

**MOTIVASI PENGGEMAR K-POP DALAM MEMBANGUN
PERSONAL BRANDING SEBAGAI KPOPERS PADA MAHASISWA
PRODI PSIKOLOGI ISLAM FAKULTAS USHULUDDIN DAN
DAKWAH IAIN KEDIRI**

SKRIPSI

Ditulis untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar

Sarjana Psikologi (S.Psi)



Oleh:

PUTRI AYU ANISA

20104127

**JURUSAN PSIKOLOGI ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN DAN ILMU DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI**

2024

**MOTIVASI PENGGEMAR K-POP DALAM MEMBANGUN
PERSONAL BRANDING SEBAGAI K-POPERS PADA MAHASISWA
PRODI PSIKOLOGI ISLAM FAKULTAS USHULUDDIN DAN
DAKWAH IAIN KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan kepada

Institut Agama Islam Negeri Kediri

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi (S. Psi)

Oleh:

PUTRI AYU ANISA

20104127

**JURUSAN PSIKOLOGI ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN DAN ILMU DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI**

2024

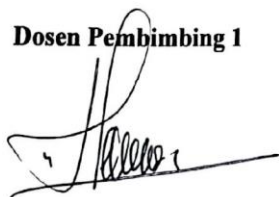
HALAMAN PERSETUJUAN

**MOTIVASI PENGGEMAR KPOP DALAM MEMBANGUN
PERSONAL BRANDING SEBAGAI KPOPERS PADA MAHASISWA
PRODI PSIKOLOGI ISLAM FAKULTAS USHULUDDIN DAN
DAKWAH IAIN KEDIRI**

**PUTRI AYU ANISA
20104127**

Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing 1



Prof. Dr. Sardjuningsih, M.Ag
NIP. 196004201987032002 ✓

Dosen Pembimbing 2



Nisa Fitriani, M.Si
NIP. 199101042022032001 ✓

NOTA DINAS

Kediri, 15 Juli 2024

Nomor :
Lampiran : 4 (empat berkas)
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada

Yth, Bapak Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri

Di JL. Sunan Ampel 07 Ngronggo

Kediri

Assalamualaikum. Wr. Wb.

Memenuhi permintaan bapak rektor untuk membimbing skripsi mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama : Putri Ayu Anisa

NIM : 20104127

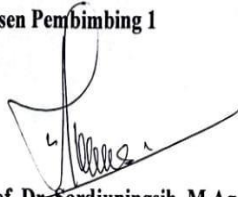
Judul : MOTIVASI PENGGEMAR KPOP DALAM MEMBANGUN
PERSONAL BRANDING SEBAGAI KPOPERS PADA MAHASISWA
PRODI PSIKOLOGI ISLAM FAKULTAS USHULUDDIN DAN
DAKWAH IAIN KEDIRI

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam Sidang Munaqosah. Demikian agar maklum dan atas ketersediaan Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum. Wr. Wb.

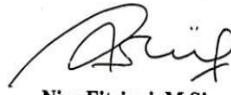
Dosen Pembimbing 1



Prof. Dr. Sardjuningsih, M.Ag

NIP. 196004201987032002

Dosen Pembimbing 2



Nisa Fitriani, M.Si

NIP. 199101042022032001

HALAMAN PENGESAHAN
MOTIVASI PENGGEMAR K-POP DALAM MEMBANGUN
***PERSONAL BRANDING* SEBAGAI K-POPERS PADA MAHASISWA**
PRODI PSIKOLOGI ISLAM FAKULTAS USHULUDDIN DAN
DAKWAH IAIN KEDIRI

PUTRI AYU ANISA

20104127

Telah Diujikan Di Depan Sidang Munaqosah

Institut Agama Islam Negeri Kediri

Pada Tanggal

Tim Penguji,

1. Penguji Utama

Prof. Dr. Moh. Asror Yusuf, M.Ag ()

197506132003121004

2. Penguji I

Prof. Dr. Sardjuningsih, M.Ag ()

NIP. 199101042022032001

3. Penguji II

Nisa Fitriani, M.Si ()

NIP. 199101042022032001

Kediri, 20 Agustus 2024

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri

Dr. A. Halil Thahir, M.HI

NIP. 197111212005011006

Dr. A. Halil Thahir, M.HI

NIP. 197111212005011006

MOTTO

“Kepribadian dibangun dari apa yang kita cintai dan bagaimana kita mengekspresikannya.”

(Putri Ayu Anisa)

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Putri Ayu Anisa

NIM : 20104127

Program Studi : Psikologi Islam

Fakultas : Ushuluddin dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya sendiri dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian maupun seluruhnya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini plagiasi, maka saya bersedia memenuhi sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 19 Juli 2024

Putri Ayu Anisa

ABSTRAK

PUTRI AYU ANISA, Dosen pembimbing Prof. Dr. Sardjuningsih, M.Ag, dan Nisa Fitriani, M.Si: Motivasi Penggemar K-pop Dalam Membangun *personal branding* Sebagai K-popers Pada Mahasiswa Prodi Psikologi Islam Fakultas Ushuluddin Dan Dakwah IAIN Kediri.

