

ABSTRAK

Kpopfication merupakan sebuah istilah yang mengacu pada perilaku penggemar K-pop yang kerap kali menyangkut pautkan berbagai aspek kehidupan mereka yang berbeda dari K-pop menjadi dunia K-pop. Menariknya *Kpopfication* saat ini digunakan sebagai salah satu media kampanye politik di media sosial. Salah satu pendukung aktor politik yang menggunakan *Kpopfication* sebagai salah satu media kampanye politik di media sosial yaitu pendukung Anies Baswedan. Melalui akun X @aniesbubble *Kpopfication* dilakukan dengan cara mengimitasi konten unggahan penggemar idola K-pop. *Kpopfication* yang dilakukan oleh @aniesbubble kemudian menjadi salah satu identitas baru karena hadir secara organik dari relawan pendukung Anies Baswedan. Menggunakan metodologi kualitatif dan analisis *framing* Meraz dan Papapcharissi dengan teori imitasi, identitas sosial, dan persuasi politik, artikel ini bertujuan untuk membahas mengenai imitasi *Kpopfication* akun @aniesbubble sebagai identitas sosial pada kontestasi Pemilihan Presiden tahun 2024. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa keterlibatan politik melalui *Kpopfication* bersifat segmented dan tidak selalu mampu menjangkau masyarakat luas di luar kelompok yang sudah memiliki kedekatan afektif maupun ideologis. Meskipun kreativitas dalam penyampaian pesan politik melalui simbol-simbol ciri khas K-pop dapat memperkuat ikatan kelompok internal, namun efektivitasnya dalam memobilisasi dukungan politik secara massal tetap bergantung pada sejauh mana konten tersebut mampu menembus batas-batas algoritma dan menjangkau kelompok yang lebih heterogen secara politik dan budaya.

Kata Kunci: @aniesbubble, Identitas Sosial, Imitasi, *Kpopfication*, Pemilu 2024, Persuasi Politik

SUMMARY

Kpopfication is a term that refers to the behavior of K-pop fans who often link various aspects of their lives that are different from K-pop to the world of K-pop. Interestingly, Kpopfication is currently used as one of the media for political campaigns on social media. One of the supporters of political actors who use Kpopfication as one of the political campaign media on social media is Anies Baswedan's supporters. Through the X account @aniesbubble Kpopfication is carried out by imitating the uploaded content of K-pop idol fans. Kpopfication carried out by @aniesbubble then becomes one of the new identities because it comes organically from Anies Baswedan's volunteer supporters. Using qualitative methodology and Meraz and Papapcharissi's framing analysis with theories of imitation, social identity, and political persuasion, this article aims to discuss the Kpopfication imitation of the @aniesbubble account as a social identity in the 2024 Presidential Election contestation. The results of this study show that political engagement through Kpopfication is segmented and not always able to reach the wider community outside of groups that already have affective and ideological closeness. Although creativity in the delivery of political messages through K-pop symbols can strengthen internal group ties, its effectiveness in mobilizing mass political support still depends on the extent to which the content is able to penetrate algorithmic boundaries and reach more politically and culturally heterogeneous groups.

Keywords: *@aniesbubble, Social Identity, Imitation, Kpopfication, Election 2024, Political Persuasion*