TRANSFORMASI IDENTITAS PECINTA BARBIE PADA WANITA

(Studi Fenomenologi Transformasi Identitas Pecinta Barbie)

IDENTITY TRANSFORMATION OF BARBIE LOVERS ON WOMEN

(Study of Phenomenology Identity Transformation of Barbie Lovers)

Previa Novelita Prajoko¹, Arie Prasetyo, S.Sos., M.Si²

^{1,2}Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹previanovelita@yahoo.com , ²arijataock@gmail.com

ABSTRAK

Transformasi identitas adalah sebuah proses dinamis dimana setiap individu akan mengalami perubahan dalam dirinya baik disengaja ataupun tidak disengaja. Tujuan penelitian ini adalah melihat adanya transformasi identitas yang dilakukan oleh pecinta Barbie saat setelah mengenal boneka Barbie. Penelitian ini menggunakan kualitatif dengan pendekatan metode fenomenologi persepsi. Data didapatkan dengan metode wawancara dan observasi dan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis data dari Collaizi.

Terdapat 5 orang pecinta Barbie yang menjadi informan dalam penelitian ini. Hasil penelitian adalah terbaginya 3 kluster tema, yaitu identitas sebelum mengenal Barbie, pecinta Barbie memaknai Barbie dan identitas setelah mengenal Barbie. Berdasarkan hasil penelitian disarankan untuk pecinta Barbie agar lebih realistis dalam memaknai Barbie dan disarankan untuk Mattel agar membuat Barbie dengan bentuk tubuh serta wajah yang sesuai dengan manusia di dunia.

Kata Kunci: Transformasi identitas, Barbie, pecinta Barbie

ABSTRACT

Identity transformation is a dynamic process where each individual will experience a change in himself whether intentional or unintentional. The purpose of this study is to see the identity of the transformation made by Barbie lovers after getting to know Barbie dolls. This research uses qualitative approach with phenomenology method of perception. Data obtained by interview and observation method and analyzed by using data analysis technique from Collaizi.

There are 5 Barbie lovers who became informers in this research. The result of the research is the division of three clusters of the theme, identity before getting to know Barbie, Barbie lovers mean Barbie and identity after getting to know Barbie. Based on the results of research is suggested for lovers of Barbie to be more realistic in the meaning of Barbie and suggested to Mattel to make Barbie with body shape and face in accordance with humans in the world.

Keywords: Identity Transformation, Barbie, Barbie lovers

1. Pendahuluan

Barbie adalah salah satu boneka yang paling banyak digemari. Pada awal kemunculannya, penjualan Barbie mencapai jumlah 1 juta setiap bulannya. Boneka yang cantik dan sangat menawan tersebut hadir dengan menawarkan berbagai aksesoris yang melekat pada tubuhnya. Dari segi kecantikan, Barbie memang sangat sesuai dengan penggambaran seorang wanita yang cantik dan mempunyai tubuh yang sempurna. Boneka keluaran Mattel Inc yang memulai debutnya pada tahun 1959 ini telah berhasil menjadi boneka yang tidak diragukan lagi ketenarannya.

Barbie menjadi ikon kecantikan terutama bagi wanita masa kini yang sangat peduli dengan penampilan fisik. Barbie yang pertama kali diciptakan dengan maksud untuk menjadi mainan anak kecil, kini juga disukai oleh wanita dewasa. Wanita dewasa memiliki koleksi Barbie yang lebih banyak dibandingkan dengan anak kecil, karena mereka dapat membeli boneka Barbie dengan pendapatan yang mereka miliki.

Menurut Jennifer Fulkerson (dalam buku Roger, 2009:108), ia melaporkan bahwa 75% kolektor Barbie adalah wanita berusia 35-64 tahun. 16% diantaranya adalah lulusan universitas, 55% sempat mengenyam pendidikan universitas, 12% mendapatkan pendidikan universitas. Dengan demikian hanya 17% yang tidak mengenyam pendidikan universitas. Fulkerson juga menemukan bahwa kira-kira separuh dari para kolektor Barbie memiliki penghasilan pertahun sekurang-kurangnya \$45.000 yang berada di atas rata-rata penghasilan kalangan menengah Amerika. Merujuk pada harga boneka Barbie yang tidak bisa dianggap murah, para kolektor seperti tidak ragu untuk mengeluarkan dana yang tidak sedikit untuk boneka Barbie.

Awalnya Barbie diciptakan untuk mempresentasikan cantik menurut orang Amerika. Tanpa disangka Barbie tidak hanya terkenal di Amerika saja namun juga diseluruh dunia. Karena itulah kini hampir setiap negara mempunyai standar kecantikan yang sama yaitu kaki yang panjang, tubuh yang langsing, hidung mancung dan kulit yang putih. Sebenarnya cantik tidak hanya dilihat dari segi fisik saja. Cantik yang sesungguhnya dapat berasal dari dalam diri seorang wanita. Wanita yang pintar, cerdas dan selalu berpikir positif akan memancarkan kecantikan. Namun dengan kehadiran Barbie, sebagian wanita seperti mempunyai kategori cantik yang merujuk pada boneka Barbie terutama bagi pecinta Barbie.

Penggambaran Barbie seperti Barbie yang menawan hati, mempesona, memikat, jelita, lembut dan indah adalah kata-kata yang biasa digunakan oleh anak-anak muda dan orang dewasa untuk menggambarkannya. Tidak perlu diragukan, kata-kata ini adalah kata-kata femininitas kelas menengah modern. Kata sifat ini juga menggambarkan femininitas anak muda dan femininitas heteroseksual. Lebih dari semuanya, tampaknya, Barbie adalah ikon femininitas dalam hubungan dengan kelompok menengah masyarakat barat dewasa ini (Roger, 2009:23)

Reputasi boneka Barbie tidak bisa disepelekan. Selain sekedar mengoleksi boneka Barbie dan aksesorisnya, para pecinta Barbie juga melakukan berbagai cara agar mereka terlihat cantik seperti

Identitas adalah sesuatu yang melekat pada seseorang untuk dapat membedakannya dengan yang lain, karena setiap orang memiliki ciri-ciri yang berbeda, meliputi tingkah laku, sifat, cara berpakaian dan cara berbicara seseorang. Identitas diri sangat penting bagi manusia dalam proses interaksi antar sesama.

Sama halnya dengan para pecinta Barbie, apa yang mereka lakukan sebenarnya adalah untuk memperkuat identitas diri mereka. Identitas diri seseorang dapat dipengaruhi oleh orang-orang yang berinteraksi dengannya. Jika individu berinteraksi dengan individu lain yang dianggap cocok dengan nya, maka individu tersebut cenderung akan melanjutkan pertemanan atau aktifitas yang melibatkan individu yang disukainya dan hal itu akan mempengaruhi terjadinya transformasi identitas. Misalnya, interaksi antar pecinta Barbie akan mendorong keinginannya untuk memperkuat identitas mereka sebagai pecinta Barbie.

Interaksi tidak hanya dilakukan melalui tatap muka, begitu juga yang dilakukan dengan pecinta Barbie. Meskipun mereka tidak bertemu secara langsung, namun mereka tetap melakukan komunikasi melalui Instagram dimana pecinta Barbie juga saling memamerkan boneka Barbie yang mereka miliki dengan cara mengunggah koleksi mereka ke dalam Instagram dan memberi hashtag seperti #dollstagram atau #barbiegram agar pecinta Barbie lainnya dapat melihat dan juga saling bertukar informasi mengenai Barbie dan koleksi yang mereka miliki. Dilihat dari hashtag tersebut, dapat ditemukan beberapa pecinta Barbie asal Indonesia yang juga cukup royal dalam mengoleksi Barbie.

Transformasi identitas mengisyaratkan penilaian baru tentang diri pribadi dan orang lain, tentang peristiwa, tindakan dan objek. Menurut perspektif teori interaksi simbolik, transformasi identitas menyangkut perubahan psikologi. Perubahan ini dapat diidentifikasi melalui pelakunya yang menjadi berbeda dari sebelumnya. (Mulyana, 2006:231). Jika individu telah bertransformasi, maka apa yang mereka pikirkan atau perilaku mereka juga cenderung akan berubah mengikuti kelompok atau sesuatu hal yang membuat ia bertransformasi.

Hal menarik dari penelitian ini adalah penelitian ini berusaha menjelaskan transformasi yang terjadi dalam diri seorang pecinta Barbie, dimana akan terdapat perbedaan antara sebelum dan sesudah mereka menyukai Barbie dan sejauh mana mereka ingin menunjukkan identitas diri mereka sebagai penggemar boneka Barbie. Sehingga hal tersebut dapat digunakan oleh peneliti sebagai dasar untuk menganalisa secara terstruktur pada proses terbentuknya identitas baru dari pecinta Barbie.

Dari pemaparan diatas terlihat bahwa transformasi akan merubah perilaku dan pemikiran individu yang bersangkutan, namun pecinta Barbie dari kelompok wanita dewasa bertransformasi hanya karena terobsesi pada sebuah boneka, produk mainan anak-anak, yang seharusnya sudah bukan merupakan dunia atau lingkungannya. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang transformasi identitas dengan judul “**Transformasi Identitas Pecinta Barbie Pada Wanita (Studi Fenomenologi Transformasi Identitas Pecinta Barbie)**”.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan menggunakan metode fenomenologi. Fenomenologi adalah sebuah aliran pemikiran yang menganggap bahwa fenomena (gejala) adalah sumber pengetahuan dan kebenaran. Fenomenologi juga berarti ilmu pengetahuan yang mempelajari tentang sesuatu yang tampak atau menampakkan diri. (Djamil, 2015:106)

2. Dasar Teori

2.1 Teori Identitas Diri

Identitas diri digunakan untuk mengenal pribadi seorang individu. Seperti jenis kelamin, ras dan agama dari seorang individu. Contohnya, seorang perempuan akan cenderung melakukan sesuatu yang sangat berbeda dengan laki-laki. Ia akan bepergian menggunakan make-up sedangkan laki-laki juga mempunyai identitas dirinya sendiri sebagai seorang lelaki.

Aspek-aspek identitas diri menurut Erikson adalah sebagai berikut:

1. Identitas sebagai intisari seluruh kepribadian yang tetap tinggal sama walaupun berubah ketika menjadi tua serta dalam dunia sekitar.
2. Identitas sebagai keserasian peran sosial yang pada prinsipnya dapat berubah dan selalu berubah-ubah.
3. Identitas sebagai “gaya hidupku sendiri” yang berkembang dalam tahap-tahap terdahulu dan menentukan cara-cara bagaimana peran sosial ini harus diwujudkan.
4. Identitas sebagai suatu perolehan khusus pada tahap adolesensi dan sebagai sesuatu yang sesudah tahap adolesensi senantiasa akan berubah dan diperbarui.
5. Identitas sebagai pengalaman subjektif akan kesamaan serta kesinambungan batiniahnya sendiri dalam ruang dan waktu.
6. Identitas sebagai kesinambungan dengan diri sendiri dalam pergaulan dengan orang lain. (Erikson, 1989:187)

2.2 Masa Dewasa Awal, Tengah dan Akhir

1. Masa Dewasa Awal adalah masa perkembangan fisik secara dramatis akibat pubertas. Perubahan pubertas juga menyebabkan ketertarikan besar pada citra tubuh seseorang. Menjadi dewasa melibatkan periode transisi yang panjang. Baru-baru ini, transisi dari masa remaja ke dewasa disebut sebagai beranjak dewasa (*emerging adulthood*) yang terjadi pada usia 18-25 tahun. Masa ini ditandai oleh eksperimen dan eksplorasi pada titik ini dalam perkembangan mereka, banyak individu yang mengeksplorasi jalur karir yang ingin mereka ambil, ingin menjadi individu seperti apa dan gaya hidup seperti apa yang ingin mereka ambil. (Santrock, 2011:6)
2. Masa Dewasa Tengah adalah masa dimana individu menjadi seperti apa yang mereka bentuk. Masa dimana terjadi penurunan keterampilan fisik dan meluasnya tanggung jawab, sebuah periode dimana seseorang menjadi lebih sadar mengenai polaritas usia muda dan berkurangnya jumlah waktu yang tersisa dalam hidup, suatu titik dimana seseorang berusaha meneruskan sesuatu yang bermakna kepada generasi selanjutnya, suatu masa dimana seseorang telah mencapai dan membina kepuasan dalam kariernya. Dengan demikian, masa dewasa menengah mungkin merupakan sebuah periode perkembangan yang unik, dimana pertumbuhan dan kehilangan saling mengimbangi. (Santrock, 2011:75)
3. Pada tahap masa dewasa akhir, individu terlibat dalam tujuan hidup. Menjadi aktif dikaitkan dengan keputusan hidup dimasa dewasa kahir. Orang dewasa yang lebih tua menjadi lebih selektif terhadap jaringan sosial mereka dan memilih untuk menghabiskan lebih banyak waktu dalam relasi yang memberi imbalan secara emosional dan jarang menghabiskan waktu dalam relasi sekeliling yang tidak pokok. Orang dewasa yang lebih tua juga mengalami lebih banyak emosi positif dan lebih sedikit emosi negative dibandingkan orang dewasa muda. Sifat kepribadian bersikap hari-hati dan keramahan juga meningkat dimasa dewasa akhir. (Santrock, 2011:129)

