R., Mardiyah, A., Novtadijanto, D. M. I., Nurkholifah, N., Ramdani, Z., & Amri, A. 2021. Pembentukan Identitas Diri pada Kpopers. *Motiva: Jurnal Psikologi*, 4(1), 18-31.
- Indrayani, H. 2019. Pembentukan Identitas Diri Pada Komunitas Light Galaxy di Semarang. *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 176-189.
- Kaharuddin, K. 2021. Kualitatif: Ciri dan Karakter Sebagai Metodologi. *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, 9(1), 1-8.
- Kaparang, O. M. 2013. Analisa Gaya Hidup Remaja Dalam Mengimitasi Budaya Pop Korea Melalui Televisi. *Acta Diurna Komunikasi*, 2(2), 1-8.
- Larasati, D. 2018. Globalization on Culture and Identity: Pengaruh dan Eksistensi Hallyu (Korean-Wave) Versus Westernisasi di Indonesia. *Jurnal Hubungan Internasional*, 11(1), 109-120.
- Musa, M. I. 2015. Dampak Pengaruh Globalisasi Bagi Kehidupan Bangsa Indonesia. *Jurnal Pesona Dasar*, 3(3), 1-14.
- Manurung, R. T., Zulfikar, A., Sari, I. N., Kurniasih, N., Saddhono, K., & Setiawan, Y. B. 2019. Internationalization of Batik in the Creative Industry of Harajutik. In *1st International Conference on Life, Innovation, Change and Knowledge (ICLICK 2018)* (pp. 9-13). Atlantis Press.
- Markiano, R., & Perwirawati, E. 2019. Persepsi Mahasiswa/ Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara Terhadap Budaya K-POP di Media. *JURNAL SOCIAL OPINION: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 4(1), 30-42.
- Nuranisa, C. 2015. Pembentukan Identitas Penggemar Melalui Media Baru (Studi Pada Remaja Penggemar Boyband K-Pop 2PM). *CommLine*, 6(2), 177-196.
- Pane, D. M., 2018. Fashion Sebagai Penciptaan Identitas Diri Remaja di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Sosiologi (SOROT)*, 1(2), 1-9.
- Prasetia, H., Wibowo, W., & Aryanto, H. 2013. Perancangan Buku Ilustrasi Fashion Korea untuk Anak Muda di Surabaya. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(2), 12.
- Putra, A. A., & Jusnita, R. A. E. 2018. Komunikasi dan Identitas Budaya Populer Pada Komunitas Korea Lovers Surabaya. *Jurnal Kajian Media*, 2(1), 1-11.
- Putri, I. P., Liany, F. D. P., & Nuraeni, R. 2019. K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia. *ProTVF*, 3(1), 68-80.
- Ri'aeni, I. 2019. Pengaruh Budaya Korea (K-Pop) Terhadap Remaja di Kota Cirebon. *Communications*, 1(1), 1-25.
- Poetri, M. R., Ranteallo, I. C., & Zuryani, N. (2015). Perilaku Konsumtif Remaja Perempuan Terhadap Trend Fashion Korea di Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmiah Sosiologi (SOROT)*, 1(03), 1-12.
- Sakti, B. C., & Yulianto, M. 2018. Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja. *Interaksi Online*, 6(4), 490-501.
- Salim, K., Sari, M. P., Islam, J. M. P., & Riau, S. A. K. 2014. Pengaruh Globalisasi Terhadap Dunia Pendidikan. *Makalah Jurusan Manajemen Pendidikan Islam, STAI Abdurahman Kepulauan Riau*. Page, 1-11.
- Somantri, G. R. 2010. Memahami Metode Kualitatif. *Hubs-Asia*, 10(1).
- Surahman, S. 2013. Dampak Globalisasi Media Terhadap Seni dan Budaya Indonesia. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1).
- Valentina, A., & Istriyani, R. 2013. Gelombang Globalisasi Ala Korea Selatan. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 2(2), 1-16.
- Wicaksono, M. A., Maryana, D., & Patricia, A. 2021. Pengaruh Fenomena Tren Korean Wave Dalam Perkembangan Fashion Style Di Indonesia. *Jurnal Sosial-Politika*, 2(2), 74-85.
- Waris, A., & Ahmad, H. (2022). Mappanre temme': Sisi Eksotis Akulturasi Budaya di Kecamatan Belawa Kabupaten Wajo. *PUSAKA*, 10(2), 276-289.

#### **Skripsi:**

Anggraini, Riska Ajeng. 2014. TA: *Simbol-Simbol Budaya dalam Desain Keris Naga Kamardikan karya Mpu Pathor Rahma*. Surabaya: STIKOM Surabaya.

Adi, Galuh Kinanthi Herharyyu. 2019. *KOREA WAVE (Studi Tentang Pengaruh Budaya Korea Pada*

*Penggemar K-Pop di Semarang*).  
Semarang: Universitas Diponegoro.

Karina, Dian Erica. 2014. *FENOMENA K-POP DALAM PEMBENTUKAN IDENTITAS DIRI (STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF PADA FANS SUPER JUNIOR "ELF SUMBAR" DI KOTA PADANG)*. Padang: Universitas Andalas.

Tasyia, Anna. 2022. *Fanatisme dan Perilaku Konsumtif Penggemar K-Pop di Media Sosial Twitter (Studi Fenomenologi Akun @7btsupdates dan @NCT\_Indonesia)*. Jakarta: Universitas Satya Negara Indonesia.

Wahyuningsih, Ayu Kartika. 2016. *FENOMENA PENGGUNAAN BUSANA KOREA PADA REMAJA BANDUNG Studi Fenomenologi Penggunaan Busana Korea Modern Pada Remaja Bandung*. Bandung: Universitas Pasudan.

Putri, Krisna Ayu Kartika. 2019. *K-Pop Sebagai Hiperealitas (Studi Pada Army dan EXO-L di Malang)*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.

#### **Internet;**

Sarajwati, M. K. A. 2020. Fenomena Korean Wave di Indonesia. Diakses 7 Maret 2022, dari: <https://egsa.geo.uqm.ac.id/2020/09/30/fenomena-korean-wave-di-indonesia/>.

Noorca, D. 2022. Perancang Busana Korea Hadirkan Motif Batik Karya Menswear. Diakses 13 Oktober 2022, dari: [Perancang Busana Korea Hadirkan Motif Batik Karya Menswear - Suara Surabaya](#).

Putri, K. A. 2020. Fenomena Korean Wave Menjadi Jendela Fashion Remaja Indonesia. Diakses pada 6 November 2022, dari: [Fenomena Korean Wave Menjadi Jendela Fashion Remaja Indonesia | kumparan.com](#).

Purwanto, A. 2021. Kabupaten Tangerang: Kawasan Industri, Niaga, dan Permukiman Favorit Kaum Urban. Diakses pada 12 Maret 2023, dari: [Kabupaten Tangerang:](#)

[Kawasan Industri, Niaga, dan Permukiman Favorit Kaum Urban - Kompas.id. Kabupaten Tangerang: Kawasan Industri, Niaga, dan Permukiman Favorit Kaum Urban - Kompas.id](#)

Pratama, R. B. 2023. Menyelami Dunia Fans JKT48, Wota dan Cerita yang Melatarinya. Diakses pada 28 Agustus 2023, dari: <https://kumparan.com/kumparannews/menyelami-dunia-fans-jkt48-wota-dan-cerita-yang-melatarinya-20nC8uBS2fe/full>.