

## GAMBARAN CITRA DIRI FANBOY KPOP (SEBUAH STUDI KASUS PADA PENGGEMAR LAKI LAKI MUSIK KOREA DALAM KOMUNITAS FANDOM)

**Salsabila Citra Mahendro Putri**

Jurusan Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, UNESA, Email: salsabila.17010664102@mhs.unesa.ac.id

**Siti Ina Savira**

Jurusan Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, UNESA, Email: sitisavira@unesa.ac.id

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran citra diri fanboy musik Korea yang tergabung dalam komunitas fandom. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Partisipan dalam penelitian ini berjumlah lima orang yang didapatkan dari teknik purposive sampling dan observasi di beberapa komunitas fandom di Surabaya dan sekitarnya. Data dikumpulkan melalui wawancara semi terstruktur dan dianalisis dengan teknik analisis tematik. Berdasarkan hasil analisis data, penelitian ini berhasil mengidentifikasi lima tema utama, yaitu pengalaman menjadi fanboy, citra diri sebagai fanboy, konflik citra diri yang dialami, upaya mengatasi konflik, dan penerimaan diri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fanboy memiliki banyak pengalaman tidak menyenangkan karena menyukai KPOP yang menyebabkan mereka sulit untuk mengekspresikan diri sesuai keinginan mereka. Fandom sebagai komunitas penggemar memberikan lingkungan yang positif untuk fanboy sehingga mereka merasa lebih nyaman dan bisa mengekspresikan diri sesuai dengan citra diri yang dimiliki

**Kata Kunci** : Citra Diri, Penggemar Laki-laki, KPOP

### Abstract

*This study aims to provide an overview about self image of KPOP fanboy who are members of fandom community. This study used a qualitative research method with a case study approach. The participants in this study was five people who were obtained from purposive sampling technique and observation in several fandom communities in Surabaya and its surroundings. The data were collected through semi-structured interviews and analyzed using thematic analysis techniques. Based on the results of data analysis, this study has identified five main themes, namely the experience of being a fanboy, self-image as a fanboy, experienced self-image conflicts, efforts to overcome conflicts, and self-acceptance. The results showed that fanboys had a lot of unpleasant experiences because they liked KPOP which made it difficult for them to express themselves as they wish. Fandom as a fan community provides a positive environment for fanboys so that they feel more comfortable and able to express themselves accordingly.*

**Keywords** : Self-Image, Fanboy, KPOP

### PENDAHULUAN

KPOP menjadi salah satu fenomena yang meledak di Indonesia saat ini. Banyak faktor yang membuat KPOP kini banyak digandrungi oleh beragam kalangan masyarakat. Fuhr (2016) berpendapat bahwa KPOP berhasil menguasai pasar musik dunia karena beberapa alasan, diantaranya adalah nama grup yang mudah dipahami oleh audiens non-Korea, penggunaan bahasa Inggris dalam lirik, partisipasi penggemar dalam menerjemahkan lirik, wawancara, dan artikel untuk menghilangkan batasan linguistik. Sehingga KPOP tidak hanya menawarkan musik untuk didengar, namun juga sebuah kultur baru yang lebih segar dan menarik.

Sari & Jamaan (2014) mengungkapkan penyebaran KPOP melalui beberapa generasi yang dimulai sejak

1994, serta mulai masuk kawasan Asia Tenggara pada awal 2000-an karena Piala Dunia yang bertuan rumah di Jepang dan Korea Selatan. Hingga saat ini, penyebaran KPOP di berbagai belahan dunia berkembang pesat. Penyebaran budaya KPOP yang merambah pasar dunia ini kemudian menjadikan KPOP sebagai fenomena transnasional

Penyebaran musik KPOP juga menjadi lebih mudah karena didukung dengan kemajuan teknologi untuk mendapatkan informasi dan cepatnya akses internet. Masyarakat yang ingin tahu mengenai budaya KPOP lebih mudah mendapatkan akses dan menjadi penggemar. Banyaknya jumlah penggemar ini menyebabkan munculnya komunitas penggemar dari masing-masing idola yang disebut *fandom*. Busse dan Sandvoss (dalam

Reyes et al., 2016) menyatakan fandom adalah komunitas terorganisir yang terdiri dari orang-orang yang berpikiran sama yang bersatu dalam pengabdian mereka kepada selebriti tertentu, serta partisipasi dan mungkin identifikasi diri dengan komunitas tersebut. Para anggota *fandom* ini memiliki banyak kegiatan seperti mencari informasi tentang idola mereka dan juga menjadi tempat berkomunikasi individu dengan minat yang sama.

Indonesia menjadi salah satu negara dengan penyumbang *fandom* KPOP terbesar di dunia. Sebuah studi di tahun 2014 oleh Jung & Shim mengungkapkan bahwa negara Indonesia banyak berkontribusi untuk pemasukan artis KPOP melalui platform media sosial seperti Twitter dan Youtube. Selain media sosial, besarnya *fandom* KPOP di Indonesia juga dapat dilihat ketika idolnya menggelar konser. Idol KPOP yang melaksanakan konser di Indonesia selalu menuai sukses besar dalam penjualan tiket, tak jarang para penggemar KPOP tak mendapat tiket konser karena penjualannya habis di waktu yang sangat singkat

Kuatnya KPOP dan penggemarnya menguasai pasar musik Indonesia tidak hanya menimbulkan pro tapi juga kontra. Banyak masyarakat Indonesia yang ternyata menolak atau tidak menyukai budaya populer ini sehingga penggemar KPOP kerap menghadapi perlakuan tidak menyenangkan. Pradata (2019) menyebutkan bahwa kehadiran KPOP di Indonesia sebenarnya tidak terlalu diterima. Beberapa dari penggemar KPOP, khususnya remaja, sering menerima *bullying* dari teman sebayanya karena dianggap memiliki kesenangan yang tidak penting. Penggemar KPOP juga dianggap masyarakat awam terlalu konsumtif dan cenderung fanatik dalam mendukung idolanya.

Terlepas dari pendapat negatif dari masyarakat, kegiatan penggemar seperti aktif di media sosial serta pembelian barang-barang idola dipandang sebagai bagian dari citra diri (*self-image*) oleh para penggemar sendiri. Kartika (2018) mengungkapkan penggemar KPOP aktif menunjukkan citra diri sebagai penggemar dengan mengenakan pakaian logo atau nama idolanya. Citra diri ini tidak hanya untuk mengidentifikasi satu sama lain sebagai sesama penggemar tapi juga untuk menunjukkan loyalitas kepada idolanya. Begitu juga dengan pembelian *merchandise* seperti album, *lightstick*, atau *photocard*. Para penggemar KPOP akan merasa bangga karena dapat membuktikan citra dirinya di fandom masing-masing karena bisa mendukung idolanya dengan membeli album resmi walaupun uang yang dikeluarkan cukup banyak (Andina, 2019)

Dalam fandom sendiri terdapat dua istilah panggilan penggemar yang dibedakan berdasarkan jenis kelamin mereka, yaitu *fangirl* dan *fanboy*. Sesuai namanya, *fangirl* merupakan panggilan yang ditujukan untuk

penggemar (*fan*) perempuan (*girl*), sedangkan *fanboy* adalah penggemar laki-laki. Menurut survei yang dilakukan oleh Badan Informasi dan Kebudayaan Korea di bawah Kementrian Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata Korea pada tahun 2011 dengan 12.085 responden non-Korea dari 102 negara menemukan bahwa sebanyak 90% penggemar KPOP adalah wanita sedangkan 10% lainnya adalah pria. Jumlah ini dikatakan bisa berkembang seiring waktu namun perbandingan antara penggemar laki-laki dan perempuan kemungkinan besar tidak akan berbeda secara drastis.

Jumlah *fanboy* yang cenderung lebih sedikit dari *fangirl* tidak membuat mereka terhambat dalam menunjukkan kecintaannya kepada idola. *Fanboy* membeli album, *merchandise* maupun mengikuti kegiatan-kegiatan yang ada seperti pertemuan rutin, aktif di media sosial, maupun mengikuti lomba seputar KPOP seperti *dance cover* dan *sing cover*. Hal ini dilakukan untuk membangun citra diri mereka sebagai *fanboy* diantara penggemar KPOP lainnya didominasi oleh wanita muda.

