

PERAN BUDAYA *FANDOM* DALAM PEMBENTUKAN IDENTITAS SOSIAL GENERASI Z DI KALANGAN SISWA SMP

Maulina Vivin Utari¹, Babul Bahrudin², Nining Winarsih³

Universitas Islam Zainul Hasan Genggong^{1,2,3}

e-mail: maulinavivinutari@gmail.com, babulbahrudin@gmail.com, ning.winarsih.384615-2022@fisip.unair.ac.id

Diterima: 05/07/2026; Direvisi: 07/08/2026; Diterbitkan: 05/09/2026

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya keterlibatan remaja Generasi Z dalam budaya penggemar *K-Pop* yang membentuk komunitas *fanbase* melalui praktik seperti konsumsi konten, aktivitas di media sosial, serta interaksi antar sesama penggemar, sehingga *fandom* tidak hanya dipahami sebagai hiburan tetapi juga sebagai ruang pembentukan identitas sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pemaknaan dan pengalaman siswa SMP 2 Maron dalam menjalani budaya *fandom K-Pop*, menganalisis representasi identitas sosial Generasi Z yang tampak melalui aktivitas *fanbase*, serta memahami bagaimana *fandom* direpresentasikan melalui praktik komunikasi, ekspresi diri, dan dinamika interaksi sosial di lingkungan penggemar. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei–Juli 2026. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi yang relevan, sedangkan partisipan ditentukan melalui *purposive sampling* sesuai kriteria tertentu, yaitu siswa SMP 2 Maron yang aktif terlibat dalam *fandom K-Pop*. Data dianalisis menggunakan teknik analisis kualitatif melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara bertahap berdasarkan tema-tema yang muncul. Hasil penelitian diharapkan dapat menunjukkan bahwa keterlibatan siswa dalam *fanbase K-Pop* berperan dalam pembentukan identitas sosial melalui cara pandang terhadap kelompok penggemar, praktik dukungan terhadap idola, serta terbentuknya rasa keterikatan dan pengakuan sosial di antara anggota, sekaligus memperlihatkan bentuk representasi Generasi Z dalam ekspresi diri, bahasa/aktivitas komunikasi, dan cara siswa memposisikan diri di tengah dinamika sosial sekolah dan komunitas penggemar.

Kata Kunci: *Dunia Fanbase Dan Identitas Sosial, Generasi Z, Budaya Penggemar, Fandom K-Pop, Siswa SMP*

ABSTRACT

This study is motivated by the increasing involvement of Generation Z adolescents in K-Pop fan culture, which has fostered fanbase communities through practices such as content consumption, social media activities, and interactions among fans. Thus, *fandom* is not merely understood as a form of entertainment but also as a space for the formation of social identity. This study aims to describe the meanings and experiences of junior high school students at SMPN 2 Maron in engaging with K-Pop *fandom* culture, analyze the representation of Generation Z's social identity reflected through fanbase activities, and understand how *fandom* is represented through communication practices, self-expression, and social interaction dynamics within fan communities. The study employed a qualitative method with a case study approach and was conducted from May to July 2026. Data were collected through in-depth interviews, observations, and relevant documentation, while participants were selected using

purposive sampling based on specific criteria, namely students of SMPN 2 Maron who were actively involved in K-Pop *fandom*. The data were analyzed using qualitative analysis techniques through the stages of data reduction, data presentation, and gradual conclusion drawing based on emerging themes. The findings are expected to demonstrate that students' involvement in K-Pop fanbases contributes to the formation of social identity through their perceptions of fan groups, practices of supporting idols, and the development of a sense of attachment and social recognition among members. The findings also highlight representations of Generation Z through self-expression, communication language and activities, and the ways students position themselves within the social dynamics of the school environment and fan communities.

Keywords: *The World Of Fanbase And Social Identity, Generation Z, Fan Culture, K-Pop Fandom, Middle School Students*

PENDAHULUAN

Budaya populer merupakan salah satu efek dari globalisasi dan menjadi fenomena khusus yang terus bergerak di kebanyakan masyarakat. Budaya populer juga sering disebut dengan istilah budaya *K-Pop* yang sudah dapat diterima sebagai sebuah budaya yang disukai oleh banyak orang dan tersebar secara luas hingga disebut sebagai budaya populer yang ramai pada saat ini. Kajian mengenai budaya populer pada awalnya disebarluaskan oleh berbagai kalangan di *Hollywood*, seperti industri animasi dan industri musik yang menjadi aset utama dalam penyebaran budaya populer mereka. Seiring berkembangnya teknologi seperti media televisi, hp, dan internet dalam mempermudah akses penyebaran budaya populer, sehingga banyak negara lain yang juga mempromosikan budaya populernya seperti Korea Selatan, Jepang, Hong Kong, dan Taiwan (Vania & Anggoro, 2022)

Penyebaran *K-Pop* secara masif akhirnya menciptakan budaya baru yang disebut budaya *fandom*. Penggemar *K-Pop* atau *K-Poppers* merujuk pada kelompok yang mengumpulkan segala informasi tentang idola K-Pop, seperti penyanyi dan grup musik Korea yang biasa disebut *boyband* dan *girlband*. Fenomena *fandom* merupakan salah satu budaya Korea Selatan yang sudah tersebar di kalangan remaja hingga dewasa di Indonesia dan sangat *booming*, sehingga masyarakat Indonesia mengenal budaya Korea Selatan melalui serial drama, makanan Korea, serta musik *K-Pop* Korea Selatan.

Indonesia juga menjadi negara dengan tingkat paling tinggi yang membahas mengenai musik Korea Selatan atau K-Pop di Twitter pada tahun 2021. Salah satu genre *K-Pop* yang dikenal oleh masyarakat Indonesia meliputi *boy grup* Korea yang biasa dikenal sebagai idol Korea, contohnya BTS, NCT, EXO, dan lain sebagainya. Penggemar *K-Pop* Indonesia termasuk terbanyak di antara penggemar *K-Pop* didunia. Maka dari itu, fenomena budaya Korea Selatan ini dibuktikan dengan munculnya komunitas penggemar untuk grup yang mereka idolakan. Tak lain komunitas yang mereka bentuk itu biasanya disebut sebagai *fandom*.

Fandom ini juga pada dasarnya diisi oleh individu yang memiliki kesamaan dalam menyukai suatu idola. Dalam hal ini, *fandom* K-Pop terdiri dari berbagai macam, semisal *fandom* Army yang menyukai BTS, *fandom* Carat yang menyukai Seventeen, dan *fandom* ReVeluv yang menyukai Red Velvet (Ariyani et al., 2024). Budaya *fandom* yang saat ini menjadi suatu hal yang fenomenal di kalangan Generasi Z di Indonesia ini berawal dari kegemaran terhadap suatu grup *K-Pop* yang sama, kemudian menciptakan sebuah komunitas dan membentuk identitas dan nilai-nilai yang khas. Mereka yang tergabung dalam sebuah *fandom* memanfaatkan media sosial dan berbagai platform digital untuk saling berinteraksi,

berbagi pengalaman, mendiskusikan karya terbaru artis kesukannya, dan memperkuat rasa kebersamaan.

Generasi Z yang tergabung dalam sebuah *fandom* tersebut akan mencantumkan nama artis kesukaannya atau lagu yang disukai pada profil media sosial. Bahkan menggunakan foto idol *K-Pop* sebagai foto profil (Mawardani & Sudrajat, 2025). Sebuah *fandom* membentuk identitasnya sendiri dengan menunjukkan perbedaan dan keunikan kepada non-penggemar serta dengan membedakan dirinya dari beragam *fandom* lainnya. Studi *Fandom* sebelumnya berfokus pada kekuatan komersial, subkultur, gender, dan perlawanan terhadap kondisi irasional terkait bintang pop/idola. Dalam hal ini, dapat diartikan pula bagaimana sebuah *fandom* membangun identitasnya untuk membuat ciri khas pada setiap *fandom* yang ada.