2.3 Transformasi Identitas

Transformasi identitas adalah sebuah proses dinamis meliputi pilihan-pilihan yang disengaja, bukan kondisi yang kekal dan tak dapat dielakkan. Makna dan nilai dibangun individu melalui aturan budaya yang dimiliki bersama oleh kelompok-kelompok tertentu, namun bukan sesuatu yang ganjil bagi seseorang untuk berpindah dari satu aturan ke aturan lain, ataupun bergerak diantara keanekaragaman identitas sosial. Seseorang yang sudah mengalami transformasi identitas akan membangun citra dan kesan yang berbeda baik dari sikap, prilaku, obrolan, mind set dan memungkinkan seseorang akan mempunyai kepribadian ganda. (Mulyana, 2007:165)

2.4 Proses Transformasi

Proses transformasi adalah suatu proses dimana seseorang beranjak dan bergerak menuju suatu perubahan dan meninggalkan dirinya yang lama. Menurut Erikson (1989) tahap transformasi identitas sebenarnya adalah tahap adolensi, yaitu pada saat remaja mencoba-coba dengan segala identitasnya (berbagai macam konfigurasi dari identitas positif dan negatif) untuk akhirnya menetapkan yang cocok. Karena masa adolensi harus mengadakan peralihan definitif dari masa kanak-kanak ke dewasa, maka pemuda harus melepaskan segala identifikasi yang tidak berguna lagi dan harus mengembangkan minat baru untuk menjadi anggota penuh yang diterima oleh masyarakat.

2.5 Wanita

Wanita juga memiliki tipe yang berbeda-beda, di Indonesia sendiri terdapat tiga tipe wanita:

- a. Wanita pembebas yaitu wanita yang memandang laki-laki sebagai saingan bahkan musuh utama terutama dalam soal karier dan pekerjaan.
- b. Wanita loyo yaitu wanita yang submisif dan tidak mandiri. Segala keputusannya amat bergantung pada pria. Wanita seperti ini mempunyai perasaan yang rendah diri.
- c. Wanita positif yaitu wanita yang memahami bahwa fitrah kaumnya berbeda dengan kaum laki-laki. Wanita positif selalu berpikir untuk memberikan dorongan kepada laki-laki, bukan menjadi musuh bagi laki-laki. (Mulyana, 2010:49)

2.6 Interaksi Simbolik

Teori interaksi simbolik memfokuskan perhatiannya pada cara-cara yang digunakan manusia untuk membentuk makna dan struktur masyarakat melalui percakapan. Interaksi simbolik mendasarkan gagasannya atas enam hal berikut:

- a. Manusia membuat keputusan dan bertindak pada situasi yang dihadapinya sesuai dengan pengertian subjektifnya.
- b. Kehidupan sosial merupakan proses interaksi, kehidupan sosial bukanlah struktur atau bersifat struktural dan karena itu akan terus berubah.
- c. Manusia memahami pengalamannya melalui makna dari simbol yang digunakan dilingkungan terdekatnya (*primary group*) dan bahasa merupakan bagian yang sangat penting dalam kehidupan sosial.
- d. Dunia terdiri atas berbagai objek sosial yang memiliki nama dan makna yang ditentukan secara sosial.
- e. Manusia mendasarkan tindakannya atas interpretasi mereka, dengan mempertimbangkan dan mendefinisi objek-objek dan tindakan yang relevan pada situasi saat itu.
- f. Diri seseorang adalah objek signifikan dan sebagaimana objek sosial lainnya diri didefinisikan melalui inters sosial dengan orang lain. (Morissan dan Wardhani, 2009:143)

