

ANALISIS PERILAKU IMITASI DI KOMUNITAS WHITE FAMILY SAMARINDA SETELAH MENONTON TAYANGAN BOYBAND/GIRLBAND KOREA DI KBS CHANNEL

Yudi¹

Abstrak

Artikel ini berisi Penelitian tentang tujuan mengetahui perilaku imitasi yang ditunjukkan oleh remaja White Family setelah menonton tayangan musik boyband/girlband Korea dan untuk mengetahui faktor – faktor internal dan eksternal yang menyebabkan perilaku imitasi di kalangan remaja komunitas White Family Samarinda.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui perilaku imitasi di tunjukan oleh remaja white family setelah menonton tayangan music boyband/girlband Korea dan untuk mengetahui faktor - faktor Internal dan eksternal yang menyebabkan perilaku imitasi di kalangan remaja komunitas White Family Samarinda.

Metode penelitian menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian deskriptif penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasikan objek apa adanya dan penelitian kualitatif adalah penelitian yang datanya dinyatakan dalam bentuk verbal dan dianalisis tanpa menggunakan teknik statistik. Data-data yang disajikan menggunakan data Primer dan data sekunder melalui wawancara dengan jenis wawancara semi standar, dan pengambilan data melalui internet yang berkaitan dengan penelitian ini. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis data kualitatif model interaktif milik Miles dan Huberman.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Perilaku imitasi yang di lakukan oleh remaja Komunitas White Family yaitu dalam hal fashion, dalam hal makeup, dalam hal model rambut, dan ketertarikan mengenai dance cover disebabkan oleh faktor - faktor seperti adanya kekaguman atau keterpesonaan berlebihan terhadap tokoh idola yang di jadikan panutan untuk melakukan perilaku peniruan melalui media massa televisi

Kata Kunci : *Boyband/girlband Korea , Perilaku Imitasi, Remaja ,Televisi, Gaya fashion, Makeup, Gaya rambut, Dance*

¹ Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email : leejoon9554@gmail.com

PENDAHULUAN

Korea Selatan pada kurun waktu terakhir ini telah berhasil menyebarkan produk budaya populernya ke dunia internasional. Berbagai produk budaya Korea. Belakang ini budaya Korea begitu mewabah pada remaja diseluruh dunia termasuk di Indonesia. Budaya Korea sedang menjamur, bahkan cukup banyak menggeser budaya lainnya, seperti budaya barat, Taiwan, Jepang bahkan budaya yang ada di Indonesia pun juga ikut tergeser.

Walaupun tanpa ada penelitian yang signifikan kearah itu mulai dari drama, film, lagu, *fashion*, gaya hidup hingga produk-produk industri, mulai mewarnai kehidupan masyarakat di berbagai belahan dunia. Korea memiliki strategi yang baik dalam memasarkan atau mempromosikan Negara dan kebudayaan mereka ke belahan dunia, Korea menyebut *hallyu* sebagai sarana untuk mengabarkan kepada dunia bahwa negara Korea juga ingin di kenal. Belakang ini budaya Korea begitu mewabah pada remaja diseluruh dunia termasuk di Indonesia.

Invasi Korea lainnya yang sekarang sedang menjamur di kalangan anak-anak muda, yaitu dalam bidang musik yang biasa di kenal musik pop Korea Selatan atau yang dikenal dengan K-Pop adalah konten kebudayaan yang tidak begitu diminati pada awal kemunculannya. (Hansangjae 2012 : 84)

Banyak dari remaja Indonesia mengikuti gaya *fashion* ala Korea, model rambut, gaya *bermakeup* hingga menari menggunakan musik K-Pop. Banyak remaja yang kecanduan budaya korea karena mereka hanya melihat pada fisik para artis dan aktor Korea yang sangat rupawan yang membuat remaja menyukai para seniman Korea selatan, tanpa melihat budaya dan gaya hidup warga Korea terutama Korea selatan.

Dalam hal ini seorang wartawan asal Cina menemukan beberapa data pendukung tentang bagaimana popularitas hallyu mampu mendongkrak negara Korea itu sendiri tidak hanya dalam bidang musik yang kita kenal dengan sebutan K-pop, namun ada beberapa hal di bidang lain lain. Seperti film, drama Korea, K-pop, lalu ada sektor pariwisata dan pendidikan. (Hansangjae 2012 : 82).

Perkembangan musik K-Pop saat ini diidentikkan dengan grup idola (*boyband dan girlband*) dan penyanyi solo yang menjadi ikon atau wajah dari Hallyu itu sendiri. Tingginya popularitas yang diterima oleh mereka berdampak pada penyebaran *boyband /girlband* tersebut sebagai *brand image* atau wajah produk. Fenomena K-Pop terus berlanjut pada tahun 2012 dimana industri musik mulai menjadi bisnis yang menjanjikan karena pencapaian popularitas tinggi di berbagai negara. Selain itu tingginya ketertarikan remaja Indonesia khusus terhadap K-Pop melalui *boyband/girlband* nya menjadikan K-Pop sebagai konten kebudayaan Hallyu yang selalu ada pada setiap penyelenggaraan festival kebudayaan Korea Selatan yang berlangsung di belahan negara termasuk Indonesia.

