

Pengalaman Imitasi Budaya Fashion Streetwear Korea Pada Kaum Remaja

Rika Oktariana ¹⁾ Anis Endang ²⁾ Yanto ³⁾

^{1,2,3)} Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ oktariana026@gmail.com;

ARTICLE HISTORY

Received [05 Juni 2024]

Revised [12 Juli 2024]

Accepted [20 Juli 2024]

KEYWORDS

Imitation, Korean
Streetwear, Selebgram

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Imitasi budaya merupakan sebuah bentuk adaptasi atau perubahan dalam perilaku dan gaya hidup yang tercermin dari budaya tertentu. Dalam konteks ini, pengalaman imitasi budaya fashion streetwear Korea pada kaum remaja menjadi suatu fenomena menarik untuk diteliti lebih lanjut. Konsep "Imitasi Budaya" merujuk pada proses di mana individu atau kelompok meniru atau mengadopsi aspek-aspek budaya dari budaya lain ke dalam kehidupan mereka sendiri. Fashion Streetwear Korea membawa nilai-nilai budaya Korea yang mempengaruhi karakter, nilai, dan perilaku remaja, sehingga perlu dianalisis secara mendalam. Pemilihan permasalahan ini memungkinkan eksplorasi dimensi psikologis dan sosiologis. Dari segi psikologis, penelitian akan menyoroti pengaruh fashion streetwear Korea terhadap identitas dan konsep diri remaja, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengalaman dan dampak imitasi budaya fashion streetwear Korea pada kaum remaja di Indonesia. Dengan begitu, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pemahaman mendalam terkait peran media dan budaya dalam membentuk karakter dan perilaku remaja, serta dapat dijadikan dasar untuk formulasi kebijakan yang mendukung perkembangan positif remaja di era digital ini. Metode penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang mendalam dan komprehensif tentang pengalaman imitasi budaya fashion streetwear Korea pada kaum remaja. Hasil penelitian diatas menjelaskan bahwa adanya dorongan dari diri sendiri dan dukungan dari lingkungannya yang bisa menguatkan dan memotivasi seseorang untuk melakukan imitasi terhadap gaya fashion dari Sashfir. Ketika Dorongan dan dukungan semakin banyak terhadap gaya fashion dari Sashfir yang ingin ditirunya, maka akan semakin kuat pula keinginan seseorang untuk mengimitasi fashion tersebut. Proses pengarahannya itu sendiri sumbernya dari dorongan bisa karena dirinya ingin mengimitasi, bisa juga dirinya melihat orang mengimitasi lalu tertarik dan juga adanya dorongan lingkungan sekitar yang mendukungnya untuk mengimitasi karena dirasa cocok untuk mengimitasi gaya fashion Sashfir karena menurut mereka sesuai dengan kepribadiannya.

ABSTRACT

Cultural imitation is a form of adaptation or change in behavior and lifestyle that is reflected in a particular culture. In this context, the experience of imitation of Korean streetwear fashion culture among teenagers is an interesting phenomenon for further research. The concept of "Cultural Imitation" refers to the process by which individuals or groups imitate or adopt cultural aspects of another culture into their own lives. Korean Streetwear fashion carries Korean cultural values that influence the character, values and behavior of teenagers, so it needs to be analyzed in depth. The selection of this problem allows the exploration of psychological and sociological dimensions. From a psychological perspective, the research will highlight the influence of Korean streetwear fashion on teenagers' identity and self-concept. This research aims to determine the experience and impact of imitation of Korean streetwear fashion culture on teenagers in Indonesia. In this way, it is hoped that this research can contribute to an in-depth understanding of the role of media and culture in shaping the character and behavior of teenagers, and can be used as a basis for formulating policies that support the positive development of teenagers in this digital era. This research method is a qualitative descriptive approach chosen because this research aims to provide an in-depth and comprehensive picture of the experience of imitating Korean streetwear fashion culture among teenagers. The results of the research above explain that encouragement from oneself and support from the environment can strengthen and motivate someone to imitate Sashfir's fashion style. When

there is more encouragement and support for Sashfir's fashion style that he wants to imitate, the stronger a person's desire to imitate that fashion will become. The source of the directing process itself is encouragement, it could be because he wants to imitate, it could also be that he sees people imitating and becomes interested, and there is also encouragement from the surrounding environment that supports him to imitate because he feels it is suitable to imitate Sashfir's fashion style because they think it suits his personality.

PENDAHULUAN

Imitasi budaya merupakan sebuah bentuk adaptasi atau perubahan dalam perilaku dan gaya hidup yang tercermin dari budaya tertentu. Dalam konteks ini, pengalaman imitasi budaya fashion *streetwear* Korea pada kaum remaja menjadi suatu fenomena menarik untuk diteliti lebih lanjut. Konsep "Imitasi Budaya" merujuk pada proses di mana individu atau kelompok meniru atau mengadopsi aspek-aspek budaya dari budaya lain ke dalam kehidupan mereka sendiri. Ini mencakup berbagai bentuk adaptasi atau perubahan dalam perilaku, gaya hidup, nilai-nilai, dan tradisi yang tercermin dari budaya tertentu. Perkembangan teknologi dan globalisasi membawa dampak signifikan terhadap interaksi sosial dan budaya di berbagai belahan dunia, termasuk Indonesia. Salah satu fenomena yang mencuat dalam beberapa dekade terakhir adalah popularitas fashion Korea di kalangan masyarakat Indonesia, khususnya di kalangan kaum remaja. Fenomena ini menciptakan pengalaman imitasi budaya, di mana remaja cenderung meniru atau mengadopsi aspek-aspek budaya Korea dalam kehidupan sehari-hari mereka. Ini menciptakan suatu bentuk identifikasi dengan budaya Korea yang lebih dalam, yang dapat memengaruhi perilaku, gaya hidup, dan pandangan dunia remaja Indonesia. Pengalaman imitasi budaya fashion *streetwear* Korea pada kaum remaja menjadi subjek penelitian yang menarik karena fenomena ini mencerminkan dampak yang signifikan dari media Korea terhadap budaya populer di Indonesia. Seiring dengan meningkatnya popularitas dan intensitas konsumsi fashion Korea di kalangan remaja, pertanyaan tentang sejauh mana pengaruh fashion Korea memengaruhi perilaku, nilai, dan identitas budaya remaja menjadi semakin relevan dan penting untuk diteliti lebih lanjut. Dalam penelitian ini, imitasi budaya fashion Korea akan dieksplorasi lebih lanjut untuk memahami bagaimana pengaruh media Korea, khususnya Fashion *Streetwear* Korea dapat membentuk dan memengaruhi perilaku serta identitas budaya remaja Indonesia. Salah satu contoh fenomena imitasi budaya oleh remaja dalam mengadopsi budaya Korea adalah tren gaya berpakaian ala Korea atau yang dikenal dengan istilah *Korean Fashion*. Di banyak belahan dunia, termasuk Indonesia, gaya berpakaian yang dipopulerkan oleh para Selebgram atau influencer telah menjadi sangat populer di kalangan remaja. Remaja seringkali meniru gaya ber

Contoh konkret dari fenomena ini adalah ketika remaja mulai mengadopsi gaya berpakaian yang sering terlihat, seperti gaya *streetwear* yang kasual namun tetap modis, atau gaya fashion yang menampilkan *layering* dan aksesoris yang unik. Mereka mungkin mulai mengenakan pakaian yang terinspirasi dari karakter drama Korea, mengikuti tren warna dan motif yang populer di Korea, atau bahkan membeli produk-produk fashion yang dipromosikan oleh selebriti Korea. Selain gaya berpakaian dan penampilan fisik, remaja juga dapat mengadopsi aspek-aspek budaya Korea lainnya dalam kehidupan sehari-hari mereka, seperti mempelajari bahasa Korea, mengikuti tradisi atau festival Korea, atau bahkan mencoba masakan Korea. Semua ini merupakan contoh nyata dari bagaimana remaja mengadopsi dan meniru budaya Korea dalam upaya untuk mengekspresikan diri mereka dan merasa terhubung dengan budaya yang mereka kagumi. Di sisi lain, fashion remaja Korea memiliki ciri khas tersendiri yang seringkali unik dan inovatif. Gaya berpakaian dalam budaya Korea cenderung lebih futuristik, eksentrik, dan sering kali mengedepankan kesan yang cerah dan menyenangkan. Fashion Korea *Streetwear* atau Casual *Streetwear Style* memiliki *item* pakaian yang simpel dan cenderung *oversized* seperti *t-shirt*, hoodie, sweater, vest, blazer dan jeans serta masih banyak lagi. Perbedaan ini menciptakan ketertarikan dan keinginan untuk meniru atau mengadopsi gaya berpakaian ala Korea di kalangan remaja Indonesia. Remaja seringkali terinspirasi oleh estetika unik dan tren yang diusung oleh selebriti Korea, serta tertarik untuk mengeksplorasi gaya berpakaian yang berbeda dari budaya mereka sendiri (Muhaditia, 2022: 140). Hal ini kemudian memicu fenomena imitasi budaya, di mana remaja Indonesia mulai meniru gaya berpakaian, gaya rambut, dan makeup ala Korea sebagai cara untuk mengekspresikan diri dan merasa terhubung dengan budaya yang mereka kagumi. Fashion *Streetwear* Korea membawa nilai-nilai budaya Korea yang mempengaruhi karakter, nilai, dan perilaku remaja, sehingga perlu dianalisis secara mendalam.

LANDASAN TEORI

Teori Saguni (2007)

Teori yang digunakan adalah teori Saguni (2017), yang menguraikan bahwa belajar adalah suatu proses bertahap yang melibatkan perubahan-perubahan berkelanjutan. Tahap pertama adalah tahap perhatian, di mana individu belajar melalui observasi model yang dihadirkan secara langsung atau tidak langsung, dengan perhatian yang ditingkatkan melalui reward atau penonjolan kualitas model. Tahap kedua, tahap retensi, melibatkan proses penyimpanan informasi yang telah diamati dalam bentuk simbol visual atau verbal di memori jangka pendek atau jangka panjang. Informasi yang disimpan lebih efektif jika disampaikan secara visual, terutama pada anak-anak. Tahap ketiga adalah tahap reproduksi motorik, di mana informasi yang telah disimpan diwujudkan dalam bentuk aktivitas, dengan feedback yang membantu mengoreksi dan menyesuaikan perilaku. Tahap terakhir adalah tahap motivasi, di mana dorongan diterima sebagai *reinforcement* untuk memotivasi dan mempertahankan perilaku yang diimitasi. *Reinforcement* dapat diberikan secara langsung, melalui pengamatan konsekuensi pada orang lain (*vicarious reinforcement*), atau dengan motivasi diri sendiri (*self-reward*).

Pengertian Budaya

Budaya atau kebudayaan memiliki akar kata dalam bahasa Sanskerta, berasal dari buddhaya yang merupakan bentuk jamak dari buddhi (budi/akal), yang terkait dengan kemampuan berpikir manusia. Koentjaraningrat (1989) mendefinisikan kebudayaan sebagai representasi ideal yang bersifat abstrak dan tidak dapat diraba, melibatkan elemen-elemen seperti gagasan, ide, norma, keyakinan, dan sejenisnya. Sementara menurut Lebra (1976), kebudayaan diartikan sebagai kumpulan simbol-simbol abstrak, umum, atau bersifat ideologis dan perilaku, yang merupakan serangkaian gerakan organisme yang diberdayakan. Kebudayaan bersifat khusus dan dapat diamati secara konkret (Devianty, 2017). Clyde Kluckhohn dan W.H. Kelly (1953) mengemukakan bahwa kebudayaan adalah pola hidup yang terbentuk dalam sejarah, mencakup dimensi eksplisit, implisit, rasional, irasional, dan nonrasional, yang berfungsi sebagai pedoman potensial bagi tingkah laku manusia. Gillin menyatakan bahwa kebudayaan terdiri dari kebiasaan-kebiasaan terstruktur yang berhubungan fungsional dengan kelompok atau kelas sosial tertentu. Koentjaraningrat, di sisi lain, menggambarkan kebudayaan sebagai keseluruhan sistem gagasan, tindakan, dan karya manusia dalam konteks kehidupan sosial, yang melalui pembelajaran diubah oleh manusia untuk dimiliki (Wahyuni, 2001). Menurut Rafael (2007), selain definisi kebudayaan berdasarkan etimologi, terdapat beragam definisi lain karena kebudayaan bersifat heterogen.

Definisi Imitasi

Kehidupan anak-anak umumnya terbentuk melalui kecenderungan meniru, yang dalam ilmu psikologi dikenal sebagai imitasi. Dalam proses imitasi ini, anak cenderung mengambil contoh dari orang tua sebagai model pertama sebelum meniru orang lain. Imitasi, sesuai dengan definisi Tarde (sebagaimana dijelaskan oleh Gerungan, 2010), adalah tindakan mencontoh, meniru, dan ikut-mengikuti. Dalam realitas kehidupan, imitasi ini terkait erat dengan aspek sosial, sehingga dapat dikatakan bahwa kehidupan sosial anak sepenuhnya terinternalisasi melalui proses imitasi. Secara umum, imitasi mencakup berbagai aspek, seperti sikap, penampilan, gaya hidup, dan elemen lain yang dimiliki oleh individu lain (Sasmita, 2011). Sarsito (2010) menjelaskan imitasi sebagai suatu proses kognitif yang melibatkan indera sebagai penerima rangsang dan pemasangan kemampuan persepsi untuk mengolah informasi dari rangsangan. Hal ini juga melibatkan kemampuan aksi untuk melakukan gerakan motorik yang sesuai dengan apa yang telah diperoleh melalui imitasi model. Pendekatan konsep imitasi ini sejalan dengan pandangan Barlow (seperti yang diungkapkan dalam Muhibbin, 2003), yang menyatakan bahwa imitasi adalah bagian integral dari perilaku manusia, melalui proses modeling, yaitu pembelajaran yang terjadi ketika seseorang mengamati dan meniru tingkah laku orang lain. Bandura (sebagaimana dijelaskan oleh Carole, 2007) menekankan bahwa imitasi melibatkan perilaku yang muncul setelah seseorang melihat model atau individu lain melakukan sesuatu dengan konsekuensi tertentu. Proses imitasi melibatkan peniru yang meniru tindakan pihak yang diimitasi tanpa pertimbangan panjang mengenai tujuan peniruannya. Jenis perilaku yang menjadi objek imitasi, menurut Soekanto (sebagaimana dijelaskan oleh Arif, 2005), dapat mencakup penampilan, sikap, tingkah laku, dan gaya hidup pihak yang diimitasi. Meskipun demikian, imitasi tidak terjadi secara langsung, melainkan memerlukan penerimaan dan pengaguman terhadap apa yang diimitasi. Melalui imitasi, individu belajar nilai dan norma masyarakat, atau sebaliknya, mereka dapat mempelajari perilaku yang melanggar nilai dan norma yang berlaku. Pengamatan dan imitasi menjadi sumber pembelajaran yang signifikan baik bagi anak-anak maupun orang dewasa. Pengamatan individu menghasilkan perilaku imitasi yang tercermin dari lingkungan sekitarnya, membentuk pola tingkah laku. Hal ini sejalan dengan teori Bandura (seperti diungkapkan dalam Yustinus, 2006), yang menekankan bahwa tingkah laku manusia dapat diamati melalui respons yang muncul. Pada anak-anak, terutama yang

cenderung menjadi peniru ulung, pengamatan perilaku terutama berasal dari lingkungan keluarga. Berdasarkan pemahaman atas konsep-konsep imitasi yang telah dijelaskan di atas, dapat disimpulkan bahwa imitasi adalah perilaku di mana seseorang meniru atau mencontoh individu lain, termasuk aspek penampilan, sikap, tingkah laku, dan gaya hidup. Dalam konteks ini, perilaku imitasi khususnya menarik perhatian terutama pada anak-anak, terutama dalam konteks lingkungan keluarga, di mana pengamatan langsung menjadi kunci pembentukan perilaku imitatif.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah pendekatan kualitatif untuk menganalisis setiap tahapan ini, mengevaluasi bagaimana setiap tahap berkontribusi pada proses imitasi budaya, serta memberikan wawasan praktis bagi pendidik dan pembuat kebijakan dalam mendukung perkembangan imitasi budaya yang positif pada anak. Metode deskriptif, yaitu dengan cara mempelajari masalah-masalah dan tata cara yang berlaku di dalam masyarakat, serta situasi tertentu dengan tujuan penelitian yaitu menggambarkan fenomena secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat. (Rakhmat, 2002: 22). Penelitian kualitatif pada hakekatnya ialah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. (Moleong, 2007:6) Teknik Analisis Data yang digunakan yaitu Reduksi Data Proses adalah langkah awal dalam analisis data yang melibatkan penyederhanaan informasi dari berbagai sumber. Pada tahap ini, data yang diperoleh dari observasi, dokumentasi, dan library research disusun dan disaring sehingga dapat diorganisir dengan lebih terstruktur. Proses ini mencakup pemilihan informasi yang paling relevan dan signifikan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data yang tidak relevan atau bersifat redundan dapat dieliminasi, sehingga menyisakan inti dari setiap temuan yang kemudian akan menjadi dasar untuk analisis lebih lanjut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pada bab ini peneliti akan menguraikan data dari hasil peneliti tentang pengalaman imitasi budaya fashion *streetwear* Korea pada kaum remaja. Penulis bagi beberapa tahap, yaitu :

1. Tahap Perhatian

Individu dapat belajar melalui observasi apabila ada model yang dihadirkan secara langsung ataupun tidak langsung, dan secara akurat ada aspek-aspek yang relevan dengan aktivitas model. Imitasi yang dilakukan seseorang dipengaruhi oleh banyak hal salah satunya adalah foto atau video yang diupload di Tiktok. Kemajuan dalam mengambil sebuah foto telah didukung berbagai peralatan yang canggih dan didukung berbagai peralatan yang canggih dan didukung oleh aplikasi untuk berbagai gambar dengan orang lain (Litt & Hargittai, 2013). Tahapan imitasi yang pertama biasa orang lakukan adalah observasi atau memperhatikan. Tiktok merupakan media sosial berbasis video *special effect* dimana aplikasi tersebut terdapat berbagai lapisan masyarakat sebagai pengguna aktifnya, tidak terkecuali pelaku atau pecinta dunia fashion yang memanfaatkan Tiktok sebagai media dalam berbagi foto gaya fashion. Menurut Rogers (dalam Leslie & Thornton, 2014). Termasuk juga para pengguna gaya fashion yang menggunakan Tiktok sebagai tempat untuk mencari dan berbagi tentang gaya fashion. Alasan tersebut sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Billa dalam wawancara : "*Iya mbak, menurut saya Tiktok itu lebih mudah dalam mencari gaya fashion apa yang kita mau kayak fashion korea misal diketik di pencarian itu langsung muncul dan banyak referensinya, jadi menurut saya lebih mudah dan lebih gampang dalam memilih dan mengamati gaya fashion dari Sashfir*" (Billa, 2 Mei 2024)

Pernyataan dari Billa tersebut memperlihatkan bahwa akun Tiktok Sashfir selalu aktif dalam mengupload video setiap harinya. Sehingga hal tersebut juga membuat follower Sashfir dimudahkan dalam melihat gaya fashion Sashfir di Tiktok setiap saat. Setiap hari terdapat jutaan video yang diupload oleh pengguna media sosial secara online dan 55 juta diantaranya di-upload menggunakan Tiktok (Leslie & Thornton, 2014). Pendapat tersebut telah menjelaskan bahwa media sosial Tiktok merupakan media sosial yang telah banyak digunakan untuk mengupload video, salah satunya merupakan tentang gaya fashion seseorang. Tiktok merupakan aplikasi media sosial online diseluruh dunia yang menyediakan platform foto dan video untuk memungkinkan orang-orang di seluruh dunia untuk berbagi foto dan video tersebut (Tingting, 2014). Dengan pernyataan tersebut, menjelaskan bahwa Tiktok merupakan salah satu media sosial online yang sedang digunakan oleh banyak orang di seluruh dunia. Alasan tersebut juga yang membuat narasumber Azizah memilih Tiktok untuk melihat gaya fashion Sashfir dengan lebih jelas. Komunikasi visual



adalah sebuah pesan yang dibuat melalui simbol yang berupa video dan warna. Alasan tersebut juga yang dilakukan oleh pengguna Tiktok seperti Sashfir untuk mengupload video gaya fashion untuk dibagikan di Tiktok untuk menyampaikan tentang gaya fashion yang digunakannya setiap saat. Saat ini pengguna Tiktok dapat dengan mudah mengakses berbagai bentuk trend fashion di internet dan memungkinkan untuk berbagi video tersebut kepada pengguna Tiktok lain (Calabrese, et al, 2013). Dengan pendapat tersebut seorang pengguna Tiktok akan mudah dalam mengikuti atau meniru terhadap sebuah gaya fashion yang diupload melalui Tiktok ketika gaya tersebut dianggap menarik. Proses memperhatikan (observasi) yang dilakukan oleh follower Sashfir sebagai tahap awal imitasi ini sebagian follower melakukannya dengan mencari informasi mengenai model fashion Sashfir bukan hanya dari Tiktok tetapi juga dari akun Instagramnya. Bahkan narasumber tidak hanya membagikan kepada pengguna lain melainkan juga melalui pesan tentang gaya fashion Sashfir oleh pengguna tiktok lain yang merupakan teman-teman dari narasumber untuk semakin meyakinkan narasumber dalam melakukan imitasi fashion Sashfir. Dari berbagai video tentang fashion Sashfir di Tiktok dengan teman-teman narasumber sesama pengguna Tiktok dan juga sebagai follower Sashfir terkait dengan mode fashion Sashfir yang terbaru dan disitulah terjadi tukar menukar informasi dan juga komunikasi melalui video sehingga membuat semakin banyak referensi yang didapat dan semakin menguatkan keinginannya untuk melakukan imitasi.

2. Tahapan Retensi

Setelah aktivitas model diobservasi, langkah selanjutnya adalah proses encoding dalam bentuk visual dan atau verbal symbol. Informasi yang diperoleh ini selanjutnya akan disimpan di memori dalam short-term memory ataupun longterm memory. Proses mengingat menjadi lanjutan dari proses observasi ketika banyak foto dan informasi yang didapatkan mengenai fashion Sashfir di akun Tiktoknya., maka untuk melakukan imitasi biasanya seseorang akan berusaha mengingat-ingat tentang apa yang dilihatnya. Proses mengingat ini akan membuat keinginan imitasi semakin kuat. Tiktok memberi efek mengingat dengan mudah karena setiap hari akan mengupload konten-konten yang bisa membuat orang ingin terus melihat. Menurut hasil wawancara diketahui : *"saya biasa melihat konten-konten gaya fashion Sashfir di akun Tiktoknya dan setelahnya itu membuat saya selalu teringat dan ingin membuka lagi Tiktok untuk melihat lagi dan itu bisa berkali-kali saya lakukan".* (Azizah, 2 Mei 2024).

Pendapat itu menguatkan bahwa mengingat-ingat sesuatu yang dilihat itu disebabkan karena adanya ketertarikan dengan obyek yang dilihatnya dalam hal ini adalah Tiktok fashion Sashfir, ketika proses mengingat itu dilakukan berulang-ulang maka akan membuat ingatannya semakin kuat terhadap obyek tersebut. Sehingga membuat orang tersebut ada keinginan untuk mengimitasi namun baru sebagai sesuatu rencana yang ada didalam ingatannya.

3. Tahap Reproduksi Motorik

Apa yang telah disimpan dalam memori perlu diwujudkan dalam bentuk aktivitas. Dalam tahap reproduksi motorik ini feedback dapat diberikan untuk mengoreksi imitasi perilaku sehingga dapat dilakukan penyesuaian. Pada proses reproduksi motorik ini maka seorang akan dibimbing atau diarahkan untuk mengimitasi sesuatu yang ingin diimitasinya tentu saja dalam penelitian ini adalah fashion dari Sashfir. Imitasi gaya fashion dari Sashfir melalui konten-konten Tiktoknya, follower Sashfir mempunyai alasan tersendiri tentang arahan dalam imitasi gaya fashion Sashfir di Tiktok. Biasanya seorang akan melakukan imitasi karena dilakukan banyak tujuan sehingga untuk imitasi juga akan ada pengarahan/pembimbingan sesuai dengan tujuannya. Penelitian terhadap imitasi yang dilakukan pada follower gaya fashion Sashfir di Tiktok ini pengarahan/pembimbingan didapatkan terutama dari dirinya sendiri. Seperti yang diungkapkan oleh Sisil berikut : *"Keinginan saya meniru gaya fashion Sashfir itu karena saya tertarik dengan gayanya menurut saya sekarang ini gaya unik seperti Korean Look gitu sedang menjadi trend dan sepertinya gaya Sashfir sesuai dengan trend tersebut dan saya juga suka dengan gayanya"* (Azizah, 2 Mei 2024)

4. Tahap Motivasi

Tahap terakhir adalah tahap penerimaan dorongan yang dapat berfungsi sebagai reinforcement atau penguatan. Penguatan adalah bersemayamnya segala informasi dalam memori seseorang dimana dalam proses ini seseorang akan melakukan imitasi karena adanya penguatan dalam dirinya untuk melakukan imitasi selain itu adanya dorongan positif untuk melakukan imitasi tersebut. Salah satu alasan seorang follower Sashfir saat melakukan imitasi fashion Sashfir adalah adanya dorongan dari lingkungan sekitar. Seperti hasil wawancara terhadap narasumber yang melakukan imitasi fashion Sashfir yang mengatakan : *"Alasannya lebih rapi aja kak , tapi kalau dengan gaya Sashfir mungkin lebih resmi dan kadang-kadang banyak yang appreciate bahwa fashion nya lebih ke elegant kak"* (Sisil, 2 Mei 2024).

Sesuai dengan pernyataan dari Morissan yang menyatakan bahwa, seseorang akan terus terdorong untuk melakukan imitasi terhadap orang lain karena dianggap akan mendapatkan penghargaan dari orang-orang disekitarnya(Morissan, 2013: 248). Alasan lain dari follower Sashfir dalam melakukan

imitasi, narasumber Sisil memberikan penjelasan bahwa ketika berpenampilan seperti Sashfir mereka lebih menjadi pusat perhatian oleh lingkungan sekitar. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa adanya dorongan dari diri sendiri dan dukungan dari lingkungannya yang bisa menguatkan dan memotivasi seseorang untuk melakukan imitasi terhadap gaya fashion dari Sashfir. Ketika Dorongan dan dukungan semakin banyak terhadap gaya fashion dari Sashfir yang ingin ditirunya, maka akan semakin kuat pula keinginan seseorang untuk mengimitasi fashion tersebut. Proses pengarahannya itu sendiri sumbernya dari dorongan bisa karena dirinya ingin mengimitasi, bisa juga dirinya melihat orang mengimitasi lalu tertarik dan juga adanya dorongan lingkungan sekitar yang mendukungnya untuk mengimitasi karena dirasa cocok untuk mengimitasi gaya fashion Sashfir karena menurut mereka sesuai dengan kepribadiannya. Imitasi gaya fashion Sashfir di Tiktok yang dilakukan oleh followernya ini merupakan pengembangan tingkah lakunya dengan apa yang pernah dilihatnya di Tiktok tentu saja adalah gaya fashion Sashfir yang diupload di akun Tiktoknya. Dimana imitasi yang terjadi tersebut dilakukan melalui beberapa tahapan mulai dari tahap (perhatian), tahap retensi, tahap reproduksi motorik dan tahap motivasi. Keempat tahap itu akan berjalan sendirinya tanpa disadari sehingga akan membuat orang melakukan imitasi terhadap fashion Sashfir seperti yang diinginkan.

Pembahasan

Menggunakan Saguni 2007

Tabel 5.1 Data Informan

NO	NARASUMBER	UMUR	LATAR BELAKANG
1.	Istiqbal Himma Nabila	20 Tahun	SMKN 1
2.	Azizah	21 Tahun	SMKN 1
3.	Sisil Ekanesa Aprilia	21 Tahun	SMKN 3

Sumber : Data Primer diolah 2024

Imitasi gaya fashion Sashfir melalui media sosial Tiktok, yaitu imitasi yang dilakukan oleh follower dari Sashfir, media sosial Tiktok dipilih karena di dalam Tiktok sendiri terdapat kemudahan dalam mendukung terjadinya tahapan proses imitasi gaya fashion dari Sashfir melalui online photo sharing. Tahapan proses imitasi tersebut terdapat 4 tahapan yang pertama adalah Tahapan Perhatian yang dimana Imitasi itu membuat orang melakukan observasi atau memperhatikan gaya fashion yang akan mereka ikuti di media sosial Tiktok, Sashfir itu lebih sering mengupload video di Tiktok sehingga memudahkan mereka untuk mengikuti gaya sashfir itu sendiri dalam tahapan perhatian, pengguna Tik Tok Sashfir menarik perhatian kaum remaja dengan menyajikan konten-konten yang menampilkan trend fashion streetwear yang stylish dan terkini. Dengan menggunakan teknik-teknik kreatif seperti editing video yang dinamis dan musik yang trendi, akun ini berhasil memikat audiens untuk memperhatikan setiap detail dari outfit-outfit yang ditampilkan, yang kedua ada Tahapan Retensi yang dimana seseorang akan berusaha mengingat-ingat tentang apa yang dilihatnya, proses mengingat ini akan membuat keinginan imitasi yang dilakukan semakin kuat, pendapat tersebut menguatkan bahwa proses mengingat untuk seseorang itu untuk melakukan imitasi. Setelah berhasil menarik perhatian pengguna, tahapan retensi menjadi kunci dalam mempertahankan minat mereka terhadap konten-konten fashion streetwear yang diunggah oleh akun Tik Tok Sashfir. Hal ini dicapai melalui konsistensi dalam menyajikan konten-konten yang relevan dan berkualitas, serta interaksi yang aktif dengan pengikut melalui komentar, like, dan share. Selain itu, adanya keberagaman dalam gaya dan kombinasi outfit yang ditampilkan juga membantu dalam mempertahankan minat pengguna, yang ketiga yaitu Tahapan Reproduksi Motorik yang dimana pada proses ini seseorang akan dibimbing atau diarahkan untuk mengimitasi sesuatu yang ingin diimitasinya, proses reproduksi motorik menjadi tahapan selanjutnya dalam pengalaman imitasi budaya fashion *streetwear* pada akun Tik Tok Sashfir, pengguna merespons konten-konten yang mereka lihat dengan mencoba meniru gerakan dan gaya yang ditampilkan dalam video, mulai dari memilih pakaian yang serupa hingga menyesuaikan cara pemakaian dan penataan outfit. Proses ini melibatkan pengembangan keterampilan dalam meniru gerakan dan ekspresi yang diperlukan untuk menciptakan tampilan yang mirip dengan yang ditampilkan dalam video. Tahapan Motivasi proses ini seseorang akan melakukan imitasi karena adanya dorongan positif untuk melakukan imitasi tersebut, sehingga narasumber berusaha untuk mencari-cari ide outfit yang dikenakan Sashfir untuk menjadi inspirasi yang membuat narasumber menjadi lebih pede karena gaya fashion yang ia kenakan menjadi lebih rapi dan elegant dan merasa termotivasi untuk meniru trend fashion *streetwear* yang mereka lihat karena adanya dorongan untuk mengekspresikan diri, mendapatkan validasi dari teman-teman atau pengikut. Pengguna Tiktok yang sebelumnya tidak

mengetahui tentang gaya fashion tersebut, menemukan fashion Sashfir yang ada di pencarian instagram sebagai tempat dalam mencari informasi tentang gaya fashion dan kemudian menemukan akun Tiktok Sashfir dan melihat konten-konten ootd yang di upload di akun Tiktoknya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa bagaimana pengalaman imitasi terhadap narasumber terhadap akun Tik Tok Sashfir berhasil menarik perhatian informan terhadap trend fashion Korea melalui konten-konten yang menampilkan gaya yang stylish dan trendy. Keterlibatan yang konsisten dalam menampilkan konten-konten yang relevan telah membantu mempertahankan minat informan terhadap akun tersebut. Ketika follower Sashfir tertarik untuk mengimitasi fashion dari Sashfir mereka akan berusaha tampil seperti itu. Narasumber yang melakukan imitasi terhadap gaya fashion Sashfir juga telah melakukan beberapa usaha demi tampil seperti yang mereka idolakan, salah satunya yang diucapkan oleh narasumber Billa bahwa dia telah membeli dan mencari ide outfit yang hampir mirip dengan Sashfir. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa adanya dorongan dari diri sendiri dan dukungan dari lingkungannya yang bisa menguatkan dan memotivasi seseorang untuk melakukan imitasi terhadap gaya fashion dari Sashfir. Ketika Dorongan dan dukungan semakin banyak terhadap gaya fashion dari Sashfir yang ingin ditirunya, maka akan semakin kuat pula keinginan seseorang untuk mengimitasi fashion tersebut. Proses pengarahan itu sendiri sumbernya dari dorongan bisa karena dirinya ingin mengimitasi, bisa juga dirinya melihat orang mengimitasi lalu tertarik dan juga adanya dorongan lingkungan sekitar yang mendukungnya untuk mengimitasi karena dirasa cocok untuk mengimitasi gaya fashion Sashfir karena menurut mereka sesuai dengan kepribadiannya. Imitasi gaya fashion Sashfir di Tiktok yang dilakukan oleh followernya ini merupakan pengembangan tingkah lakunya dengan apa yang pernah dilihatnya di Tiktok tentu saja adalah gaya fashion Sashfir yang diupload di akun Tiktoknya. Tik Tok Sashfir memainkan peran yang signifikan dalam memfasilitasi pengalaman imitasi budaya fashion streetwear, termasuk fashion Korea, bagi informan. Proses imitasi tersebut melibatkan tahapan perhatian, retensi, reproduksi motorik, dan motivasi, yang secara keseluruhan membentuk pengalaman yang dinamis dan bermakna bagi informan dalam menjelajahi dunia fashion di era digital. Dimana imitasi yang terjadi tersebut dilakukan melalui beberapa tahapan mulai dari tahap (perhatian), tahap retensi, tahap reproduksi motorik dan tahap motivasi. Keempat tahap itu akan berjalan sendirinya tanpa disadari sehingga akan membuat orang melakukan imitasi terhadap fashion Sashfir seperti yang diinginkannya.

Saran

Agar dapat bermanfaat bagi pengembangan penelitian selanjutnya untuk meneliti subjek yang lain, karena proses imitasi gaya hidup terjadi bukan hanya pada usia remaja saja melainkan juga berbagai usia, serta bukan hanya sebatas fashion saja tetapi membahas tentang jenis gaya hidup yang lain sehingga mendapatkan penemuan-penemuan yang baru melalui penelitian yang akan datang. Remaja yang menyukai fashion *streetwear* Korea diharapkan dapat memilah-milah apa yang menjadi prioritasnya, sehingga gaya hidup yang ada dalam kehidupan mereka adalah gaya hidup yang positif. Menggunakan uang seperlunya untuk membeli barang-barang fashion yang di lihat melalui media sosial tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Alimudin, M., Yuline, Y., & Wicaksono, L. (2019). Analisis Dampak Menonton Drama Korea Terhadap Peserta Didik Kelas Viii Mts N 2 Pontianak. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 8(3).
- Asrofi Muhammad Zayyin. 2021. *Tren Budaya –K-Pop di Kalangan Remaja Indonesia: BTS Meal hingga Fanatisme*. <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2021/12/21/trend-budaya-k-pop-di-kalangan-remaja-indonesia-bts-meal-hingga-fanatisme/> Diakses pada 30 april 2024
- AYU, O. P. (2023). *FENOMENA HALLYU DALAM PERSPEKTIF FENOMENOLOGI EDMUND HUSSERL (Studi pada Komunitas K-pop di Bandar Lampung)* (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).
- Dea, Aulia. 2021. *Pengaruh Fanatisme K-Pop terhadap Perilaku Imitasi Remaja (Studi Komunitas Purple Army Pekanbaru)*. Skripsi. UIN Suska Riau, Pekanbaru.
- Elly M. Setiadi & Usman Kolip. 2011. *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: Kencana

- Fadilla, Cindy Sari. 2022. Perilaku Imitasi terhadap Fenomena Viral di Media Sosial: Studi pada Slogan "Salam dari Binjai". *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
- Haris, Septi Muhamad Abdul. 2022. Perilaku Imitasi Anak terhadap Tokoh Reyna pada Tayangan Sinetron Ikatan Cinta (Studi Deskriptif pada Siswi Kelas 5-6 SD Negeri 01 Suru). *Skripsi*. Universitas Islam Sultan Agung Semarang
- Ibrahim, I. S., & Akhmad, B. A. 2014. *Komunikasi dan komodifikasi: Mengkaji media dan budaya dalam dinamika globalisasi*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Muhaditia, M., Narawati, P. C., & Lisnawaty, R. Y. (2022). Pengaruh Korean Waves Terhadap Fashion Remaja Indonesia. *Nusantara: Jurnal Pendidikan, Seni, Sains dan Sosial Humaniora*, 1(01), 138-153.
- Purwatiningsih, Riska. 2023. Pengaruh Imitation Idol K-Pop terhadap Perilaku Keagamaan pada Remaja Kota Pekanbaru (Studi pada Penggemar BTS: Komunitas Moarny Pekanbaru). *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
- Saguni, F. (2007). Mengembangkan perilaku sehat melalui pendekatan social learning theory. *HUNafa: Jurnal Studia Islamika*, 4(1), 1-10.
- Santoso, T. 2017. Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Sinetron Anak Jalan Pada Perilaku Imitasi Siswa SMP. *Jurnal Kajian Media*, 1(2). <https://doi.org/10.25139/jkm.v1i2.460>
- Sella, Y. P. 2013. Analisa Perilaku Imitasi Dikalangan Remaja Setelah Menonton Tayangan Drama Seri Korea di Indosiar (Studi Kasus Perumahan Pondok Karya Lestari Sei Kapih Samarinda). *EJournal Ilmu Komunikasi*, 1(3), 66-80. [https://ejournal.ilkom.fisipunmul.ac.id/site/wpcontent/uploads/2013/07/eJournalYessiParadinaSella\(07-24-13-02-20-01\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisipunmul.ac.id/site/wpcontent/uploads/2013/07/eJournalYessiParadinaSella(07-24-13-02-20-01).pdf)
- Soerjono Soekanto. 2017. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta : Rajawali Pers
- Syamsu Yusuf Ln, 2014, *Psikologi Perkembangan Anak Dan Remaja*. Bandung: