

# Transisi Identitas Sosial Generasi Z di Makassar: Studi Komunikasi Antar Budaya tentang Peran K-Pop di Era Digital

Alni Alfitri Aynun Haeruddin<sup>1</sup>, Anil Hukmah<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Islam Makassar, Makassar, Indonesia

\* Corresponding Author

Email : alniaynunhaeruddin@gmail.com

---

## Keywords:

Digital culture;  
Generation Z;  
K-Pop;  
Intercultural  
communication

## ABSTRACT

*This study explores the social identity transition of Generation Z in Makassar in relation to their engagement with the global K-Pop culture in the digital era. As digital natives, Gen Z constructs their identities through cross-cultural interactions on social media platforms such as TikTok and Instagram. K-Pop functions not only as entertainment but also as a medium for self-expression and the formation of social identity. Using a descriptive-interpretative qualitative approach, data were collected through interviews, observations, and digital documentation of teenagers actively involved in K-Pop fandoms. The findings reveal that participation in fandoms influences lifestyle, ways of thinking, and identity representation on digital media. Despite exposure to global culture, the informants continue to uphold local values such as politeness and siri' na pacce. The identity transition observed is a form of cultural adaptation rather than a loss of self-identity.*

## Kata Kunci:

Budaya digital;  
Generasi Z;  
K-Pop;  
Komunikasi antarbudaya

## ABSTRAK

Penelitian ini membahas transisi identitas sosial Generasi Z di Makassar dalam keterlibatannya terhadap budaya global K-Pop di era digital. Sebagai generasi digital native, Gen Z membentuk identitas melalui interaksi lintas budaya di media sosial seperti TikTok dan Instagram. K-Pop tidak hanya menjadi hiburan, tetapi juga sarana ekspresi diri dan pembentukan identitas sosial. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif-interpretatif, data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi digital terhadap remaja yang aktif dalam fandom K-Pop. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan dalam fandom berdampak pada gaya hidup, cara berpikir, dan representasi identitas di media digital. Meski terpapar budaya global, informan tetap menjaga nilai-nilai lokal seperti sopan santun dan siri' na pacce. Transisi identitas yang terjadi merupakan bentuk adaptasi budaya, bukan kehilangan jati diri.

## **A. PENDAHULUAN**

Perubahan identitas pada Generasi Z (Gen Z) dalam konteks K-pop merupakan bagian dari dinamika budaya global yang dipengaruhi oleh kemajuan internet dan media sosial. Sebagai generasi yang tumbuh di era digital, Gen Z memiliki identitas yang lebih fleksibel dan terbuka terhadap berbagai pengaruh budaya, termasuk budaya K-pop. Melalui musik, drama, dan tren yang diusungnya, K-pop turut membentuk gaya hidup dan cara Gen Z mengekspresikan diri, sehingga memainkan peran penting dalam proses transisi identitas mereka. Masa transisi sering kali dipahami sebagai periode pencarian jati diri yang umumnya dialami oleh remaja. Pada tahap ini, remaja cenderung mengalami perubahan dalam citra diri, mencoba berbagai peran sosial, serta mengekspresikan dirinya melalui aktivitas yang sesuai dengan minat dan ketertarikannya. Salah satu faktor yang turut memengaruhi proses pembentukan identitas diri remaja adalah keberadaan figur panutan atau role model, yang biasanya berasal dari tokoh idola yang mereka kagumi. Saat ini, fenomena kegemaran terhadap artis K-Pop, baik dari girlband maupun boyband asal Korea Selatan, menjadi sangat populer di kalangan remaja (Meiliana et al., 2024). Fenomena ini mencerminkan perubahan global dalam cara generasi muda membentuk identitasnya di era digital, yang kini tidak lagi terbatas oleh batasan fisik maupun norma-norma budaya lokal. Generasi Z, sebagai generasi yang lahir dan besar di tengah perkembangan teknologi digital global, cenderung merumuskan identitas dirinya melalui konsumsi budaya dan interaksi sosial lintas batas negara (Stahl & Literat, 2023).