Salah satu grup idola Korea yang sangat populer di Indonesia adalah *Bangtan Boys* (BTS). BTS adalah *boy grup* yang debut pada tahun 2013 di Korea. BTS memiliki beberapa album, salah satunya adalah album “*Love Yourself*” yang berhasil menaiki tangga lagu *Billboard*. Kepopuleran grup ini tentunya dibarengi dengan banyaknya penggemar mereka yang tersebar di seluruh dunia. BigHit, agensi resmi BTS, menyebutnya Army (*Adorable Representative MC for Youth*). *Fandom* ini juga berhasil menghantarkan BTS memecahkan rekor sebagai penyanyi terpopuler di media sosial, *TikTok*, *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan *Youtube*, mengalahkan Justin Bieber berdasarkan data yang didapatkan oleh sebuah perusahaan musik *Next Big Sound*.

Fandom ini juga menjadi salah satu wadah bagi para penggemar untuk saling berinteraksi satu sama lain. Apalagi, interaksi di media sosial *fandomnya*, seperti para penggemar BTS, akan saling berbagi pendapat, promosi, dan cerita kegiatan yang berkaitan dengan idol mereka. Bahkan, para penggemar akan saling mendukung atau membela jika berkaitan dengan BTS ataupun *fandom* mereka. Maka dari itu, terbentuklah identitas sosial di kalangan penggemar yang mempunyai kesamaan, yaitu fans dari BTS (Doko et al., 2024). Bahkan tak jarang juga ada di antara mereka yang mendapatkan teman baru lewat *fandom* yang sama di media sosial maupun bertemu secara tidak sengaja.

Tak hanya itu saja, salah satu contoh adanya identitas sosial terlihat saat terjadi perang antara ARMY dan penggemar grup lain. Ketika itu, ARMY membela BTS dengan cara meningkatkan tagar *#ThankYouBTS* untuk menutupi tweet yang ramai tentang grup lain. Tak hanya membela, interaksi yang terjadi dalam *fandom* ARMY ini dapat mengangkat nama BTS, bahkan nama *fandom* ARMY itu sendiri. Dalam satu tahun, dari September 2021 sampai September 2022, BTS menduduki urutan ke-12 dan ke-14 dalam *trending topic* di *Twitter*.

Dunia *fan base* dan identitas sosial terutama dalam konteks *fandom K-Pop* menjadi fenomena penting di kalangan siswa SMP 2 Maron karena menyediakan ruang bagi remaja untuk mengeksplorasi, membangun, dan menegaskan identitas mereka sebagai bagian dari Generasi Z. Melalui partisipasi dalam *fan base*, siswa tidak hanya mengonsumsi musik dan konten visual, tetapi juga mempraktikkan keterampilan sosial dan kultural. Mereka yang berkolaborasi dalam kegiatan kolektif (seperti voting, pembuatan *fanswar*, atau acara nonton bareng), menegosiasikan norma kelompok, serta mengadopsi simbol dan bahasa khas *fandom* yang memperkuat rasa memiliki.

Dari perspektif pendidikan IPS (Ilmu Pengetahuan Sosial), fenomena ini relevan karena menunjukkan bagaimana struktur sosial, nilai, dan interaksi kelompok memengaruhi pembentukan identitas sosial di kalangan remaja. Pendidikan IPS juga memiliki relevansi yang kuat. Bagi siswa IPS, hubungan antar individu dalam masyarakat dan keterlibatan dalam *fandom K-Pop* memungkinkan siswa membangun hubungan sosial melalui dukungan

emosional di antara teman sebaya. Selain itu, pengalaman dalam *fandom* membantu siswa membentuk identitas sosial mereka, dengan menunjukkan kecintaan terhadap idola dan komunitas yang sama, yang berkontribusi pada pemahaman mereka tentang identitas dalam konteks kultural dan sosial.

Konteks dalam pendidikan di sekolah, seperti penanaman nilai-nilai toleransi, menjadi sangat krusial terutama di lingkungan yang dihuni oleh siswa dengan keberagaman etnis, suku, bahasa, dan agama. Melalui pemahaman mendalam terhadap perbedaan. Siswa diajarkan untuk tidak membedakan teman berdasarkan latar belakang mereka, melainkan untuk menghormati dan menghargai keberagaman tersebut (Jalwis & Habibie, 2023). Dalam Al-Qur'an juga dijelaskan tentang sikap saling menghargai yang terdapat dalam QS. Al-Hujarat: 13.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Artinya: "Wahai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku, agar kamu saling mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah adalah yang paling bertakwa. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal"

Motivasi siswa SMP 2 Maron untuk terlibat dalam *fandom K-Pop* sangat beragam. Bagi sebagian siswa, *K-Pop* menjadi pelarian dari tekanan akademik dan masalah sehari-hari. Penggambaran kehidupan sehari-hari para idol *K-Pop* yang memberikan dorongan untuk mengejar cita-cita dan mimpi (Hidayat et al., 2024). Di sisi lain, ada juga siswa yang merasa bahwa *fandom* ini memberikan rasa memiliki dan kebersamaan, di mana mereka dapat berbagi pengalaman dan cerita. Namun, ada juga tantangan yang dihadapi oleh siswa dalam menghadapi stigma eksternal mengenai *fandom*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran budaya *fandom* dalam pembentukan identitas sosial generasi Z di kalangan siswa SMP. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk budaya *fandom* yang dilakukan oleh siswa, menganalisis proses pembentukan identitas sosial melalui keterlibatan dalam *fandom*, serta mendeskripsikan bagaimana interaksi dan rasa memiliki terhadap kelompok *fandom* memengaruhi cara siswa memandang dirinya dan kelompok sosialnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus untuk mengeksplorasi pembentukan identitas sosial siswa SMP melalui *fandom K-Pop* di SMPN 2 Maron. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggali makna, pola interaksi, dan dimensi tersembunyi dalam perilaku Gen Z yang digital native. Metode studi kasus digunakan agar peneliti dapat menelaah fenomena secara mendalam dan kontekstual sesuai kondisi lapangan. Landasan analisis penelitian ini adalah Teori Identitas Sosial dari Tajfel & Turner (1986) yang menekankan tiga proses utama, yaitu kategorisasi, identifikasi, dan perbandingan kelompok. Teori ini digunakan untuk memahami bagaimana siswa membentuk identitas "penggemar vs non-penggemar", menginternalisasi norma *fandom*, serta membangun solidaritas dan relasi sosial di lingkungan sekolah remaja (Maulidya & Hidayat, 2023).

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei–Juli 2026. Subjek penelitian adalah siswa SMPN 2 Maron kelas 7-9 yang aktif terlibat dalam *fandom K-Pop*. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria informan yang

ditetapkan peneliti, yaitu siswa anggota *fandom K-Pop* minimal 6 bulan, aktif berpartisipasi dalam komunitas *fandom* baik daring maupun luring, serta bersedia diwawancarai dan diobservasi. Jumlah informan dalam penelitian ini sebanyak 5 siswa dan 2 guru yang dipilih sampai mencapai titik jenuh data atau data *saturation*. Instrumen penelitian utama adalah peneliti sendiri sebagai *key instrument* yang dibantu oleh pedoman wawancara semi-terstruktur untuk menggali pengalaman subjektif informan, lembar observasi partisipatif untuk mencatat praktik *fandom* siswa di sekolah dan media sosial, serta panduan dokumentasi untuk mengumpulkan bukti berupa tangkapan layar postingan, story, dan interaksi siswa di *Instagram*, *TikTok*, dan *YouTube*.