Pentingnya membangun citra diri dalam komunitas *fandom* ini juga dirasakan oleh peneliti sebagai *fangirl*. Peneliti sudah bergabung dengan beberapa komunitas *fandom* KPOP selama kurang lebih 8 tahun. Selama berada di komunitas, peneliti dan penggemar lainnya seringkali merasa perlu untuk menunjukkan identitas dan status sebagai penggemar ke publik. Pengalaman peneliti ini didukung oleh penelitian Abd-Rahim (2019) yang mengungkapkan bahwa status dan identitas dapat menentukan hirarki sosial yang ada dalam setiap komunitas *fandom*, sehingga dianggap sangat penting bagi setiap fans karena dapat membantu penggemar untuk membangun relasi lebih luas dengan sesama penggemar dan bahkan jika beruntung dapat membawa penggemar untuk berinteraksi langsung dengan idolanya melalui beberapa acara tertentu.

Citra diri sendiri adalah pandangan yang dibangun individu melalui pengalaman pribadi tentang dirinya sendiri terkait bagaimana ia berpenampilan maupun bersikap di publik. Wibowo (2007) mendefinisikan citra diri sebagai gambaran atau pemikiran seseorang terhadap diri sendiri terkait dengan bagaimana cara seseorang memandang dirinya dan berpikir tentang penilaian orang lain terhadapnya. Rakhmat (2007) menjelaskan citra diri sebagai sikap seseorang terhadap hubungan yang mencakup persepsi dan perasaan mengenai bagaimana penampilan dan potensi mencakup pengalaman masa lalu dan pengalaman baru. Hal ini didukung oleh Maltz (1997) yang menyatakan bahwa citra diri merupakan konsep diri yang dibentuk dari hasil pengalaman masa lalu, kesuksesan dan kegagalan, penghinaan dan penghargaan, serta reaksi orang lain dan lingkungan

terhadap individu tersebut. Oleh karena itu, penting bagi individu untuk memiliki citra diri positif karena memengaruhi pemikiran dan sikap dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan peneliti melalui wawancara dengan beberapa fanboy yang tergabung dengan fandom di Surabaya, pembentukan citra diri ini berlangsung dalam kurun waktu cukup lama dan melalui banyak proses. Para fanboy mengalami banyak pengalaman tidak menyenangkan seperti bullying dan diskriminasi karena menyukai KPOP. Hal ini membuat mereka cukup sulit untuk menyalurkan kesenangannya di publik karena rasa cemas akan diperlakukan berbeda oleh lingkungan sekitar. Pengalaman tidak menyenangkan ini membuat para fanboy memunculkan citra diri negatif pada dirinya sendiri. Cara mereka mengatasi konflik ini adalah dengan bergabung dengan fandom yang memberikan lingkungan yang lebih positif. Dari uraian diatas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran mendalam mengenai bagaimana citra diri fanboy KPOP yang bergabung dengan beberapa komunitas fandom di Surabaya, ditinjau dari sudut pandang pelaku utama yaitu para fanboy sendiri.

## METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif digunakan untuk menjelaskan isu-isu khusus tentang situasi, kenyataan, atau pengalaman hidup seseorang secara deskriptif (Moleong, 2011). Pendekatan yang digunakan adalah studi kasus. Penggunaan studi kasus digunakan untuk mengungkap makna, menyelidiki, proses, serta memperoleh pengertian dan pemahaman mendalam dari individu, kelompok maupun situasi tertentu (Emzir, 2010)

Partisipan penelitian yang didapatkan dari teknik *purposive sampling* dengan kriteria laki-laki berumur 16-22 tahun yang menyukai KPOP, bergabung dengan fandom, serta aktif mengikuti kegiatan fandom seperti lomba, pertemuan, donasi, maupun kegiatan lainnya. Melalui identifikasi ini didapatkan lima partisipan yakni MFM, RMM, ARF, UAN, dan SKT.

**Tabel 1. Partisipan Penelitian**

Peran	Nama	Usia	Domisili
S1	MFM	19	Gresik
S2	RMM	20	Surabaya
S3	ARF	17	Surabaya
S4	UAN	22	Jombang
S5	SKT	21	Surabaya

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah wawancara semi-terstruktur. Teknik ini dipilih karena menurut Smith (2010) memiliki beberapa ciri-ciri yang mendukung yaitu : (1) Pertanyaan terbuka namun ada batasan tema dan alur; (2) Kecepatan wawancara dapat diprediksi; (3) Fleksibel tetapi tetap terkontrol; (4) Ada pedoman wawancara yang dijadikan patokan; (5) Tujuan wawancara adalah untuk memahami suatu fenomena

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis tematik. Analisis tematik digunakan karena alat penelitian yang fleksibel sehingga dapat memberikan data yang kaya dan lebih detail. Selain itu, analisis tematik memungkinkan peneliti untuk fokus pada aspek-aspek tertentu dari data yang paling relevan dengan pertanyaan penelitian dan memberikan deskripsi yang kaya terhadap data secara keseluruhan. Uji keabsahan data yang digunakan peneliti adalah uji kepercayaan (*credibility*). Dimana peneliti dapat mengecek konsistensi, kedalaman, dan ketepatan data dengan bantuan pengamat lain untuk menguji derajat kepercayaan. Pengamat lain dalam penelitian ini adalah dosen pembimbing tugas akhir peneliti.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Berdasarkan pengumpulan data yang dilakukan dengan kelima partisipan, didapatkan 5 tema besar yang merupakan analisis data dari wawancara. Kelima tema besar tersebut adalah :

**Tabel 2. Tabel Tema Gambaran Citra Diri**

Tema	Subtema
Pengalaman menjadi fanboy	Mengenal musik KPOP Alasan menyukai KPOP
Citra diri sebagai fanboy	Mengekspresikan diri sebagai fanboy Mendukung idolanya
Konflik citra diri yang dialami sebagai fanboy	Pandangan orang lain terhadap fanboy Pandangan terhadap diri sendiri
Upaya mengatasi konflik	Bergabung ke fandom Melihat sisi positif sebagai fanboy
Penerimaan citra diri	Menyikapi perlakuan negatif Mendapat dukungan dari lingkungan

### Tema : Pengalaman menjadi fanboy

#### *Mengenal musik KPOP*

Para partisipan mengenal musik KPOP pertama kali dari cara yang beragam. Berdasarkan data yang terkumpul dari kelima partisipan, empat diantaranya

mengenal musik KPOP melalui orang terdekat mereka seperti saudara atau teman, sedangkan satu partisipan, yaitu MFM, tidak sengaja menemukan musik KPOP melalui kebiasaannya bermain *online game* di warnet. Para partisipan yang saat ini memiliki rentang usia 17-22 tahun, mengenal KPOP di kisaran tahun 2010 hingga 2012. Pada masa itu, generasi kedua KPOP memasuki industri musik Indonesia dengan beberapa nama seperti Super Junior, SNSD, BIGBANG, dan 2ne1. Selama menjadi fanboy, para partisipan telah bergabung ke beberapa komunitas *fandom* yang ada di Surabaya dan sekitarnya. Mereka aktif melakukan interaksi dengan penggemar lain secara *online* melalui forum media sosial maupun *offline* melalui berbagai kegiatan seperti pertemuan rutin dan kompetisi seperti *dance cover* atau *sing cover*.

### **Alasan menyukai KPOP**

Para partisipan menumbuhkan ketertarikan terhadap musik KPOP karena musiknya membawa nuansa baru dengan konsep grup yang memiliki sinkronisasi dalam menyanyi dan menari sekaligus. Konsep unik ini menarik banyak perhatian karena pada saat itu, industri musik Indonesia banyak dipenuhi oleh penyanyi solo atau band. Tidak hanya sekedar naik daun, KPOP berhasil bertahan di Indonesia karena konsep kreatif yang berhasil disajikan oleh setiap musisinya. Setiap grup KPOP memiliki konsep tersendiri dan ciri khas masing-masing, sehingga penggemar dapat menyukai banyak idola sekaligus karena konsep yang dibawakan sangat bervariasi.

[...] musik *e* mereka tuh pas jaman itu beda dari yang lain gitu lo, jadi kaya bawa angin seger. [...] (UAN, 4 April 2021)

[...] konsep KPOP sendiri tuh ngga terbatas di satu genre [...] genrenya banyak dan gak ada *limitation* di konsepnya gitu. (ARF, 22 Maret 2021)

Keunikan ini yang membuat KPOP dapat bertahan di industri musik Indonesia dan memiliki penggemar setia selama bertahun-tahun.

### **Tema : Citra diri sebagai fanboy**

#### **Mengekspresikan diri sebagai fanboy**

Sebagai *fanboy*, para partisipan juga aktif dalam mengekspresikan identitas mereka. Salah satu partisipan, ARF, mengakui bahwa KPOP merupakan hobi yang lebih baik disalurkan daripada harus dipendam

Tapi kalo menurut aku sendiri sih, ya gak papa. Kayak kamu tuh punya hobi yang harusnya tuh ya disalurkan ke orang lain (ARF, 12 November 2020)

Selain itu, para fanboy yang terbuka memiliki kesempatan untuk bertemu dengan penggemar lain. RMM mengatakan ia seringkali menemukan penggemar lain di lingkungan sekitarnya walaupun memang mayoritas penggemar wanita sedangkan MFM justru sering mengajak teman-temannya untuk menyukai KPOP seperti dirinya

Kalo aku memang lebih seneng untuk terbuka biar bisa dapet anak yang satu selera gitu [...]. Tapi emang kebanyakan yang aku temuin cewek [...] (RMM, 7 November 2020)

[...] aku kalo suka itu ya kayak ngajak juga sampe suka banget [...] (MFM, 31 Oktober 2020)

Para partisipan ini menganggap bentuk ekspresi diri mereka sebagai fanboy merupakan hal yang wajar. Ekspresi diri sebagai fanboy ini ditunjukkan melalui penggunaan atribut sebagai identitas diri. Penggemar KPOP seringkali memakai aksesoris seperti tas, pakaian, atau sesuatu yang menunjukkan logo idolanya. Hal ini dilakukan untuk mengidentifikasi fans dari idola satu dengan lainnya

[...] biasanya ada yang fans pake tas yang ada logonya gitu, atau *case hp* yang paling sering, biar kaya yang liat itu juga tahu gitu, oh ini fans KPOP gitu [...] (MFM, 5 Maret 2021)

[...] pake kaya kaos, tas, jaket, pokoknya yang ada logo idolnya gitu kan kalo di luar. Biasanya biar nunjukkin aja sih kaya ini aku fans dari grup ini, gitu. (ARF, 22 Maret 2021)

### **Mendukung idolanya**

Selain terbuka ke lingkungan, para fanboy juga menunjukkan citra diri sebagai penggemar dengan berbagai cara dalam mendukung idolanya. Cara yang paling umum dalam mendukung idola adalah membeli barang-barang yang diproduksi oleh idola mereka. Para fanboy ini rela menabung atau menyisihkan uang mereka untuk bisa membeli album atau *merchandise* yang harganya terbilang cukup mahal

[...] kalau ada budget lebih, beli kontennya mereka kaya album, *merchandise* [...] (MFM, 31 Oktober 2020)

[...] Kalo *merch* ya, aku biasanya beli album sih. (SKT, 1 April 2021)

Selain membeli barang-barang, mereka juga menonton konser idola mereka jika ada kesempatan. ARF mengungkapkan jika idola mereka berkunjung ke Indonesia, para penggemar rela untuk mengeluarkan uang untuk tiket konser dan akomodasi perjalanan karena biasanya konser diadakan di Jakarta.

[...] kalo idol ke *indo* (indonesia) itu biasanya yang bisa nonton tuh kaya nge *trip* bareng bareng gitu. (ARF, 22 Maret 2021)

Hampir sama dengan ARF, UAN juga menonton langsung konser idolanya ketika mereka berkunjung ke Indonesia.

[...] nonton konser mereka juga kalo mereka mampir ke *indo*. Aku udah nonton konser SNSD, SUJU [...] (UAN, 4 April 2021)

Bagi fanboy yang tidak memiliki kesempatan untuk menonton konser, dukungan juga bisa ditunjukkan melalui kegiatan *voting* dan *streaming*. Kegiatan ini biasanya dilakukan untuk mendukung karya terbaru idolanya sehingga mendapatkan penghargaan dari acara musik lokal di Korea Selatan atau peringkat tangga lagu dunia

[...] *streaming* mv atau music di *spotify*, *joox*, *youtube music* kalau *comeback*. Biasanya ikut *voting* di *starplay* atau *mcountdown* atau *the show* gitu (RMM, 18 Maret 2021)

Berdasarkan data diatas, fanboy membangun citra diri dengan menunjukkan dukungan kepada para idolanya melalui berbagai cara mulai dari mendengarkan karya idola, menonton konser, hingga mengenakan atribut idolanya.

### **Tema : Konflik citra diri yang dialami sebagai fanboy Pandangan orang lain terhadap fanboy**

Pengalaman menjadi *fanboy* KPOP tidak hanya dihiasi kebahagiaan saja, mereka juga harus mengalami beberapa hal tidak menyenangkan karena adanya stigma di masyarakat. Banyak orang melabeli idol KPOP sebagai laki-laki yang feminim sehingga citra ini juga banyak ditujukan kepada para *fanboynya*. MFM mengakui stigma ini sempat membuat orang tuanya melarang ia menyukai musik KPOP karena di mata orang tuanya, idola KPOP dilihat sebagai sosok yang tidak seperti laki-laki pada umumnya

[...] karena waktu itu lihat cowoknya kaya gak macho gitu [...] Takutnya ortu tuh ketularan gitu iku gak macho (MFM, 31 Oktober 2020)

Adanya stigma ini juga membuat *fanboy* kerap menghadapi banyak hujatan dan diskriminasi dari orang terdekat. Mereka seringkali mempertanyakan maskulinitas *fanboy* karena memilih menyukai idola KPOP.

[...] orang-orang kalo liat fans KPOP kan emang memandang negatif gitu, yang cewe aja kadang kan masih kena kan ya mbak gitu nah apalagi yang cowo pasti ya gitulah mbak. Dihujat. (RMM, 7 November 2021)

Aku ngerasa kaya orang ngeliat aku tuh aneh awalnya, karena kan cowok suka korea (KPOP) tuh jarang banget [...] (ARF, 12 November 2020)

[...] orang-orang pada kaya hah kok suka Korea (KPOP) sih, kan kamu cowok [...] (UAN, 4 April 2021)

[...] cowok tuh identik dengan bola, olahraga, sama kegiatan-kegiatan yang terkesan garang lah. Saat cowok suka sama KPOP tuh, pandangan masyarakat kayak menghakimi (SKT, 1 April 2021)

Adanya stigma yang melekat pada para fanboy membuat mereka kerap kali menerima *bullying* dari lingkungan sekitar. Bentuk *bullying* yang paling sering diterima adalah hujatan dari teman sebaya yang menganggap KPOP tidak cocok untuk laki-laki. Partisipan sering dipanggil menggunakan julukan untuk menghina *fanboy* seperti banci atau kata lain yang mencemooh identitas gender mereka

[...] dikatain banci lah, feminim lah, kaya cewek lah [...]. (UAN, 4 April 2021)

[...] suka KPOP sih, makanya agak separoh-separoh, yang paling parah tuh saat dipanggil banci Atau bencong sih (SKT, 1 April 2021)

Selain *bullying* secara verbal, para *fanboy* ini juga di jauhi teman laki-laki sebaya karena tidak memiliki hobi atau kesenangan yang lazim dimiliki remaja laki-laki pada umumnya.

[...] temen cowokku dikit [...] yang lainnya udah benci gitu lah (MFM, 12 November 2020)

[...] banyak yang bilang aku kurang laki [...] (RMM, 7 November 2020)

Banyaknya perlakuan tidak menyenangkan yang diterima *fanboy* membuat mereka seringkali merasa tertekan di lingkungan. MFM mengungkapkan ia sempat mengalami stres dan tekanan berat selama masa SMA nya.

Pernah bingung aku. Kaya gini banget ya suka KPOP. Kebawa pusing gitu, tugas gak dikerjain, pulang sekolah marah-marah ke orang tua gak jelas[...] (MFM, 31 Oktober 2020)

Sama halnya dengan MFM, ARF juga merasa tertekan karena tidak bisa mengungkapkan perasaannya. Ia takut akan semakin dibully jika ia melawan sehingga ia memutuskan tetap diam. Sedangkan UAN dan SKT mengaku pengalaman tersebut menimbulkan sakit hati bagi mereka.

[...] bawaannya itu ada yang terpendam tapi gak bisa dikeluarkan di dalam gitu dan gak bisa diungkapin ke orang-orang juga karena takut tambah di *judge* (ARF, 12 November 2020)

Sakit hati sih dulu[...] (UAN, 4 April 2021)

[...] aku gak tahu itu konteksnya kaya becanda atau emang beneran menghina tapi selalu sakit hati kalo digituin[...] (SKT, 1 April 2021)

### ***Pandangan terhadap diri sendiri***

Adanya banyak penolakan dari lingkungan kepada *fanboy* KPOP membuat mereka mengalami banyak konflik batin. Selama menyukai idola KPOP, kebanyakan para *fanboy* akan memiliki untuk tertutup karena melihat pengalaman yang didapatkan oleh penggemar lainnya. Hal ini juga dilihat oleh partisipan RMM dan ARF, mereka menilai banyak *fanboy* akan memilih untuk tidak membuka diri karena takut mendapatkan pelabelan negatif dan perlakuan tidak menyenangkan seperti yang mereka terima dulu

[...] kalo ada di lingkungan yang mayoritas gak suka KPOP atau gak punya kesenangan yang sama ya mbak jadi kayak lebih tertutup dan memilih untuk diem. Soalnya kan daripada kena hujat mulu [...] (RMM, 7 November 2020)

Kebanyakan mereka (*fanboy*) sih diem ya. Kaya gak ngomong jelas juga suka soalnya mungkin takut juga [...] (ARF, 12 November 2021)

Sedangkan UAN memilih untuk tidak berinteraksi dengan orang yang bukan penggemar KPOP karena takut mendapat hujatan yang lebih parah

[...] aku jadi gak terlalu interaksi sama orang awam yang gak ngerti KPOP (UAN, 4 April 2021)

Para *fanboy* juga sulit untuk mengekspresikan diri sesuai keinginan. ARF mengaku ia sering berpikir berlebihan mengenai reaksi orang lain, sehingga membuatnya terbebani sedangkan MFM sempat merasa bingung untuk mengekspresikan hobinya karena banyak penolakan yang datang dari lingkungan sekitar

[...]Aku terlalu takut mikirin reaksi orang-orang kalo tahu [...] selalu ada rasa *anxious* gitu lo kalo mikirin reaksi orang terus dampaknya apa. (ARF, 12 November 2020)

[...] gini banget jadi cowok yang suka KPOP kok gini banget, Miris gitu, kemana mana dikatain ini lah itu lah [...] (MFM, 31 Oktober 2020)

Pengalaman tidak menyenangkan yang dialami para partisipan membuat mereka memiliki banyak konflik diri selama menjadi *fanboy*. Konflik ini terjadi karena penolakan yang muncul dari lingkungan sekitar. Konflik diri yang terjadi pada *fanboy* ini juga memengaruhi pandangan terhadap diri sendiri,

### **Tema : Upaya mengatasi konflik *Bergabung ke fandom***

Dalam upaya mengatasi konflik yang dialami, partisipan berusaha menemukan lingkungan baru yang lebih mendukung hobi mereka. Salah satu yang umum dilakukan penggemar KPOP adalah bergabung dalam komunitas *fandom*. Tujuan utama para penggemar bergabung dengan *fandom* adalah mendapat teman yang memiliki selera musik sama. Kelima partisipan pun setuju bahwa melalui *fandom*, mereka dapat menemukan teman baru yang lebih positif karena memiliki kesukaan yang sama

[...] dapet temen baru, dapet temen buat diskusi segala macem. Dapet lingkungan baru lah (ARF, 12 November 2020)

Kalau aku pribadi sih kalau kamu jadi seorang fans dari idol satu misalnya, itu kamu kaya pasti masuk

ke dalam *fandom* itu, buat nyari nyari temen[...] (SKT, 1 April 2021)

Bergabung ke *fandom* juga memberikan kesempatan para *fanboy* untuk membangun relasi dengan sesama penggemar. Relasi ini dibutuhkan *fanboy* jika mereka ingin mendapatkan informasi lebih cepat atau kesempatan untuk mengikuti acara resmi dari idolanya

[...] di komunitas KPOP ini aku bisa bertemu dengan beberapa teman baru atau mungkin punya koneksi zxsampe luar negeri. Punya banyak temen gitu (RMM, 7 November 2020)

[...] benefitnya tuh banyak banget banget. Bisa dapat informasi tambahan dari idolnya [...] bisa nambah relasi teman juga. (SKT, 1 April 2021)

Selain untuk menjalin pertemanan dan memperluas jangkauan koneksi, *fandom* juga memberikan kenyamanan bagi *fanboy* untuk mengekspresikan diri tanpa harus takut mendapatkan pandangan negatif. *Fanboy* yang sebelumnya mendapat tekanan karena kesukaan mereka, menjadi lebih bebas untuk berekspresi dengan orang di dalam komunitas karena adanya dukungan satu sama lain

Kalo di lingkungan positif ya banyak yang dukung kaya komunitas ku gitu [...] (MFM, 31 Oktober 2020)

[...] tapi yang bikin naik lagi tuh ya temen temen dekat [...] mereka *support* sistem ku [...] (SKT, 1 April 2021)

Rasa aman dan nyaman yang diberikan *fandom* kepada *fanboy* membuat mereka merasa mendapat keluarga baru. *Fandom* dapat memberikan mereka lingkungan baru yang lebih suportif dan terbuka untuk mereka sebagai *fanboy*

[...] masuk *fandom* tuh kaya dapet keluarga baru, ngerti kebersamaan [...] (RMM, 7 November 2020)

[...] yang namanya *fandom* itu kaya keluarga gitu, Ada di *fandom* itu jadi ngerasa lebih bisa diterima [...] (ARF, 12 November 2020)

Para *fanboy* ini juga dapat mengekspresikan diri sesuai keinginan ketika berada di *fandom*. Pertemuan rutin yang diadakan menjadi tempat ngobrol sesama penggemar dan mendiskusikan topik tertentu seputar idolanya, sesuatu yang sulit dilakukan oleh para *fanboy* di

lingkungan sekitar mereka karena banyak stigma yang dilabelkan.

[...] ada *fangathering* gitu, jadi kaya tiap komunitas nya ketemuan, ya ngobrol ngobrol aja, meet up di cafe atau mall gitu [...] (ARF, 22 Maret 2021)

[...] ada ultah idol itu kita rayain nyewa cafe atau kaya *spacework* gitu kita seru seruan bareng [...] (SKT, 1 April 2021)

Selain pertemuan langsung, *fandom* biasanya memiliki forum di media sosial sebagai tempat berinteraksi untuk anggotanya

[...] di twitter juga biasanya ada *base-base* atau forum dari suatu *fandom* yang kita bisa pakai untuk berinteraksi kapanpun dan dimanapun [...] (RMM, 18 Maret 2021)

### **Melihat sisi positif sebagai fanboy**

Bergabungnya *fanboy* dengan *fandom* membuat mereka dapat melihat sisi positif mereka. Beberapa *fanboy* yang memiliki ketertarikan dengan budaya KPOP kemudian mempelajari tarian mereka dan memperoleh pencapaian positif. MFM, RMM, dan ARF adalah beberapa yang berhasil memaksimalkan potensi mereka sebagai penari dan koreografer. Mereka berhasil mengubah stigma yang dilabelkan pada mereka menjadi suatu potensi dan menghasilkan prestasi yang membanggakan

[...] aku ikut komunitas *dance* [...] karena bawa pulang piala, orang tua kayak bisa ya kamu, gakpapa terusin. (MFM, 31 Oktober 2020)

[...] aku berkesempatan untuk membuat salah satu koreografi *dance* untuk lomba ekskul *cheerleader* dan alhamdulillah lomba tersebut bisa dimenangi [...] (RMM, 7 November 2020)

[...] setelah kenal Korea (KPOP) ini aku sering tampil di kompetisi *dance*. (ARF, 12 November 2020)

Selain kemampuan menari, para *fanboy* juga membangun kepercayaan diri dengan baik setelah sebelumnya sempat merasa tidak percaya diri dengan kesukaannya

[...] aku dulu tuh pemalu dan gak bisa bicara di depan umum dan sekarang bisa punya kepercayaan

diri dan keberanian untuk tampil atau bicara di publik (RMM, 18 Maret 2021)

[...] aku liat idol KPOP tuh *public speaking*-nya kan bagus-bagus banget jadi aku kaya belajar buat bicara di depan umum [...] (SKT, 1 April 2021)

Selain itu, karena *fandom* juga bersifat seperti organisasi ketika mengadakan acara pertemuan. SKT sebagai salah satu partisipan mengaku banyak belajar *softskill* yang sama seperti anggota organisasi lainnya.

[...] *skill* berbaur dengan orang lain sih sama pengalaman ngadain *event* gitu [...] di komunitas ini aku belajar berorganisasi juga [...] (SKT, 1 April 2021)

Selain memiliki pengaruh positif dalam menemukan potensi diri, bergabung ke *fandom* juga membuat para *fanboy* ini dapat menciptakan citra diri yang baik melalui penampilan fisik. Mereka menjadi lebih sadar akan penampilan dan memiliki *style* tersendiri. Mereka banyak terinspirasi dari *style* idol KPOP yang lebih rapi, berwarna, dan mengikuti tren. Tidak hanya cara berpakaian, *fanboy* menerapkan perawatan tubuh seperti idola mereka supaya terlihat lebih bersih.

[...] jadi tau *style* gitu dari rambut sampe sepatu sih yang paling kelihatan [...] (MFM, 5 Maret 2021)

[...] dari cara berpakaian, jadi lebih *trendy* gitu sih. Jadi mulai ngerti cara kaya *mix and match* outfit biar kelihatan rapi. terus juga kebiasaan kaya *selfcare*, *selftreating* [...] (ARF, 22 Maret 2021)

[...] lebih *aware* sama penampilan, gak hanya *fashion* tapi juga perawatannya sih, kaya aku lebih sadar merawat tubuh gitu [...] (UAN, 4 April 2021)

[...] ngikutin *style* idol cowoknya [...] jadi jatuhnya aku keliatan lebih rapi dan kaya sadar penampilan gitu. (SKT, 1 April 2021)

Selain penampilan, idola KPOP juga memotivasi *fanboy* dalam mencapai mimpi mereka. Idol KPOP harus melalui proses panjang mulai dari audisi hingga pelatihan bertahun-tahun sebelum berhasil debut. Perjuangan dan kerja keras mereka banyak menginspirasi *fanboy* untuk lebih giat dalam mencapai mimpi.

[...] termotivasi juga si untuk mencapai sesuatu. apalagi idolku juga kan berjuang keras, biasanya

kebanyakan fans KPOP tuh selalu gitu, termotivasi sama idolanya. (RMM, 18 Maret 2021)

[...] KPOP idol tuh kaya kerja kerasnya gak main main gitu kan [...] Itu yang selama ini aku berusaha terapin ke diri ku sekarang. (ARF, 12 November 2020)

[...] motivasi mereka, *manner*-nya, *vibes*-nya, itu kaya bikin aku jadi lebih positif juga dalam sehari-hari [...] (UAN, 4 April 2021)

[...] sifat pantang menyerahnya mereka sih yang selalu aku jadikan patokan. [...] (SKT, 1 April 2021)

Para *fanboy* juga belajar untuk mendukung idolanya secara wajar sehingga tidak mengganggu kehidupan pribadi mereka. Mereka mendukung idolanya tanpa harus memberatkan diri sendiri dan jatuh dalam fanatisme

[...] *supporting your fav idol is good*, tapi tau batas dan inget kewajiban [...] inget kebutuhan yang lebih penting juga [...] (MFM, 31 Oktober 2020)

[...] kalau dalam kadar yang cukup dan gak merugikan orang lain sih gakpapa [...] kalo jatuhnya malah merugikan dia dan idolnya juga itu sih yang harus dihindari (RMM, 7 November 2020)

[...] dalam artian masih dalam batas wajar untuk *admiring* idol yang dia dukung [...] jangan terlalu posesif juga. Dukung aja karyanya senormalnya (ARF, 22 Maret 2021)

Bergabung dengan *fandom* memberikan banyak pengaruh positif dalam citra diri partisipan sebagai *fanboy*. *Fandom* memberikan kenyamanan bagi *fanboy* menjadi diri sendiri dan mengekspresikan diri sesuai keinginan. *Fanboy* juga belajar banyak hal dan dapat mengembangkan potensi diri ketika bergabung ke komunitas *fandom*, serta tetap membatasi diri agar tidak jatuh ke dalam fanatisme.

### **Tema : Penerimaan citra diri Menyikapi perlakuan negatif**

Citra diri para *fanboy* ini didapatkan dari proses panjang mereka berdamai dengan diri sendiri. Pengalaman buruk di masa lalu sebagai *fanboy* tidak menjadi penghalang untuk mereka mengekspresikan kesenangan mereka saat ini. Seiring bertambahnya usia, mereka memilih untuk mengabaikan ucapan negatif dari orang-orang yang tidak paham mengenai kesukaan mereka.



[...] sih udah kebal sih, kaya angin lewat gitu aja (MFM, 31 Oktober 2020)

[...] lama lama kaya biasa aja. Malah lebih ke bodo amatan sekarang [...] (ARF, 12 November 2020)

[...] ucapan negatif mereka gak tak masukin hati [...] Toh aku suka KPOP juga sebenarnya gak ngerugiin mereka kan (UAN, 4 April 2021)

[...] karena kalau semakin aku memendam dan menyembunyikan apa yang aku sukai dari dunia luar, rasanya tuh gak bebas [...] Bodo amat aja lah (SKT, 1 April 2021)

Selain bersikap acuh, *fanboy* juga memutuskan untuk menyaring lingkup pertemanan seperti yang dilakukan ARF.

[...] semakin selektif dalam milih sirkel karena kalo gak sealiran kayaknya bakal susah juga [...] (ARF, 12 November 2020)

Sedikit berbeda dengan ARF, partisipan lain tidak masalah berteman dengan orang yang tidak suka KPOP selama orang tersebut menghargai dirinya

[...] kalo bisa toleransi aku suka KPOP ya oke kita berteman. Kalo kamu benci KPOP dan gak mau toleransi ya udah kita gak bisa berteman. (MFM, 31 Oktober 2020)

[...] intinya walaupun gak suka KPOP tapi bisa kaya menghargai kesenangan orang lain kan pasti tetep ditemenin juga. Harus sama-sama ngertiin aja sih (UAN, 4 April 2021)

Selain itu, partisipan juga berusaha untuk berpikir terbuka. Mereka mengerti bahwa tidak semua orang memiliki pemikiran yang sama sehingga mereka tidak bisa memaksakan kesenangan mereka kepada orang lain begitupun sebaliknya. RMM mengaku bahwa selama menjadi *fanboy*, banyak orang Indonesia yang masih beranggapan bahwa idol KPOP dan *fanboy*-nya tidak cukup jantan seperti seharusnya laki-laki bersikap. Daripada berusaha membantah keras, ia cenderung berusaha untuk mengerti sudut pandang orang lain.

[...] banyak orang yang masih menganut *toxic masculinity* kalau laki-laki itu harus begini harus begitu gak boleh ini gak boleh itu. Kadang harus

menyesuaikan apa yang orang orang bilang *manly*, padahal ya biasa aja (RMM, 7 November 2020)

Hampir sama dengan RMM, ARF dan SKT juga berusaha untuk lebih dewasa dan berpikir terbuka dalam menghadapi masalah yang datang pada mereka

[...] aku sekarang selalu berusaha untuk berpikir dari sudut pandang orang lain gitu dan berusaha untuk *open minded* tentang orang lain [...] (ARF, 12 November 2020)

[...] belajar lebih dewasa juga kaya gak emosian kalo ngadepin *haters*, lebih kaya berpikiran positif terus menghargai pendapat atau kesenangan orang lain juga. (SKT, 1 April 2021)

Partisipan juga berusaha untuk mengenalkan sisi positif menjadi fans KPOP supaya banyak orang tidak termakan stigma negatif yang ada. MFM yang aktif sebagai penari di komunitas berusaha mematahkan stigma bahwa laki-laki juga bisa menyukai KPOP tanpa harus dilabeli banci atau julukan negatif lainnya

[...] aku tuh gabung untuk mengubah persepsi orang orang kalo grup KPOP itu gak banci, kalo KPOP tuh cowok juga bisa. (MFM, 31 Oktober 2020)

Selain MFM, ARF juga menyatakan banyak penggemar yang berusaha mengenalkan sisi positif budaya KPOP melalui bakat-bakat mereka

[...] kaya misalnya punya bakat nyanyi lagu-lagu KPOP kan ditunjukkan ke orang orang biar bisa dilihatin juga sisi positifnya dari KPOP itu sendiri gak melulu negatif terus aja yang dibahas. (ARF, 12 November 2020)

Partisipan UAN mengungkapkan kegiatan di *fandom* tidak hanya seputar tentang idola, banyak kegiatan positif yang dilakukan atas dasar kemanusiaan.

[...] banyak kok kegiatan kaya gitu, tanam pohon, terus kaya kegiatan kemanusiaan gitu [...] jadi jangan dikira fandom tuh ya kaya teriak-teriak doang depan laptop, ada positif nya juga (UAN, 4 April 2021)

SKT juga mengungkapkan kebanyakan orang beranggapan penggemar KPOP selalu fanatik atau hanya melakukan kegiatan yang sia-sia, namun dari bergabung ke *fandom* dan melihat banyak motivasi di idola KPOP, para penggemar juga bisa mengambil sisi positif dan lebih berkembang untuk kedepannya

[...] KPOP tuh gak melulu soal hura-hura [...] Banyak kok kegiatan yang kita lakuin dan itu positif, donasi gitu misalnya. Sayang aja gitu masih banyak yang mikir *fanboy* atau *fangirl* itu kaya hidupnya sia-sia gara-gara KPOP padahal yang sukses karena KPOP juga banyak (SKT, 1 April 2021)

### **Mendapat dukungan dari lingkungan**

Selain dari *fandom*, lingkungan terdekat seperti orang tua juga berperan penting untuk *fanboy* dapat bangkit dari konflik diri yang pernah dialami. Saat partisipan ini mencapai prestasi tertentu, orang tua mereka membolehkan mereka tetap menekuni hobinya selama tidak mengganggu kehidupan pribadi. Orang tua UAN dan MFM tetap membolehkan hobi putranya asal mereka tetap disiplin dengan tanggung jawab sehari-hari.

[...] ortuku juga ngebolehkan selama aku masih fokus ke *real life* buat kuliah dan *nyambi* kerja [...] (UAN, 4 April 2021)

[...] terserah gitu ya. Gak yang ngelarang juga. Mungkin lebih ke kaya disiplin diri sama inget *real life* juga [...] (MFM, 31 Oktober 2020)

Selain orang tua, ada beberapa teman terdekat partisipan yang tidak masalah perbedaan selera musik mereka. ARF mengatakan ia beruntung masih memiliki beberapa teman yang mau mendengarkan keluh kesahnya dan membela ketika ia mengalami perlakuan tidak menyenangkan dari orang lain

[...] beraniin diri buat cerita ke orang lain juga akan masalah aku. Jadi aku punya *back up support* dari orang-orang terdekat juga. [...] Ada banyak proses *up and down* juga [...] tapi karena ada dukungan, aku bisa jadi yang sekarang dan bisa berkembang lagi kedepannya. (ARF, 12 November 2020)

Partisipan MFM juga akhirnya dapat menemukan lingkup pertemanan yang lebih sehat dan menerima dirinya sebagai *fanboy*. Ia juga tidak masalah jika memiliki lebih banyak teman wanita daripada laki-laki

[...] Tapi akhirnya aku dapet *support* dari temen-temenku [...] Yaudah jalanin aja [...] (MFM, 5 Maret 2021)

Sedangkan UAN mengalami perubahan lingkungan sejak ia masuk dunia perkuliahan. Ia mengaku teman kuliahnya jauh menerima dirinya

[...] orang-orangnya lebih *openminded* terus lebih terima juga lingkungannya sama cowok-cowok yang suka KPOP terang-terangan. (UAN, 4 April 2021)

Jadi tidak hanya *fandom* sebagai komunitas penggemar, dukungan dari lingkungan terdekat seperti orang tua dan sahabat juga dapat memberikan pengaruh besar bagi partisipan untuk membangun citra diri yang positif sebagai *fanboy*.

### **Pembahasan**

Musik KPOP di Indonesia semakin berkembang dan memiliki banyak penggemar baik perempuan maupun laki-laki. Hal ini karena KPOP menghadirkan konsep musik unik yang berbeda dari tren musik di Indonesia. Semua partisipan menyatakan hal serupa bahwa hadirnya musik KPOP membawa suasana baru dan konten yang dihadirkan tidak pernah membuat bosan. Tunshorin (2016) menyatakan keunikan budaya KPOP karena adanya representasi baru budaya Korea melalui musik, drama, maupun acara *variety show* mereka sehingga penggemar tidak hanya akan menikmati musik tapi juga mengenal budaya Korea dengan cara lebih menarik dan variatif

Berdasarkan penuturan kelima partisipan, mayoritas penggemar KPOP di Indonesia masih didominasi kalangan wanita, namun beberapa laki-laki juga bangga akan citra dirinya sebagai *fanboy*. Beberapa cara dilakukan oleh para *fanboy* untuk dapat menunjukkan citra dirinya sebagai penggemar. Untuk beberapa penggemar pelajar seperti ARF, cara paling mudah adalah dengan rutin melakukan *streaming* pada aplikasi tertentu untuk menaikkan lagu idolanya di tangga musik. Selain *streaming*, dapat juga dengan membeli album dan aksesoris yang diproduksi idola mereka seperti yang dilakukan RMM dan MFM. *Fanboy* juga seringkali meniru gaya berpakaian idolanya seperti yang dilakukan SKT dan ARF. Kaparang (2013) menjelaskan perilaku imitasi dan mengumpulkan barang-barang idola seperti yang dilakukan partisipan adalah salah satu bentuk bagaimana mereka membangun citra diri sebagai penggemar, sehingga wajar jika mereka dengan bangga menunjukkan apa yang dilakukan untuk idolanya. Untuk penggemar yang sudah memiliki penghasilan seperti UAN, dukungan dapat ditunjukkan dengan menonton konser idola mereka jika mengunjungi Indonesia.

Dibalik kebanggaan sebagai penggemar KPOP, *fanboy* memiliki banyak pengalaman tidak menyenangkan dari lingkungan sekitar. Hal ini dilatarbelakangi stigma mengenai idol laki-laki KPOP. Masyarakat awam memandang Idol laki-laki KPOP selalu menggunakan *make up* dan memakai kostum panggung dengan warna mencolok sebagai sesuatu yang

tidak lazim. Selain itu, konsep grup KPOP yang menyanyi dan menari juga banyak dipandang kurang maskulin dibandingkan dengan penyanyi laki-laki lokal maupun barat yang hanya fokus menyanyi di panggung.

Citra idol laki-laki KPOP ini dijelaskan Jung (2009) dengan istilah *pan-East Asian soft masculinity*, yaitu citra diri dengan perpaduan sifat maskulin dan feminim pada laki-laki. Citra diri ini populer di negara Asia Timur, seperti Korea, Jepang, China, dan Taiwan. Sayangnya, citra diri ini tidak begitu diterima oleh masyarakat Indonesia dan beberapa negara di Asia Tenggara. Ainslie (2017) menjelaskan hal ini karena budaya di Asia Tenggara lebih banyak didasari oleh religiusitas dan budaya barat yang menonjolkan *hypermasculinity*, sehingga masuknya budaya *soft masculinity* banyak ditolak oleh publik karena menggambarkan kelembutan yang tidak sesuai dengan budaya Asia Tenggara. Stigma ini kemudian juga dilabelkan pada fanboy karena mereka menyukai budaya KPOP yang mengusung *soft masculinity*.

*Fanboy* seringkali mengalami *bullying* dari teman sebaya karena menyukai sesuatu yang tidak biasa untuk laki-laki. Bentuk *bullying* yang diterima biasanya bersifat verbal dengan menyematkan julukan-julukan dengan arti negatif, contohnya banci. Semua partisipan dalam penelitian ini mengungkapkan julukan tersebut adalah kata-kata yang paling sering mereka terima dari orang sekitar. Selain julukan, para *fanboy* juga cenderung dijauhi oleh teman laki-laki sebayanya ketika mereka berada di masa SMP dan SMA. Penelitian yang dilakukan oleh Tumon (2014) menyatakan bahwa siswa yang sering menjadi korban *bullying* adalah siswa yang tidak mudah bergaul atau memiliki penampilan berbeda. Pada masa ini remaja laki-laki umumnya memiliki ketertarikan dengan olahraga, otomotif, atau *game*, sedangkan fanboy menyukai budaya KPOP.

Menjadi korban *bullying* semasa sekolah membuat para *fanboy* membentuk citra diri negatif. Fleet (1997) juga menjelaskan beberapa bentuk dari citra diri negatif pada seseorang, diantaranya : (1) Perasaan rendah diri; (2) Kurang memiliki dorongan; (3) Memiliki emosi negatif dan landasan yang pesimis; serta (4) cenderung pemalu dan menyendiri. Keempat bentuk citra diri negatif ini dapat ditemukan pada partisipan selama masa sekolah mereka.

Menurut Ardianto & Soemirat (2015) citra diri terbentuk didasari oleh beberapa aspek penting, diantaranya: persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap. Aspek yang pertama, yaitu persepsi, adalah hasil pengamatan lingkungan sekitar yang kemudian dikaitkan dengan proses pemaknaan oleh individu tersebut. Robbins (2001) menjelaskan bahwa persepsi dipengaruhi oleh sifat, minat, dan pemahaman pribadi dari seseorang.

Para partisipan dalam penelitian ini banyak mengalami pengalaman tidak menyenangkan selama masa sekolahnya, sehingga hal tersebut memengaruhi proses pembentukan persepsi dan pemaknaan diri mereka.

Aspek kedua adalah kognisi, yaitu keyakinan individu terhadap stimulus yang ada sesuai dengan pengalaman pribadinya. Partisipan sempat memiliki pemikiran pesimis atau tidak yakin terhadap dirinya sendiri. Pemikiran pesimis membuat individu menganggap hal buruk yang datang merupakan terjadi karena faktor dari dalam dirinya (Sari et al., 2019). Pemikiran pesimis ini dipengaruhi pengalaman pribadi mereka yang membentuk keyakinan bahwa kesukaan mereka terhadap KPOP merupakan sesuatu yang tidak wajar untuk laki-laki

Aspek ketiga adalah motivasi, yaitu keadaan yang mendorong keinginan pribadi individu untuk mencapai tujuan tertentu. Perlakuan tidak menyenangkan yang diterima para *fanboy* membuat mereka kesulitan untuk menemukan motivasi selama berada di sekolah. *Bullying* yang diterima pada masa remaja dapat menghambat terbentuknya motivasi, harga diri, bahkan menimbulkan ketakutan berlebihan pada korbannya (Prastiwi et al., 2021). Contohnya pada MFM yang sering kehilangan motivasi selama berada di sekolah karena banyaknya perlakuan *bullying*.

Aspek keempat yaitu sikap. Pembentukan sikap ini banyak dipengaruhi oleh interaksi sosial dengan lingkungan (Zuchdi, 1995). Melalui interaksi ini, sikap akan terbentuk ke arah positif maupun negatif. Partisipan banyak memunculkan sikap negatif ketika mendapatkan penolakan dari lingkungan. ARF menjadi lebih pendiam sedangkan UAN memilih untuk tidak banyak berinteraksi dengan mereka yang tidak mengerti KPOP. MFM sering melupakan kewajibannya sebagai pelajar dan melampiaskan rasa kesalnya pada KPOP, serta RMM yang memilih menghindari pergaulan karena takut mendapat hujatan lebih parah.

Sebagai upaya mengatasi citra diri negatif, *fanboy* berusaha untuk mencari teman dengan hobi yang sama. Mereka bergabung dengan *fandom* yang ada di sekitar kota tempat mereka tinggal. Melalui *fandom*, partisipan dapat membangun citra diri yang lebih positif, seperti mengubah persepsi mengenai laki-laki yang menyukai KPOP adalah hal yang wajar. Keputusan bergabung ke *fandom* bersifat sukarela karena *fandom* muncul sebagai budaya yang independen dan informal, artinya penggemar bergabung tidak melalui paksaan tertentu (Fiske, 2010)

Partisipan juga mendapatkan banyak motivasi dan dukungan dari sesama penggemar di dalam *fandom*. Dukungan ini berperan penting pada kepercayaan diri partisipan. Adanya stigma negatif yang dilekatkan pada

KPOP membatasi kebebasan mereka berekspresi, namun mereka masih bangga karena lebih banyak mendapatkan hal positif selama menjadi penggemar (Anwar, 2018). Partisipasi secara berkala berhasil mengubah sikap menjadi lebih percaya diri, terbuka akan kesenangannya, dan cenderung menghiraukan perkataan negatif dari orang lain.

Budaya *fandom* juga dapat memperkuat identitas dan citra diri penggemar, dan melalui aktivitas positif, penggemar tidak hanya berkontribusi untuk idolanya tetapi juga untuk satu sama lain (Utami & Winduwati, 2020). Bergabung dalam *fandom* juga memberikan kesempatan *fanboy* untuk membangun relasi dengan mengikuti banyak kegiatan seperti pertemuan, interaksi online, menonton konser, maupun melakukan donasi dibawah nama *fandom* masing-masing. Relasi bagi penggemar KPOP merupakan hal yang sangat penting karena dapat menempatkan mereka dalam hirarki sosial yang lebih tinggi (Abd-Rahim, 2019). Partisipasi SKT mengungkapkan penggemar dapat memperkuat status dan relasi melalui dari interaksi rutin, baik dalam pertemuan langsung maupun melalui media sosial.

Citra diri positif *fanboy* juga membuat mereka dapat memaksimalkan potensi diri. Mereka berhasil mengubah stigma yang dilabelkan pada mereka menjadi sesuatu yang positif. MFM yang awalnya dipandang sebelah mata karena menyukai KPOP, berhasil menjadi salah satu penari terbaik di *fandomnya* dan banyak memenangkan berbagai penghargaan. Hampir sama dengan MFM, ARF dan RMM juga berhasil mendapatkan prestasi masing-masing sebagai penari. Perkembangan citra diri positif ini juga didapatkan karena dukungan dari orang tua. Leo (2006) menyatakan orang tua menjadi sosok penting bagi anak untuk membangun citra dirinya. Orang tua partisipasi tidak masalah anak mereka menyukai KPOP selama tidak mengganggu kehidupan pribadi. ARF mengakui orang tuanya tidak menentang hobinya sehingga ia masih bisa bebas melaksanakan hobinya di rumah. Senada dengan ARF, partisipasi UAN juga bebas menonton konser dan tidak mendapat larangan selama ia masih bisa membatasi kehidupan pribadinya. Dukungan yang didapatkan para *fanboy* dari orang tua mereka ini juga membantu mereka melalui masa-masa sulit ketika *dibully* dan berhasil bangkit menjadi lebih positif mengenai kesukaannya.

## PENUTUP

### Simpulan

*Fanboy* KPOP banyak mengalami konflik citra diri karena mendapatkan stigma negatif dari lingkungan sekitar. Mereka, khususnya yang masih berusia remaja, sering mendapatkan perlakuan tidak menyenangkan seperti *bullying* dan diskriminasi. Hal ini dapat memicu

timbulnya konflik citra diri. Konflik tersebut ditandai dengan keraguan untuk mengekspresikan diri mereka sesuai keinginan. Dalam upaya untuk menemukan kenyamanan dan rasa aman dalam mengekspresikan diri, serta membangun citra diri yang lebih positif, *fanboy* bergabung dengan komunitas *fandom* atau kumpulan para penggemar idola masing-masing. Melalui *fandom*, *fanboy* mendapat banyak dukungan dari sesama penggemar dan belajar untuk membangun citra diri positif. *Fandom* juga memberikan lingkungan yang suportif pada *fanboy* yang membuat mereka dapat memaksimalkan potensi diri dan mendapatkan banyak motivasi.

## Saran

Perlakuan tidak menyenangkan yang dialami *fanboy* KPOP terjadi karena adanya stigma negatif yang beredar di masyarakat. Stigma ini hadir karena perbedaan budaya antara musik KPOP dan budaya di Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian diatas, beberapa saran yang dapat dilakukan untuk penelitian selanjutnya adalah memperluas responden dengan menggunakan metode dan pendekatan yang berbeda untuk memberikan data yang lebih luas dan akurat. Selain itu, juga disarankan untuk menggunakan pokok bahasan yang mungkin berpengaruh dengan *fanboy* KPOP maupun mengenai budaya *soft-masculinity* KPOP yang memunculkan stigma negatif di masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abd-Rahim, A. (2019). Online fandom: social identity and social hierarchy of Hallyu fans. . *Journal for Undergraduate Ethnography*, 9(1), 65–81. Retrieved from <https://ojs.library.dal.ca/JUE/article/view/8885>
- Ainslie, M. J. (2017). Korean soft masculinity vs. Malay hegemony: Malaysian masculinity and Hallyu fandom. *Korea Observer*, 48(3), 609–638. Retrieved from [https://www.academia.edu/34778290/Ainslie\\_M\\_J\\_2017\\_Korean\\_Soft\\_Masculinity\\_vs\\_Malay\\_hegemony\\_Malaysian\\_masculinity\\_and\\_Hallyu\\_fandom\\_KOREA\\_OBSERVER\\_Vol\\_48\\_No\\_3\\_Autumn\\_2017\\_pp\\_609\\_638](https://www.academia.edu/34778290/Ainslie_M_J_2017_Korean_Soft_Masculinity_vs_Malay_hegemony_Malaysian_masculinity_and_Hallyu_fandom_KOREA_OBSERVER_Vol_48_No_3_Autumn_2017_pp_609_638)
- Andina, A. N. (2019). HEDONISME BERBALUT CINTA DALAM MUSIK K-POP. *Syntax Idea*, 1(8), 39–49. <https://doi.org/https://doi.org/10.36418/syntax-idea.v1i8.100>
- Anwar, R. C. (2018). MAHASISWA DAN K-POP (Studi Interaksi Simbolik K-Popers di Makassar). *Jurnal Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jatim*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/https://doi.org/10.33005/jkom.v1i1.12>
- Ardianto, E., & Soemirat, S. (2015). *Dasar-Dasar Public Relations*. PT Remaja Rosdakarya.
- Emzir. (2010). *Metodologi penelitian kualitatif: Analisis*

- data. Raja Grafindo Persada.
- Fiske, J. (2010). *Understanding popular culture*. Routledge. .
- Fleet, J. K. (1997). *Menggali dan mengembangkan kekuatan tersembunyi di dalam diri*. Mitra Utama.
- Fuhr, M. (2016). *Globalization and Popular Music in South Korea*. Routledge.
- Jung, S. (2009). The Shared Imagination of Bishonen, Pan-East Asian Soft Masculinity: Reading DBSK, Youtube. com and Transcultural New Media Consumption. *Intersections: Gender and Sexuality in Asia and the Pacific*, 20.
- Jung, Sun, & Shim, D. (2014). Social distribution: K-pop fan practices in Indonesia and the “Gangnam Style” phenomenon. *International Journal of Cultural Studies*, 17(5), 485–501. <https://doi.org/10.1177/1367877913505173>
- Kartika, V. C. (2018). *Gaya Hidup Penggemar EXO di Surabaya Terhadap Produk Merchandise Boyband EXO* [Universitas Airlangga]. Retrieved from <http://repository.unair.ac.id/79401/>
- Korean Culture and Information Service. (2011). The Korean Wave: A New Pop Culture Phenomenon. In *Ministry of Culture, Sports, and Tourism*. Ministry of Culture, Sports, and Tourism. Retrieved from <https://www.korea.net/Resources/Publications/About-Korea/view?articleId=2215#>
- Leo, E. (2006). *Kesembuhan emosional*. Metanoia Publishing.
- Maltz, M. (1997). *Kekuatan Ajaib Psikologi Citra Diri*. Mitra Utama.
- Moleong, L. J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Remaja Rosdakarya.
- Pradata, H. A. (2019). Sebuah Studi Psikologis Terhadap Proses Idolisasi Remaja Terhadap Idola K-Pop (Korean Pop). *Insight : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 15(2), 341–352. <https://doi.org/10.32528/ins.v15i2.2995>
- Prastiwi, A. D., Budiono, A. N., & Karamoy, Y. K. (2021). Bullying dan Kondisi Psikososial Siswa Kelas XI IPA Sma Negeri 3 Jember. *Jurnal Consulenza : Jurnal Bimbingan Konseling Dan Psikologi*, 4(1), 20–29. Retrieved from <http://ejurnal.uij.ac.id/index.php/CONS>
- Rakhmat, J. (2007). *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Reyes, M. E., Santiago, A. G., Domingo, A. J., Lichingyao, E. N., Onglengco, M. N., & McCutcheon, L. E. (2016). Fandom: Exploring the Relationship between Mental Health and Celebrity Worship among Filipinos. *North American Journal of Psychology*, 18(2), 308–316. Retrieved from [https://www.academia.edu/25215704/Fandom\\_Exploring\\_the\\_Relationship\\_between\\_Mental\\_Health\\_and\\_Celebrity\\_Worship\\_among\\_Filipinos](https://www.academia.edu/25215704/Fandom_Exploring_the_Relationship_between_Mental_Health_and_Celebrity_Worship_among_Filipinos)
- Robbins, S. (2001). *Perilaku Organisasi*. PT. Indeks Gramedia.
- Sari, I. C., & Jamaan, A. (2014). HALLYU SEBAGAI FENOMENA TRANSNASIONAL Oleh. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 1(1), 1–14. Retrieved from <https://www.neliti.com/publications/31286/hallyu-sebagai-fenomena-transnasional>
- Sari, L. D., Widiani, E., & Trishinta, S. M. (2019). Hubungan Pola Pikir Pesimisme dengan Resiko Depresi Pada Remaja. *Nursing News : Jurnal Ilmiah Keperawatam*, 4(1), 88–99. Retrieved from <https://publikasi.unitri.ac.id/index.php/fikes/article/view/1481>
- Smith, J. A. (2010). *Psikologi Kualitatif*. Pustaka Pelajar.
- Tumon, M. B. A. (2014). Studi Deskriptif Perilaku Bullying pada Remaja Matraisa Bara Asie Tumon. *Calypra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 3(1), 1–17. Retrieved from <https://journal.ubaya.ac.id/index.php/jimus/article/view/1520>
- Tunshorin, C. (2016). ANALISIS RESEPSI BUDAYA POPULER KOREA PADA ETERNAL JEWEL DANCE COMMUNITY YOGYAKARTA. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 10(1), 71–80. <https://doi.org/10.14421/pjk.v9i1.1191>
- Utami, L. S. S., & Winduwati, S. (2020). Fandom and Voluntary “ARMY”: Case Study on BTS Fans in Indonesia. *Proceedings of the 2nd Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2020)*, 667–673. Retrieved from <https://www.atlantispress.com/proceedings/ticash-20/125948180>
- Wibowo, H. (2007). *Fortune Favors The Ready*. OASE Mata Air Makna.
- Zuchdi, D. (1995). PEMBENTUKAN SIKAP. *Cakrawala Pendidikan*, 3, 51–63. <https://doi.org/10.21831/cp.v3i3.9191>