

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian**

Masyarakat Indonesia merupakan penggemar drama asal Korea Selatan atau *K-drama*. Masyarakat Indonesia menonton drama Korea melalui video on demand yang dapat diakses di gadget dengan jaringan internet. Namun, kawasan di Indonesia yang mendapat akses internet dengan mudah adalah di kota-kota besar salah satunya adalah Kota Semarang.

Pada penelitian ini subjek peneliti adalah remaja putri usia 17-22 tahun di Kota Semarang yang telah melakukan imitasi *fashion* Korea Selatan, yang dikonsumsi melalui menonton drama Korea Selatan di video on demand. Peneliti memilih remaja putri karena sebagian besar penggemar drama Korea Selatan adalah kaum putri dan usia 17-22 tahun adalah usia remaja yang dimana masih dalam tahap mencari jati diri sehingga lebih mudah terpengaruh oleh lingkungan sekitar. Jumlah remaja putri yang di wawancarai adalah 10 orang yang sudah masuk kriteria sehingga dapat memberikan informasi yang relevan.

#### **4.2 Hasil Wawancara Penelitian Persepsi Remaja Putri Usia 17-22 Tahun di Kota Semarang mengenai Perilaku Imitasi *Fashion* Korea Selatan Melalui Tayangan K-drama di *Video On Demand***

Peneliti telah melakukan wawancara terhadap 10 informan untuk mendapatkan informasi terkait penelitian. Wawancara dilakukan secara virtual

melalui video call yang dilakukan pada 24 Desember – 17 Februari 2022. Rata-rata setiap informan durasi waktu *video call* selama 4-5 menit. Wawancara dilakukan secara virtual karena mengingat pandemi covid-19 yang masih berlangsung. Kemudian peneliti masih saling berinteraksi dengan informan melalui WhatsApp untuk menggali informasi lebih lagi.

#### 4.2.1 Penggunaan *Video On Demand* Sebagai Sarana Menonton Drama *Romance Korea Selatan* Oleh Remaja Putri

Nama	Usia	Pilihan VOD
Marcel	19 tahun	Netflix, IQiyi
Gaby	22 tahun	Netflix
Hera	21 tahun	Netflix, Viu
Navi	22 tahun	Viu
Sella	21 tahun	Netflix
Ninit	21 tahun	Netflix
Caca	18 tahun	WeTV, Netflix
Veve	18 tahun	Netflix, Viu
Jess	17 tahun	Netflix, Viu
Santin	20 tahun	Viu, Netflix

Tabel 1. Remaja Putri dengan pemilihan aplikasi *Video On Demand*

Kesepuluh informan adalah pengguna *video on demand*. Informan lebih memilih menggunakan *video on demand* dibandingkan televisi karena *video on demand* jauh lebih praktis, mudah dan tidak terpacu oleh waktu. Maksudnya disini adalah dengan adanya *video on demand*, informan selaku pengguna dapat mengatur atau mengontrol sendiri film yang ingin ditonton dan kapan saja. Jadi informan dapat menonton film pilihannya ketika sedang ada waktu luang. Dengan begitu tidak akan mengganggu aktivitas lainnya. Penggunaan *video on demand* juga sangat mudah karena bisa dibuka di *handphone* atau *gadget* lainnya dengan akses internet, bisa juga disambungkan ke tv yang tentunya tetap membutuhkan jaringan internet. Tak hanya itu, tetapi juga karena *film* atau drama yang ada di *video on demand* sangat banyak pilihan, yang berasal dari negara-negara lain dan salah satunya adalah K-drama atau drama Korea Selatan.

Informan menonton drama *romance* Korea Selatan melalui *video on demand*, yang dimana *video on demand* dikemas berupa aplikasi. Ada banyak macam aplikasi *video on demand* seperti *Netflix*, *Viu*, *IQiyi*, *Iflix*, *WeTV* dll namun berdasarkan hasil wawancara, aplikasi yang digemari informan yakni *Netflix*, *Viu* dan *IQiyi*. Informan mengaku bahwa *video on demand* digunakan untuk menonton drama atau film tetapi dominan untuk menonton drama *romance* Korea Selatan. Menurut informan drama *romance* Korea Selatan adalah drama yang memiliki alur cerita yang menarik, tidak berbelit-belit, kisah yang diangkat berbeda-beda meskipun semuanya bergenre *romance*.

Selain itu *ending* yang tidak bisa ditebak sehingga membuat penonton penasaran sehingga ingin menonton terus menerus, didukung pula dengan aktris

yang *goodlooking*. Adapula informan yang suka menonton drama *romance* Korea Selatan karena *cast* yang kreatif.

“yang pasti aktornya ya *goodlooking* semua gitu lho ganteng-ganteng heheh terus ehh episodenya juga gak terlalu banyak sih paling kayak 16 20 gitu, terus ceritanya juga seru gitu lho ceritanya seru kayak gitu sih tapi biasanya sukanya karena aktornya *goodlooking*.” (Marcel)

“kalo aku suka drama Korea itu karena pertama jalan ceritanya bagus, sulit ditebak juga dan tiap drakor itu kayak ceritane beda-beda gitu, beda sama drama Indonesia dan biasane dari pihak film itu ada pengetahuan baru gitu loh ci” (Veve)

“mmm nonton drakor tu karena biasanya alur cerita drama Korea tu lebih bervariasi gitu kan terus biasanya *cast* nya tu dapet pekerjaan yang beda-beda gitu ci yang menurutku unik, misal jadi petugas BMKG, terus food product researcher, kalo di *Twenty Five Twenty One* tu jadi atlethe anggar ya pokonya gitu-gitu ci.” (Jess)

#### **4.2.2 Tindakan Imitasi Karena adanya Ketertarikan Fashion di Drama Romance Korea Oleh Remaja Putri**

Informan mengaku merasa tertarik dengan *fashion* aktris yang ada di drama *romance* Korea Selatan yang ditonton. Setelah adanya rasa ketertarikan terhadap *fashion* Korea Selatan, remaja putri melakukan imitasi *fashion* tersebut. Informan mengenakan *fashion* yang diimitasi untuk berbagai kegiatan yaitu acara keluarga, jalan bersama teman, kegiatan kampus dll.

“iya ci tertarik apalagi yang drakornya genre *romance high school* gitu tertarik sih sama *fashionnya*” (Jess)

“*Fashion* pakaian, aku tertarik banget untuk bisa *mix and match* baju. Jadi kemana pun aku meh pergi ya selalu pake *fashion* Korea – korea gitu.” (Navi)



Gambar 1. Marcel mengimitasi fashion rambut poni ala Korea Selatan



Gambar 2. Artis Korea Selatan Song Hye Kyo

(Sumber : [http://sayhito-eyecandy.weebly.com/uploads/1/7/6/5/17655547/1920545\\_orig.jpg](http://sayhito-eyecandy.weebly.com/uploads/1/7/6/5/17655547/1920545_orig.jpg) )

Marcel merupakan informan yang berusia 19 tahun. Marcel mengaku bahwa menyukai *fashion* baju *oversize*, menurut Marcel baju *oversize* merupakan salah satu *fashion* yang keren namun simple. Adapula *fashion* lain yang menarik bagi Marcel yaitu rambut poni ala Korea Selatan dan bisa terinspirasi dari Song Hye Kyo. Poni ala Korea Selatan yang cenderung tipis namun dapat memberikan *looks* yang baru.



Gambar 3. Gaby mengimitasi *fashion* Korea Selatan gaya rambut *ombre* dan sweater



Gambar 4. Tokoh pemain drama *The Heirs*

(sumber : <https://www.techradar247.com/wp-content/uploads/2021/08/The-Heirs-Season-2-3-1024x576.jpg> )

Gaby merupakan informan yang berusia 22 tahun. Gaby merupakan informan yang sangat tertarik dengan semua hal yang berbau Korea Selatan apalagi *fashion*. Gaby juga memiliki usaha kecil-kecilan yakni berjualan *online* barang-barang yang berbau tentang Korea Selatan salah satunya sweater. Foto diatas adalah foto Gaby saat mengimitasi *fashion* gaya rambut diwarnai yaitu *ombre* menggunakan warna merah.



Gambar 5. Hera mengimitasi fashion Korea Selatan gaya rambut pendek



Gambar 6. Artis Korea Selatan Song Hye Kyo dengan rambut pendek

(sumber : <https://cdn.popbela.com/content-images/post/20210223/artis-korea-rambut-pendek-3-851842511791df693e5478d2c6446e6a.jpg> )

Hera adalah informan yang berusia 21 tahun. Hera sangat suka menonton drama Korea Selatan di *Netflix* untuk mengisi waktu luang. Hera menyukai gaya rambut pendek ala Korea Selatan. Menurut Hera gaya rambut pendek itu bisa cocok untuk dirinya yang tidak suka ribet tapi tetap ingin penampilan menarik dan modern.



Gambar 7. Navi mengimitasi fashion floral dress yang dipadukan dengan sepatu



Gambar 8. Fashion Artis Korea Selatan floral dress

(sumber : <https://hype.my/wp-content/uploads/2021/06/E4OH2GpVoAEYfRP.jpeg>)

Navi merupakan informan yang berusia 22 tahun. Navi juga sangat tertarik dengan hal-hal yang berbau Korea Selatan. Navi mengaku sangat suka untuk *mix and match fashion* Korea Selatan, sehingga kemanapun Navi pergi selalu menggunakan atau mengimitasi *fashion* Korea Selatan. Salah satu contoh yakni seperti yang ada pada gambar diatas Navi memadukan *floral dress* yang anggun dengan sepatu yang cenderung *sporty*.



Gambar 9. Sela mengimitasi fashion Korea Selatan dengan mengenakan coat



Gambar 10. Artis Korea Selatan menggunakan coat



(sumber : <https://cdn-2.tstatic.net/madura/foto/bank/images/drama-korea-a-world-of-married-couple-atau-the-world-of-the-married21.jpg> )

Sela adalah informan berusia 21 tahun yang sedang menjalani perkuliahan. Sela mengimitasi *fashion* Korea Selatan yakni coat. Menurutnya dengan mengenakan coat dapat tampil lebih percaya diri, juga kegiatan rutin Sela adalah dikampus yang cocok juga mengenakan coat. Dapat tampil percaya diri, sopan dan modern.



Gambar 11. Ninit mengenakan *fashion* Korea Selatan untuk acara keluarga

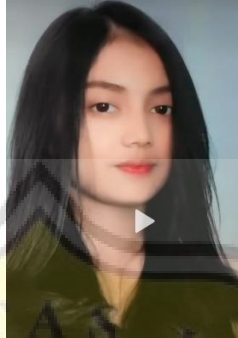


Gambar 12. *Fashion* Tokoh pemain di drama *The World Of Married*

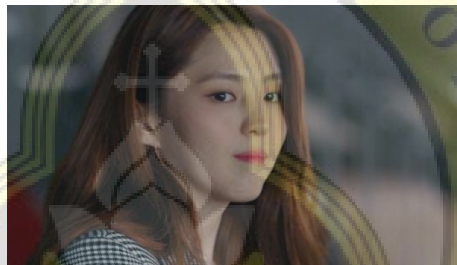
(sumber : [https://occ-0-2186-1217.1.nflxso.net/dnm/api/v6/9pS1daC2n6UGc3dUogvWIPMR\\_OU/AAAABViqWn5\\_ZUpKYGJdV5OCaHBULL2BELp1np9iw2UcU7FuOwtMKPb9-U-j2KF\\_RHhZSGUYH81\\_e7J2UNdV74m9b\\_rcaKDMHJ8Ss4FFtNPFmhQJXU7wtoU9QycJ.jpg?r=08e](https://occ-0-2186-1217.1.nflxso.net/dnm/api/v6/9pS1daC2n6UGc3dUogvWIPMR_OU/AAAABViqWn5_ZUpKYGJdV5OCaHBULL2BELp1np9iw2UcU7FuOwtMKPb9-U-j2KF_RHhZSGUYH81_e7J2UNdV74m9b_rcaKDMHJ8Ss4FFtNPFmhQJXU7wtoU9QycJ.jpg?r=08e) )

Informan Ninit ini menyukai *fashion* Korea Selatan yang simple dan nyaman karena Ninit sering melakukan aktivitas diluar seperti acara keluarga

ditempat wisata. Jadi Ninit lebih memilih *fashion* yang nyaman untuk dipakai sehari-hari.



Gambar 13. Caca menggunakan make up ala Korea Selatan



Gambar 14. Riasan wajah tokoh pemain *The World Of Married*

(sumber :

<https://d2anahhmp1ffz.cloudfront.net/2564205052/4cd996feadd5c9aca2946958a2a86b1b5607ebbf> )

Caca merupakan informan yang berusia 18 tahun. Caca mengaku bahwa sangat suka dengan *fashion* Korea, ia sering mengimitasi gaya rambut, *make up* dan pakaian. Caca menggunakan *fashion* tersebut saat datang ke acara ulangtahun teman ataupun nongkrong santai.



Gambar 15. Veve suka fashion Korea Selatan yang colorful



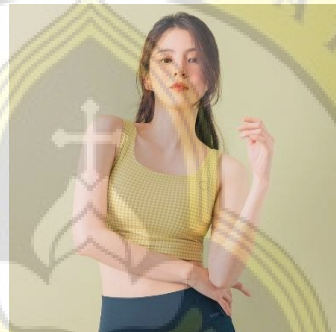
Gambar 16. Fashion Artis Korea Selatan floral dress yang colorful

(sumber : <https://hype.my/wp-content/uploads/2021/06/E4OH2GpVoAEYfRP.jpeg>)

Informan Veve menyukai desain *fashion* yang *colorful* namun simple cocok bagi dirinya yang masih usia 18 tahun, desain *colorful* dan simple dapat dipadukan dengan apasaja salah satunya rok-rok yang juga simpel. Veve menggunakan *fashion* tersebut saat pergi ke mall dan pergi bersama teman-temannya.



Gambar 17. Jess sedang mengimitasi fashion Korea Selatan saat berlibur di pantai



Gambar 18. Fashion artis Korea Selatan Han So Hee

(sumber :

[https://lh3.googleusercontent.com/IJnjl4tAgV5AuMxltDrHBk7PQn2vf07e2pNTJv5PzfzOaqIMCGzWsLzelwq0PgI8C41lZx\\_Q-YuvD82ipN\\_eqhjO\\_VEDrjA0RQ=w960-rj-nu-e365](https://lh3.googleusercontent.com/IJnjl4tAgV5AuMxltDrHBk7PQn2vf07e2pNTJv5PzfzOaqIMCGzWsLzelwq0PgI8C41lZx_Q-YuvD82ipN_eqhjO_VEDrjA0RQ=w960-rj-nu-e365) )

Jess merupakan informan yang masih berusia 17 tahun, oleh karena itu Jess juga menyukai *fashion* yang ada di drama Korea Selatan *high school romance*. Ia terinspirasi oleh *fashion* Yunabi sebagai tokoh utama di drama Korea yang berjudul *Nevertheless*. Menurutnya, *fashion* tersebut dapat diimitasi karena sesuai dengan usianya.



Gambar 19. Santin bersama teman-teman sedang mengimitasi fashion Korea Selatan untuk olahraga (kiri) dan menonton bioskop (kanan)



Gambar 20. Fashion olahraga tokoh pemain drama *Twenty Five Twenty One*

(sumber <https://editorial.femaledaily.com/wp-content/uploads/2022/04/PESAN-PENTING-TENTANG-TUMBUH-DEWASA-DRAMA-TWENTY-FIVE-TWENTY-ONE-10.jpeg> )



Gambar 21. Fashion tokoh pemain drama *Hometown Cha-cha-cha*

(sumber <https://www.themoviedb.org/t/p/original/2avhn5tACIdOp9F5EhNytbChJib.jpg> )

Santin adalah informan yang berusia 20 tahun. Santin menyukai *fashion* pakaian olahraga karena sesuai dengan hobinya yakni olahraga. Sedangkan

gambar disebelah kanan adalah santin bersama teman-temannya sedang mengimitasi untuk menonton bioskop dengan mengenakan *outer* yang simple dan modern.

Informan mengaku bahwa mengimitasi *fashion* Korea Selatan disesuaikan dengan selera dan keadaan lokasi karena iklim yang berbeda antara Indonesia dengan Korea Selatan, jadi informan menyesuaikan kembali dengan selera masing-masing. Adapula sisi positif dari menonton drama Korea Selatan dalam bidang pengetahuan yaitu penonton jadi tau makanan khas Korea Selatan, lokasi shooting juga sering menunjukkan bangunan ternama di Korea Selatan seperti Namsan Tower, dll. Dari situ penonton drama Korea Selatan termasuk informan dalam penelitian ini mendapat pengetahuan baru yang juga dapat dijadikan rekomendasi destinasi wisata.

#### **4.3 Pembahasan Mengenai Penggunaan Video On Demand Sebagai Sarana Menonton Drama Romance Korea Selatan Oleh Remaja Putri**

K-drama atau drama Korea Selatan merupakan salah satu cara pemerintah Negara Korea Selatan dalam memperkenalkan budaya ke kalangan masyarakat dunia. Masyarakat dunia salah satunya yakni Indonesia. Dalam penelitian kali ini penulis fokus terhadap salah satu kota besar di Indonesia yaitu Kota Semarang. Kota Semarang juga merupakan ibukota provinsi Jawa Tengah, tentunya kehidupan masyarakat Kota Semarang juga sudah berdampingan dengan teknologi. Maka, jaringan internet yang merupakan kebutuhan untuk mengakses *video on demand* sudah bukan jadi masalah. Hal ini sesuai dengan fakta yang telah dijabarkan di latar

belakang penelitian. Informan merupakan pengguna *video on demand*, hal ini telah sesuai dengan pernyataan yang telah dicantumkan di bagian latar belakang. Menurut Stenovec (2015) (dalam Hasan, 2017 : 22) memperlihatkan bahwa pengguna *video streaming* melalui *Netflix* dan *Youtube* mengalami peningkatan 30% sejak tahun 2010 dan pengguna televisi mengalami penurunan 10%.

Menonton drama Korea melalui *video on demand* adalah termasuk realisasi teori komunikasi massa yakni target audiens yang luas, anonim dan heterogen. Hal ini telah sesuai dengan teori komunikasi massa yang ada di bagian tinjauan pustaka. Menurut Janowitz (1968) (dalam McQuail, 2011 : 62) komunikasi massa terdiri dari lembaga dan kelompok tertentu yang menggunakan alat teknologi seperti film, radio, pers dll untuk menyebarkan konten kepada masyarakat luas, bersifat heterogen dan tersebar.

*Video on demand* dapat diakses siapa saja, dimana saja dan tidak terdeteksi identitas penonton. *Video on demand* memiliki konsep yang sama dengan televisi hanya saja dikemas dengan lebih modern karena fleksibel dan praktis. Berdasarkan karakteristik komunikasi massa, *video on demand* juga termasuk yakni sumber komunikasi massa dalam drama Korea Selatan adalah sebuah lembaga atau organisasi yang dikemas dengan baik sehingga dapat ditayangkan di *Netflix*, *Viu*, *IQiyi* dan *WeTV* yang dapat diakses di gadget dengan jaringan internet. Sehingga dapat dinikmati oleh penonton yang dapat menciptakan pengaruh dengan cakupan luas salah satunya adalah imitasi *fashion* drama Korea Selatan yang dilakukan oleh remaja putri usia 17-22 tahun di Kota Semarang.

Berdasarkan fungsi komunikasi massa, Menurut Charles Wright (1986) (dalam Hadi dkk, 2021 : 9-10) drama Korea Selatan memberikan informasi yang berguna bagi penonton yakni tersirat informasi macam-macam nama Kota di negara Korea Selatan, kemudian makanan khas, bangunan bersejarah, dan kebudayaan asal Korea Selatan yang sangat berguna. Bisa jadi untuk ilmu pengetahuan, destinasi wisata, relasi bisnis dll. Kemudian untuk bersosialisasi individu yang terlibat dalam drama Korea Selatan dapat berpartisipasi dalam kegiatan masyarakat seperti aktris, produser atau sutradara yang berpartisipasi untuk menjadi bagian dalam pembuatan film lain. Drama Korea Selatan juga selalu menjadi sarana hiburan sekaligus untuk mengisi waktu luang.

Informan melakukan imitasi *fashion* Korea Selatan melalui proses menonton drama *romance* Korea Selatan di *video on demand*. Proses menonton inilah yang mempengaruhi informan untuk bisa memberikan penilaian, sikap, dan perilaku. Seperti teori yang telah dikemukakan dibagian tinjauan pustaka yaitu teori efek media massa menurut Ball-Rokeach dan DeFleur (1976/1979) (dalam Hadi dkk, 2021 : 211-216) yang terbagi menjadi 3 bagian yaitu kognitif, afektif dan perilaku.

- a. Kognitif : remaja putri memiliki pengetahuan tentang *fashion* drama Korea Selatan dengan menonton. Informan memiliki pengetahuan tersebut dan kemudian ditanamkan dalam dirinya bahwa seperti inilah *fashion* yang ada didalam drama Korea Selatan. Informan mulai dapat membedakan bagaimana *fashion* yang ada didalam drama Korea Selatan tersebut dibandingkan dengan *fashion* lainnya yang tentunya hal ini dipengaruhi



dengan keadaan iklim Korea Selatan yang dingin sehingga mengharuskan menggunakan mantel yang tebal. Ditahap ini informan telah dapat mengenali *fashion* tersebut yang akhirnya menimbulkan sebuah ketertarikan dan pada tahap ini disebut afektif.

- b. Afektif : remaja putri memiliki penilaian terhadap *fashion* drama Korea Selatan dan mulai memberikan perasaan terhadap *fashion* tersebut. Pada tahap ini informan sudah memiliki ketertarikan terhadap *fashion* tersebut. Kemudian mulai dapat menyesuaikan *fashion* seperti apa yang cocok untuk dirinya. Informan memilah *fashion* seperti apa yang dapat menunjang penampilannya namun tetap disesuaikan dengan dirinya karena *fashion* itu adalah sarana untuk menyampaikan identitasnya. Setelah informan memiliki ketertarikan dan dapat menentukan pilihan seperti apa *fashion* yang sesuai dengan identitasnya, maka tahap selanjutnya yakni perilaku.
- c. Perilaku : remaja putri telah berada di tahap melakukan imitasi *fashion* drama Korea Selatan. Dalam point efek perilaku remaja putri melakukan efek aktivasi. Pada penelitian ini hal yang paling menonjol adalah bagian perilaku yang berarti remaja putri telah melakukan tindakan imitasi sebagai bentuk dampak atau efek yang timbul akibat menonton drama Korea Selatan. Informan mengimitasi *fashion* yang sesuai dengan identitasnya karena penampilan itu adalah hal pertama yang dilihat oleh orang lain (Hendariningrum dan Susilo, 2008 : 25). Jadi memiliki penampilan yang disesuaikan dengan identitas pemakainya adalah hal yang sangat penting, karena penilaian diawal tersebut yang menentukan seseorang dapat menjadi

relasi yang baik dengan seorang lainnya. Perilaku selain imitasi yaitu adapula tindakan membuka toko online kecil-kecilan. Point perilaku ini juga sebagai bukti efek media massa pembentukan sikap.

Kembali membahas tentang proses menonton yang mempengaruhi informan sehingga bisa tertarik dengan *fashion* dalam drama tersebut. Hal ini merupakan wujud nyata dari konsep psikologi komunikasi yang sudah dijabarkan dibagian tinjauan pustaka. Manusia sebagai unsur utama dalam komunikasi, dan psikologi berbicara tentang kesadaran manusia (Maulana dan Gumelar, 2013 : 20). Informan sebagai unsur utama dalam komunikasi antara drama Korea Selatan dan penonton/ informan itu sendiri. Psikologi berbicara tentang kesadaran informan bahwa telah memiliki ketertarikan dengan *fashion* drama Korea Selatan tersebut.

Menurut Papalia dan Olds (2001) (dalam Jahja, 2011 : 220) masa remaja dimulai pada usia 12 atau 13 tahun sampai awal usia dua puluh tahun. Selain itu dalam jurnal (Prasanti dan Dewi, 2020 : 261) juga dijelaskan bahwa usia 17-22 tahun adalah usia dimana biasanya remaja mulai memasuki perguruan tinggi sehingga lebih bisa memahami dan menentukan pilihan *fashion* untuk dirinya. Menurut Prasanti dan Dewi, 2020 : 258 penggemar drama romance Korea Selatan yakni masyarakat di seluruh dunia khususnya kaum hawa atau putri. Konsep tersebut telah dicantumkan di bagian latar belakang dan tinjauan pustaka pada penelitian ini. Maka dari itu informan dalam penelitian ini adalah remaja putri usia 17-22 tahun dan pemilihan usia telah sesuai berdasarkan konsep yang telah dicantumkan.

Menurut Hurlock (1990) (dalam Jahja, 2011 : 220) Usia remaja merupakan usia yang rentan akan pengaruh dari lingkungan sekitar, artinya pengaruh dari orangtua melemah. Remaja memiliki kesenangan tersendiri yang biasanya bertentangan dengan kesenangan dan perilaku keluarga, contoh : gaya rambut, mode pakaian, musik favorit. Selain itu pada masa remaja juga mengalami perubahan fisik yakni pubertas. Dalam penelitian ini informan yang terlibat adalah usia remaja yang sedang berada diusia yang mudah dipengaruhi oleh lingkungan sekitar. Informan dipengaruhi oleh teknologi yang berkembang yakni *fashion* drama Korea Selatan yang akhirnya menimbulkan tindakan imitasi gaya rambut, mode pakaian hingga sepatu. Maka tindakan imitasi oleh remaja putri sebagai informan dalam penelitian ini telah sesuai dengan konsep yang diangkat.

Informan melakukan imitasi dan mengenakan *fashion* tersebut untuk mendatangi kegiatan seperti acara keluarga, kegiatan kampus, ultah kecil-kecilan, hangout bersama teman dll. Hal ini menunjukkan wujud nyata dari konsep imitasi yang telah ada dibagian tinjauan pustaka Menurut Gabriel Tarde (1903) (dalam Ahmadi 2007 : 52) yaitu bahwa imitasi sebenarnya telah dilakukan oleh semua orang baik secara sadar maupun tidak sadar. Hal ini semakin diperkuat dengan adanya penelitian terdahulu tentang imitasi milik Yessi Pradina Sella yang telah dicantumkan dalam penelitian ini sebagai referensi dibagian latar belakang. Dalam penelitian ini imitasi yang dilakukan oleh remaja putri merupakan tindakan yang terjadi secara tidak sadar. Informan memiliki ketertarikan terhadap *fashion* di drama romance Korea Selatan, yang akhirnya menimbulkan proses imitasi karena tertarik sehingga ingin memiliki penampilan yang sama dengan aktris dalam drama

tersebut. Maka tindakan imitasi yang dilakukan oleh informan dalam penelitian ini telah sesuai berdasarkan konsep imitasi yang diangkat.

Ketika informan yang masih berusia remaja menonton drama *romance* Korea Selatan, akan menimbulkan efek yang disebut sebagai efek media massa. Efek media massa yang terjadi dapat bermacam-macam salah satunya adalah tindakan imitasi *fashion*. Tindakan imitasi *fashion* ini dapat terjadi karena pengaruh dari menonton drama Korea Selatan yang tentunya memperlihatkan bagaimana *fashion* aktris dalam drama tersebut. Karena informan dalam penelitian ini adalah remaja putri yang masih berusia remaja, maka remaja tersebut sangat mudah dipengaruhi. Kemudian terjadilah efek media massa berupa tindakan imitasi *fashion* oleh remaja putri. Pada penelitian kali ini penulis membatasi jangkauan *fashion* yakni gaya berpakaian, gaya rambut, sepatu dan riasan wajah. Pada keempat jenis *fashion* tersebut telah sesuai dengan konsep *fashion* yang dijabarkan dibagian tinjauan pustaka yakni bahwa *fashion* adalah salah satu sarana untuk seseorang dapat menyampaikan identitasnya, jadi harus diterapkan kepada hal-hal yang dapat dilihat.

Tindakan imitasi *fashion* Korea Selatan yang dilakukan oleh informan terdapat perbedaan antara usia 17-18 dan 19-22 tahun. Informan yang berusia 17-18 tahun yakni Jess dan Veve. Berdasarkan analisis peneliti, Jess dan Veve lebih percaya diri mengenakan pakaian yang terbuka. Menurut Hurlock (1990) (dalam Jahja, 2011 : 220) Usia remaja memiliki kesenangan tersendiri yang biasanya bertentangan dengan kesenangan dan perilaku keluarga, contoh : gaya rambut, mode pakaian, musik favorit. Sesuai dengan konsep tersebut, usia remaja memiliki

kesenangan tersendiri yang biasanya bertentangan dengan keluarga berarti disini terjadi adanya tindakan yang tidak pernah diajarkan oleh orangtua dilakukan oleh remaja. Hal ini menunjukkan bahwa remaja mudah dipengaruhi sehingga masih suka mencoba hal baru. Hal-hal yang baru mereka ketahui ingin dicoba karena penasaran. Sedangkan untuk usia 19-22 tahun juga termasuk dalam usia remaja namun sudah menuju kearah dewasa sehingga sudah lebih tau mana yang baik dan yang tidak. Selain itu juga sudah lebih tau mana yang sesuai dengan dirinya dan mana yang tidak. Jadi imitasi *fashion* yang dilakukan informan usia 19-22 tahun lebih tertutup, pemilihan *fashion* yang lebih netral sehingga dapat menggunakan *fashion* tersebut untuk kegiatan apa saja.