Kata kunci: Motivasi, *personal branding*, K-popers, mahasiswa

Fenomena K-Pop telah menjadi bagian tak terpisahkan dari budaya populer di berbagai negara, termasuk Indonesia. Penggemar K-Pop, yang dikenal sebagai K-Popers, tidak hanya menikmati musik dan hiburan dari artis Korea Selatan, tetapi juga menggunakan identitas mereka sebagai K-Popers untuk membangun *personal branding*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motivasi mahasiswa K-popers dalam membangun *personal branding* mereka di kalangan mahasiswa lainnya. Dengan berbagai strategi dalam membangun *personal branding* seperti membuat keunikan tertentu, relevansi, dan konsistensi dalam membangun *personal branding* sebagai K-popers.

Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif, informan dalam penelitian ini 10 mahasiswa IAIN Kediri yang menjadi K-popers. pengumpulan data pada penelitian menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa 1) informan penelitian motivasi menjadi K-popers untuk menambah relasi pertemanan. K-pop dapat menjadi wadah dan alat untuk informan mengembangkan potensi seperti bernyanyi dan *dance*. 2) informan mencari identitas dirinya melalui teman, keluarga, dan media sosial. Untuk memperkuatnya informan menunjukkan keunggulan, memiliki kebutuhan yang berkaitan dengan K-pop seperti kesenangan, dan terus menjaga nilai positif dengan terus berperilaku baik. 3) K-pop memberikan dampak pada mahasiswa dalam bidang gaya berpakaian, make up, gaya berbicara, minat karir dan semangat belajar mereka.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. Atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi ini diselesaikan dengan baik. Skripsi ini mengungkapkan mengenai motivasi penggemar K-Pop dalam membangun *personal branding* sebagai K-Popers pada mahasiswa Prodi Psikologi Islam Fakultas Ushuluddin Dan Dakwah IAIN Kediri

Penulis menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada yang terhormat:

1. Dr. H. Wahidul Anam, M.Ag., selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Dr. KH. A.Halil Thahir, M.HI., selaku Dekan fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri.
3. Dr. Rini Risnawita Suminta, M.Si., selaku Ketua Program Studi Psikologi Islam IAIN Kediri.
4. Ibu Prof. Dr. Sardjuningsih, M.Ag, dan Ibu Nisa Fitriani, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan serta bimbingan selama masa penyusunan skripsi ini.
5. Prodi Psikologi Islam Fakultas Ushuluddin Dan Dakwah IAIN Kediri dan sepuluh subjek penelitian yang telah membantu peneliti dalam masa penggalian data lapangan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Kedua orang tua tercinta, Bapak Edi Purwanto dan Ibu Juhairiyah, serta keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan perhatian penuh selama penulis menempuh masa-masa sulitnya berproses di IAIN Kediri.
7. Teman-teman penulis yaitu Dela, Dewi, Alhimni, Dina dan Khusnul yang senantiasa menemani dan selalu memberikan dukungan positif selama penulis menempuh perkuliahan di IAIN Kediri.
8. Serta teman-teman mahasiswa Psikologi Islam IAIN Kediri angkatan 2020 yang telah berjuang bersama demi meraih cita-cita dan gelar sarjana.

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat penelitian.....	6
E. Penelitian Terdahulu	7
F. Definisi Operasional.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Motivasi	11
B. K-pop	13
C. <i>personal branding</i>	14
D. Identitas Diri.....	16
BAB III METODE PENELITIAN.....	19

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	19
B. Kehadiran penelitian	19
C. Lokasi penelitian	20
D. Data dan Sumber Data	20
E. Prosedur Pengumpulan Data	21
F. Teknik Analisis Data.....	22
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	23
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	25
A. Profil Kampus IAIN Kediri.....	25
B. Deskripsi informan penelitian	28
C. Paparan Data Penelitian	28
D. Temuan Penelitian.....	85
BAB V PEMBAHASAN	106
A. Motivasi mahasiswa IAIN Kediri dalam membangun <i>personal branding</i> sebagai K-popers.	106
B. Proses membangun <i>personal branding</i> sebagai K-popers yang berlangsung di kalangan mahasiswa.	111
C. Apa saja dampak dari membangun <i>personal branding</i> sebagai K-popers terhadap identitas individu mahasiswa.	115
BAB VI PENUTUP	118
A. Kesimpulan	118
B. Saran.....	119
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN.....	124
DOKUMENTASI PENELITIAN	206
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	208

DAFTAR TABEL

<u>Tabel 4.1 Identitas Informan Penelitian</u>	28
<u>Tabel 4.2 Reduksi Data Motivasi</u>	85
<u>Tabel 4.3 Reduksi Data Identitas Diri & personal branding</u>	95
<u>Tabel 4.4 Reduksi Data Dampak</u>	104

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara_____	124
Lampiran 2 Hasil Wawancara_____	128
Lampiran 3 Surat Izin Penelitian IAIN Kediri_____	191
Lampiran 5 Konsultasi Pembimbing I_____	192
Lampiran 6 Konsultasi Pembimbing II_____	194
Lampiran 7 Surat Pernyataan Ketersediaan Narasumber_____	196
Lampiran 8 Dokumentasi_____	206