Dalam era kemajuan teknologi informasi yang pesat, fandom K-pop telah menjadi salah satu sarana utama bagi Generasi Z di Makassar dalam membentuk identitas sosial mereka, baik secara individu maupun kolektif. Penelitian yang dilakukan oleh Malik & Haidar (2023) mengungkapkan bahwa komunitas daring seperti “K-pop stan Twitter” berfungsi sebagai *community of practice*, tempat interaksi intensif antar anggota melahirkan norma-norma sosial, gaya komunikasi khas, serta struktur sosial internal yang memperkuat rasa kebersamaan dalam kelompok. Sementara itu, Arif (2022) melalui konsep “fandom sebagai identitas sosial” menekankan bahwa keterlibatan dalam budaya K-pop bukanlah tindakan pasif, melainkan merupakan upaya aktif untuk membangun peran sosial dan eksistensi diri di dalam komunitas, baik lokal maupun global. Di Makassar, kecenderungan ini tercermin dalam meningkatnya kegiatan komunitas penggemar seperti fan project, watch party, dan berbagai aktivitas daring yang mempererat ikatan sosial di antara anggota fandom. Namun, Pradhan (2022) memperingatkan bahwa keikutsertaan dalam komunitas fandom juga bisa menyebabkan eksklusi sosial terhadap mereka yang tidak terlibat, serta memunculkan potensi konflik identitas antar kelompok remaja. Dengan demikian, fenomena ini memerlukan kajian mendalam untuk memahami bagaimana simbol-simbol, pola interaksi, dan bentuk afiliasi dengan budaya global seperti K-pop memainkan peran penting dalam proses pembentukan identitas sosial remaja Makassar di era digital ini.

Penelitian lanjutan mengungkap bahwa keterlibatan Generasi Z dalam fandom K-pop tidak lagi terbatas pada aspek hiburan semata, melainkan telah bertransformasi menjadi praktik identitas yang bersifat reflektif dan performatif. Literat dan Stahl (2023), dalam studi mereka mengenai penggunaan TikTok sebagai sarana ekspresi diri oleh Gen Z, menemukan bahwa keterlibatan digital sering kali menjadi sarana bagi remaja untuk membentuk ulang citra diri serta menegosiasikan posisi sosial mereka dalam ruang publik daring. Temuan ini sejalan dengan hasil studi Alexandri (2024), yang meneliti K-pop sebagai konstruksi identitas semu. Ia menunjukkan bahwa simbol-simbol budaya pop dimanfaatkan oleh para penggemar untuk menciptakan struktur identitas yang tampak autentik, namun sebenarnya sangat dipengaruhi oleh norma algoritmik dan tekanan dari komunitas digital. Penelitian ini menegaskan bahwa identitas digital

dalam konteks fandom dibentuk melalui relasi sosial yang terwujud lewat representasi visual, gaya hidup, dan konsumsi simbolik. Di sisi lain, Gutierrez-Jauregi dan Aramendia-Muneta (2025) mengamati bahwa keberadaan K-pop dalam lanskap media sosial global tidak hanya membentuk solidaritas budaya lintas negara, tetapi juga menciptakan ketegangan antara nilai-nilai lokal dan identitas global yang diinternalisasi oleh remaja. Oleh karena itu, penting untuk mengeksplorasi lebih jauh bagaimana narasi identitas remaja di wilayah seperti Makassar dikonstruksi melalui kerangka fandom dan interaksi digital, serta bagaimana mereka menavigasi antara pengaruh budaya global dan akar budaya lokal dalam mendefinisikan jati diri mereka. Dalam konteks ini, pendekatan kualitatif menjadi esensial untuk menggali makna-makna yang tersembunyi dalam pengalaman sosial sehari-hari yang kerap luput dari studi-studi makro yang bersifat deskriptif.