3. Metode Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma ini banyak dipengaruhi oleh pandangan fenomenologi. Aliran ini menolak pandangan empirisme yang memisahkan subjek dan objek Bahasa. Dalam pandangan paradig ini, Bahasa tidak hanya dilihat sebagai alat untuk memahami realitas objektif dan yang dipisahkan dari subjek sebagai penyampaian pernyataan. Konstruktivisme menganggap subjek sebagai faktor sentral dalam kegiatan wacana serta hubungan-hubungan sosialnya. (Suryanto, 2015:266)

Alasan menggunakan paradigma konstruktivisme karena peneliti ingin melihat sejauh mana pecinta Barbie memaknai boneka Barbie dan mengartikan boneka Barbie tersebut. Yang sebenarnya boneka Barbie hanyalah sebuah boneka, namun beberapa dari mereka memaknainya dengan berbeda karena pengalaman setiap orang berbeda-beda dan tidak bisa disamaratakan, sehingga setiap orang dapat memaknai Barbie dengan cara yang berbeda.

4. Pembahasan

Pada sub bab ini peneliti akan menjelaskan mengenai transformasi identitas yang terjadi pada pecinta Barbie. Dari proses sebelum mengenal Barbie, pecinta Barbie memaknai Barbie hingga transformasi identitas setelah mengenal Barbie:

4.1 Pecinta Barbie sebelum mengenal Barbie

Seperti yang dikatakan Erikson (1989:187) Pembentukan identitas dalam arti sesungguhnya baru bermula pada masa adolesensi (remaja), tidak berarti hal itu juga berakhir dengannya. Karena identitas tidak pernah dapat menjadi suatu perolehan yang ditetapkan secara definitive, tetapi sifat dinamis, selalu berkembang dan senantiasa berubah-ubah sepanjang jalan hidup individu, menurut fungsi dari pengalaman langsung akan dirinya sendiri dan dunianya serta fungsi dari pengamatan reaksi-reaksi orang lain terhadap dirinya.

Jika dikaitkan dengan hasil penelitian yang didapatkan dari hasil wawancara dengan lima informan terhadap kondisi mereka sesaat sebelum mereka mengenal dan bermain dengan boneka Barbie adalah terlihat mereka telah memiliki identitas mereka sendiri. Identitas sebelumnya cenderung berbanding terbalik dengan identitas yang saat ini mereka miliki. Informan mulai menyukai Barbie pada saat yang berbeda-beda, namun sebagian besar mulai menyukai Barbie pada saat memasuki bangku sekolah dasar. Mereka juga mengatakan awal mula mereka menyukai bermula dari menonton film Barbie yang ditayangkan di televisi bukan dari orang lain, yang menandakan bahwa keinginan untuk menyukai Barbie memang berasal dari dalam dirinya sendiri tanpa ada dorongan dari orang lain. Kondisi sebelum mereka menyukai Barbie pun berbeda-beda karena sebelum bertransformasi informan masih bersama dengan identitas lamanya, belum berubah mengikuti Barbie. Informan masih tampil dengan penampilan yang biasa saja cenderung tidak terlalu memperhatikan penampilan dan masih mengikuti kesukaannya yang dahulu sebelum mengenal Barbie. Sebelum mengenal Barbie, informan cenderung lebih tomboi dan lebih suka mengenakan celana dari pada rok dan tidak menyukai warna merah jambu. Bahkan salah satu dari informan lebih suka bermain bola dari pada boneka.

Alasan mereka mempunyai identitas yang berbeda adalah karena informan masih belum mendapatkan *role model* atau acuan mereka dalam melakukan sesuatu, baik dalam hal penampilan ataupun

sifat. *Role model* sendiri sangat penting bagi seorang individu, karena *role model* tersebut dapat membantu terbentuknya identitas diri seseorang dan pada fase ini informan belum mendapatkan hal tersebut pada hobi atau kesukaannya sebelumnya.

4.2 Pecinta Barbie memaknai Barbie

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh pecinta Barbie memaknai Barbie sebagai makhluk hidup yang memiliki kehidupannya sendiri. Makna tersebut muncul karena adanya interaksi yang dilakukan oleh pecinta Barbie terhadap film Barbie. Seperti pengakuan informan yang mengatakan bahwa mereka mulai menyukai Barbie karena mereka menonton film Barbie yang tayang di televisi dan dari situlah mereka mengartikan Barbie secara berlebihan dengan menganggap Barbie memiliki kehidupannya sendiri.