Media massa secara umum bertanggung jawab atas apa yang disebut sebagai budaya massa atau budaya populer dan mereka menjajah bentuk budaya lain dalam prosesnya seperti di bidang musik Korea lewat popularitas K-Pop nya. Budaya simbolik yang paling luas disebarakan dan dinikmati pada masa kini adalah apa yang mengalir secara berlebihan dari media seperti film, televisi video dan surat kabar (McQuail, 2011 : 20).

Kenyataan yang muncul sekarang ini banyak perilaku imitasi yang di tunjukan remaja samarinda setelah mengkonsumsi tayangan program musik melalui media massa televisi yang menampilkan baik itu *boyband* ataupun *girlband* Korea yang tiada henti disajikan. Salah satu Contoh perilaku imitasi yang di alami oleh remaja kebanyakan adalah cara berbusana yang sangat terinspirasi bahkan bisa di katakan menjiplak secara keseluruhan sekali dengan artis – artis idola Korea kebanyakan tanpa memperhatikan aspek budaya indonesia hingga pantas atau tidak pantas nya untuk di kenakan. Bentuk perilaku imitasi lainnya adalah meniru gaya rambut seperti seperti yang di contohkan artis idola dari Korea ,lalu menggunakan *makeup* melalui produk unggulan dari Korea bahkan gaya menari atau *dance cover* sebagai bentuk dukungan terhadap idola para remaja (komunitas White Family) tersebut hal ini tentu di karenakan oleh popularitas K-Pop yang besar.

TEORI DAN KONSEP

Teori Pembelajaran Sosial

Teori pembelajaran sosial ini dikembangkan oleh Albert Bandura. Teori ini menerima sebagian besar dari prinsip-prinsip teori-teori belajar perilaku, tetapi memberi lebih banyak penekanan pada kesan dari isyarat-isyarat pada perilaku, dan pada proses-proses mental internal. Teori belajar sosial menekankan, bahwa lingkungan-lingkungan yang dihadapkan pada seseorang secara kebetulan; lingkungan-lingkungan itu kerap kali dipilih dan diubah oleh orang itu melalui perilakunya sendiri. Menurut Bandura, sebagaimana yang dikutip oleh Kardi(1997: 24) bahwa “sebagian besar manusia belajar melalui pengamatan secara selektif dan mengingat tingkah laku orang lain”. Inti dari teori pembelajaran sosial adalah pemodelan (*modelling*), dan permodelan ini merupakan salah satu langkah paling penting dalam pembelajaran terpadu.

Teori Uses and Gratification

Teori ini mempertimbangkan apa yang dilakukan orang pada media, yaitu menggunakan media untuk pemuas kebutuhannya. Penganut teori ini meyakini bahwa individu sebagai makhluk supra-rasional dan sangat selektif. Menurut para pendirinya, Elihu Katz (dalam Rakhmat, 2008 : 114), *uses and gratifications* meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan (atau keterlibatan pada

kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain. Kristalisasi dari gagasan, anggapan, temuan penelitian tentang *Uses dan Gratification* Media mengatakan, bahwa kebutuhan sosial dan psikologis menggerakkan harapan pada media massa atau sumber lain yang membimbing pada perbedaan pola-pola terpaan media dalam menghasilkan pemuasan kebutuhan dan konsekuensi lain yang sebagian besar mungkin tidak sengaja.

Teori Kultivasi

Teori Kultivasi adalah sebuah teori dalam konteks keterkaitan media massa dengan penanaman terhadap suatu nilai yang akan berpengaruh pada sikap dan perilaku khalayak, atau bisa disebut salah satu teori dalam komunikasi massa yang mencoba menjelaskan keterkaitan antara media komunikasi (dalam hal ini televisi) dengan tindak kekerasan. Teori Kultivasi berpandangan bahwa media massa, yang dalam konteks teori ini adalah televisi, memiliki andil besar dalam penanaman dan pembentukan nilai-nilai yang ada dalam masyarakat. “Menurut teori ini, televisi menjadi alat utama dimana para penonton televisi itu belajar tentang masyarakat dan kultur di lingkungannya” (Nurudin, 2004 : 120). Persepsi dan cara pandang yang ada dalam masyarakat, sangat besar dipengaruhi oleh televisi. Atau dalam kalimat lain, apa yang kita pikirkan adalah apa yang dipikirkan media massa. Melalui kaca mata kultivasi, cara pikir masyarakat di konstruksi sedemikian rupa sehingga *leading opinion* yang dilakukan televisi (media massa) dapat diterima oleh khalayak.