Penelitian-penelitian terbaru menyoroti bahwa pembentukan identitas sosial pada Generasi Z sangat dipengaruhi oleh budaya partisipatif dalam komunitas digital, terutama dalam lingkungan fandom K-pop, yang menjadi wadah penting bagi ekspresi diri dan keterhubungan sosial. Sinha (2025) misalnya, menunjukkan bahwa fandom K-pop di Indonesia telah dimanfaatkan sebagai ruang keterlibatan politik, mencerminkan kemampuan adaptif identitas digital Gen Z dalam menjembatani ranah hiburan dan kewarganegaraan. Arif (2022) juga mengungkap hal serupa dalam penelitiannya terhadap penggemar K-pop di Bangladesh, di mana partisipasi dalam fandom memperkuat rasa solidaritas sosial yang melampaui batas kelas sosial dan gender. Sementara itu, Barile & Sugiyama (2025) menekankan bahwa musik populer Asia, termasuk K-pop, memfasilitasi pembentukan identitas afektif yang erat kaitannya dengan perasaan nostalgia dan pencarian kestabilan emosional di tengah realitas digital yang terus berubah secara cepat. Putri et al. (2024) menambahkan bahwa paparan yang konsisten terhadap konten K-pop melalui media sosial turut membentuk pola konsumsi yang berkembang menjadi norma sosial baru dalam kehidupan remaja Indonesia. Di sisi lain, Jang dan Kim (2024) menggarisbawahi bahwa proses akulturasi budaya dalam fandom tidak berlangsung secara lurus, sebab banyak anggota Gen Z mengalami ketegangan antara nilai-nilai lokal dan simbol-simbol budaya global yang mereka konsumsi. Berdasarkan berbagai temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa pembentukan identitas sosial Gen Z dalam konteks fandom K-pop merupakan proses negosiasi sosial yang rumit dan dinamis, yang memerlukan eksplorasi lebih dalam melalui pendekatan lokal dan etnografis, khususnya di wilayah seperti Makassar.

Maka Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menganalisis proses pembentukan identitas sosial Generasi Z di Makassar dalam konteks budaya populer global, khususnya K-Pop, serta interaksi sosial yang terbentuk di era digital. Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana Generasi Z mengonsumsi budaya K-Pop dan bagaimana konsumsi tersebut memengaruhi ekspresi serta pemaknaan identitas mereka. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menggali bentuk-bentuk interaksi sosial, baik secara daring maupun luring, yang menjadi ruang pembentukan dan penguatan identitas kelompok. Peran media digital seperti TikTok, Instagram, akan dianalisis untuk melihat sejauh mana platform-platform tersebut menjadi medium mediasi identitas.

## **B. METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif-interpretatif untuk memahami proses pemaknaan identitas sosial remaja Makassar dalam konteks konsumsi budaya K-pop dan interaksi digital. Pendekatan ini dipilih karena fenomena identitas sosial bersifat subjektif, kompleks, dan kontekstual sehingga memerlukan eksplorasi mendalam terhadap pengalaman, narasi, simbol, serta interaksi dalam komunitas fandom. Objek penelitian adalah

transisi identitas sosial Generasi Z di Makassar melalui konsumsi budaya K-pop (musik, fashion, media sosial, merchandise) serta aktivitas fandom, baik daring maupun luring. Penelitian juga menyoroti representasi identitas melalui TikTok dan Instagram serta negosiasi simbol budaya global dengan budaya lokal.

Subjek penelitian adalah lima remaja Generasi Z berusia 15–24 tahun yang aktif dalam fandom K-pop, dipilih dengan purposive sampling berdasarkan keterlibatan minimal satu tahun, mengikuti kegiatan fandom, dan aktif di media sosial terkait K-pop. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi digital berupa konten TikTok dan Instagram. Pemilihan objek dan informan didasarkan pada pentingnya memahami bagaimana Gen Z membentuk identitas sosial melalui konsumsi budaya populer global, khususnya K-pop, yang berperan sebagai media ekspresi diri dan interaksi sosial di era digital.

## **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian**

Hasil penelitian ini mencakup data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, yang selanjutnya dianalisis dan disajikan dalam bentuk deskriptif. Tujuan dari penelitian ini adalah memahami dan menganalisis proses pembentukan identitas sosial Generasi Z di Makassar dalam konteks budaya.

K-Pop atau Korean Pop merupakan genre musik populer asal Korea Selatan yang telah menjadi fenomena global, khususnya di kalangan Generasi Z. Pengaruh K-Pop tidak hanya terbatas pada musik, tetapi juga mencakup gaya hidup, seperti fashion, makeup, tarian, dan penampilan sehari-hari yang terinspirasi dari idol K-Pop. Bagi banyak anggota Gen Z, K-Pop menjadi bagian dari identitas diri serta sarana ekspresi yang diwujudkan melalui keterlibatan aktif dalam komunitas penggemar.



*Gambar 1. Tangkapan layar media sosial komunitas OSH BAR*

Seluruh informan menyatakan bahwa ketertarikan terhadap K-Pop bermula dari pengalaman personal, seperti tontonan drama Korea atau ajakan dari teman. Seiring waktu, ketertarikan tersebut berkembang menjadi bagian dari gaya hidup. Salah satu informan, Dhea (23 tahun), menyampaikan bahwa sebelum mengenal K-Pop, ia merasa hidupnya cenderung monoton dan kurang percaya diri, namun setelah menjadi penggemar, ia merasa lebih terbuka dan termotivasi.

*“Sebelum mengenal K-Pop, saya merasa hidup saya cenderung monoton dan kurang memiliki semangat atau motivasi khusus... Namun setelah mengenal K-Pop, saya merasa jauh lebih termotivasi, lebih percaya diri, dan lebih terbuka terhadap orang lain.”* (Wawancara, 30 Juni 2025)

Hal senada juga diungkapkan oleh Ikhwan (23 tahun), yang mengatakan bahwa semenjak mengenal K-Pop, ia menjadi lebih peduli terhadap penampilan dan mulai mengapresiasi pentingnya self-love.

*“Semenjak kenal K-Pop, kayak ada warna yang baru... outfit mulai berubah jadi lebih rapi dan trendi. Dan mulai peduli soal self-love karena banyak pesan positif dari idol.”* (Wawancara, 01 Juli 2025).



*Gambar 2. Contoh Outfit di Event Dance Cover Computation*

Media sosial menjadi medium utama dalam membentuk ekspresi identitas baru para informan. Mereka aktif menggunakan berbagai platform digital seperti Instagram, X, TikTok, dan Weverse untuk membagikan aktivitas terkait K-Pop serta membangun koneksi sosial dengan penggemar lainnya. Dini (25 tahun) menyampaikan bahwa dirinya menjadikan media sosial sebagai ruang kreativitas, di mana ia bisa menyalurkan minatnya terhadap K-Pop melalui konten-konten bertema idol.

*“Saya mulai membuat konten fan edit, aesthetic reels, dan story Instagram bertema K-Pop. Caption yang saya gunakan pun lebih terinspirasi dari lirik lagu atau kutipan idol, yang terasa lebih personal.”* (Wawancara, 06 Juli 2025).

Dalam konteks relasi antara budaya K-Pop dan budaya lokal Makassar, para informan secara umum tidak merasa bahwa keterlibatan mereka dalam fandom global menghilangkan identitas budaya lokal. Sebaliknya, beberapa dari mereka justru semakin menghargai nilai-nilai budaya Makassar. Khrina (20 tahun) menyatakan bahwa.

*“Ketika saya melihat bagaimana orang Korea menjaga budaya mereka lewat musik dan media, saya jadi terdorong untuk lebih menghargai dan mempelajari kembali tradisi Makassar, seperti bahasa daerah, nilai-nilai lokal, dan adat sopan santun seperti konsep tabe’.” (Wawancara, 06 Juli 2025)*

Walaupun demikian, informan juga mengakui adanya potensi konflik nilai, terutama dalam aspek berpakaian dan gaya hidup. Ikhwan menyampaikan bahwa gaya berpakaian yang terinspirasi dari idol sempat dianggap tidak sesuai dengan norma lokal, namun ia mengatasinya dengan pendekatan kompromi.

*“Saya pernah dikritik karena gaya berpakaian yang dianggap terlalu kekoreaan. Tapi setelah saya jelaskan ke keluarga, mereka mengerti karena gaya outfitku justru sekarang lebih rapi dan segar.” (Wawancara, 01 Juli 2025).*

Peran media digital sangat sentral dalam membentuk identitas sosial yang baru. Platform digital tidak hanya membuka akses terhadap informasi dan konten K-Pop, tetapi juga menjadi ruang eksplorasi dan pengembangan diri. Dhea menuturkan bahwa media digital membantunya menemukan versi dirinya yang lebih ekspresif dan produktif.

*“Saya bisa bebas berekspresi, berinteraksi sama sesama K-Popers, dan bahkan bisa belajar banyak hal baru kayak edit video, bahasa Korea, sampai jualan digital art.” (Wawancara, 30 Juni 2025)*

Seluruh informan memandang bahwa transisi identitas sosial yang mereka alami sebagai penggemar K-Pop merupakan hal yang positif. Perubahan tersebut tidak hanya terjadi pada ranah fisik dan sosial, tetapi juga dalam cara mereka berpikir, berkomunikasi, dan memaknai diri. Dea (24 tahun) menyampaikan bahwa.

*“Saya menganggapnya sebagai transisi yang positif. K-Pop memperkenalkan saya pada dunia yang lebih luas, dan itu membuat saya menjadi lebih adaptif dan kreatif.” (Wawancara, 09 Juli 2025).*



Gambar 3. Event K-Pop Dance Cover Competition

Dalam menghadapi pertemuan antara budaya lokal dan budaya global, para informan menekankan pentingnya keseimbangan dan kesadaran identitas. Mereka menyatakan bahwa menjadi penggemar K-Pop tidak berarti harus meninggalkan budaya sendiri. Sebaliknya, mereka berusaha untuk tetap menjalankan nilai-nilai budaya Makassar seperti sopan santun, siri' na pacce, dan menghormati orang tua. Seperti disampaikan oleh Dhea.

*“Jangan lupakan budaya sendiri. Tapi jangan juga takut explore hal baru. Balance is key.” (Wawancara, 30 Juli 2025).*

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa budaya populer seperti K-Pop memiliki peran penting dalam proses pembentukan identitas sosial

generasi Z, khususnya di Makassar. Meskipun terdapat potensi konflik nilai antara budaya global dan lokal, generasi muda mampu menavigasi keduanya secara kritis dan selektif. Proses ini tidak hanya merefleksikan perubahan identitas, tetapi juga mencerminkan kemampuan adaptif generasi muda dalam merespons dinamika global tanpa kehilangan akar budaya lokalnya.

## **Pembahasan**

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa keterlibatan Generasi Z di Makassar dalam budaya K-Pop telah berkembang melampaui ranah hiburan semata dan menjelma menjadi praktik identitas yang kompleks, reflektif, dan bersifat performatif. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Literat dan Stahl (2023), yang menunjukkan bahwa platform digital seperti TikTok digunakan oleh Gen Z sebagai sarana untuk membentuk citra diri dan merundingkan posisi sosial mereka dalam ruang daring. Dalam konteks ini, para informan menggambarkan bagaimana keikutsertaan mereka dalam fandom K-Pop memengaruhi aspek-aspek kehidupan mereka, seperti cara berpakaian, interaksi sosial, hingga ekspresi diri melalui konten digital seperti fan edit, dance cover, dan aesthetic reels.

Sebagaimana diungkapkan oleh informan Dini (25 tahun), media sosial berperan sebagai medium kreatif untuk mengekspresikan minat terhadap K-Pop secara visual dan personal. Hal ini mencerminkan bentuk konstruksi identitas digital yang juga diamati oleh Alexandri (2024), yang menyatakan bahwa fandom K-Pop merupakan bentuk identitas semu, di mana simbol-simbol budaya populer dimanfaatkan untuk membangun narasi diri yang tampak otentik, tetapi sesungguhnya sangat dipengaruhi oleh algoritma dan tekanan dari komunitas daring. Temuan serupa juga tampak dalam penelitian ini, di mana identitas para informan dibentuk melalui simbol-simbol visual seperti gaya busana, pilihan lagu, dan bahasa yang mereka gunakan dalam interaksi digital.

Lebih lanjut, Gutierrez-Jauregi dan Aramendia-Muneta (2025) menyoroti bahwa dominasi K-Pop di media sosial global turut menimbulkan ketegangan antara nilai budaya lokal dan identitas global yang diinternalisasi oleh remaja. Hal ini tercermin dalam pengalaman Ikhwan (23 tahun), yang mengalami perbedaan pandangan terkait gaya berpakaian ala idol yang dianggap kurang sesuai dengan norma budaya lokal. Meski demikian, ia mampu menavigasi perbedaan tersebut melalui kompromi yang menunjukkan kesadaran akan pentingnya menjaga identitas budaya lokal.

Selain itu, penelitian ini menggarisbawahi pentingnya peran komunitas digital sebagai ruang partisipatif yang memperkuat solidaritas sosial. Sebagaimana disampaikan oleh Dhea (23 tahun), keterlibatannya dalam fandom K-Pop membuatnya merasa lebih diterima dan lebih percaya diri. Hal ini sejalan dengan temuan Arif (2022), yang menunjukkan bahwa fandom K-Pop dapat menjadi ruang solidaritas lintas batas sosial, termasuk kelas dan gender. Dalam konteks lokal Makassar, fandom berfungsi sebagai ruang aktualisasi diri sekaligus wadah untuk memperkuat jaringan sosial di antara para penggemar.

Penelitian ini juga menguatkan pendapat Barile dan Sugiyama (2025), yang menekankan bahwa musik populer Asia seperti K-Pop membentuk identitas afektif, yang erat kaitannya dengan kebutuhan akan kestabilan emosional dalam menghadapi dinamika kehidupan digital. Hal ini ditunjukkan oleh informan Dhea dan Dea, yang mengungkapkan bahwa keterlibatan mereka dalam fandom membantu mereka menghadapi tekanan dan memperbaiki suasana hati melalui pesan-pesan positif dari para idol.

Konflik antara nilai lokal dan simbol budaya global yang dikonsumsi juga tampak dari pengalaman para informan. Hal ini menegaskan bahwa proses akulturasi budaya dalam komunitas fandom tidak bersifat linear. Seperti dijelaskan oleh Jang dan Kim (2024), proses ini melibatkan negosiasi identitas yang kompleks. Para informan tetap mempertahankan nilai-nilai kultural seperti siri' na pacce, sopan santun, dan tata krama, meskipun mereka juga mengadopsi elemen gaya hidup dari budaya Korea.

Metode kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini relevan dengan pendekatan yang disarankan oleh Gutierrez-Jauregi dan Aramendia-Muneta (2025), yang menekankan pentingnya eksplorasi lokal dan etnografis untuk memahami bagaimana identitas remaja terbentuk dalam konteks budaya global. Pengalaman para informan di Makassar membuktikan bahwa identitas yang dibentuk dalam fandom bukanlah hasil dari imitasi semata, melainkan merupakan hasil dari proses adaptasi dan negosiasi yang sadar antara pengaruh budaya global dan akar budaya lokal.

Lebih jauh lagi, hasil penelitian ini mendukung temuan Sinha (2025), yang menyatakan bahwa fandom K-Pop dapat bertransformasi menjadi ruang partisipasi sosial dan bahkan politik, sekaligus menjadi sarana ekspresi kewarganegaraan digital. Meskipun aspek ini belum teridentifikasi secara eksplisit dalam konteks Makassar, namun potensi tersebut tetap terbuka, mengingat semakin aktifnya generasi muda dalam mengartikulasikan identitas mereka melalui berbagai platform digital lintas batas.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pembentukan identitas sosial Generasi Z di Makassar dalam konteks fandom K-Pop merupakan proses yang bersifat dinamis, interaktif, dan penuh negosiasi. Fandom tidak hanya menjadi arena konsumsi budaya, tetapi juga wadah produksi makna, ruang refleksi diri, dan tempat pembentukan identitas sosial yang berada pada persimpangan antara budaya lokal dan budaya global. Temuan ini menunjukkan bahwa generasi muda memiliki kapasitas adaptif dalam merespons budaya populer dengan tetap menjaga akar nilai-nilai budaya lokal.

#### **D. SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, dapat disimpulkan bahwa keterlibatan Generasi Z di Makassar dalam budaya K-Pop bukan sekadar bentuk konsumsi hiburan, tetapi telah menjadi bagian dari proses pembentukan identitas sosial. K-Pop, sebagai fenomena budaya global, memengaruhi cara generasi muda mengekspresikan diri, mulai dari gaya berpakaian, cara berinteraksi, hingga aktivitas di media sosial. Melalui keterlibatan dalam komunitas fandom, mereka membentuk citra diri yang terinspirasi dari idol, baik secara visual maupun nilai-nilai personal seperti kepercayaan diri dan self-love.

Media digital berperan penting sebagai ruang pembentukan dan ekspresi identitas. Platform seperti Instagram, TikTok, dan Weverse menjadi sarana utama bagi para informan untuk menyalurkan minat terhadap K-Pop dan membangun jaringan sosial. Aktivitas digital seperti membuat konten fan edit, dance cover, dan aesthetic reels merupakan bentuk representasi diri yang bersifat reflektif dan performatif. Dalam proses ini, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai ruang kultural yang mempertemukan nilai-nilai lokal dengan budaya global.

Meskipun terpapar oleh budaya luar, para informan tetap menunjukkan kesadaran terhadap akar budaya Makassar. Nilai-nilai lokal seperti siri' na pacce, sopan santun, dan penghormatan terhadap orang tua tetap dijaga dan dipraktikkan. Hal ini menunjukkan bahwa identitas sosial Generasi Z di Makassar terbentuk melalui proses negosiasi antara pengaruh budaya global dan kesadaran identitas lokal. Ketegangan

budaya yang muncul, seperti dalam hal berpakaian, direspons secara kritis dan adaptif oleh para informan, tanpa harus mengorbankan nilai-nilai kultural yang telah tertanam sejak kecil.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa K-Pop berperan signifikan dalam membentuk identitas sosial Generasi Z di Makassar. Fandom bukan hanya menjadi ruang konsumsi budaya, tetapi juga menjadi arena produksi makna, solidaritas sosial, dan penguatan ekspresi diri. Generasi muda tidak hanya menjadi penerima pasif budaya populer, tetapi juga aktor aktif yang mampu menyaring, mengadaptasi, dan menyesuaikan pengaruh budaya global dengan nilai-nilai lokal yang mereka anut. Dengan demikian, proses pembentukan identitas sosial dalam konteks fandom K-Pop merupakan proses yang dinamis, reflektif, dan penuh kesadaran akan keberagaman budaya.

## **REFERENSI**

- Alexandri, E. (2024). The Illusionary World of K-Pop. In *Explorations in Dynamic Semiosis* (pp. 215–232). Springer. [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-47001-1\\_13](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-47001-1_13)
- Aramendia-Muneta, M. E., & Gutierrez-Jauregi, A. (2025). *Harmony in diversity: unraveling the global impact of K-Pop through social media and fandom dynamics*. Media Asia, Taylor & Francis. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01296612.2025.2480451>
- Arif, K. (2022). Looking at fan identity: The Bangladeshi K-pop fan. In *K-pop in South Asia: Transcultural flow, fandom and identity* (pp. 87–104). Springer. [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-16-8710-5\\_5](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-16-8710-5_5)
- Bandura, A. (1971). *Social Learning Theory*.
- Basuki, K. (2019). Landasan Teori Komunikasi Antarbudaya. ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) *Jurnal Online Internasional & Nasional* Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta, 53(9), 1689–1699.
- Barile, N., & Sugiyama, S. (2025). Japanese City Pop and Gen Z in the US: Happy, calm, and automated nostalgia. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10304312.2025.2471073>
- Hamida, N., Syukur, M., Ismail, A., Universitas, P., & Makassar, N. (2024). FENOMENA BUDAYA POP KOREA ( KOREAN WAVE ) PADA REMAJA DI KOTA MAKASSAR DALAM PERSPEKTIF POSTKOLONIALISME HIBRIDITAS. 8(6), 412–419.
- Jang, J. Y., & Kim, D. Y. (2024). Social Media as Acculturation Agent: Vietnamese Consumers' Assimilation into South Korean Culture. *International Journal of Human-Computer Interaction*. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10447318.2023.2238979>
- Janamanchi, B. (2020). Analysis of Open Source Simulation Applications. *Archives of Business Research*, 7(12), 292–306. <https://doi.org/10.14738/abr.712.7603>
- Lee, S. J., & Jeong, E. H. L. (2023). An integrative approach to examining the celebrity endorsement process in shaping affective destination image: A K-pop culture perspectives. *Tourism Management Perspectives*, 45. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2211973623000788>

- Literat, I., & Hautea, S. (2021). Social media as a space for creative self-expression: The role of TikTok in the identity formation of Generation Z. *New*.
- Malik, Z., & Haidar, S. (2023). Online community development through social interaction—K-Pop stan Twitter as a community of practice. *Interactive Learning Environments*.  
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10494820.2020.1805773>
- Meiliana, R., Nurmala, M. D., & Wahyuningsih, L. (2024). Konsep Diri Remaja Pengguna Akun Korean Roleplayer Di Media Sosial Facebook. *Edu Sociata ( Jurnal Pendidikan Sosiologi )*, 7(2), 764–767. <https://doi.org/10.33627/es.v7i2.2996>
- Novel, D., Children, M. S., & Salman, K. (2020). Hibriditas poskolonialisme homi k. bhabha dalam novel. 9(1), 73–95. <https://doi.org/10.26499/jentera.v9i1.494>
- Pradhan, P. (2022). Reading K-Pop Memes on Social Media Through a Gendered Perspective: The Case of Darjeeling and Kalimpong. In *K-pop in South Asia: Transcultural Flow, Fandom and Identity* (pp. 177–192). Springer.  
[https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-16-8710-5\\_11](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-16-8710-5_11)
- Rahardjo, P. (2005). Pengantar Ilmu Komunikasi.
- Santosa, Y. D., & Yuliana, N. (2024). Gambaran Communication Theory Membangun Identitas Seorang Cosplayer of Identity : 1(4), 1–10.
- Stahl, C. C., & Literat, I. (2023). #GenZ on TikTok: the collective online self-portrait of the social media generation. *Journal of Youth Studies*, 26(7), 935–950.  
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13676261.2022.2053671>
- Sinha, A. (2025). Harmonizing Hallyu: An Analysis of Korean Fandom Tactics in Anies Baswedan X (Twitter) Campaign Content for the 2024 Indonesia Presidential Election. In *Big Data in Finance: Transforming the Financial Landscape*. Springer.  
[https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-75095-3\\_20](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-75095-3_20)
- Bandura, A. (1971). *Social Learning Theory*.
- Unix, Y. (2021). Paguyuban Sardulo Nareshwari dengan mencari persepsi dari pemain reog pada paguyuban.
- Yohanna Permatasari, D. (2019). HUBUNGAN INTENSITAS MENONTON DRAMA KOREA Diajukan Kepada Fakultas Psikologi Universitas Medan Area DINDA PERMATASARI YOHANNA FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA MEDAN