Analisis data dilakukan secara tematik dengan kerangka Teori Identitas Sosial Tajfel & Turner (1986). Tahap analisis dimulai dengan reduksi data melalui pengkodean transkrip wawancara, catatan observasi, dan dokumentasi media sosial. Pengkodean dilakukan berdasarkan tiga proses utama Teori Identitas Sosial, yaitu kategorisasi, identifikasi, dan perbandingan kelompok. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk matriks dan kutipan untuk melihat pola pembentukan identitas “penggemar vs non-penggemar” serta internalisasi norma *fandom*. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi untuk menafsirkan bagaimana siswa membangun solidaritas dan relasi sosial di lingkungan SMPN 2 Maron sesuai konsep Tajfel & Turner. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan *member check* kepada informan (Anjana, 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil penelitian mengenai budaya penggemar (*fandom*) K-Pop dan pembentukan identitas sosial generasi Z di kalangan siswa SMPN 2 Maron, ditemukan tiga fokus utama, yaitu bentuk budaya penggemar K-Pop sebagai representasi karakteristik generasi Z, proses pembentukan identitas sosial siswa melalui keterlibatan dalam *fandom* K-Pop, serta dampak keterlibatan siswa dalam *fandom* K-Pop terhadap nilai-nilai sosial di lingkungan sekolah. Data penelitian diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap siswa dan guru yang menjadi informan penelitian. Temuan penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan dalam *fandom* tidak hanya berkaitan dengan aktivitas hiburan, tetapi juga berhubungan dengan pola komunikasi, relasi sosial, ekspresi diri, serta pembentukan identitas siswa.

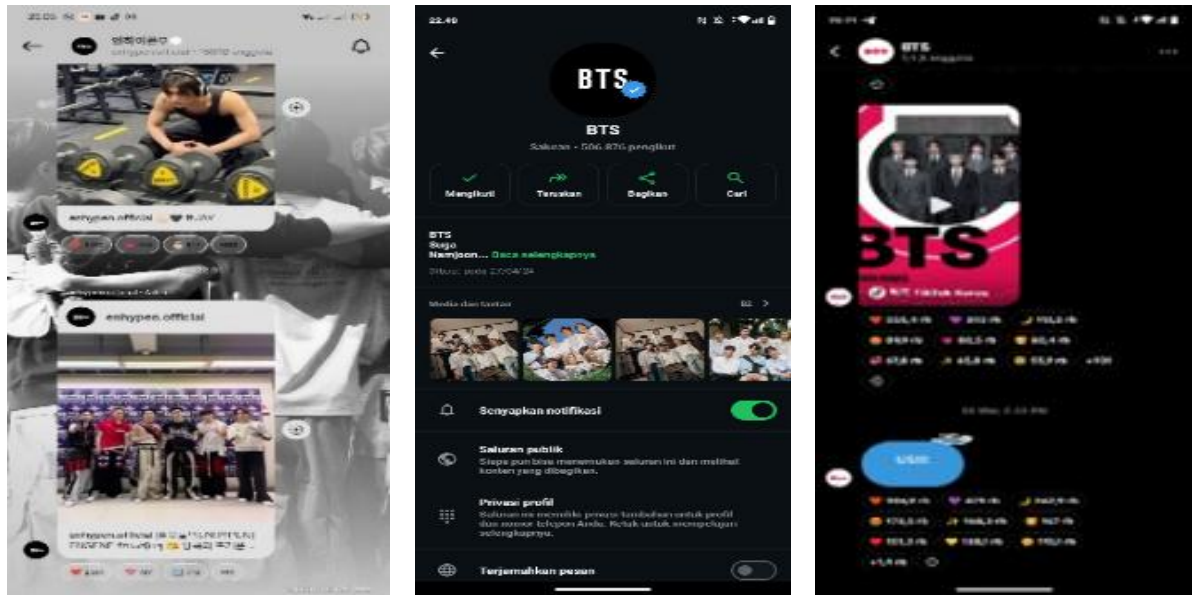
Bentuk Budaya Penggemar K-Pop sebagai Representasi Karakteristik Generasi Z

Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya penggemar K-Pop di kalangan siswa SMPN 2 Maron tampak dalam berbagai aktivitas yang dilakukan secara langsung maupun melalui media digital. Bentuk keterlibatan tersebut meliputi pola konsumsi media, gaya berpakaian, penggunaan bahasa *fandom*, serta praktik *fandom* dalam kehidupan sehari-hari. Keempat bentuk tersebut menunjukkan bahwa siswa tidak hanya berperan sebagai konsumen konten K-Pop, tetapi juga sebagai pengguna aktif yang memproduksi, membagikan, dan mendiskusikan konten bersama anggota *fandom* lainnya.

Pola Konsumsi Media

Media digital menjadi ruang utama bagi siswa dalam mengakses berbagai informasi mengenai K-Pop. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, siswa paling sering menggunakan *TikTok*, *Instagram*, *YouTube*, dan *WhatsApp* untuk mengikuti informasi

mengenai idola, video musik, *comeback*, siaran langsung, serta aktivitas *fandom*. Beberapa siswa juga melakukan *repost* dan membagikan konten kepada teman yang memiliki ketertarikan terhadap K-Pop yang sama. Aktivitas tersebut menunjukkan bahwa pola konsumsi media siswa bersifat aktif karena mereka memilih, menyebarkan, dan mendiskusikan kembali konten yang sesuai dengan minat mereka. Temuan mengenai penggunaan media digital tersebut didukung oleh dokumentasi aktivitas siswa sebagaimana ditampilkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Dokumentasi Penggunaan Media Sosial dalam Aktivitas *Fandom* K-Pop

Berdasarkan Gambar 1, terlihat bahwa WhatsApp, TikTok, dan Instagram merupakan media yang digunakan siswa untuk mengikuti dan membagikan informasi terkait K-Pop. Grup WhatsApp dimanfaatkan untuk bertukar informasi mengenai *comeback*, jadwal siaran langsung idola, serta aktivitas pemungutan suara. Sementara itu, TikTok dan Instagram digunakan untuk mengakses berbagai konten K-Pop, seperti *dance cover*, *fan edit*, foto idola, dan cuplikan siaran langsung. Penggunaan berbagai platform tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang interaksi dan pertukaran informasi bagi siswa yang memiliki minat terhadap K-Pop.

Temuan tersebut memperlihatkan bahwa keterlibatan siswa dengan media digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai ruang sosial untuk membangun hubungan dengan sesama penggemar. Intensitas interaksi dengan konten dan komunitas *fandom* membuat siswa memiliki kesempatan untuk memperkuat rasa memiliki terhadap kelompok yang memiliki minat serupa. Kondisi tersebut memperlihatkan karakteristik generasi Z yang terbiasa menggunakan media digital sebagai bagian dari aktivitas sosial dan komunikasi sehari-hari.

