

ABSTRAK

Fans K-Pop menggunakan identitas yang disamarkan dalam menampilkan identitas mereka di media sosial X. Hal ini menyebabkan mereka bebas berekspresi sebagai fans K-Pop di media sosial X. Namun, hal ini dijadikan kesempatan oleh oknum-oknum fans untuk semena-mena dalam melakukan komunikasi, hingga mengganggu pengguna lain di media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui identitas komunikasi penggemar K-Pop di media sosial X. Temuan penelitian ini dianalisis menggunakan teori identitas komunikasi Michael Hecht. Metode yang digunakan dalam penelitian ini kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara semi struktural dan observasi informan penelitian yang dipilih berdasarkan *purposive sampling*. Hasil penelitian ditemukan bahwa identitas komunikasi fans K-Pop dibentuk oleh empat lapisan yang saling terkait. *Personal layer* fans K-Pop memandang dirinya sebagai fans K-Pop yang normal, suka menghalu dan percaya diri mengakui bahwa dirinya seorang fans K-Pop di media sosial X. Berkaitan dengan *communal layer*, fans yang memandang dirinya sebagai fans K-Pop normal dan percaya diri terbuka tentang identitasnya di media sosial X walaupun mendapat berbagai stigma dari komunitas lain di media sosial X. Sedangkan fans yang malu lebih tertutup di media sosial X, karena khawatir akan stigma yang diberikan orang lain di media sosial X. *Relational layer* fans K-Pop dipengaruhi sekitar ketika memutuskan untuk menyukai K-Pop, sehingga lebih terbuka mengenai identitasnya sebagai fans K-Pop kepada sesama fans K-Pop. Hal ini berkaitan dengan *enactment layer* ditunjukkan dengan fans K-Pop menunjukkan identitas mereka di media sosial X dengan menggunakan profil yang berhubungan dengan idola K-Pop dan kegiatan yang mereka lakukan di media sosial X.

Kata kunci: Identitas Komunikasi, fans K-Pop, media sosial X.