Konsep Televisi

Televisi sering disebut media massa yang berpengaruh terhadap masyarakat. Menurut kamus besar bahasa Indonesia televisi berasal dari kata “tele” dan “visi”, televisi adalah “sistem penyiaran gambar yang disertai dengan bunyi (suara) melalui kabel atau melalui angkasa dengan menggunakan alat yang mengubah cahaya (gambar) dan bunyi (suara) menjadi gelombang listrik dan mengubahnya kembali menjadi berkas cahaya yang dapat dilihat dan bunyi yang dapat didengar”. Sedangkan menurut Adi Badjuri (2010 : 39) “Televisi adalah media pandang sekaligus media pendengar (*audio-visual*), yang dimana orang tidak hanya memandang gambar yang ditayangkan televisi, tetapi sekaligus mendengar TV Online atau mencerna narasi dari gambar tersebut”.

Karakteristik Televisi

Elvinaro (2009:137-139) terdapat 3 (tiga) macam karakteristik televisi, yaitu :

a. Audiovisual Televisi

Memiliki kelebihan dibandingkan dengan media penyiaran lainnya, yakni dapat didengar sekaligus di lihat. Jadi apabila khalayak radio siaran hanya

mendengar kata-kata, musik dan efek suara, maka khalayak televisi dapat melihat gambar yang bergerak.

b. Berpikir dalam gambar

Ada 2 (dua) tahap yang dilakukan proses berpikir dalam gambar. Pertama adalah visualisasi (*visualization*) yakni menerjemahkan kata-kata yang mengandung gagasan yang menjadi gambar secara individual. Kedua, penggambaran (*picturization*) yakni kegiatan merangkai gambar-gambar individual sedemikian rupa sehingga kontinuitasnya mengandung makna tertentu.

c. Pengoprasian lebih kompleks

Dibandingkan dengan radio siaran, pengoprasian televisi siaran jauh lebih kompleks, dan lebih banyak melibatkan orang. Peralatan yang digunakan pun lebih banyak dan untuk mengoprasikannya lebih rumit dan harus dilakukan oleh orang-orang yang terampil dan terlatih.

Keunggulan dan Kelemahan Televisi.

Menurut Syahputra (2006 : 70) Ada empat (4) kekuatan televisi, yaitu: `

- a. Menguasai jarak dan waktu, karena teknologi televisi menggunakan elektromagnetik, kabel-kabel dan fiber yang dipancarkan transmisi melalui satelit.
- b. Sasaran yang TV *Online Streaming* dicapai untuk menjangkau massa cukup besar, nilai aktualitas terhadap suatu liputan atau pemberitaan cukup cepat.
- c. Daya rangsang terhadap media televisi cukup tinggi. Hal ini disebabkan oleh kekuatan suara dan gambarnya yang bergerak (*ekspresif*).
- d. Informasi atau berita-berita yang disampaikan lebih singkat, jelas dan sistematis.

Sedangkan kelemahan televisi menurut Syahputra (2006 :70), yaitu:

- a. Media televisi terikat waktu tontonan.
- b. Televisi tidak bisa melakukan kritik sosial dan pengawasan sosial secara langsung dan vulgar.
- c. Pengaruh televisi lebih cenderung menyentuh aspek psikologismassa. Bersifat“transitory”, karena sifat ini membuat isi pesannya tidak dapat dimemori oleh pemirsanya. Lain halnya dengan media cetak, informasi dapat disimpan dalam bentuk klipng.

Program Televisi

Dari beberapa program televisi yang tersaji di masyarakat sekarang, berikut adalah beberapa program tayangan televisi (Soenarto, 2007 : 24) , yaitu

1. Program Hiburan

Program hiburan adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur audiens dalam bentuk musik, lagu, cerita, dan

permainan. Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, permainan (*game*), musik dan pertunjukan.

1. Drama

Kata "drama" berasal dari bahasa Yunani *dranyang* berarti bertindak atau berbuat (*action*). Program drama adalah pertunjukan yang menyajikan cerita mengenai kehidupan atau karakter seseorang atau beberapa tokoh yang di perankan oleh pemain (artis) yang melibatkan konflik dan emosi.

2. Sinetron

Sinetron merupakan drama yang menyajikan cerita dari berbagai tokoh secara bersamaan. Masing - masing tokoh memiliki alur cerita mereka sendiri - sendiri tanpa harus di rangkum menjadi suatu kesimpulan.

3. Film

Adapun yang di maksud film disini adalah film layar lebar (*theater*), maka biasanya film baru bisa di tayangkan di televisi setelah terlebih dahulu di pertunjukan di bioskop atau bahkan setelah film itu di distribusikan atau di pasarkan dalam bentuk VCD dan DVD.

2. Permainan

Permainan atau *Game show* merupakan suatu bentuk program melibatkan sejumlah orang baik secara individu ataupun kelompok yang saling bersaing untuk mendapatkan sesuatu. Menjawab pertanyaan atau memenangkan suatu bentuk permainan. Berikut beberapa permainan yang ditayangkan oleh televisi, yaitu :

a. Kuis

kuis merupakan permainan yang menekankan pada kemampuan intelektualitas,

b. Ketangkasan

Peserta dalam permainan ini harus mewujudkan kemampuan fisik atau ketangkasannya untuk melewati suatu halangan atau rintangan atau melakukan suatu permainan yang membutuhkan perhitungan dan strategi.

c. *Reality Show*

Program ini mencoba menyajikan suatu situasi konflik, persaingan atau hubungan berdasarkan realitas sebenarnya. Program ini Menyajikan Situasi sebagaimana apa adanya, keadaan yang nyata dengan cara sewajar mungkin tanpa rekayasa. Tingkat realitas yang disajikan *reality show* bermacam - macam. Mulai dari yang betul - betul menggunakan kamera tersembunyi hingga yang terlalu banyak rekayasa.

3. Program Musik

Program musik dapat di tampilkan dalam 2 (dua) format, yaitu video klip atau konser. Program musik berupa konser dapat dilakukan di lapangan (*outdoor*) ataupun di dalam studio (*indoor*). Program musik di televisi saat

ini sangat di tentukan dengan kemampuan artis menarik *audiens*. Tidak saja dari kualitas suara namun juga berdasarkan bagaimana mengemas pemanuilannya agar menjadi lebih menarik.

4. Pertunjukan

Pertunjukan adalah program yang menampilkan kemampuan (*performance*) seseorang atau beberapa orang pada suatu lokasi baik di studio ataupun di luar studio, di dalam ruangan ataupun di luar ruangan. Jika mereka yang tampil adalah para musisi, maka pertunjukan itu menjadi pertunjukan musik, atau jika yang tampil adalah juru masak, maka pertunjukan itu menjadi pertunjukan memasak.

Fase Masa Remaja

Berikut adalah fase masa remaja seperti yang dikemukakan oleh (Hurlock, 1980 : 84). yaitu :

a. Masa pra-remaja: 12–14 tahun

Yaitu periode sekitar kurang lebih 2 tahun sebelum terjadinya pemasakan seksual yang sesungguhnya tetapi sudah terjadi perkembangan fisiologi yang berhubungan dengan pemasakan beberapa kelenjar endokrin.

b. Masa remaja awal : 14 – 17 tahun

Yaitu periode dalam rentang perkembangan dimana terjadi kematangan alat – alat seksual dan tercapai kemampuan reproduksi.

a. Masa remaja akhir : 17 – 21 tahun

Berarti tumbuh menjadi dewasa yang mencakup kematangan mental, emosional, sosial dan fisik.

Perilaku Imitasi

Sarwono (2004 :43) perilaku mempunyai arti yang lebih kongkret dari pada “jiwa”. Karena lebih kongkret itu, maka perilaku lebih mudah dipelajari daripada jiwa dan melalui perilaku kita tetap akan dapat mempelajari jiwa. Termasuk dalam perilaku disini adalah perbuatan – perbuatan yang terbuka. Perilaku yang terbuka adalah perilaku kasat mata, dapat diamati langsung oleh pancaindra, seperti cara berpakaian, atau cara berbicara. Perilaku yang tertutup hanya dapat di ketahui secara tidak langsung, misalnya berpikir, sedih, berkhayal, bermimpi, takut, dan sebagainya. Menurut Gabriel Tarde (Ahmadi, 2007:52) perilaku imitasi adalah seluruh kehidupan sosial itu sebenarnya berdasarkan faktor imitasi saja. Walaupun pendapat ini berat sebelah, namun peranan imitasi dalam interaksi sosial itu tidak kecil.

Sedangkan perilaku imitasi menurut gerungan (Walgito, 2006:21) imitasi adalah dorongan untuk meniru orang lain. Proses imitasi diri sendiri berlangsung lebih dalam, penirunya tidak cukup sebatas aspek-aspek penampilan simbolis, tapi meliputi totalitas kepribadiannya, termasuk hal – hal

yang secara prinsipil perlu dihindari. Meniru perilaku destruktif berupa hedonis (pemuasan diri diluar batas).

Syarat Terjadinya Imitasi

Untuk berimitasi setidaknya ada syarat -syarat yang harus di penuhi, menurut Sarwono (2004 : 40) ada syarat – syarat tertentu imitasi, antara lain

- a. Harus menaruh minat terhadap sesuatu yang akan diimitasi. Minat merupakan syarat dasar dari tiap individu untuk melakukan imitasi. Mustahil melakukan imitasi kepada objek yang tidak kita sukai.
- b. Langkah selanjutnya adalah mengagumi hal-hal yang akan diimitasi. Makna mengagumi adalah sebuah langkah yang lebih tinggi tingkatan dibanding dengan hanya menyukai.
- c. Harus memberikan penghargaan sosial yang tinggi terhadap objek yang akan menjadi objek imitasi kita.
- d. Syarat yang terakhir, pihak yang akan melakukan imitasi harus memiliki pengetahuan tentang pihak atau sesuatu yang akan diimitasi.