Gaya Berpakaian

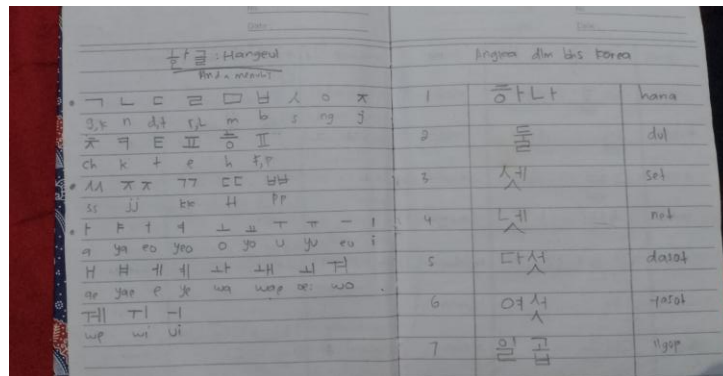
Budaya K-Pop juga terlihat melalui gaya berpakaian siswa, terutama ketika mengikuti kegiatan di luar pembelajaran formal. Beberapa siswa menunjukkan ketertarikan terhadap gaya berpakaian idola Korea, seperti penggunaan *oversized hoodie*, celana *cargo*, serta aksesoris sederhana. Gaya tersebut tidak selalu diterapkan dalam kehidupan sekolah karena adanya

ketentuan penggunaan seragam, tetapi lebih sering ditampilkan ketika siswa mengikuti kegiatan nonformal atau kegiatan yang berkaitan dengan K-Pop.

Hasil observasi menunjukkan bahwa siswa menyesuaikan penampilan dengan situasi sosial yang dihadapi. Ketika berada di lingkungan sekolah, siswa mengikuti aturan berpakaian yang berlaku, sedangkan ketika mengikuti kegiatan yang berkaitan dengan K-Pop, mereka lebih bebas menampilkan gaya yang terinspirasi dari idola. Hal tersebut menunjukkan bahwa pakaian dapat menjadi salah satu bentuk ekspresi identitas yang digunakan siswa dalam situasi sosial tertentu.

Penggunaan Bahasa *Fandom*

Penggunaan bahasa *fandom* menjadi bentuk lain dari budaya penggemar yang ditemukan dalam interaksi siswa. Beberapa istilah seperti *bias*, *comeback*, *stan*, dan *streaming* telah digunakan dalam percakapan sehari-hari antarsiswa yang memiliki ketertarikan terhadap K-Pop. Selain istilah tersebut, siswa juga menggunakan beberapa ungkapan bahasa Korea seperti *annyeong*, *gomawo*, dan *mianhae*. Sebagian siswa bahkan menunjukkan ketertarikan untuk mempelajari kosakata bahasa Korea secara sederhana melalui konten yang mereka konsumsi. Dokumentasi penggunaan bahasa *fandom* dan pembelajaran kosakata bahasa Korea oleh siswa ditampilkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Dokumentasi Penggunaan Bahasa *Fandom* dan Kosakata Bahasa Korea oleh Siswa

Berdasarkan Gambar 2, terlihat adanya catatan kosakata bahasa Korea yang dibuat oleh siswa serta penggunaan istilah *fandom* dalam komunikasi antarsiswa. Penggunaan istilah seperti *bias*, *comeback*, dan *streaming* menunjukkan adanya bahasa bersama yang dipahami oleh siswa yang memiliki ketertarikan terhadap K-Pop. Bahasa tersebut mempermudah komunikasi antarpenggemar sekaligus menjadi penanda kesamaan minat dalam kelompok. Temuan ini menunjukkan bahwa bahasa *fandom* tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga menjadi simbol keanggotaan kelompok. Penggunaan istilah tertentu menciptakan rasa kedekatan antara siswa yang memiliki minat yang sama dan sekaligus membedakan mereka dari siswa yang tidak mengikuti budaya tersebut.

Praktik *Fandom*

Praktik *fandom* di kalangan siswa terlihat melalui aktivitas berbagi informasi, bertukar foto idola, mendiskusikan aktivitas idola, membuat *fan edit*, serta mengembangkan kelompok pertemanan berdasarkan kesamaan minat. Siswa juga saling memberikan informasi ketika idola mengunggah foto atau konten baru. Aktivitas tersebut membuat interaksi antarsiswa menjadi

lebih intens karena mereka memiliki topik pembicaraan dan minat yang sama. Dokumentasi artefak dan aktivitas *fandom* siswa ditampilkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Dokumentasi Koleksi dan Aktivitas *Fandom* K-Pop Siswa

Berdasarkan Gambar 3, terlihat adanya koleksi *photocard*, poster, serta berbagai bentuk konten yang berkaitan dengan idola K-Pop. Selain mengoleksi barang yang berkaitan dengan idola, siswa juga menghasilkan konten digital berupa *fan edit*, desain poster, dan video menggunakan aplikasi seperti CapCut dan Canva. Aktivitas tersebut menunjukkan bahwa siswa tidak hanya mengonsumsi produk budaya K-Pop, tetapi juga memproduksi dan mendistribusikan kembali konten yang mereka hasilkan.

Temuan tersebut memperlihatkan bahwa praktik *fandom* menjadi ruang bagi siswa untuk mengekspresikan diri, membangun solidaritas, dan mengembangkan kreativitas digital. Respons berupa *like*, komentar, dan apresiasi dari sesama penggemar juga menjadi bentuk pengakuan sosial yang membuat siswa merasa diterima dalam kelompok. Dengan demikian, aktivitas *fandom* berfungsi sebagai ruang interaksi sosial sekaligus media ekspresi identitas bagi siswa. Ragam bentuk budaya penggemar K-Pop yang ditemukan dalam penelitian ini dirangkum pada Tabel 1.

Tabel 1. Bentuk Budaya Penggemar K-Pop sebagai Representasi Generasi Z

Bentuk budaya penggemar	Temuan penelitian	Makna dalam kehidupan siswa
Pola konsumsi media	Siswa aktif mengakses TikTok, Instagram, YouTube, dan WhatsApp untuk mengikuti informasi dan konten K-Pop serta membagikannya kepada teman	Media digital menjadi ruang utama untuk memperoleh informasi, berinteraksi, dan membangun keterikatan dengan komunitas <i>fandom</i>

Gaya berpakaian	Siswa menggunakan gaya berpakaian yang terinspirasi dari idola ketika mengikuti kegiatan nonformal atau kegiatan yang berkaitan dengan K-Pop	Pakaian menjadi bentuk ekspresi identitas yang ditampilkan sesuai dengan situasi sosial
Penggunaan bahasa <i>fandom</i>	Siswa menggunakan istilah seperti <i>bias</i> , <i>comeback</i> , <i>stan</i> , <i>streaming</i> , serta beberapa kosakata bahasa Korea	Bahasa menjadi simbol kesamaan minat dan penanda kedekatan antaranggota <i>fandom</i>
Praktik <i>fandom</i>	Siswa berbagi informasi, bertukar foto, berdiskusi, membuat <i>fan edit</i> , dan menghasilkan konten digital	<i>Fandom</i> menjadi ruang partisipasi, kreativitas, solidaritas, dan aktualisasi diri

Berdasarkan Tabel 1, bentuk budaya penggemar K-Pop di kalangan siswa tidak terbatas pada konsumsi musik dan video, tetapi berkembang menjadi aktivitas sosial dan kreatif. Media digital menjadi sarana utama untuk memperoleh informasi dan berinteraksi dengan sesama penggemar, sedangkan penggunaan bahasa, gaya berpakaian, dan produksi konten menjadi bentuk ekspresi identitas. Temuan tersebut menunjukkan bahwa budaya *fandom* menjadi bagian dari kehidupan sosial siswa dan berkaitan dengan karakteristik generasi Z yang dekat dengan teknologi digital.

Proses Pembentukan Identitas Sosial Siswa melalui Keterlibatan dalam *Fandom* K-Pop

Hasil wawancara dan observasi menunjukkan bahwa keterlibatan siswa dalam *fandom* K-Pop berhubungan dengan perubahan cara siswa memandang dirinya, kelompok sosialnya, serta lingkungan sosial di sekitarnya. Proses tersebut terlihat melalui kategorisasi terhadap kelompok, identifikasi terhadap nilai dan figur idola, interaksi dengan sesama anggota *fandom*, serta perbandingan antara kelompok sendiri dan kelompok lain. Proses pembentukan identitas tersebut juga tampak melalui ekspresi diri siswa dalam kehidupan sosial dan ruang digital.

