

Social Media Mediated Intimacy Sebagai Ruang Negosiasi Identitas Perempuan Indonesia Penggemar K-Pop = Social Media-Mediated Intimacy as a Platform for Identity Negotiation Process Among Indonesian Female K-Pop Fans

Fransiska Putri Palanungkai Nayar, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920571281&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana identitas diri perempuan Indonesia penggemar K-Pop dinegosiasikan dalam konteks relasi intim yang termediasi media sosial antara penggemar dan figur idola. Studi-studi terdahulu menjelaskan bahwa ekspresi identitas diri penggemar berkaitan dengan konsumsi sebagai manifestasi dari bentuk ekspresi dan loyalitas terhadap idola, motivasi dalam diri, hingga pengaruh dari komunitas dan figur idola. Namun, belum banyak studi yang mengkritisi media sosial turut berkontribusi terhadap relasi penggemar dengan idola dan cara penggemar K-Pop merepresentasikan identitas mereka. Peneliti berargumen bahwa representasi identitas penggemar K-Pop berkaitan dengan aktivitas digital yang dilakukan dan dinegosiasi dalam konteks relasi khas antara penggemar-idola. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara mendalam terhadap penggemar perempuan, serta didukung oleh observasi media sosial dan tinjauan literatur untuk memahami dinamika konstruksi intimacy dan identitas dalam konteks penggemar K-Pop. Penelitian ini menyoroti bahwa representasi diri dan identitas sebagai penggemar sangat berkaitan dengan aktivitas digital dalam konteks fandom, termasuk produksi konten, keterlibatan dalam komunitas, serta konsumsi terhadap segala sesuatu terkait figur idola. Lebih jauh, studi ini menemukan bahwa intimacy yang dimediasi media tidak hanya menjadi pengalaman personal, tetapi juga memunculkan adanya elitisme di kalangan penggemar serta diproduksi melalui logika platform dan algoritma yang bekerja dalam ruang digital.

.....This research explores how the self-identity of Indonesian women K-Pop fans is negotiated in the context of intimate relationships mediated by social media between fans and idols. Previous studies explain that the expression of fans' self-identity is related to consumption as a manifestation of forms of expression and loyalty towards idols, intrinsic motivation, and the influence of the community and idol figures. However, there have not been many studies that critique how social media contributes to the relationship between fans and idols and how K-Pop fans represent their identities. The researchers argue that the representation of K-Pop fans' identities is related to the digital activities they engage in and negotiate within the unique fan-idol relationship context. This research employs a qualitative approach with in-depth interviews of female fans, supported by social media observation and literature review to understand the dynamics of intimacy and identity construction in the context of K-Pop fandom. The study highlights that self-representation and identity as fans are closely related to digital activities within the fandom context, including content production, community engagement, and consumption of everything related to the idol figure. Furthermore, this study found that media-mediated intimacy not only becomes a personal experience but also gives rise to elitism among fans and is produced through the logic of platforms and algorithms operating in the digital space.