Macam – Macam Perilaku Imitasi

Macam – macam perilaku imitasi menurut gerungan(2004 : 68) dapat di lakukan dengan berbagai macam cara, seperti :

- a. Gaya berbicara : Proses peniruan yang di lakukan karena memperhatikan orang yang di kagumi lewat gaya bicaranya.
- b. Gaya Berpakaian : Pada proses peniruan ini tidak hanya meliputi gaya berbicara, namun juga gaya berpakaian atau busana seseorang yang di kagumi lewat pancaindera.
- c. Cara menyatakan diri : Cara menyatakan diri meliputi beberapa aspek seperti cara memberi salam, dan kebiasaan seperti yang dilakukan orang yang di idolakan.

Jenis Jenis Perilaku Imitasi

Lebih lanjut Slamet (2009 : 64) menjelaskan bahwa Albert Bandura dalam teori pembelajaran sosial melanjutkan terdapat jenis – jenis imitasi atau peniruan, yaitu :

- a. Peniruan langsung :Pembelajaran langsung dikembangkan berdasarkan teori pembelajaran sosial dari Albert Bandura. Pembelajaran langsung adalah model pembelajaran yang dirancang untuk mengajarkan pengetahuan deklaratif dan pengetahuan prosedural yang diajarkan setahap demi setahap.
- b. Peniruan tak langsung : Peniruan jenis ini adalah melalui imajinasi atau pemerhatian secara tidak langsung.
- c. Peniruan gabungan : Peniruan jenis ini adalah dengan cara menggabung tingkah laku yang berlainan yaitu peniruan langsung dan tak langsung.

- d. Peniruan sekat laluan : Tingkah laku yang ditiru hanya disesuaikan dengan situasi tertentu saja.
- e. Peniruan tak sekat laluan : Tingkah laku yang ditiru boleh di perlihatkan dalam situasi apapun.contoh : seorang anak meniru gaya bahasa sopan dari orang tua nya.

Faktor Terjadinya Perilaku Imitasi

Banyak faktor – faktor pendukung mengapa seseorang berperilaku imitasi, Slamet (2009 : 64). Menyatakan alasan terjadinya perilaku imitasi, yaitu :

- a. Perilaku imitasi itu terjadi karena adanya tokoh idola yang dijadikan sebagai model untuk ditiru : manusia mengidentifikasikan dirinya dengan tokoh yang dia sukai sehingga memunculkan minat yang besar untuk meniru tokoh yang ia idola kan.
- b. Keterpesonaan atau kekaguman akan tokoh yang di idolakan : setiap orang memiliki tokoh yang dikagumi, saat manusia mulai mengidentifikasi tokoh yang ia sukai, maka itu semua berasal dari kekaguman. Contoh : anak kecil mulai menyukai lionel messi karena lionel messi dalah seorang pemain sepakbola yang hebat, selain itu ia memiliki kepribadian yang baik di lapangan maupun saat di luar lapangan (tidak sedang bermain sepakbola) sehingga anak tadi semakin mengaggumi nya.
- c. Kepuasan untuk menjadikan diri seperti tokoh yang di idolakan : ini adalah salah satu tahap yang tinggi dalam proses peniruan, yaitu adanya gejala hedonisme (pemuasaan diri di luar batas) untuk memenuhi kepuasan diri seseorang saat meniru totalitas dari tokoh yang di idolakan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif model interaktif Milles dan Huberman Dengan Fokus penelitian indikator - indikator perilaku imitasi dalam berbagai hal di kalangan remaja Komunitas White Family Samarinda, yaitu :

- a. Dalam Hal Gaya Busana/ Fashion.
- b. Dalam Hal Menggunakan Makeup.
- c. Dalam hal Gaya Rambut
- d. Kertertarikan Dalam Dance Cover

Data primer yaitu berupa informan kunci dan informan, informan kunci Data primer data yang diperoleh langsung dari narasumber atau informan dengan melakukan *interview* serta melalui pedoman wawancara mendalam sesuai dengan objek yang ingin diteliti dalam penelitian ini peneliti menggunakan informan sebagai sumber data untuk penelitian. Pemilihan *Key informant* dan informandi didasarkan pada subjek yang mengetahui dan memiliki

berbagai informasi pokok yang di perlukan dalam penelitian atau mengetahui secara mendalam permasalahan yang sedang diteliti.

Yang menjadi informan kunci adalah Ketua Komunitas White Family Samarinda dan yang menjadi informan adalah anggota dari komunitas White Family yaitu :

1. Muhammad Sofyan (Ketua Komunitas)
2. Lea Stevany (Anggota /Informan)
3. Quennie Wong (Anggota / Informan)
4. Aris Lutherford (Anggota/Informan)
5. Reggina Kania (Anggota/Informan)

Teknik pengumpulan data melaluipenelitian lapangan berupa wawancara, Observasi, Dokumentasi.Teknik analisis yang digunakan model interaktif Miles dan Huberman yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor - faktor penyebab perilaku imitasi yang di lakukan remaja baik dari segi internal maupun eksternal mengetahui setelah menonton tayangan program musik *boyband/Girlband* Korea di KBS Channel, studi kasusnya adalah remaja putra dan remaja putri yang tergabung di komunitas White Family.Jumlah informan dalam penelitian ini adalah lima orang yaitu tiga orang remaja putri dan dua orang remaja putra yang berasal dari komunitas White Family Samarinda.

Jumlah pertanyaan yang di gunakanuntuk melakukan wawancara penelitian sejumlah dua puluh empat pertanyaan untuk masing - masing ke lima remaja putra dan remaja putri tersebut.Penelitian ini di laksanakan selama enam hari yaitu tertanggal dua puluh Juli hingga dua puluh enam Juli 2015. Pada penelitian ini masalah yang akan di bahas adalah untuk mengetahui perilaku imitasi yang di tunjukan oleh remaja White Family setelah menonton tayangan musik *boyband/girlband* Korea yang di siarkan di KBS Channel.

Untuk keempat hal yang di bahas yang berkaitan dengan fokus penelitian yaitu

- a. Dalam hal *Fashion/* Busana.
- b. Dalam hal *Makeup*.
- c. Dalam Hal Gaya Rambut
- d. Ketertarikan Dalam *Dance Cover*

Maka peneliti akan menjabarkan hasil wawancara di dalam pembahasan dan mengambil beberapa kesimpulan dari hasil wawancara bersama *Key* Informan dan keempat informan lainnya dan keterkaitan teori dan konsep yang di gunakan oleh peneliti untuk menyimpulkan mengapa informan dalam hal ini remaja komunitas White Family berprilaku imitasi setelah menonton tayangan *Boyband/Girlband* Korea Di *KBS Channel*, hal ini tidak lain disebabkan oleh faktor - faktor Internal dan eksternal yang terjadi.

Perilaku imitasi sering kali disebabkan oleh beberapa unsur atau faktor yang menyebabkan, terdapat dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal, untuk mengetahui apa saja faktor - faktor internal dan eksternal ini, maka peneliti akan menjabarkan mengapa remaja berperilaku imitatif (Dalam Syaafati 2008 : 33) ,yaitu :

- a. Faktor internal adalah faktor - faktor yang berasal dari dalam diri individu, faktor - faktor tersebut meliputi perasaan dan perilaku yang mudah terpengaruh dan mengalami perubahan emosi.

Untuk faktor internal ini peneliti menjelaskan jika remaja di komunitas White Family berperilaku imitasi karena memiliki perilaku yang mudah terpengaruh yang di sebabkan karena tayangan / informasi yang di terima dari media massa (dalam hal ini televisi) yang bersumber dari pengamatan para remaja saat menonton tayangan tersebut.hal ini tidak bisa di lepas karena pada hakikat nya manusia berusia remaja memang selalu meniru dari apa yang di lihat.

Kemudian faktor berikutnya adalah faktor eksternal (dalam Syaafati 2008 : 34),yaitu :

- b. Faktor eksternal yaitu faktor - faktor yang berasal dari luar diri individu, faktor - faktor tersebut meliputi adanya pengaruh dari lingkungan teman di sekolah,komunitas, atau organisasi.

Sementara untuk faktor eksternal ini peneliti menjelaskan jika remaja di komunitas White Family berperilaku imitasi karena tidak hanya melihat penampilan idola untuk berperilaku imitasi, tetapi juga melihat rekan - rekan atau teman - teman di komunitas menggunakan gaya rambut, gaya busana, gaya *makeup* dan ikut meniru gaya tarian idola yang di contoh dari lingkungan tempat remaja/informan ini sering berkumpul (dalam hal ini komunitas White Family), karena memiliki hobi, tujuan yang sama saat berkumpul, maka tidak mengherankan ketika pemuda dan pemudi dari komunitas ini terdorong untuk melakukan peniruan perilaku karena memiliki motivasi untuk mendapatkan identitas diri sebagai fans K-Pop, dan mendapatkan perhatian dari orang lain serta untuk mendapatkan kepuasan diri.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah di uraikan, maka dapat di simpulkan bahwa perilaku imitasi remaja setelah menonton tayangan *boyband/girlband* Korea di *Kbs Channel* mengarah kepada perilaku imitasi yang sangat jauh yang bisa membuat perubahan jati diri dan membentuk sebuah identitas yang baru pada karakter remaja tersebut. Hal tersebut bisa di lihat dari beberapa hal dari fokus penelitian , yaitu sebagai berikut :

1. Dalam hal *Fashion/ Busana*

Peneliti melihat bahwa perilaku remaja mengalami perubahan akibat dampak yang di berikan televisi karena di tonton secara rutin melalui tayangan program musik *boyband/girlband* Korea di KBS Channel. Perubahan yang di maksud adalah sikap imitatif atau sikap yang meniru dari cara berpakaian, pakaian yang di gunakan sangat terinspirasi dari para tokoh idola yang di kagumi dan berasal dari Korea Selatan, hal ini bisa di lihat dari cara berpakaian yang kerap di tunjukan oleh remaja dalam keseharian ataupun saat tampil dalam sebuah acara/*event*.