Cara Berpikir, Nilai, Pandangan, dan Preferensi terhadap Budaya Populer

Keterlibatan dalam *fandom* K-Pop memengaruhi cara siswa memandang budaya populer dan budaya dari luar lingkungan mereka. Siswa menunjukkan keterbukaan yang lebih besar terhadap budaya Korea Selatan dan mulai tertarik mempelajari bahasa Korea serta memahami konteks budaya yang terdapat dalam konten yang mereka konsumsi. Pada awalnya, sebagian siswa menikmati K-Pop sebagai hiburan, tetapi seiring meningkatnya keterlibatan, mereka mulai memiliki preferensi terhadap idola tertentu yang disebut sebagai *bias*.

Idola tidak hanya dipandang sebagai figur hiburan, tetapi juga sebagai sumber inspirasi bagi siswa. Berdasarkan hasil wawancara, siswa menilai kerja keras, kedisiplinan, kreativitas, dan semangat pantang menyerah yang ditampilkan oleh idola sebagai nilai yang dapat diteladani. Dengan demikian, keterlibatan dalam *fandom* mengembangkan cara pandang siswa dari sekadar menikmati hiburan menjadi proses pemaknaan terhadap nilai dan karakter yang mereka lihat pada figur yang dikagumi.

Sikap, Norma, Perilaku, dan Pandangan terhadap Kelompok Sosial

Keterlibatan dalam *fandom* juga membentuk norma dan pola perilaku tertentu di antara siswa yang memiliki minat yang sama. Norma seperti saling mendukung sesama *K-Popers*, menjaga hubungan dengan anggota *fandom*, serta memberikan dukungan terhadap idola menjadi bagian dari perilaku kelompok. Bentuk dukungan tersebut dapat terlihat melalui

aktivitas mengingatkan teman mengenai *comeback*, melakukan *streaming*, atau mengikuti kegiatan *vote*.

Dalam kehidupan sosial, siswa juga menunjukkan kategorisasi antara kelompok yang memiliki minat K-Pop dengan siswa yang tidak memiliki minat serupa. Siswa yang berada dalam *fandom* yang sama cenderung dianggap lebih dekat karena memiliki kesamaan topik pembicaraan dan pengalaman. Kondisi tersebut memperkuat rasa memiliki terhadap kelompok, meskipun dalam beberapa situasi dapat menimbulkan sikap defensif ketika kelompok atau idola yang mereka sukai mendapatkan kritik.

Interaksi Sosial, Relasi Pertemanan, dan Keanggotaan Kelompok

Fandom menjadi salah satu ruang yang memperluas interaksi sosial siswa. Komunikasi antarsiswa yang memiliki minat terhadap K-Pop tidak hanya berlangsung secara langsung di sekolah, tetapi juga melalui media sosial dan grup WhatsApp. Penggunaan istilah seperti *comeback*, *bias*, *streaming*, dan *chingu* menjadi bagian dari komunikasi informal yang mempererat hubungan antaranggota.

Meskipun siswa tetap dapat berteman dengan siapa saja di lingkungan sekolah, mereka mengaku lebih nyaman membicarakan K-Pop dengan teman yang memiliki minat serupa. Kesamaan minat tersebut memberikan rasa nyaman karena siswa dapat berbagi pengalaman dan informasi tanpa harus menjelaskan kembali konteks yang dibicarakan. Keanggotaan dalam beberapa grup *fandom* juga menunjukkan bahwa identitas sosial siswa bersifat fleksibel karena seorang siswa dapat menjadi bagian dari lebih dari satu kelompok penggemar.

Ekspresi Diri melalui Penampilan, Kreativitas, dan Publikasi Konten

Identitas sebagai penggemar K-Pop diekspresikan melalui penampilan, kreativitas, serta publikasi konten digital. Siswa menampilkan gaya berpakaian yang terinspirasi dari idola ketika berada di luar situasi sekolah, sementara kreativitas ditunjukkan melalui pembuatan *fan edit*, video, desain, dan berbagai bentuk karya visual. Sebagian siswa juga menampilkan koleksi yang berkaitan dengan idola sebagai bagian dari ruang pribadi mereka.

Publikasi konten menjadi salah satu bentuk ekspresi identitas di ruang digital. Siswa merasa senang ketika karya yang mereka buat memperoleh *like* dan komentar dari sesama penggemar. Respons tersebut memberikan pengakuan sosial dan memperkuat rasa diterima dalam komunitas. Dengan demikian, ekspresi diri melalui budaya *fandom* menjadi salah satu cara siswa menunjukkan identitas sekaligus memperoleh validasi sosial dari kelompok sebaya. Proses pembentukan identitas sosial siswa melalui keterlibatan dalam *fandom* K-Pop dirangkum pada Tabel 2.

Tabel 2. Proses Pembentukan Identitas Sosial Siswa melalui Keterlibatan dalam *Fandom* K-Pop

Proses identitas sosial	Temuan penelitian	Bentuk keterlibatan siswa
Kategorisasi sosial	Siswa mengidentifikasi dirinya sebagai anggota <i>fandom</i> tertentu, seperti ARMY atau ENGINE	Menggunakan label <i>fandom</i> , istilah kelompok, dan menunjukkan kesamaan minat
Identifikasi sosial	Siswa menginternalisasi nilai dan karakter yang dikagumi dari idola	Meneladani kerja keras dan disiplin idola, melakukan <i>streaming</i> , <i>voting</i> , dan

Interaksi dan kohesi kelompok	serta menunjukkan loyalitas terhadap kelompok Terbentuk komunikasi dan relasi yang lebih intens dengan sesama anggota <i>fandom</i>	memberikan dukungan kepada idola Berbagi informasi, berdiskusi, berinteraksi dalam grup WhatsApp, dan melakukan aktivitas bersama
Perbandingan sosial	Siswa membedakan kelompoknya dengan <i>fandom</i> atau siswa yang memiliki minat berbeda	Membandingkan popularitas idola, aktivitas <i>fandom</i> , serta menunjukkan solidaritas terhadap kelompok sendiri
Ekspresi identitas	Siswa menampilkan identitas melalui bahasa, penampilan, koleksi, dan karya digital	Menggunakan istilah <i>fandom</i> , membuat <i>fan edit</i> , <i>fanart</i> , video, serta menampilkan gaya yang terinspirasi dari idola

Berdasarkan Tabel 2, pembentukan identitas sosial siswa berlangsung melalui proses kategorisasi, identifikasi, interaksi, dan perbandingan sosial. Siswa terlebih dahulu mengategorikan dirinya sebagai bagian dari *fandom* tertentu, kemudian mengembangkan rasa memiliki dan menginternalisasi nilai yang ia anggap positif dari idola maupun kelompoknya. Identitas tersebut selanjutnya diperkuat melalui interaksi dengan sesama anggota dan diekspresikan melalui bahasa, penampilan, serta produksi konten digital.

Dampak Keterlibatan Siswa dalam *Fandom* K-Pop terhadap Nilai-Nilai Sosial di Lingkungan SMPN 2 Maron

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan siswa dalam *fandom* K-Pop memberikan dampak positif sekaligus negatif terhadap kehidupan sosial siswa di SMPN 2 Maron. Dampak positif terlihat terutama dalam penguatan solidaritas, kreativitas, keterampilan digital, kepercayaan diri, dan terbentuknya relasi pertemanan berdasarkan kesamaan minat. Sementara itu, dampak negatif berkaitan dengan intensitas penggunaan media sosial, potensi konflik antar*fandom*, perilaku konsumtif, serta kemungkinan terganggunya pengelolaan waktu.

Dampak positif terlihat dari terbentuknya hubungan sosial yang lebih dekat antarsiswa yang memiliki minat yang sama. Siswa saling berbagi informasi, memberikan dukungan, dan melakukan berbagai aktivitas secara bersama melalui media sosial. Interaksi tersebut memberikan kesempatan kepada siswa untuk memperluas pertemanan dan memperoleh dukungan dari kelompok sebaya.

Selain solidaritas, keterlibatan dalam *fandom* juga mendorong kreativitas dan keterampilan digital. Siswa membuat video *edit*, *fanart*, poster digital, dan berbagai bentuk konten yang berkaitan dengan idola. Aktivitas tersebut memberikan pengalaman dalam menggunakan aplikasi pengeditan dan desain digital, seperti CapCut dan Canva. Keterlibatan dalam budaya *fandom* juga membuat siswa lebih terbuka terhadap budaya populer global serta mengenal nilai kerja keras dan kreativitas yang mereka lihat dari figur idola.

Di sisi lain, keterlibatan yang terlalu intens dapat menimbulkan dampak negatif. Salah satu bentuknya adalah konflik antar*fandom* atau *fanwar*. Berdasarkan hasil wawancara, konflik yang ditemukan di lingkungan siswa masih tergolong ringan dan terutama terjadi melalui media sosial, seperti perdebatan pada kolom komentar, saling mengejek, serta tindakan memblokir

atau melaporkan akun. Konflik tersebut belum berkembang menjadi perundungan fisik atau mengganggu proses pembelajaran di kelas.

Dampak lainnya berkaitan dengan penggunaan waktu untuk mengikuti aktivitas *fandom*. Siswa mengaku membatasi aktivitas menonton siaran atau mengikuti pembaruan idola ketika hari sekolah karena khawatir merasa mengantuk dan kehilangan konsentrasi dalam pembelajaran. Aktivitas menonton secara penuh lebih sering dilakukan pada hari libur. Temuan tersebut menunjukkan bahwa siswa mulai melakukan pengaturan waktu antara aktivitas *fandom* dan kewajiban sekolah, meskipun intensitas penggunaan media sosial dapat meningkat ketika idola sedang melakukan *comeback*.

Hubungan siswa dengan orang tua dan guru juga menunjukkan kecenderungan yang beragam. Berdasarkan hasil penelitian, orang tua cenderung memberikan dukungan selama keterlibatan siswa dalam *fandom* tidak mengganggu pendidikan. Guru juga melihat adanya perubahan positif pada beberapa siswa yang menunjukkan peningkatan motivasi terhadap kegiatan akademik meskipun sebelumnya kurang aktif. Dengan demikian, dampak *fandom* terhadap kehidupan siswa tidak sepenuhnya negatif maupun positif, tetapi dipengaruhi oleh kemampuan siswa dalam mengendalikan intensitas keterlibatan dan mengatur keseimbangan antara aktivitas *fandom*, pendidikan, dan kehidupan sosial. Rangkuman dampak keterlibatan siswa dalam *fandom* K-Pop terhadap nilai-nilai sosial di lingkungan sekolah disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Dampak Keterlibatan Siswa dalam *Fandom* K-Pop terhadap Nilai-Nilai Sosial di Lingkungan SMPN 2 Maron

Dampak	Temuan penelitian	Nilai sosial yang berkaitan
Dampak positif	Siswa lebih percaya diri, kreatif, memiliki relasi sosial yang lebih luas, dan memperoleh keterampilan digital	Solidaritas, kreativitas, kerja sama, kepercayaan diri, disiplin, dan literasi digital
	Siswa saling berbagi informasi dan memberikan dukungan kepada anggota <i>fandom</i>	Kepedulian sosial, komunikasi, dan rasa memiliki terhadap kelompok
	Muncul perdebatan dan konflik ringan antar <i>fandom</i> melalui media sosial	Pengelolaan konflik dan toleransi terhadap perbedaan
Dampak negatif	Intensitas mengikuti <i>streaming</i> dan pembaruan idola dapat meningkatkan penggunaan media sosial	Pengelolaan waktu dan pengendalian diri
	Keterlibatan dalam <i>fandom</i> dapat mendorong perilaku konsumtif dan fanatisme apabila tidak dikendalikan	Pengendalian diri dan keseimbangan dalam mengikuti budaya populer

Berdasarkan Tabel 3, keterlibatan siswa dalam *fandom* K-Pop menghasilkan dampak positif dan negatif dalam kehidupan sosial. Dampak positif lebih banyak terlihat dalam bentuk solidaritas, kreativitas, kerja sama, kepercayaan diri, dan keterampilan digital, sedangkan dampak negatif terutama berkaitan dengan pengelolaan waktu, potensi konflik antar*fandom*, dan perilaku konsumtif. Temuan tersebut menunjukkan bahwa budaya *fandom* dapat menjadi ruang aktualisasi identitas sosial siswa selama keterlibatan di dalamnya tetap disertai kemampuan mengendalikan diri serta dukungan baik dari lingkungan sekolah maupun keluarga.

Pembahasan

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara di SMPN 2 Maron, keterlibatan siswa dalam *fandom* K-Pop tidak sekadar menunjukkan adanya tren budaya populer, tetapi juga merupakan proses sosial-budaya yang merefleksikan karakteristik Generasi Z. Keterlibatan tersebut turut memengaruhi cara siswa mengekspresikan diri, membangun hubungan sosial, serta membentuk identitas sebagai bagian dari kelompok penggemar. Oleh karena itu, pembahasan penelitian ini dibagi menjadi tiga fokus sesuai dengan rumusan masalah, yaitu bentuk budaya penggemar K-Pop sebagai representasi karakteristik Generasi Z, proses pembentukan identitas sosial siswa melalui keterlibatan dalam *fandom* K-Pop, serta dampaknya terhadap nilai-nilai sosial di lingkungan sekolah.

Bentuk Budaya Penggemar K-Pop sebagai Representasi Karakteristik Generasi Z

Bentuk budaya penggemar K-Pop pada siswa SMPN 2 Maron menunjukkan karakteristik generasi Z yang dekat dengan teknologi digital. Siswa memanfaatkan media sosial seperti TikTok, Instagram, dan WhatsApp untuk memperoleh informasi mengenai idola, berkomunikasi dengan sesama penggemar, serta membagikan berbagai konten K-Pop. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media digital tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi ruang interaksi dan ekspresi diri. Hal ini sejalan dengan pandangan Prensky (2001) mengenai generasi yang tumbuh dalam lingkungan teknologi digital. Keberadaan *fandom* dapat dipahami sebagai bentuk komunitas yang terbentuk atas dasar rasa kebersamaan dan identitas kolektif, meskipun para anggotanya tidak selalu saling mengenal atau berinteraksi secara langsung (Anderson, 1983).

Budaya penggemar juga terlihat melalui gaya berpakaian yang terinspirasi dari idola, penggunaan bahasa *fandom* seperti *bias*, *comeback*, *streaming*, dan *anyeong*, serta aktivitas membagikan konten dan mendiskusikan idola. Praktik tersebut menunjukkan bahwa siswa menggunakan simbol-simbol tertentu untuk mengekspresikan ketertarikan sekaligus menunjukkan identitas sebagai bagian dari kelompok penggemar. Aktivitas seperti berbagi informasi, memberikan dukungan kepada idola, dan berinteraksi dengan sesama penggemar memperlihatkan adanya pola budaya kolektif dalam *fandom*. Doko et al. (2024) menunjukkan bahwa komunikasi virtual penggemar K-Pop dapat diwujudkan melalui berbagi konten, mengikuti perkembangan idola, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan berpartisipasi dalam berbagai aktivitas komunitas.

Fenomena tersebut juga menunjukkan adanya proses adaptasi budaya global ke dalam kehidupan sehari-hari siswa. Budaya K-Pop yang berasal dari Korea tidak diterima secara utuh, tetapi diadaptasi melalui gaya, bahasa, interaksi, dan aktivitas yang disesuaikan dengan lingkungan sosial siswa. Mawardani dan Sudrajat (2025) menjelaskan bahwa budaya K-Pop dapat membentuk identitas kolektif melalui proses penerimaan, adaptasi, dan integrasi budaya ke dalam kehidupan penggemar di Indonesia. Dengan demikian, budaya *fandom* K-Pop pada siswa SMPN 2 Maron dapat dipahami sebagai bentuk hibriditas budaya yang mempertemukan budaya global dengan konteks sosial lokal.

Temuan ini memperlihatkan bahwa *fandom* menjadi ruang bagi siswa untuk mengekspresikan diri sekaligus membangun hubungan sosial berdasarkan kesamaan minat. Keterlibatan dalam *fandom* memungkinkan siswa memperoleh rasa memiliki, menemukan kelompok yang memiliki ketertarikan yang sama, serta membangun identitas melalui aktivitas digital. Nabila et al. (2025) menunjukkan bahwa keterlibatan penggemar K-Pop di ruang digital dapat berkontribusi dalam pembentukan identitas pribadi dan sosial serta memperkuat koneksi

emosional dalam komunitas penggemar. Oleh karena itu, budaya *fandom* pada siswa tidak hanya merepresentasikan kegemaran terhadap K-Pop, tetapi juga mencerminkan karakteristik generasi Z yang komunikatif, ekspresif, dan aktif membangun relasi melalui ruang digital.

Proses Pembentukan Identitas Sosial Siswa SMP Melalui Keterlibatan Dalam *Fandom* K-Pop

Proses pembentukan identitas sosial siswa melalui keterlibatan dalam *fandom* K-Pop dapat dianalisis menggunakan Teori Identitas Sosial Tajfel dan Turner (1986), yang meliputi kategorisasi sosial, identifikasi sosial, dan perbandingan sosial. Pada tahap kategorisasi sosial, siswa mulai mengelompokkan dirinya berdasarkan *fandom* yang diikuti, seperti ARMY atau ENGENE. Penggunaan nama *fandom* dan istilah khusus dalam komunikasi menjadi penanda keanggotaan kelompok sekaligus membedakan anggota *fandom* dengan siswa yang tidak tergabung dalam kelompok tersebut. Dengan demikian, kategorisasi membentuk batas sosial antara kelompok sendiri (*in-group*) dan kelompok lain (*out-group*).

Pada tahap identifikasi sosial, siswa mulai menginternalisasi nilai, simbol, dan kebiasaan yang berkaitan dengan kelompok *fandom*. Hal tersebut terlihat dari penggunaan gaya berpakaian yang terinspirasi dari idola, penggunaan istilah Korea atau bahasa *fandom*, pembuatan *fanedit*, *dance cover*, poster, serta menjadikan idola sebagai figur yang dikagumi. Aktivitas tersebut menunjukkan bahwa identitas *fandom* tidak hanya berada pada tingkat pengakuan sebagai penggemar, tetapi mulai menjadi bagian dari cara siswa mengekspresikan dirinya. Mawardani dan Sudrajat (2025) menjelaskan bahwa identitas kolektif dalam *fandom* K-Pop terbentuk melalui nilai, simbol, solidaritas, dan praktik budaya yang dilakukan bersama oleh para penggemar.

Tahap berikutnya adalah perbandingan sosial, yaitu ketika siswa membandingkan kelompok *fandom*nya dengan *fandom* lain. Perbandingan dapat muncul melalui pembicaraan mengenai popularitas idola, jumlah dukungan, aktivitas *streaming*, *chart*, maupun respons di media sosial. Perbandingan tersebut dapat meningkatkan rasa bangga terhadap kelompok sendiri, tetapi pada kondisi tertentu juga dapat menimbulkan sikap defensif terhadap kelompok lain. Ariyani et al. (2024) menunjukkan bahwa fanatisme dalam *fandom* K-Pop di media sosial dapat berkembang menjadi *fan war*, yaitu perselisihan antara dua atau lebih kelompok penggemar.

Selain melalui interaksi secara langsung, proses pembentukan identitas sosial juga berlangsung melalui komunikasi virtual. Siswa dapat berinteraksi dengan penggemar lain, memperoleh informasi, berbagi konten, serta mengikuti perkembangan idola melalui media sosial. Doko et al. (2024) menunjukkan bahwa media sosial menjadi instrumen penting dalam membangun dan mempertahankan komunitas penggemar melalui aktivitas berbagi informasi, komentar, konten kreatif, dan interaksi antarpengguna. Hal ini menunjukkan bahwa lingkungan digital memperluas ruang pembentukan identitas sosial siswa dari lingkungan sekolah menuju komunitas virtual yang lebih luas.

Dengan demikian, keterlibatan dalam *fandom* K-Pop membentuk identitas sosial melalui proses pengelompokan, penerimaan identitas kelompok, interaksi, dan perbandingan dengan kelompok lain. Identitas tersebut kemudian menjadi bagian dari cara siswa memahami dirinya serta menentukan posisi sosialnya dalam kelompok. Nabila et al. (2025) juga menunjukkan bahwa keterlibatan digital dalam *fandom* dapat memperkuat identitas kolektif dan membangun koneksi sosial antarpenggemar. Proses tersebut menunjukkan bahwa *fandom* K-Pop dapat menjadi salah satu ruang sosial yang digunakan siswa dalam mengeksplorasi dan membangun identitas diri mereka.

Dampak Keterlibatan Siswa Dalam *Fandom* K-Pop Terhadap Nilai-Nilai Sosial di Lingkungan Sekolah SMPN 2 Maron

Keterlibatan siswa dalam *fandom* K-Pop memberikan dampak positif terhadap nilai-nilai sosial di lingkungan sekolah. Siswa menunjukkan adanya solidaritas, kerja sama, kreativitas, kepercayaan diri, dan terbentuknya relasi pertemanan berdasarkan kesamaan minat. Interaksi dalam *fandom* juga memberikan kesempatan kepada siswa untuk berbagi informasi, membantu sesama penggemar, serta terlibat dalam aktivitas kreatif. Muslimah et al. (2023) menunjukkan adanya hubungan antara identitas sosial dalam *fandom* K-Pop dengan perilaku prososial, sehingga keterikatan terhadap kelompok tidak selalu menghasilkan perilaku negatif, tetapi juga dapat mendorong kepedulian dan hubungan sosial yang positif. Keterlibatan seseorang dalam *fandom* K-Pop dapat menjadi bagian dari proses pembentukan dan pengungkapan citra diri, karena identitas sebagai penggemar turut memengaruhi cara individu memandang dan menampilkan dirinya dalam lingkungan sosial (Putri & Savira, 2021).

Keterlibatan dalam *fandom* juga berkontribusi terhadap perkembangan kreativitas dan keterampilan digital siswa. Aktivitas membuat dan mengedit konten, membagikan informasi, serta berkomunikasi melalui media sosial memberikan pengalaman dalam menggunakan berbagai teknologi digital. Aktivitas tersebut menunjukkan bahwa *fandom* dapat menjadi ruang informal bagi siswa untuk mengembangkan keterampilan yang berkaitan dengan komunikasi dan kreativitas digital. Doko et al. (2024) menunjukkan bahwa aktivitas komunitas penggemar di media sosial mencakup pembuatan dan pembagian konten kreatif, komunikasi dengan pengguna lain, serta penyebaran informasi.