Selain melalui film, interaksi yang dilakukan oleh pecinta Barbie adalah melalui *doll meet*. Dari hasil penelitian lapangan, pecinta Barbie secara tidak rutin mengadakan *doll meet* yaitu saling bertemu antara pecinta Barbie dan juga membawa koleksi pribadi mereka untuk diperlihatkan kepada pecinta Barbie lainnya. Acara tersebut memang diperuntukan bagi mereka yang menyukai Barbie. Kegiatan yang dilakukan pun seperti foto-foto dengan koleksi Barbie mereka, bertukar informasi mengenai *re-root*, *re-body* dan lain-lain. Sebagian masyarakat awam mungkin belum mengetahui jika Barbie bisa dimodifikasi dari ujung kepala hingga ujung kaki, jika tidak aneh Barbie yang dimiliki oleh pecinta Barbie terlihat sedikit berbeda dengan yang ada dipasaran karena mereka telah memodifikasi Barbienya.

Dengan bantuan film Barbie yang tayang di televisi dan *doll meet* yang dilakukan oleh pecinta Barbie, itu membantu pecinta Barbie dalam memaknai boneka Barbie. Sebagian informan juga memaknai Barbie sebagai teman yang dijadikan tempat bercerita dan berkeluh kesah yang tidak dapat diungkapkan kepada manusia lainnya. Meskipun mereka menganggap Barbie sebagai teman, namun mereka tetap menyadari bahwa Barbie tidak mempunyai perasaan sehingga mereka dapat dengan bebas meluapkan emosi yang disembunyikan dari orang lain. Selain itu pecinta Barbie juga sering membawa Barbienya untuk ikut bepergian dengan mereka lalu mereka akan mengambil foto dan mengunggahnya di Instagram.

4.3 Identitas Setelah Mengetahui Barbie

Transformasi identitas adalah sebuah proses dinamis meliputi pilihan-pilihan yang disengaja, bukan kondisi yang kekal dan tak dapat dielakkan. Makna dan nilai dibangun individu melalui aturan budaya yang dimiliki bersama oleh kelompok-kelompok tertentu, namun bukan sesuatu yang ganjil bagi seseorang untuk berpindah dari satu aturan ke aturan lain, ataupun bergerak diantara keanekaragaman identitas sosial. Seseorang yang sudah mengalami transformasi identitas akan membangun citra dan kesan yang berbeda baik dari sikap, perilaku, obrolan, mind set dan memungkinkan seseorang akan mempunyai kepribadian ganda. (Mulyana, 2007:165)

Jika dikaitkan dengan hasil penelitian dari hasil wawancara dengan kelima informan, mereka memang melakukan transformasi karena disengaja dan mereka sadar akan hal tersebut. Mereka dengan sendirinya memilih Barbie sebagai *role model* dan mengimitasi apa yang digambarkan dalam boneka Barbie. Perubahan yang dilakukan pun beragam seperti hasil wawancara dengan informan, peneliti mendapatkan pengetahuan bahwa Barbie mampu membawa pengaruh positif bagi pecinta Barbie terutama informan, dilihat dari bagaimana informan memiliki kesukaan atau hobi yang lebih positif setelah mengetahui Barbie. Seperti, Barbie yang dapat dijadikan sebagai sumber inspirasi dalam menulis cerita, hobi menjahit baju Barbie dan bahkan mampu memberika ketenaran untuk salah satu informan.

Faktor berikutnya yang mendasari transformasi adalah ketertarikan para pecinta Barbie terhadap fisik Barbie, terutama kecantikan wajah dan rambut Barbie. Seperti yang sudah diketahui bahwa Barbie adalah boneka yang mempunyai wajah cantik, rambut panjang, badan yang langsing dan penampilan yang modis. Karena penampilan fisiknya itulah yang membuat pecinta Barbie terinspirasi. Selain itu Barbie juga dapat merealisasikan keinginan pecinta Barbie yang tidak dapat diwujudkan pada dirinya. Faktor inilah yang paling kuat mempengaruhi perubahan identitas para pecinta Barbie.

4. Simpulan dan Saran

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti melihat adanya transformasi identitas yang dilakukan oleh pecinta Barbie yang terlihat dari adanya perbedaan antara sebelum dan sesudah pecinta Barbie mengenal Barbie. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pada saat pecinta Barbie sebelum mengenal Barbie, mereka cenderung tidak memperhatikan penampilan, lebih cuek dan lebih tomboi. Selain itu pecinta Barbie juga memiliki hobi lain yang berbeda jauh dengan Barbie seperti bermain bola dan mengoleksi karakter seperti *Emily The strange*. Hobi tersebut mereka lakukan karena pada saat itu informan belum mendapatkan sosok *role model* yang tepat, yang dapat dijadikan acuan untuk hidupnya.
2. Sebelum akhirnya pecinta Barbie bertransformasi, terdapat suatu fase yaitu fase memaknai Barbie dimana bagaimana pecinta Barbie mengartikan atau memaknai Barbie ke dalam hidupnya. Setiap individu tentunya memiliki pengalaman dan cara berinteraksi yang berbeda, yang membuat setiap individu akan memaknai sesuatu secara berbeda-beda. Cara memaknai Barbie antara masyarakat awam dan pecinta Barbie tentunya akan berbeda. Jika sebagian masyarakat awam hanya melihat Barbie sebagai mainan atau boneka untuk anak-anak perempuan mereka, namun pecinta Barbie memaknai Barbie secara lebih. Seperti hasil wawancara dengan informan dapat diketahui bahwa mereka menganggap Barbie bukan sekedar boneka tetapi sama seperti manusia dimana ia mempunyai kehidupannya sendiri.
3. Setelah fase memaknai Barbie secara berlebih tersebut, pecinta Barbie mulai memilih untuk meninggalkan identitas lamanya dan bertransformasi ke identitas yang lebih baru. Pecinta Barbie merasakan adanya kesamaan antara dirinya dengan Barbie dan menjadikan Barbie sebagai *role model* dihidup mereka. Barbie sebagai *role model* tentunya membawa dampak positif dan negatif. Dampak positif seperti pecinta Barbie semakin memperhatikan penampilan, mempunyai hobi yang lebih baik dan bersikap lebih *girly*. Sedangkan untuk dampak negatif adalah identitas mereka yang seperti melebur dengan identitas Barbie sehingga dapat menyebabkan kehilangan jati diri dari pecinta Barbie.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti, maka peneliti merasa perlu untuk memberikan kepada pihak-pihak terkait, seperti:

5.2.1 Saran Akademis

1. Penelitian dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya khususnya mengenai transformasi identitas.

5.2.2 Saran Praktis

1. Saran untuk pecinta Barbie adalah ada baiknya jika hidup lebih realistis, karena perlu disadari bahwa Barbie adalah boneka dan tidak mempunyai kehidupan seperti manusia sehingga tidak perlu memperlakukan Barbie secara berlebih. Tentunya wajar bagi manusia untuk menyukai atau mengoleksi sesuatu, tetapi kembali lagi kita perlu bersikap realistis dan lebih mendahulukan kebutuhan primer dibandingkan sekunder. Baiknya kita selalu mendekatkan diri kepada Tuhan Yang Maha Esa agar tidak terlalu berlebihan dalam menyukai sesuatu.
2. Saran untuk pihak Mattel, buatlah Barbie yang lebih realistis contohnya seperti boneka Barbie dengan bentuk tubuh yang tidak langsing, namun tetap dikemas dengan cantik agar tetap diminati oleh masyarakat. Selain itu ada baiknya pula jika harga yang ditawarkan oleh Barbie tidak terlalu mahal, karena bagaimanapun Barbie ditujukan untuk anak kecil sehingga tidak perlu terlalu mahal karena dapat menimbulkan sifat konsumtif untuk anak-anak.

Daftar Pustaka

- [1] Djamal, M. (2015). Paradigma Penelitian Kualitatif. Jogjakarta: Pustaka Pelajar
- [2] Erikson, Erik H. (1989). Identitas dan Siklus Hidup Manusia: Bunga Rampai 1. Jakarta: PT. Gramedia
- [3] Morissan dan Wardhani. (2009). Teori Komunikasi. Bogor: Ghalia Indonesia
- [4] Mulyana, Deddy. (2007). Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- [5] Mulyana, Deddy. (2010). Komunikasi Lintas Budaya. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- [6] Rogers, Marry F. (2009). Barbie Culture Ikon Budaya Konsumerisme. Jogjakarta: Relief
- [7] Santrock, John W. (2011). Life-Span Development Perkembangan Masa-Hidup. Bandung: Erlangga Sardiman