

PROSES IMITASI BUDAYA KPOP OLEH REMAJA KOMUNITAS DANCE COVER DI SAMARINDA

Vinka Violita¹, Lisbet Situmorang², Sabiruddin³

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui, mendeskripsikan serta menganalisis bagaimana proses imitasi budaya K-Pop oleh remaja komunitas dance cover di Samarinda, khususnya pada anggota komunitas dance cover di Samarinda yaitu Soulmate Community. Indikator yang digunakan adalah indikator tahap-tahap imitasi yaitu tahap proyeksi, tahap subjektif dan tahap objektif.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Informan adalah anggota Soulmate Community yang mengalami proses imitasi budaya K-Pop.

Menggunakan analisis data dengan metode Miles dan Huberman yaitu analisis data yang diawali dengan proses pengumpulan, reduksi, dan penyajian data serta penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini adalah proses imitasi budaya K-Pop dialami oleh seluruh informan dan mereka melakukan imitasi yang lumayan ekstrim karna hampir seluruh aspeknya meniru idola yang mereka jadikan acuan dalam melakukan kegiatan dance cover. Wujud imitasinya berupa menirukan keseluruhan dari idola tersebut, baik dari segi kostum, tarian, maupun aksi diatas panggung.

Kata Kunci : Proses Imitasi, Budaya K-Pop, Dance Cover, Soulmate Community

PENDAHULUAN

Budaya *Korean Pop* atau *K-Pop* merupakan budaya musik asal Korea Selatan yang telah menarik perhatian kalangan remaja di seluruh dunia. Hal tersebut tentunya terjadi melalui proses yang panjang, proses penyebaran budaya pop Korea ke seluruh dunia inilah yang kemudian dikenal dengan istilah *hallyu* (Wahyudi Akmaliah, 2013). *Hallyu* sendiri merupakan istilah yang pertama kali dimunculkan oleh para jurnalis di Beijing terkait popularitas *K-Pop* yang kian menanjak dengan waktu yang lumayan singkat disana. (Rahotni, 2017).

K-Pop mulai masuk dan berkembang saat Korea bergabung di Piala Dunia Korea – Jepang pada tahun 2002. Korea sukses menjadi empat negara peserta terkuat pada acara tersebut. Kesuksesan itu pun menjadikan nama Korea semakin dikenal dunia. Media masa juga mulai menyiarkan kebudayaan Korea termasuk *K-Pop*. (Wuryanta, 2012). Budaya *K-Pop* tersebar ke dunia sehingga memunculkan

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: vinkaviolita95@gmail.com

² Dosen Pengajar dan Dosen Pembimbing I, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

³ Dosen Pengajar dan Dosen Pembimbing II, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

sebuah fenomena yang dinamakan demam Korea, atau lebih sering disebut dengan *Hallyu* atau *Korean Wave*. Hal ini membuat Korea memiliki penggemar terhadap budayanya termasuk music, film, dan hiburan. Kalangan penggemar yang terdiri dari berbagai kalangan ini kemudian membentuk sebuah kelompok pecinta *K-Pop*.

Di Samarinda sendiri, komunitas *dance cover* telah banyak bermunculan. Hal ini dimulai sejak tahun 2010 dimana salah satu komunitas *dance cover* tertua di Samarinda yaitu *Soulmate Community* memulai untuk membentuk komunitas tersebut dan bertambah makin banyak hingga sekarang. Di Samarinda, terhitung sudah ada 7 komunitas *dance cover*, yang terdiri dari 30 grup lebih dan jumlah seluruh anggotanya mencapai 150 orang lebih. Hal ini menunjukkan bahwa komunitas *dance cover* di Samarinda sudah sangat berkembang pesat dari tahun 2010 lalu hingga sekarang.

Melihat hal-hal tersebut peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dan menjadikan *Soulmate Community* sebagai objek penelitian karena mereka bertempat tinggal di Samarinda dan dapat menjadi objek yang tepat untuk penelitian peneliti yang berjudul “*Proses Imitasi Budaya K-POP Oleh Remaja Pada Komunitas Dance Cover Di Samarinda.*”

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang peneliti paparkan sebelumnya, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “bagaimana proses imitasi budaya K-Pop oleh remaja pada komunitas dance cover di Samarinda?”

Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan permasalahan yang telah diuraikan pada rumusan masalah sebelumnya, maka secara umum tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis proses imitasi budaya K-Pop oleh remaja pada komunitas dance cover di Samarinda.

Manfaat Penelitian

Terdapat beberapa poin yang diharapkan dapat menjadi manfaat dalam penelitian kali ini, yaitu :

1. Manfaat Teoritis :
Dapat menjadi acuan dalam penelitian mengenai proses imitasi budaya selanjutnya.
2. Manfaat Praktis :
Dapat membantu pengolahan dan pemanfaatan *K-Pop* dalam kehidupan sehari-hari kedepannya.

TEORI DAN KONSEP

Teori Peneguhan Imitasi (Reinforcement Imitation)

Miller dan Dolan (1941) merinci kerangka teori tentang instrumental conditioning dan mengelaborasi bahwa ada tiga kelas utama perilaku yang seringkali diberi label “imitasi”, yaitu:

1. Same behavior, yang merupakan istilah untuk menggambarkan dua individu yang memberikan respon masing-masing secara independen dengan cara dan stimuli lingkungan yang sama. Hasil yang didapatkan adalah walaupun tindakan mereka sangat terpisah, tampak yang dimunculkan seakan-akan meniru satu sama lain.
2. Copying, seorang individu yang berusaha mencocokkan perilakunya dengan perilaku orang lain. Individu ini harus mampu untuk merespon syarat atau tanda-tanda kesamaan maupun perbedaan antara perilakunya dengan penampilan orang yang dijadikan model.
3. Matched-dependent behavior, seorang individu berubah dan menyamai tindakan orang lain (model atau sang pemimpin) yang memiliki kelebihan yang tidak dimiliki olehnya untuk memperoleh imbalan atau timbal balik dari perilaku tiruan (imitatifnya) tersebut.

Bandura (1969) mengidentifikasikan dampak yang ditimbulkan oleh paparan terhadap perilaku dan hasil perbuatan (*outcomes*) orang lain, yaitu:

1. Inhibitory and Disinhibitory Effects (Efek malu dan tidak memalukan)
Efek inhibitory adalah dampak yang disebabkan oleh orang lain dan mempengaruhi perilaku tertentu hingga menjadi malu ataupun menahan diri untuk melakukan atau mengulangi aksi yang sama. Sedangkan efek disinhibitory adalah dampak yang memicu orang lain untuk tidak malu dalam melakukan perbuatan yang dilihatnya.
2. Response Facilitating Effects
Merupakan kesempatan untuk melihat (paparan) terhadap tindakan orang lain dapat berfungsi memudahkan (*facilitate*) penampilan berbagai macam perilaku yang biasanya tidak dilarang.
3. Observational Learning
Bila seorang yang merupakan *observer* dipertemukan dengan (*exposed*) perilaku dari suatu model sosial, maka dapat terjadi dampak ini. Dalam arti yang lebih spesifik, *observer* tadi dapat memperoleh bentuk perilaku baru hanya dengan melihat atau mengamati kegiatan model tanpa secara terbuka menunjukkan respon di hadapan model yang ditirunya.

Observational learning ditentukan oleh empat proses pengamatan yang eksklusif tapi saling berkaitan, yaitu:

1. Attention (perhatian)
2. Retention (penyimpanan)
3. Motoric Reproduction (Reproduksi Motorik)
4. Faktor Intensif atau Motivasional

KONSEP – KONSEP

Imitasi

Gabriel Tarde mengungkapkan bahwa imitasi berasal dari kata *imitation* yang dapat diterjemahkan sebagai peniruan. Musabab dari hal ini adalah karena manusia pada dasarnya merupakan makhluk individualis. Tetapi manusia juga mempunyai kesanggupan untuk meniru dan memunculkan kehidupan social di dalam masyarakat.

Buku tulisan Slamet yang berjudul *Dinamika Kelompok* (2004), menyatakan bahwa satu hal yang belum pernah dikemukakan Gabriel Tarde dalam teori imitasi adalah persyaratan dalam imitasi tersebut. Persyaratan penting dalam teori ini. Maka dibentuklah syarat berimitasi sebagai berikut:

- a. Diperlukan minat/perhatian terhadap hal/sesuatu yang akan diimitasi. Minat/perhatian merupakan syarat pertama dalam imitasi dari tiap individu dan merupakan sesuatu yang membedakan hasil imitasi antara individu satu dengan yang lain.
- b. Diperlukan sikap yang menjunjung tinggi atau mengagumi terhadap hal-hal yang diimitasi. Sesuatu hal yang dihargai/dijunjung tinggi pasti merupakan sesuatu yang lebih baik daripada apa yang dimiliki oleh individu yang akan mengadakan imitasi atau sesuatu yang tidak dimiliki oleh individu.
- c. Diperlukan penghargaan sosial yang tinggi. Sering terlihat bahwa individu mengadakan imitasi dengan maksud agar tingkah lakunya dapat mendatangkan penghargaan sosial di dalam lingkungannya.
- d. Diperlukan pengetahuan dari individu. Pengetahuan individu dapat menentukan hasil imitasi dari masing-masing individu walaupun ketiga persyaratan telah sama-sama dipenuhi individu.

Selanjutnya ada yang berpendapat bahwa *with imitation one person copies another*, artinya individu itu mencontoh yang lain, sehingga individu memiliki *a passive role in relation* atau peran pasif dalam hubungan dengan individu lain. Sementara itu, ada pula yang menyebutkan *imitation is to copy or produce action of another*. Jadi, tingkah laku yang dihasilkan berasal dari individu lain. Hal ini dapat disimpulkan bahwa imitasi merupakan adanya tingkah laku yang bersifat otomatis sehingga menimbulkan atau mengakibatkan tingkah laku yang seragam. (Gerungan, 2004). Tahap-tahap imitasi adalah sebagai berikut :

1. Tahap Proyeksi, pada tahap ini individu memperoleh kesan dari sesuatu yang akan diimitasi.
2. Tahap Subjektif, pada tahap ini individu cenderung untuk menerima hal-hal yang akan diimitasi misalnya sikap dan tingkah laku dari orang lain.
3. Tahap Objektif, pada tahap ini individu cenderung untuk menerima hal-hal yang akan diimitasi, misalnya sikap dan tingkah laku dari individu lain lakukan (objek yang akan diimitasi).

Budaya

Banyak pengertian budaya yang dikemukakan oleh para ahli, mulai dari pengertian yang kompleks dan tidak masuk akal, hingga yang sangat sederhana seperti 'budaya merupakan pemrograman pikiran' atau 'budaya merupakan hal yang dibuat manusia dalam lingkungan.' (Loner dan Malpass. 1952:27)

Salah satu dari sekian banyak definisi konsep budaya yang dikemukakan para pakar, yang paling terkenal adalah konsep budaya yang dikemukakan oleh Koentjaraningrat (2002) dalam bukunya yang berjudul 'Kebudayaan Mentalitas dan Pembangunan'. Beliau mendefinisikan budaya adalah sebagai seluruh total dari pikiran, dan hasil karya manusia yang berakar dari nalurnya setelah individu tersebut telah melewati proses belajar.

Remaja

Remaja adalah salah satu fase dari tumbuh kembang seorang individu. Pada masa remaja, manusia masih mencari jati diri dengan cara mencoba apa saja yang membuat rasa penasaran itu muncul. Rasa penasaran tersebut kemudian dicari tahu secara mendalam oleh remaja tersebut dan diaplikasikan kedalam kehidupannya, dan dari situlah remaja mulai melakukan penyeleksian. Dalam proses itu, ia menyeleksi mana yang sesuai dengan apa yang mereka inginkan mana yang tidak sesuai dengan keinginan remaja itu sendiri.

Definisi Konsepsional

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui bagaimana proses imitasi budaya Kpop yang dilakukan oleh para remaja, khususnya oleh para anggota komunitas dance cover Soulmate Community yang bertempat di kota Samarinda. Peneliti akan berfokus pada tiga tahapan yang dilakukan oleh para informan, sehingga peneliti dapat melihat secara terfokus dan detail bagaimana proses imitasi yang dilakukan oleh para informan tersebut. Dalam hal ini proses imitasi akan dimulai dari tahap proyeksi dimana seorang individu akan mengambil kesan dari objek yang akan diimitasi. Kesan tersebut akan diteruskan ke tahap selanjutnya yaitu tahap subjektif dimana seorang individu akan menyerap hal-hal yang telah mereka terima dari tahap sebelumnya. Mereka akan memahami bagaimana sikap, tingkah laku, cara berpakaian dari objek imitasi yang mereka lihat. Selanjutnya di tahap objektif, seorang individu akan mempresentasikan hasil yang telah mereka pahami sebelumnya, dan mewujudkannya pada penampilan mereka di atas panggung. Ini merupakan hasil dari proses imitasi yang telah dilakukan oleh para pelaku imitasi tersebut.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.

Fokus Penelitian

Peneliti akan memfokuskan pada proses imitasi budaya *K-Pop* yang terjadi kepada anggota *dance cover* Soulmate Community menggunakan dasar teori *reinforcement imitation* dengan indikator sebagai berikut:

1. Tahap proyeksi, kesan-kesan apa saja yang didapatkan oleh informan dari subjek yang akan diimitasi.
2. Tahap subjektif, apa saja hal-hal yang akan diimitasi informan setelah memperoleh kesan dari tahap sebelumnya. Bisa dari sikap idola tersebut saat di atas panggung, maupun cara berpakaian mereka.
3. Tahap objektif, pada tahap ini peneliti melihat seberapa menguasai informan terhadap subjek yang akan diimitasi, hingga akhirnya informan melakukan imitasi secara utuh.

Lokasi Penelitian

Penelitian akan dilakukan di komunitas dance cover di Samarinda yaitu Soulmate Community. Penelitian akan dilaksanakan dalam jangka waktu kurang

lebih 2 bulan untuk melakukan observasi, wawancara dan pengumpulan data melalui pustaka dokumentasi.

Sumber dan Jenis Data

Jenis-jenis data yang digunakan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari pada informan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber data primer dengan wawancara langsung kepada anggota Soulmate Community.
2. Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh lewat pihak lain.

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi
2. Wawancara
3. Dokumentasi

Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif. Sehingga penelitian ini dapat memberikan gambaran dari data-data yang telah peneliti kumpulkan untuk ditarik kesimpulan mengenai proses budaya K-Pop oleh remaja khususnya di komunitas dance cover Samarinda.

Dalam penelitian ini, untuk menganalisis datanya mengacu pada Model Interaktif Miles dan Huberman.

Adapun penjelasan dari model interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Pengumpulan Data

Pengumpulan Data adalah data pertama atau data mentah dikumpulkan dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan riset lapangan dan riset kepustakaan mengenai proses imitasi budaya K-Pop oleh remaja khususnya di komunitas dance cover Samarinda.

b. Reduksi data

Reduksi data dapat diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan data transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasikan dan dengan cara yang sedemikian rupa hingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi.

c. Penyajian data

Penyajian data adalah kesimpulan informasi yang memberikan pegangan pada peneliti untuk menarik kesimpulan dan mengambil tindakan. Penyajian data ini bisa membantu untuk memahami peristiwa yang telah terjadi dan mengarah pada analisa atau tindak lebih lanjut berdasarkan pemahaman. Sehingga dalam penelitian ini, setiap data-data yang disimpulkan akan disajikan. Baik dalam bentuk tabel, matrix, ataupun hasil wawancara dari informan mengenai proses

imitasi budaya K-Pop oleh remaja khususnya di komunitas dance cover Samarinda.

d. Penarik kesimpulan atau verifikasi

Penarikan kesimpulan adalah proses menarik kesimpulan dan makna dari data yang telah diproses, disusun, dan disederhanakan untuk disajikan juga sekaligus memprediksi data melalui pengamatan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dance Cover

K-Pop lovers atau kerap disebut kpopers tidak jarang ingin mengikuti idola mereka karena tingkat kecintaan mereka yang tinggi terhadap idola mereka, salah satu perwujudan dari hal tersebut adalah munculnya salah satu kegiatan peniruan berbagai keseluruhan gerakan tarian dari idola K-Pop oleh para fans yang biasa disebut dengan istilah dance cover.

Kegiatan dance cover ini telah terkenal di kalangan kpopers dan tersebar diseluruh dunia termasuk di Indonesia, bahkan banyak lomba-lomba bergengsi yang bekerja sama langsung dengan Korea Selatan dihelat di Indonesia. Ada beberapa hal yang dapat diukur agar kita tau bahwa kegiatan yang dilakukan oleh fans tersebut adalah kegiatan dance cover, hal-hal tersebut adalah kostum, tarian, dan bagaimana mereka berlaku di atas panggung saat menampilkan lagu tertentu.

Soulmate Community

Peneliti mengambil lokasi penelitian di kota Samarinda dengan subjek sebuah komunitas dance cover K-Pop bernama Soulmate Community yang merupakan komunitas tertua di bidang tersebut. Soulmate Community adalah sebuah komunitas dance cover K-Pop yang didirikan oleh seorang K-Pop lovers (kpopers) wanita yang bernama Sena dan telah berdiri sejak 10 tahun lalu, tepatnya pada tanggal 15 Juni 2010. Selama 10 tahun terakhir, tercatat telah terjadi 3 kali pergantian ketua komunitas dan sejak 8 September 2019, Soulmate Community resmi berganti ketua menjadi Ary Sandy, seorang mahasiswa jurusan pendidikan bahasa inggris di Universitas Mulawarman Samarinda. Hingga saat ini, anggota Soulmate Community yang tercatat resmi ada 66 orang, dengan anggota aktif berjumlah 35 orang, yang terdiri dari 12 orang pria dan 23 orang wanita dari berbagai macam latar belakang mulai dari pelajar, mahasiswa, hingga pekerja dengan usia beragam dimulai dari 16 hingga 28 tahun, yang tentunya memiliki minat yang sama, yaitu dance dan K-Pop.

Langkah yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan melakukan wawancara mendalam kepada informan yang memenuhi kriteria yang telah peneliti tentukan pada bab sebelumnya. Mengacu kepada hal tersebut, peneliti menyajikan data dari Proses Imitasi Budaya K-pop Oleh Remaja Komunitas Dance Cover Di Samarinda, kemudian peneliti akan membahas mengenai proses imitasi tersebut dilihat dari tiga tahap, yaitu tahap proyeksi, tahap subjektif dan tahap objektif.

Tahap proyeksi merupakan tahapan awal dari proses imitasi tersebut. Tahap ini dapat diartikan sebagai tahap dimana seseorang terpapar secara terus menerus

oleh suatu objek tertentu, sehingga individu tersebut terpengaruh dan mendapatkan kesan tertentu dari proses tersebut. Tahap proyeksi menurut Slamet dalam bukunya yang berjudul *Dinamika Kelompok* (2006) menjelaskan bahwa, pada tahap ini individu tersebut memperoleh kesan dari sesuatu yang akan diimitasi. Namun, ditahap ini juga individu tersebut belum melakukan apapun terhadap kesan yang ia dapatkan dari paparan tersebut.

Menurut hasil wawancara dengan 6 informan tersebut, mereka mengetahui banyak hal tentang K-Pop dan mereka telah melihat perkembangannya yang cukup pesat hingga sekarang. Keenam informan mendapatkan kesan bahwa K-Pop telah menjadi senormal itu tidak seperti dulu, dimana rasanya aneh kalau membahas atau menyukai K-Pop. Saat ini telah banyak media untuk menyalurkan kesukaan akan K-Pop salah satunya dengan mengikuti komunitas dance cover K-Pop.

Teori Peneguhan Imitasi (*Reinforcement Imitation Theory*) berargumentasi bahwa ada tiga kelas utama perilaku yang seringkali diberi label “imitasi”, yaitu : *Same behavior*, *copying*, dan *matched-dependent behavior*. Sesuai dengan kelas pertama yaitu *same behavior*, para informan memberi respon masing-masing namun masih dengan cara yang sama karena stimuli lingkungan yang sama, dalam hal ini K-Pop Idol yang mereka tiru dalam kegiatan dance cover mereka. Peneliti melihat, meskipun tindakan mereka benar-benar terpisah antara satu dengan yang lainnya, mereka semua nampak saling meniru satu sama lain karena mendapatkan stimulus yang sama.

Sesuai dengan hasil penelitian yang telah peneliti jabarkan di atas, seluruh informan yang berjumlah 6 orang menyatakan bahwa BTS merupakan grup idola yang sedang naik daun dan sangat mempengaruhi bagaimana K-Pop telah berkembang hingga sekarang. Keenam informan juga sama-sama memiliki pengalaman mengenai K-Pop sejak bangku sekolah, sehingga seluruh informan memiliki pengetahuan soal K-Pop yang dalam.

Dikutip dari buku yang sama yaitu *Dinamika Kelompok*, harus ada minat/perhatian terhadap hal/sesuatu yang akan diimitasi dan juga, individu tersebut harus menunjukkan sikap yang menjunjung tinggi atau mengagumi pada hal-hal yang diimitasi. Hal tersebut senada dengan pernyataan seluruh informan dimana mereka sangat memperhatikan dan sangat mengagumi grup idola yang mereka imitasi meskipun grup idolanya berbeda-beda.

Menurut hasil wawancara dengan 6 informan, dimulai dari kekaguman mereka terhadap idola K-Pop tertentu, hal ini mendorong mereka untuk meniru banyak aspek dari idola tersebut mulai dari fisik mereka yang rata-rata memiliki wajah yang rupawan serta tubuh idaman, gaya berpakaian mereka juga dilirik karna sangat menarik untuk diterapkan ke diri masing-masing. Dan tentunya, sebagai pelaku dance cover K-Pop mereka meniru keseluruhan dari aspek idola K-Pop tersebut diatas panggung hingga benar-benar menyerupai artis yang mereka tiru. Informan dalam hal ini individu yang melakukan imitasi memiliki peran aktif dalam melakukan interpretasi terhadap hal-hal yang sebelumnya telah mereka serap kedalam kehidupannya.

Peneliti menemukan bahwa dari keenam informan, 4 diantaranya melakukan imitasi pada sisi kostum secara ekstrim dimana mereka membuat kostum ketempat-tempat pembuatan kostum. Namun karena di Samarinda belum banyak jasa

pembuatan kostum dance cover yang tingkat kemiripannya tinggi dengan aslinya, akhirnya mereka memesan kostum dari jasa pembuatan kostum yang ada di pulau Jawa dengan kisaran harga kostum 300.000 sampai 500.000 per-orang. Harga tersebut tergantung dengan tingkat kerumitan yang dimiliki oleh kostum tertentu dan tingkat kemiripan yang dimilikinya.

PENUTUP

Kesimpulan

Dilihat dari hasil penelitian mengenai proses imitasi budaya *K-pop* oleh remaja komunitas *dance cover* di Samarinda disesuaikan dengan rumusan masalah dan fokus penelitian yang penulis ingin jawab, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tahap proyeksi, dalam hal ini K-Pop telah menginvasi seluruh dunia, dan Indonesia terkena dampak yang lumayan besar. Hal ini dapat dilihat dari salah satunya banyak penonton konten K-Pop yang berasal dari Indonesia, dan produk Korea Selatan yang masuk ke Indonesia termasuk industri musiknya. Begitu pula di Samarinda, banyaknya kpopers terjadi akibat seringnya masyarakat khususnya remaja terpapar K-Pop dan akhirnya timbul perasaan ingin mengimitasi hal tersebut. Di Soulmate Community sendiri, para anggota *dance cover* ini menyatakan bahwa mereka telah menyukai K-Pop sejak lama dengan kesan yang kebanyakan merasa bahwa K-Pop sudah sangat berkembang dari yang dulu hingga sekarang, dan mereka merasa memiliki keterikatan pribadi dengan idola mereka sehingga mereka ingin menyalurkannya.
2. Tahap subjektif, ditahap ini terjadi proses dimana para anggota telah memiliki keinginan untuk meniru idola mereka dari segala aspek. Mereka mencari referensi dari internet agar dapat mengimitasi dengan akurat. Pada tahap ini juga para anggota sudah mulai melatih apa yang mereka dapat dari tahap sebelumnya.
3. Tahap objektif, tahap ini merupakan hasil akhir dari tahap-tahap sebelumnya, dimana seluruh individu menunjukkan hasil dari penyerapan kesan ditahap-tahap sebelumnya dan mendapatkan penghargaan dari penampilan mereka tersebut. Meskipun mendapatkan banyak penghargaan, *cover dancer* tak jarang menjadi bahan omongan masyarakat lain karna mereka berbeda.
4. Dengan begitu, seluruh informan pada penelitian ini melakukan imitasi dengan tingkat kemiripan yang cukup tinggi dan mengalami seluruh proses imitasi budaya K-Pop serta menerapkannya dalam kehidupan mereka.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah peneliti sebutkan diatas, maka dibawah ini peneliti akan memaparkan beberapa hal yang peneliti harap dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, sebagai berikut:

1. Diharapkan kedepannya anggota Soulmate Community terus mengembangkan keterampilan dan pengetahuan yang mereka miliki di jalur yang positif.
2. Akan lebih baik jikalau teman-teman Soulmate Community tidak melupakan jati diri mereka sendiri meski telah melakukan imitasi budaya K-Pop.

3. Peneliti berharap pemerintah daerah dapat memberi apresiasi yang tidak kalah besar terhadap pegiat kesenian di bidang ini, karena mereka semua sangat berpotensi untuk mengharumkan nama daerah di kancah yang lebih luas lagi.
4. Masyarakat luas diharapkan lebih menghargai para pecinta K-Pop dan tidak menghujat mereka karna hal tersebut dapat mempengaruhi mental mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, H & Soejono, Metode Penelitian Suatu Pemikiran dan Penerapan. PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Cangara, Hafied, 2006. Pengantar Ilmu Komunikasi. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Effendi, dan Onong Uchjana, 2003. Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi. PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Gunara, Singgih. 2004. Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja. PT. Gunung Mulia, Jakarta.
- Mulyana, Deddy dan Jalaludin Rakhmat. 2006. Komunikasi Antar Budaya PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Moleong, Lexy, 2002. Metodologi Penelitian Kualitatif. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Rakhmat, Jalaluddin, 1989. Metode Penelitian Komunikasi. PT. Remaja Rosda Karya, Bandung.
- Santoso, Slamet, 2006. Dinamika Kelompok. PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Santrock, J.W, 2008. Perkembangan Remaja. PT. Erlangga, Jakarta.
- Sarwono, S. 2011. Psikologi Remaja. PT. Raja Grafindo, Jakarta.
- Senjaja, Sasa Djuarsa, 2004. Teori Komunikasi, Universitas Terbuka, Jakarta.
- Storey, John. 2006. Cultural Studies Dan Kajian Budaya Pop. Jalasutra, Yogyakarta.
- Widyastuti, Yani. 2009. Kesehatan Reproduksi. Fitramaya, Yogyakarta.