Peneliti juga mengambil kesimpulan bahwa para remaja dari komunitas White Family berperilaku imitasi dalam berpakaian karena di sebabkan faktor dari rasa ingin memuaskan diri sendiri melalui sarana media massa (dalam hal ini televisi), mencari identitas dengan mengadopsi dari para idola Korea, dan di sebabkan karena melalui pengamatan di lingkungan sekitar yang memiliki ketertarikan untuk hal yang sama lalu peran dari media televisi yang menampilkan langsung visual dan informasi juga ikut mempengaruhi para remaja ini, para remaja juga tidak segan menghamburkan uang demi mendapatkan pakaian yang sama atau mirip dengan idola masing - masing.

2. Dalam Hal *Makeup*

Peneliti menyimpulkan bahwa remaja zaman sekarang tak terkecuali remaja di komunitas White nampak mudah mengikuti arus perkembangan zaman, khususnya dalam hal berdandan, dari hasil penelitian terhadap informan dan *key informan*, penulis juga mendapatkan informasi dari narasumber jika para remaja putra pun tidak terlepas dari alat rias wajah.

Walaupun para remaja putra mungkin tidak memiliki banyak alat atau aplikator sebanyak remaja putri, namun tentu saja hal ini menjadi informasi baru, bahwa remaja putra zaman sekarang terutama yang terkena efek dari K-Pop tidak segan menggunakan dan membeli produk *makeup* untuk menunjang penampilan walaupun harus merogoh dana yang tidak sedikit, hal ini disebabkan karena para remaja putra maupun putri seakan memiliki kekaguman yang sedikit berlebihan kepada idola nya masing - masing terutama dalam hal ber *makeup* yang di lihat di media massa terutama televisi, lalu ada unsur atau alasan/tujuan untuk memuaskan diri sendiri karena menggunakan *makeup* tentu sangat menambah kepercayaan diri para remaja White Family tersebut, dan dapat menunjang penampilan terutama dari bagian wajah para pengguna nya.

3. Dalam Hal Gaya Rambut

Gaya rambut tidak terlepas dari sebuah trend yang menarik untuk di ikuti ataupun di tiru, peneliti menemukan bahwa para remaja di komunitas White Family tentu sangat menggandrungi gaya rambut ala *boyband/girlband* Korea yang di gemari, peneliti menyimpulkan bahwa hal ni tak terlepas dari peran media massa pula yang membuat para remaja jadi

mudah mengikuti artis panutan di televisi, televisi juga berperan untuk memenuhi pemuas kebutuhan melalui media massa, hal ini pun juga dilakukan oleh remaja White.

Selain itu keterpesonaan atau kekaguman akan para anggota *boyband/girlband* (Tokoh panutan) K-Pop plus para anggota nya yang memiliki gaya rambut eksentrik (seperti mewarnai dsb) juga menjadi daya tarik untuk di tiru oleh para penggemar, dan tentu saja alasan lain meniru gaya rambut yaitu agar mendapatkan kepuasan pribadi demi mendapatkan citra sebagai penggemar K-Pop.

4. Ketertarikan Dalam Dance Cover

Kesimpulan yang di dapatkan oleh peneliti dalam hal menari yaitu, para remaja yang terkena dampak dari K-Pop atau pengaruh dari *boyband/girlband* nampak sangat tertarik dan akhirnya meniru gerakan tarian yang di tari kan oleh idola nya, hal ini di sebabkan karena keterpesonaan akan idola remaja tersebut yang di saksikan melalui media televisi, melalui pengamatan visual dan akhirnya menganggap bahwa tokoh idola nya menarik untuk di tiru tidak hanya dari segi penampilan tetapi juga soal gaya menari milik idola remaja tersebut dan sekaligus untuk mengekspresikan rasa cinta terhadap idola nya melalui tarian sebagai bentuk apresiasi.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah di lakukan dan setelah melihat dari penelitian ini maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Saran yang pertama yaitu di harapkan untuk hal ini adalah kerja sama dan kepedulian orang tua untuk mengawasi dan mengontrol apa saja perubahan buah hati setelah menonton tayangan tersebut, jika banyak memberikan dampak yang negatif seperti meniru secara total misalnya mewarnai rambut karena akan memberikan dampak yang tidak baik untuk kesehatan rambut milik remaja tersebut maka di perlukan pengawasan yang lebih ketat dan hingga tidak terkesan membiarkan begitu saja tanpa tahu dampak negatif yang bisa di timbulkan akibat dari tontonan anak - anak ini.
2. Saran ke dua sebagai objek penelitian remaja agar lebih bisa memilah tayangan dan sedikit mengurangi jam menonton televisi dan dapat fokus terhadap kegiatan belajar baik di sekolah ataupun di universitas, serta di harapkan remaja dapat lebih sering menabung untuk keperluan - keperluan yang lebih berguna dari pada melakukan pemborosan demi kepuasan pribadi.

Daftar pustaka

Buku :

Adi, Badjuri.2010. *Jurnalistik Televisi*. Cetakan pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu

- Adina, Dwi Rezanti. 2012. *Budaya Populer Sebagai Alat Diplomasi Publik :Analisa Peran Korean Wave Dalam Diplomasi Publik Korea-Indonesia*. Jakarta :Erlangga
- Aminah, Linda Wardani .2013.*Pengaruh Hallyuwood Di Indonesia*, Surakarta : Fokus Intermedia Group
- Alwi, Hasan. 2007. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Ardianto, Elvinaro .2009.*Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Bungin, Burhan.2006. *Sosiologi Komunikasi :Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta :Kencana Prenada Media Group
- Malcolm, Bernard.2007.*Fashion dan Komunikasi*. Yogyakarta : jalasutra
- Doobo, Shim, 2006. *Hybridity and the Rise of Korean Popular Culture in Asia*, New York : SAGE Publication
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Elizabeth Hurlock. 1980. *Psikologi Perkembangan “Remaja” (Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan)*. Jakarta: Erlangga
- Gerungan. 2004. *Psikologi Sosial*. Bandung :Refika Aditama.
- Han sang jae. 2006. *Korean A Global Through Asean*. London : Routledge
- Han sang jae. 2012. *Korean of Indonesians : Global Village*. London : Routledge
- Harymawan.1993. *Tata Rias dalam dramaturgi*. Jakarta :Balai Pustaka
- Jallaludin, Rakhmat. 2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT Rosdakarya
- Kertajaya, Hermawan. 2008. *Arti Komunitas*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Kaelan, Haji. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif Interdisipliner Bidang Sosial, Budaya, Filsafat, Seni, Agama Dan Humaniora*. Yogyakarta:Paradigma
- Kim, Youna, 2006. *Rising East Asia Wave: Korean Media Go Global*. London: Routledge
- Matthew B. Milles .1992. *Analisis Data Kualitatif :Buku Tentang Metode – Metode Baru*. Ahli bahasa :Tjetjep Rohendi Rohidi. Jakarta : Salemba Humanika
- Mcquail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta :Salemba Humanika
- Nurudin. 2004. *Komunikasi Massa*. Malang : CESPUR.
- Nur, Mohammad. 1998. *Teori Pembelajaran Sosial*. Surabaya: IKIP Surabaya.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. 2004. *Teori-Teori Psikologi Sosial*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Santoso, Slamet. 2009. *Dinamika Kelompok*. Jakarta :PT.Raja Grafindo Persada
- Stanley J. Baran. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta :Salemba Humanika
- Stanley J. Baran & Dennis K. Davis, 2003, *Mass Communication Theory: Foundation, Ferment, and Future*, USA: Wadsworth.

- Soekanto, Soerjono. 2004. *Sosiologi Sebagai Pengantar*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Soenarto,R.M.2007.*Program Televisi Dari Penyusunan Sampai Pengaruh Siaran*.Jakarta : FFTV – IKJ PRESS
- Sunarno, Kamanto.2001.*Pengantar Sosiologi*.Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Sutopo, H.B. 2006.*Penelitian Kualitatif : Dasar Teori Dan Terapannya Dalam Penelitian*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret
- Syahputra, Iswandi. 2006.*Jurnalistik Infotainment*.Yogyakarta :Pilar Media
- Syafaati, Lestari.2008. *Gaya Hidup Hedonis Di Kalangan Anak Muda*.Surakarta : Muhamadiyah University
- Yang Seungyoon.2005.*Hubungan Internasional Indonesia - Korea Selatan*.Yogyakarta :Gadjah Mada University Press
- Zoebazary, Ilham. 2010. *Kamus Istilah Televisi Dan Film*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Internet :

- http://www.kompasiana.com/ajenkoya/agresi-budaya-korea-melalui-k-pop-di-indonesia_54f90928a33311b9188b4bcf di akses : 24 juni 2015
- http://www.kompasiana.com/ekosa/boyband-indonesia-yang-terinspirasi-k-pop-di-indonesia_5fa4552i2012553rtusm di akses : 4 juni 2015
- <http://www.KBRISEOUL.com/> di akses : 18 agustus 2015
- <http://www.detik.com/pandit/dampak-positif-negatif-masuknya-korean-wave-bagi-remaja-indonesia> di akses : 22 agustus 2015
- <http://www.Republika.co.id/pengaruh-hallyu-dalam-hubungan-bilateral-indonesia-dan-korea-selatan> di akses : 24 agustus 2015
- Skripsi : Dian Khairana Pohan.2009.”Di plomasi Kebudayaan Pemerintah Korea Selatan Dalam Penyebaran Hallyu Di Indonesia PadaTahun 2010-2012 : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman.