

ANALISA GAYA HIDUP REMAJA DALAM MENGIMITASI BUDAYA POP KOREA MELALUI TELEVISI

(Studi pada siswa SMA Negeri 9, Manado)

Oleh : Olivia M. Kaparang

NIM. 080815058

E-Mail: oliviakaparang@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif dimana realita akan pengimitasian budaya pop Korea melalui televisi yang dilakukan oleh remaja SMA Negeri 9, Manado dalam gaya hidup mereka digambarkan apa adanya. Dalam penentuan informan, digunakan teknik *purposive sampling* dimana informan dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu, dalam hal ini yang dipilih adalah siswa/i SMA Negeri 9, Manado yang mengikuti perkembangan budaya pop Korea dan mengimitasinya ke dalam gaya hidup mereka. Untuk memperoleh data, dilakukan wawancara mendalam dan observasi langsung. Selain itu beberapa artikel yang diperoleh dari media cetak dan internet. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa gaya hidup remaja dalam mengimitasi budaya pop Korea melalui televisi.

Berdasarkan hasil penelitian, budaya pop Korea sangat terlihat mulai mendominasi remaja SMA Negeri 9, Manado dan tampak jelas mereka mulai meninggalkan budaya Indonesia sebagai pegangan hidup keseharian. Mereka bahkan rela menghabiskan banyak waktu untuk memperoleh informasi mengenai budaya ini dibandingkan budaya sendiri. Hal ini membuktikan bahwa telah terjadi pergeseran budaya dan hal tersebut perlu ditindaklanjuti dari sekarang. Peran orang tua dan guru diperlukan dalam pengawasan akan perkembangan hidup para remaja dalam hal berhadapan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi terutama teknologi informasi dan komunikasi. Pihak pemerintah pun perlu turut memajukan budaya bangsa dan membuatnya menjadi lebih menarik sehingga para remaja jadi lebih tertarik untuk memajukan budaya bangsa.

Pendahuluan

Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi masa kini juga semakin berkembang pula terutama di zaman globalisasi ini. Globalisasi membuat interaksi antar seluruh warga dunia menjadi bebas dan terbuka seolah-olah batas-batas suatu Negara menjadi sempit dan salah satu dampak dari globalisasi yakni perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi ini pun tampaknya semakin memudahkan kita dalam berbagai bidang terlebih dalam bidang telekomunikasi. Kita dapat dengan mudah dan cepat dalam memperoleh berbagai informasi baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri. Hal ini membuat seakan-akan sudah tidak ada batasan-batasan dalam berbagi informasi diantara sesama manusia. Berbagai inovasi-inovasi telekomunikasi pun semakin banyak seperti *handphone* yang dulu hanya dipakai untuk keperluan menelpon ataupun mengirim pesan singkat sekarang dapat dipakai pula untuk mengakses internet, televisi pun yang dulunya hanya bisa dipakai untuk menonton saja sekarang bisa disambungkan dengan jaringan internet, dan masih banyak lagi inovasi-inovasi mutakhir yang telah berhasil diciptakan.

Tidak hanya berbagai informasi yang dapat disebarkan dengan cepat melalui hadirnya berbagai teknologi telekomunikasi yang mutakhir tersebut, budaya pun dapat dengan mudah disebarkan ke seluruh dunia. Hal ini berkaitan dengan globalisasi budaya dimana pernyataan ini dapat dikatakan sebagai suatu gejala tersebarnya nilai-nilai dan budaya tertentu dari suatu Negara ke seluruh dunia sehingga menjadi budaya dunia atau *world culture*.

Salah satu budaya yang tengah mempengaruhi berbagai Negara adalah budaya pop Korea atau yang lebih dikenal dengan sebutan K-Pop/Hallyu Wave/Korean Wave. Indonesia pun terikut imbas penyebaran budaya ini terutama dikarenakan Indonesia yang merupakan Negara berkembang yang mudah dipengaruhi oleh Negara-negara maju. Penyebaran budaya pop Korea ini juga terbantukan dengan berbagai media massa yang giat memperkenalkan budaya tersebut dan salah satu media massa yang intensif dalam menyebarkan budaya ini adalah televisi. Hampir setiap hari kita dapat menonton acara-acara yang berhubungan dengan budaya pop Korea ini di hampir seluruh stasiun televisi.

Ketertarikan akan budaya ini pun semakin meningkat terutama di kalangan remaja, secara khusus di kalangan remaja SMA Negeri 9, Manado,. Berawal dari melihat berbagai

berita di media massa, mereka perlahan-lahan mulai mengumpulkan informasi mengenai budaya tersebut dan akhirnya mulai mengimitasi budaya itu ke dalam hidup gaya hidup keseharian mereka. Dapat dikatakan terjadi pergeseran dalam mengaktualisasikan nilai budaya Indonesia ke budaya pop Korea dimana budaya tersebut belum tentu sesuai dengan budaya kita dan terkesan semakin melupakan budaya bangsa sendiri. Jika hal tersebut terus terjadi, budaya bangsa sendiri bisa hilang padahal remaja adalah penerus bangsa dimana merekalah yang seharusnya mengembangkan bangsa kita. Pada akhirnya, tidak hanya nilai positif yang didapatkan dari pertukaran informasi global, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi juga membawa dampak yang tidak baik terhadap perkembangan remaja di Indonesia, secara khusus para remaja di SMA Negeri 9, Manado.

Dalam penelitian ini, yang menjadi fokus penelitian adalah para siswa/i di SMA Negeri 9, Manado secara khusus mereka yang sangat meminati atau mengimitasi budaya pop Korea.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka penelitian ini mengangkat permasalahan penelitian sebagai berikut :

Bagaimana gaya hidup remaja di SMA Negeri 9, Manado mengimitasi budaya pop Korea melalui televisi?

Dengan perumusan masalah tersebut maka tujuan daripada penelitian ini adalah untuk menganalisa gaya hidup remaja SMA Negeri 9, Manado dalam mengimitasi budaya pop Korea melalui televisi.

Konsepsi Tentang Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan gambaran bagi setiap orang yang mengenakannya dan menggambarkan seberapa besar nilai moral orang tersebut dalam masyarakat di sekitarnya. Definisi gaya hidup itu sendiri dikemukakan oleh Plummer sebagai berikut :

“Gaya hidup adalah cara hidup individu yang di identifikasikan oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam hidupnya (ketertarikan) dan apa yang mereka pikirkan tentang dunia sekitarnya.” (Plummer, 1983)

Jadi, gaya hidup dapat dikatakan sebagai suatu pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktifitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan "keseluruhan diri seseorang" yang berinteraksi dengan lingkungannya.

Menurut Chaney (dalam Subandy, 1997), ada beberapa bentuk gaya hidup, antara lain :

a. Industri Gaya Hidup

Dalam abad gaya hidup, penampilan-diri itu justru mengalami estetisasi, "estetisasi kehidupan sehari-hari" dan bahkan tubuh/diri pun justru mengalami estetisasi tubuh. Tubuh/diri dan kehidupan sehari-hari pun menjadi sebuah proyek, benih penyemaian gaya hidup. "Kamu bergaya maka kamu ada!" adalah ungkapan yang mungkin cocok untuk melukiskan keandrungan manusia modern akan gaya. Itulah sebabnya industri gaya hidup untuk sebagian besar adalah industri penampilan.

b. Iklan Gaya Hidup

Dalam masyarakat mutakhir, berbagai perusahaan (korporasi), para politisi, individu-individu semuanya terobsesi dengan citra. Di dalam era globalisasi informasi seperti sekarang ini, yang berperan besar dalam membentuk budaya citra (image culture) dan budaya cita rasa (taste culture) adalah gempuran iklan yang menawarkan gaya visual yang kadang-kadang mempesona dan memabukkan. Iklan merepresentasikan gaya hidup dengan menanamkan secara halus (subtle) arti pentingnya citra diri untuk tampil di muka publik. Iklan juga perlahan tapi pasti mempengaruhi pilihan cita rasa yang kita buat.

c. Public Relations dan Journalisme Gaya Hidup

Pemikiran mutakhir dalam dunia promosi sampai pada kesimpulan bahwa dalam budaya berbasis-selebriti (*celebrity based-culture*), para selebriti membantu dalam pembentukan identitas dari para konsumen kontemporer. Dalam budaya konsumen, identitas menjadi suatu sandaran "aksesori fashion". Wajah generasi baru yang dikenal sebagai anak-anak *E-Generation*, menjadi seperti sekarang ini dianggap terbentuk melalui identitas yang diilhami selebriti (*celebrity-inspired identity*), cara mereka berselancar di dunia maya (Internet), cara mereka gonta-ganti busana untuk jalan-jalan. Ini berarti bahwa selebriti dan citra mereka digunakan momen demi momen untuk membantu konsumen dalam parade identitas.

d. Gaya Hidup Mandiri

Kemandirian adalah mampu hidup tanpa bergantung mutlak kepada sesuatu yang lain. Untuk itu diperlukan kemampuan untuk mengenali kelebihan dan kekurangan

diri sendiri, serta berstrategi dengan kelebihan dan kekurangan tersebut untuk mencapai tujuan. Nalar adalah alat untuk menyusun strategi. Bertanggung jawab maksudnya melakukan perubahan secara sadar dan memahami betul setiap resiko yang akan terjadi serta siap menanggung resiko dan dengan kedisiplinan akan terbentuk gaya hidup yang mandiri. Dengan gaya hidup mandiri, budaya konsumerisme tidak lagi memenjarakan manusia. Manusia akan bebas dan merdeka untuk menentukan pilihannya secara bertanggung jawab, serta menimbulkan inovasi-inovasi yang kreatif untuk menunjang kemandirian tersebut.

e. Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal yang disenanginya, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa bentuk dari suatu gaya hidup dapat berupa gaya hidup dari suatu penampilan melalui media iklan, modeling dari artis yang di idolakan, gaya hidup yang hanya mengejar kenikmatan semata sampai dengan gaya hidup mandiri yang menuntut penalaran dan tanggung jawab dalam pola perilakunya.

Menurut pendapat Amstrong (dalam Nugraheni, 2003), gaya hidup seseorang dapat dilihat dari perilaku yang dilakukan oleh individu seperti kegiatan-kegiatan untuk mendapatkan atau mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Lebih lanjut Amstrong menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang ada 2 faktor yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal). Faktor internal yaitu sikap, pengalaman, dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi sedangkan faktor eksternal terdiri dari kelompok referensi, keluarga, kelas sosial, dan kebudayaan.

Dari berbagai macam dan bentuk gaya hidup yang ditampilkan dan dijelaskan di atas, maka sejatinya gaya hidup yang hendak ditelusuri dan teliti adalah bentuk gaya hidup Public Relations dan Journalisme Gaya Hidup sebab gaya hidup ini memiliki korelasi langsung dengan proses imitasi siswa/siswi SMA Negeri 9, Manado terhadap gaya hidup budaya pop Korea. Gaya hidup Public Relations dan Journalisme gaya hidup, memperlihatkan bagaimana gaya hidup selebriti yang adalah *public figure* dalam

masyarakat yang diimitasi oleh masyarakat luas misalnya para remaja. Dengan berbagai aksesoris fashion membuat mereka menjadi "produk" yang ditiru oleh para remaja.

Konsep Remaja

Menurut psikologi, remaja adalah suatu periode transisi dari masa awal anak-anak hingga masa awal dewasa, yang dimasuki pada usia kira-kira 10 hingga 12 tahun dan berakhir pada usia 18 hingga 22 tahun (Sarwono, 1997). Monks berpendapat bahwa secara global masa remaja berlangsung antara 12-21 tahun, dengan pembagian 12-15 tahun merupakan masa remaja awal, 15-18 tahun merupakan masa remaja pertengahan, dan 18-21 tahun merupakan masa remaja akhir (Monks, 2002). Sedangkan WHO menetapkan batas usia 10-20 tahun sebagai batasan usia remaja. Batasan usia tersebut didasarkan pada usia kesuburan (fertilitas) wanita yang berlaku juga untuk remaja pria, dan dibagi kurun usia tersebut menjadi dua bagian yaitu remaja awal (10-14 tahun) dan remaja akhir (15-20 tahun). Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) sendiri menetapkan usia 15-24 tahun sebagai usia pemuda dalam rangka keputusan mereka untuk menetapkan tahun 1985 sebagai Tahun Pemuda Internasional. Di Indonesia, batasan remaja yang mendekati batasan PBB tentang pemuda adalah kurun usia 11-24 tahun dan belum menikah.

(<http://www.duniapsikologi.com/remaja-pengertian-dan-definisinya>)

Konsep Imitasi

Imitasi merupakan dorongan untuk meniru orang lain. Imitasi tidak berlangsung secara otomatis melainkan dipengaruhi oleh sikap menerima dan mengagumi terhadap apa yang diimitasi. Untuk mengadakan imitasi atau meniru ada faktor psikologis lain yang berperan. Dengan kata lain imitasi tidak berlangsung secara otomatis, tetapi ada faktor lain yang ikut berperan sehingga seseorang mengadakan imitasi. Bagaimana orang dapat mengimitasi sesuatu kalau orang yang bersangkutan tidak mempunyai sikap menerima terhadap apa yang diimitasi itu. Dengan demikian untuk mengimitasi sesuatu perlu adanya sikap menerima, ada sikap mengagumi terhadap apa yang diimitasi itu, karena itu imitasi tidak berlangsung dengan sendirinya. Contoh dari imitasi adalah bahasa; anak belajar berbahasa

melalui peniruan terhadap orang lain, selain itu mode-mode yang melanda masyarakat berkembang karena faktor imitasi.

(<http://arihdyacaesar.wordpress.com/2012/01/13/pengertian-imitasi-akulturasi-demografi-globalisasi-variabel-unik/>)

Konsep Budaya Pop Korea

Untuk mendefinisikan budaya pop, kita perlu mengkombinasikan dua istilah yaitu "budaya" dan "populer". Definisi "budaya" menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah adat istiadat, sesuatu mengenai kebudayaan yang sudah berkembang. (<http://kamusbahasaindonesia.org/budaya>)

Sedangkan menurut Raymond Williams, tokoh studi budaya (*cultural studies*) dari Inggris, memberikan beberapa definisi mengenai budaya. Pertama, budaya dapat digunakan untuk mengacu pada suatu proses umum perkembangan intelektual, spiritual, dan estetis. Kedua, budaya berarti pandangan hidup tertentu dari masyarakat, periode, atau kelompok tertentu. Selain itu, Williams juga mengatakan bahwa budaya pun bisa merujuk pada karya dan praktik-praktik intelektual, terutama aktivitas artistik. Dengan kata lain, teks-teks dan praktik-praktik itu diandaikan memiliki fungsi utama untuk menunjukkan, menandakan, memproduksi, atau kadang menjadi peristiwa yang menciptakan makna tertentu. (Williams, 1983:90)

Kata "pop" diambil dari kata "populer" yang menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti dikenal dan disukai orang banyak atau umum (<http://kamusbahasaindonesia.org/populer>). Untuk istilah populer, Williams memberikan empat makna yakni: (1) banyak disukai orang; (2) jenis kerja rendahan; (3) karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang; (4) budaya yang memang dibuat oleh orang untuk dirinya sendiri. (Williams, 1983:237)

Menurut beberapa definisi dari kata "budaya" dan "populer" di atas, dapat disimpulkan bahwa budaya populer adalah suatu kebudayaan yang sudah berkembang atau suatu pandangan hidup, praktik, dan karya yang banyak disukai oleh banyak orang.

Ciri-ciri budaya populer diantaranya adalah sebuah budaya yang menjadi trend dan diikuti atau disukai banyak orang berpotensi menjadi budaya populer; sebuah ciptaan

manusia yang menjadi tren akhirnya diikuti oleh banyak penjiplak; Adaptabilitas, sebuah budaya populer mudah dinikmati dan diadopsi oleh khalayak, hal ini mengarah pada tren; Durabilitas, sebuah budaya populer akan dilihat berdasarkan durabilitas menghadapi waktu, pionir budaya populer yang dapat mempertahankan dirinya bila pesaing yang kemudian muncul tidak dapat menyaingi keunikan dirinya, akan bertahan-seperti merek Coca-cola yang sudah ada berpuluh-puluh tahun; Profitabilitas, dari sisi ekonomi, budaya populer berpotensi menghasilkan keuntungan yang besar bagi industri yang mendukungnya.(<http://www.slideshare.net/andreyuda/media-dan-budaya-populer>)

Budaya populer Korea diantaranya adalah sinetron/drama TV Korea (contoh: Full House, You're Beautiful, Boys Before Flower,dll), film Korea (contoh: My Sassy Girl, Marrying The Mafia, dll), fashion Korea, musik pop Korea, reality show Korea (contoh: Running Man, Infinity Challenge, dll).

Perkembangan IPTEK dalam konteks ilmu komunikasi akhirnya memberikan kesempatan kepada masyarakat dunia untuk menampilkan serta menunjukkan budayanya kepada orang lain melalui media internet dan televisi. Pertukaran informasi dan budaya dalam dunia komunikasi tersebut akhirnya mendapat respon yang baik bahkan dijadikan sebagai bentuk gaya hidup oleh orang/budaya lain. Misalnya, Budaya pop Korea. Dengan musik pop, gaya berpakaian, bahasa, akhirnya menjadi produk yang sangat diminati oleh para remaja termasuk di Indonesia, secara khusus para remaja yang adalah siswa/siswi di SMA Negeri 9, Manado. Oleh karena itu dalam penulisan skripsi ini, budaya yang akan diteliti adalah budaya pop Korea secara spesifik pada penampilan atau cara berpakaian atau fashion budaya Korea.

Konsep Televisi

Kata "televisi" merupakan gabungan dari kata *tele* ("jauh") dari Kata "televisi" merupakan gabungan dari kata *tele* ("jauh") dari bahasa Yunani dan *visio* ("penglihatan") dari bahasa Latin, sehingga televisi dapat diartikan sebagai alat komunikasi jarak jauh yang menggunakan media visual/penglihatan. Penggunaan kata "Televisi" sendiri juga dapat merujuk kepada "kotak televisi", "acara televisi", ataupun "transmisi televisi". (<http://www.pengertiandefinisi.com/2012/02/pengertian-televisi.html>)

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Televisi artinya adalah: 1). 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; 2).Pesawat penerima gambar siaran televisi (<http://www.pengertiandefnisi.com/2012/02/pengertian-televisi.html>).

Konsep Teori Modelling

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan Teori Modelling dimana teori ini merupakan aplikasi dari Teori Belajar Sosial yang dikemukakan oleh Albert Bandura (1986), seorang psikolog dari Kanada. Menurut teori belajar sosial, orang belajar dari orang lain melalui observasi, peniruan, dan pemodelan (<http://lenterakecil.com/teori-belajar-sosial-menurut-bandura/>). Inti dari teori ini adalah pemodelan (modelling), dan pemodelan inilah yang merupakan salah satu langkah penting dari pembelajaran terpadu. Pertama-tama seseorang akan melakukan pengamatan akan sikap, perilaku, dan hasil dari perilaku orang lain tersebut yang kemudian akan ia tiru (imitasi) sehingga orang tersebut akan dijadikan role model bagi dirinya. Ada dua jenis pembelajaran melalui pengamatan. Yang pertama, pembelajaran melalui pengamatan dapat terjadi melalui kondisi yang dialami orang lain, contohnya seorang pelajar melihat temannya dipuji dan ditegur oleh gurunya karena perbuatannya, maka ia kemudian meniru melakukan perbuatan lain yang tujuannya sama ingin dipuji oleh gurunya. Kejadian ini merupakan contoh dari penguatan melalui pujian yang dialami orang lain. Kedua, pembelajaran melalui pengamatan meniru perilaku model meskipun model itu tidak mendapatkan penguatan positif atau penguatan negatif saat mengamati itu sedang memperhatikan model itu mendemonstrasikan sesuatu yang ingin dipelajari oleh pengamat tersebut dan mengharapkan mendapat pujian atau penguatan apabila menguasai secara tuntas apa yang dipelajari itu. Model tidak harus diperagakan oleh seseorang secara langsung, tetapi kita dapat juga menggunakan seseorang pemeran atau visualisasi tiruan sebagai model. Sekitar tahun 1959-1963 Albert Bandura dan Richard Walters, telah melakukan eksperimen pada anak – anak yang juga berkenaan dengan peniruan. Hasil eksperimen mereka mendapati, bahwa peniruan dapat berlaku hanya melalui pengamatan terhadap perilaku model (orang yang ditiru) meskipun

pengamatan itu tidak dilakukan terus menerus. Proses belajar semacam ini disebut "*observational learning*" atau pembelajaran melalui pengamatan. Bandura (1971), kemudian menyarankan agar teori pembelajaran sosial diperbaiki memandang teori pembelajaran sosial yang sebelumnya hanya mementingkan perilaku tanpa mempertimbangan aspek mental seseorang.

(<http://edukasi.kompasiana.com/2011/03/12/teori-belajar-sosial-albert-bandura/>). Hal itulah yang membuat sehingga muncullah aplikasi lanjutan dari teori belajar sosial yang lebih dikenal dengan teori modeling.

Ada beberapa tahap (memperhatikan perilaku, mengidentifikasi-diri, terasa fungsional, untuk merespon situasi, merasa puas dan pengukuhan) seseorang membentuk perilaku sebagai pengaruh dari pesan-pesan tayangan media. Bila teori modeling ini diaplikasikan kedalam bentuk pengaruh penampilan akibat terpaan media massa, maka secara esensial berproses: (1) Individu yang menonton penampilan orang (model) memperhatikan bentuk perilaku tertentu dari model tersebut. (2) Pemirsa lalu mengidentifikasikan diri dengan model tersebut. Jika dia berpenampilan seperti model tersebut maka dia akan merasa tampak menarik dan baik. (3) Pemirsa baik secara sadar atau tidak ketika berpenampilan seperti model yang ditiru merasa memperoleh sesuatu yang fungsional seperti diharapkan, ketika digunakan atau ditampilkan dalam situasi tertentu. (4) Apa yang diperoleh pemirsa dengan mengidentifikasi dari model yang ditiru dapat digunakan sebagai media dalam merespons situasi yang relevan. (5) Tindakan yang dihasilkan dari mengidentifikasi-diri dengan model dirasakan dapat menimbulkan kepuasan, ganjaran, sehingga tindakan meniru tersebut seakin dikukuhkan. (6) Tindakan pengukuhan tersebut lalu akan selalu diulang dalam merespons setiap situasi yang dihadapi (Hamidi, 2007).

Kaitan antara Teori Modeling dengan penelitian yang akan dilaksanakan adalah salah satu efek dari media massa adalah terjadinya pengimitasian yang dilakukan pemirsa yang didasarkan pada apa yang ia lihat di media massa. Dalam hal ini, efek dari tayangan televisi yang berhubungan dengan budaya pop Korea menarik perhatian dari pemirsa di kalangan remaja sehingga terjadilah pengimitasian. Dalam kaitannya dengan penelitian ini, maka teori modeling dapat menjelaskan bagaimana remaja SMAN 9, Manado mengimitasi

budaya pop Korea yang tengah populer ke dalam gaya hidup mereka sehari-hari dimana saat ini budaya Korea tengah menjadi role model mereka.

Metodologi Penelitian

Penelitian dilaksanakan di SMA Negeri 9, Manado dan yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah siswa/i SMA Negeri 9, Manado yang mengikuti perkembangan budaya pop Korea dan mengimitasinya ke dalam gaya hidup keseharian mereka. Dengan demikian teknik yang digunakan untuk menentukan informan dalam penelitian ini adalah teknik purposive sampling dimana informan dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu (Prastowo, 2012:197).

Data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara mendalam serta observasi langsung serta beberapa artikel-artikel dari majalah/Koran/internet yang kemudian data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif kualitatif.

Hasil dan Pembahasan

Sebagian besar informan menyatakan bahwa mereka mengikuti perkembangan budaya pop Korea melalui televisi bahkan mereka pun mengetahui waktu penayangan untuk acara-acara Korea tersebut. Hal ini pula sesuai dengan praktek hidup dan gaya mereka yang mengadopsi sekaligus mengoleksi segala hal yang berhubungan dengan budaya pop Korea. Selain itu salah satu informan menyatakan bahwa ia lebih sering mengikuti perkembangan budaya pop Korea melalui internet yang menurutnya lebih cepat dalam menampilkan berbagai informasi terbaru tentang budaya pop Korea. Dapat dikatakan bahwa mereka lebih mengikuti perkembangan budaya luar dibandingkan budaya sendiri.

Pentingnya pengawasan orang tua dalam membina anak pun terlihat kurang direspon dengan baik. Hal ini dapat dibuktikan dengan frekuensi serta durasi menonton acara Korea melalui televisi yang dikemukakan oleh para informan. Sebanyak 50% informan menyatakan bahwa mereka frekuensi menonton acara Korea dalam seminggu adalah kurang dari 4 kali, dan untuk frekuensi menonton acara Korea dalam seminggu sebanyak lebih dari 4 kali ada 40%, sedangkan 10% menyatakan bahwa ia tidak tahu pasti

seberapa seringnya ia menonton acara Korea melalui televisi dikarenakan ia lebih memilih *live streaming* melalui internet. Untuk frekuensi menonton acara Korea melalui televisi dalam sehari, 40% informan menyatakan bahwa mereka menghabiskan waktu sebanyak lebih 5 kali, sedangkan masing-masing 30% informan menyatakan dapat menghabiskan kurang dari 3 kali dan 3-5 kali dalam sehari untuk menonton acara tersebut. Sedangkan frekuensi untuk menonton acara Korea melalui televisi per jamnya dalam sehari, 60% informan menyatakan bahwa mereka menghabiskan lebih dari 4 jam dalam sehari dan 40% informan menyatakan bahwa mereka menghabiskan 2-4 jam dalam sehari untuk menontonnya. Berdasarkan data tersebut, peran orang tua sebagai guru pertama bagi remaja terlihat lemah. Orang tua seharusnya bisa memberikan pengertian dan mengajak anak mereka untuk lebih mencintai budaya bangsa sendiri. Namun, pada kenyataannya orang tua membiarkan anak mereka menghabiskan banyak waktu mereka untuk menonton dan mencari tahu tentang perkembangan budaya pop Korea. Bahkan beberapa remaja lebih memilih membuang waktunya untuk menonton acara Korea dibandingkan menghabiskan waktunya untuk membaca ataupun belajar. Tidak sedikit dari mereka pun mengungkapkan bahwa mereka bisa belajar sambil menonton acara Korea favorit mereka.

Ketertarikan informan akan budaya pop Korea ini dikarenakan adanya pengaruh dari orang-orang terdekat mereka yakni keluarga dan teman. Semakin seringnya keluarga atau teman mereka memperkenalkan dan membicarakan budaya ini membuat mereka semakin tertarik untuk mencari tahu tentang budaya tersebut. Selain itu 9 dari 10 informan menyatakan bahwa mereka mengimitasi budaya pop Korea karena keinginan mereka sendiri. Keunikan dan originalitas budaya pop Korea terutama trend fashion Korea tersebutlah yang membuat mereka tertarik untuk mengimitasi budaya ini. Sedangkan 1 informan menyatakan bahwa ia mengikuti budaya pop Korea karena ia mau ikut trend populer di kalangan teman-temannya sehingga ia tidak ketinggalan jaman. Mereka pun mengatakan bahwa mereka percaya diri apabila apa yang mereka imitasi terlihat cocok dan menarik dengan diri mereka sendiri terlebih apabila mereka mendapatkan tanggapan positif dari orang-orang di sekitar mereka dan tidak sedikit dari mereka pun harus rela menghabiskan uang yang tidak sedikit untuk membeli aksesoris tersebut. Beberapa dari mereka mengatakan bahwa mereka membeli aksesoris-aksesoris Korea dengan menggunakan uang tabungan mereka namun adapula yang mengatakan bahwa mereka

meminta uang tambahan dari orang tua dikarenakan harganya yang mahal. Mereka memang mengakui bahwa beberapa gaya Korea tidak sesuai dengan budaya Indonesia, akan tetapi mereka merasa hal itu tidak terlalu menjadi masalah karena mereka selalu berusaha untuk menyesuaikan dengan etika yang berlaku di Indonesia atau tidak terlalu berlebihan dalam menerapkan gaya berpakaian Korea.

Semua data hasil penelitian tersebut menampilkan bagaimana budaya pop Korea menjadi incaran kaum muda kita. Mungkin mereka akan menjelaskan dengan gaya dan pemahaman mereka tentang apa yang sementara mereka gemari dan hidupi dalam keseharian hidup. Namun disisi lain tampak dengan jelas mereka mulai meninggalkan budaya Indonesia sebagai pegangan dalam hidup keseharian. Mereka lebih memperjuangkan budaya lain dari pada budaya sendiri. Kepercayaan diri serta motivasi yang tinggi serta pengakuan positif dari kalangan masyarakat dan keluarga akan sangat membantu mereka lebih tumbuh dalam menghidupi budaya bangsa lain. Pertanyaan yang kita hadapi sekarang, bagaimana bangsa kita bisa mengatasi masalah ini? Inilah yang disebut sebagai sebuah proses pergeseran budaya dimana budaya pribumi menjadi hal yang aneh bagi anak bangsa sementara budaya luar menjadi santapan lezat bagi para remaja kita. Dengan jelas, teknologi dan informasi yang berkembang di zaman ini, memperlihatkan dua sisi, positif dan negatif. Positif jika hal itu dapat membantu kita untuk mempelajari budaya lain sebagai sebuah kekayaan informasi dan pengetahuan sementara hal itu menjadi negatif jika dijadikan sebagai sebuah pegangan dan panutan dalam hidup. Nilai-nilai budaya Indonesia yang memiliki banyak bentuk tidak menjadi hal yang digemari dikalangan para remaja.

Kesimpulan

- (1) Para remaja di Indonesia terlebih khusus pada siswa SMAN 9, Manado mengimitasi budaya pop Korea yang saat ini sangat populer dalam kalangan masyarakat. Budaya pop Korea yang diimitasi lebih kearah fashion Korea. Mereka tanpa ragu berpakaian layaknya remaja Korea atau artis-artis Korea di dalam keseharian mereka.
- (2) Proses perkembangan dan pengimitasian mereka terhadap budaya pop Korea semakin meningkat sejalan dengan perkembangan teknologi dan informasi melalui media

massa, terlebih khusus melalui televisi. Mereka rela menyediakan banyak waktu hanya untuk dapat menyaksikan sosialisasi budaya lain.

- (3) Proses pengimitasian para remaja ini, memperlihatkan terjadinya sebuah pergeseran kekaguman terhadap budaya sendiri. Nampak dengan jelas proses pergeseran budaya. Orang tua tak mampu mengarahkan anak mereka untuk tetap mengagumi dan mengimitasi budaya sendiri melainkan mengizinkan anak-anak mereka mengimitasi budaya pop korea dengan cara berpakaian serta bergaya Korea.

Saran

- (1) Para siswa dianjurkan untuk mengembangkan budaya bangsa dengan cara menghidupi gaya serta nilai-nilai yang terkandung dalam budaya Indonesia
- (2) Para guru dan orang tua disarankan untuk dapat membantu dan memperhatikan proses perkembangan hidup para remaja dalam hal berhadapan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, teristimewa terhadap teknologi informasi dan komunikasi. Hal ini, akan membantu para remaja untuk lebih selektif dalam bergaya.
- (3) Pemerintah dituntut untuk lebih memajukan budaya bangsa secara lebih menarik dan kontekstual atau sesuai dengan konteks zaman sekarang sehingga para remaja dapat menghidupinya dalam pergaulan keseharian mereka.

Daftar Pustaka

- Hamidi, M.Si, 2007. **Metode Penelitian dan Teori Komunikasi**. Malang: UMM Press.
- Monks,F.J. 2002. **Psikologi Perkembangan**. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Nugraheni,P.N.A. 2003. **Perbedaan Kecenderungan gaya Hidup Hedonis Pada Remaja Ditinjau dari Lokasi Tempat Tinggal**. Skripsi (tidak diterbitkan).
- Plummer,R. 1983. **Life Span Development Psychology: Personality and Socialization**. New York: Academic Press.
- Prastowo, Andi. 2012. **Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian**. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. 1997. **Psikologi Remaja**. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Subandy, Idi. 1997. **Ecstasy Gaya Hidup**. Bandung: Penerbit Mizan.
- Williams, Raymond. 1983. **Keywords: A Vocabulary of Culture and Society**. London: Fontana.

Sumber lain :

<http://arihdyacaesar.wordpress.com/2012/01/13/pengertian-imitasi-akulturasi-demografi-globalisasi-variabel-unik> diakses pada tanggal 4 Oktober 2012.

<http://edukasi.kompasiana.com/2011/03/12/teori-belajar-sosial-albert-bandura/> diakses pada tanggal 9 Oktober 2012.

<http://kamusbahasaindonesia.org/budaya> diakses pada tanggal 4 Oktober 2012.

<http://kamusbahasaindonesia.org/populer> diakses pada tanggal 4 Oktober 2012.

<http://lenterakecil.com/teori-belajar-sosial-menurut-bandura/> diakses pada tanggal 9 Oktober 2012.

<http://www.duniapsikologi.com/remaja-pengertian-dan-definisinya> diakses pada tanggal 4 Oktober 2012.

<http://www.pengertiandefinisi.com/2012/02/pengertian-televisi.html> diakses pada tanggal 4 Oktober 2012.

<http://www.slideshare.net/andreyuda/media-dan-budaya-populer> diakses pada tanggal 4 Oktober 2012.