Namun, keterlibatan dalam *fandom* juga memiliki dampak negatif. Fanwar dapat muncul ketika siswa terlalu kuat mempertahankan kelompok atau idola yang didukung sehingga memandang *fandom* lain secara negatif. Selain itu, siswa yang tidak memiliki ketertarikan terhadap K-Pop berpotensi merasa kurang terlibat dalam percakapan kelompok, sementara penggunaan media sosial secara berlebihan dapat mengganggu pengaturan waktu belajar. Ariyani et al. (2024) menjelaskan bahwa interaksi antar*fandom* di media sosial dapat berkembang menjadi fanatisme dan *fan war* ketika perbedaan kelompok tidak dikelola secara baik.

Jika dikaitkan dengan Teori Identitas Sosial Tajfel dan Turner (1986), dampak tersebut berkaitan dengan proses kategorisasi, identifikasi, dan perbandingan sosial. Identifikasi yang kuat dapat menghasilkan rasa memiliki dan solidaritas terhadap kelompok, tetapi perbandingan sosial yang berlebihan dapat memperkuat batas antara kelompok sendiri dan kelompok lain. Oleh karena itu, identitas sosial yang terbentuk melalui *fandom* memiliki dua kemungkinan, yaitu menjadi sumber hubungan sosial yang positif atau berkembang menjadi eksklusivitas dan konflik antarkelompok.

Secara keseluruhan, *fandom* K-Pop dapat menjadi ruang bagi siswa untuk mengeksplorasi identitas, membangun relasi sosial, serta mengembangkan kreativitas dan keterampilan digital. Namun, keterlibatan tersebut tetap membutuhkan pengelolaan agar tidak mengarah pada fanatisme, konflik, perilaku konsumtif, maupun penggunaan media sosial secara berlebihan. Sekolah dapat mengarahkan minat siswa melalui kegiatan kreatif seperti seni, tari, pembuatan konten, dan literasi digital, sekaligus memberikan penguatan nilai toleransi dan kemampuan mengelola penggunaan media sosial. Dengan pendampingan yang tepat, budaya *fandom* dapat diarahkan menjadi ruang yang mendukung perkembangan identitas sosial siswa secara positif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, budaya *fandom* K-Pop di kalangan siswa SMPN 2 Maron menjadi bagian dari kehidupan sosial generasi Z yang diwujudkan melalui penggunaan media digital, gaya berpakaian, bahasa *fandom*, berbagi informasi, serta produksi konten kreatif. Keterlibatan tersebut berperan dalam pembentukan identitas sosial melalui proses kategorisasi, identifikasi, interaksi, dan perbandingan sosial dengan kelompok lain. *Fandom* juga memberikan dampak positif berupa penguatan solidaritas, kreativitas, kerja sama, kepercayaan diri, relasi pertemanan, dan keterampilan digital, meskipun terdapat dampak negatif berupa potensi konflik antar*fandom*, penggunaan media sosial secara berlebihan, perilaku konsumtif, dan kesulitan mengatur waktu. Dengan demikian, budaya *fandom* K-Pop tidak hanya menjadi aktivitas hiburan, tetapi juga menjadi ruang bagi siswa untuk membangun, mengekspresikan, dan memperkuat identitas sosialnya.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas subjek dan lokasi penelitian dengan melibatkan siswa dari sekolah dan lingkungan sosial yang berbeda agar diperoleh gambaran yang lebih beragam mengenai peran budaya *fandom* dalam pembentukan identitas sosial generasi Z. Penelitian berikutnya juga dapat menggunakan pendekatan kuantitatif atau metode campuran untuk mengukur hubungan antara intensitas keterlibatan dalam *fandom*, penggunaan media sosial, identitas sosial, dan perkembangan nilai-nilai sosial siswa. Selain itu, kajian lebih lanjut dapat membandingkan pengalaman anggota *fandom* yang berbeda serta mengkaji peran orang tua dan guru dalam mengarahkan keterlibatan siswa agar budaya *fandom* dapat berkembang sebagai ruang kreativitas, interaksi sosial, dan pengembangan keterampilan digital yang positif.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, B. (1983). *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism*. Verso.
- Anjana, F. (2024). Komunitas Vespa Kraksaan: Studi Interpretatif Terhadap Pembentukan Identitas Sosial. *Dinamika Sosial: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 3(4), 412-420. <https://doi.org/10.18860/dsjpips.v3i4.14175>
- Ariyani, R. F., Ramadhani, R. W., Wijaya, W. V., & Pertiwi, C. A. (2024). Fanatisme dan Fan War Penggemar Kpop di Media Sosial Tiktok. *Kinesik*, 11(3), 333-343. <https://doi.org/10.22487/ejk.v11i3.1535>
- Doko, H. T., Andung, P. A., & Leuape, E. S. (2024). Komunikasi Virtual Penggemar BTS Di Akun Twitter@ ARMY_Kupang. *Deliberatio: Jurnal Mahasiswa Komunikasi*, 4(1), 67-78. <https://doi.org/10.59895/deliberatio.v4i1.243>
- Hidayat, N. A., Laras, D., Ritonga, H. K., & Fariha, N. F. (2024). Pengaruh Fangirling Kpop Idol Terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa S1 di Universitas Mercu Buana Yogyakarta Kampus 3. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 4(1) 6-12. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v4i1.1415>
- Jalwis, J., & Habibie, N. (2023). Telaah Karakter Pendidikan Multikultural Dalam Al-Qur'an (Studi Terhadap Surat Al-Hujarat Ayat 13). *Proceedings IAIN Kerinci*, 1(1), 100-110. <https://ejournal.iainkerinci.ac.id/index.php/pik/article/view/2392>
- Maulidya, M. N., & Hidayat, M. A. (2023). Studi netnografi deteritorialisasi budaya Hallyu di

- kalangan penggemar drama Korea. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 9(2), 146-159. <https://doi.org/10.23887/jiis.v9i2.69289>
- Mawardani, H. A., & Sudrajat, A. (2025). Hibriditas budaya dalam *fandom* K-pop: Konstruksi identitas kolektif penggemar di era digital Indonesia. *Dialektika: Jurnal Bahasa, Sastra Dan Budaya*, 12(1), 66-80. <https://doi.org/10.33541/dia.v12i1.6970>
- Muslimah, I. H. P., Rosalina, A., Khairani, A., Desiderawi, M., Loviona, L., & Sari, L. (2023). Identitas sosial dan perilaku prososial pada anggota *fandom* K-Pop. *Journal of Indonesian Psychological Science (JIPS)*, 3(1), 310-320. <https://doi.org/10.18860/jips.v3i1.21061>
- Nabila, E. P., Pitopili, I., Rahmadi, M. F., & Haydar, M. (2025). Datafikasi *Fandom* K-Pop: Transformasi Identitas Pribadi dan Sosial di Era Digital. *Jurnal Komunikasi Global*, 14(1), 158-180. <https://doi.org/10.24815/jkg.v14i1.43070>
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants part 1. *On the Horizon*, 9(5), 1–6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>
- Putri, S. C. M., & Savira, S. I. (2021). Gambaran Citra Diri Fanboy Kpop (Sebuah Studi Kasus Pada Penggemar Laki Laki Musik Korea Dalam Komunitas *Fandom*). *Character Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(6), 55-67. <https://doi.org/10.26740/cjpp.v8i6.41435>
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. In S. Worchel & W. G. Austin (Eds.), *Psychology of intergroup relations* (pp. 7–24). Nelson-Hall.
- Vania, C. F. R., & Anggoro, C. W. (2022). Diplomasi publik Jepang terhadap Indonesia menggunakan budaya populer. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 5(1), 60-67. <https://doi.org/10.33822/gk.v5i1.5408>