

IMITASI BUDAYA KOREA PADA TREN MODE *FASHION* LAKI-LAKI DI KOTA KENDARI

Mita Juliana¹, Sumadi Dilla², Aprilia Suci Sanjaya³

^{1,2,3}Jurusan Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Halu Oleo

Kampus Hijau Bumi Tridharma, Anduonohu, Kec. Kambu, Kota Kendari, Indonesia

Email : mitajulianaa29@gmail.com¹

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan globalisasi telah memudahkan penyebaran budaya, salah satunya adalah *Korean Wave (Hallyu)* yang sangat mempengaruhi gaya hidup remaja di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Tren mode *fashion* Korea yang unik dan menarik telah menjadi fenomena yang signifikan di kalangan remaja laki-laki di Kota Kendari. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis imitasi budaya Korea pada tren mode *fashion* laki-laki di Kota Kendari serta faktor-faktor yang mendorong perilaku tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi partisipatif. Informan penelitian terdiri dari enam remaja laki-laki anggota komunitas Forza Family di Kota Kendari yang aktif mengadopsi tren *fashion* Korea. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tren mode *fashion* Korea sangat diminati oleh remaja laki-laki di Kota Kendari karena keunikan dan kesan modis yang ditawarkan. Media sosial, seperti Instagram, YouTube, dan TikTok, berperan besar dalam penyebaran informasi dan referensi *fashion* Korea. Selain itu, para remaja juga menggunakan make-up, skincare, dan accessories yang biasa digunakan oleh idol Korea untuk meningkatkan penampilan mereka. Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa budaya populer seperti *Korean Wave* dapat mempengaruhi gaya hidup dan perilaku *fashion* remaja di Indonesia. Hal ini memberikan peluang bagi industri *fashion* dan kecantikan lokal untuk mengadopsi elemen-elemen dari tren global ini dalam produk mereka, serta menunjukkan pentingnya memahami dinamika sosial-budaya dalam merancang strategi pemasaran.

Kata-kata Kunci: *Korean Wave*; Tren Mode *Fashion*; Imitasi Budaya; Remaja Laki-Laki

IMITATION OF KOREAN CULTURE IN MALE FASHION TRENDS IN KENDARI CITY

ABSTRACT

The development of technology and globalization has facilitated the spread of cultures, one of which is the Korean Wave (Hallyu), which has significantly influenced the lifestyles of teenagers worldwide, including in Indonesia. The unique and attractive Korean fashion trends have become a significant phenomenon among male teenagers in the city of Kendari. This research aims to analyze the imitation of Korean culture in male fashion trends in Kendari and the factors driving this behavior. The research method used is descriptive qualitative, with data collection techniques through in-depth interviews and participatory observation. The research informants consist of six male teenagers who are members of the Forza Family community in Kendari, actively adopting Korean fashion trends. The research results show that Korean fashion trends are highly favored by male teenagers in Kendari due to the uniqueness and stylish impression they offer. Social media platforms like Instagram, YouTube, and TikTok play a significant role in disseminating information and references for Korean fashion. Moreover, the teenagers also use makeup, skincare, and accessories commonly used by Korean idols to enhance their appearance. The implications of this research indicate that popular culture like the Korean Wave can influence the lifestyle and fashion behavior of teenagers in Indonesia. This provides opportunities for local fashion and beauty industries to adopt elements of these global trends into their products and highlights the importance of understanding socio-cultural dynamics in designing marketing strategies..

Keywords: *Korean Wave; Fashion Trends; Cultural Imitation; Male Teenagers*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam penyebaran budaya. Globalisasi telah memungkinkan interaksi lintas budaya menjadi lebih mudah dan cepat, sehingga batas-batas geografis semakin kabur. Salah satu fenomena budaya yang mendapat perhatian besar dalam beberapa dekade terakhir adalah *Korean Wave* atau Hallyu, yang merujuk pada popularitas global budaya Korea Selatan, termasuk musik pop (K-pop), drama, *fashion*, dan kuliner. *Korean Wave*, yang juga dikenal sebagai Hallyu, merujuk pada penyebaran global budaya populer Korea Selatan yang mencakup berbagai bentuk seperti musik, film, drama TV, mode, produk kecantikan, dan masakan (Syam & Ichwan, 2023). *Korean Wave* tidak hanya berhasil menarik perhatian masyarakat di Asia, tetapi juga di seluruh dunia, termasuk di Indonesia.

Budaya populer Korea, khususnya K-pop dan drama Korea, telah mempengaruhi banyak aspek kehidupan remaja di Indonesia. Gaya berpakaian, penggunaan make-up, skincare, dan aksesoris *fashion* yang ditampilkan oleh artis dan idol Korea menjadi tren yang diikuti oleh banyak remaja. Tren ini menciptakan fenomena imitasi budaya, di mana remaja mencoba meniru penampilan dan gaya hidup idol mereka. Kota Kendari, sebagai salah satu kota yang mengalami pengaruh *Korean Wave*, menjadi lokasi yang menarik untuk mengkaji bagaimana tren mode *fashion* laki-laki dipengaruhi oleh budaya Korea. Imitasi memainkan peran penting dalam pembelajaran budaya di berbagai masyarakat. Ini dianggap sebagai proses dasar untuk memperoleh dan mempertahankan fitur budaya seperti norma sosial dan organisasi (Bira & Hewlett, 2022). Imitasi, sebagai bentuk pembelajaran sosial, sangat penting untuk transmisi pengetahuan dan perilaku budaya, dengan beberapa peneliti menyatakan bahwa budaya manusia dibangun berdasarkan kemampuan untuk meniru (Zmyj et al., 2012).

Urgensi riset ini terletak pada pemahaman mendalam mengenai pengaruh budaya global terhadap gaya hidup lokal, khususnya dalam konteks mode *fashion*. Mengingat kekuatan pengaruh media sosial dan industri hiburan dalam membentuk persepsi dan perilaku remaja, penting untuk mengeksplorasi dinamika sosial dan kultural yang terjadi. Selain itu, penelitian ini memiliki implikasi praktis bagi industri *fashion* dan kecantikan lokal yang dapat mengadopsi elemen-elemen dari tren global ini dalam produk dan strategi pemasaran mereka.

Literatur terkait menunjukkan bahwa imitasi budaya merupakan fenomena yang umum dalam interaksi antar budaya. Teori peniruan (imitasi) yang dikemukakan oleh Bandura (2007) menjelaskan bahwa individu cenderung meniru perilaku yang mereka lihat di media, terutama jika perilaku tersebut menarik atau memiliki nilai sosial yang tinggi. Penelitian yang dilakukan oleh Lathifah (2018) dan Gerungan (2004) mengungkapkan bahwa faktor-faktor seperti kekaguman terhadap tokoh idola, kepuasan personal, dan minat individu berperan penting dalam proses imitasi. Penelitian oleh Paradina (2019) dan Kaparang (2020) menunjukkan bahwa remaja di Indonesia secara aktif mengadopsi elemen-elemen dari budaya populer Korea, mulai dari *fashion* hingga gaya hidup.

Namun, penelitian terdahulu masih terbatas pada pengaruh umum *Korean Wave* dan belum banyak yang secara spesifik mengkaji pengaruhnya terhadap tren mode *fashion* laki-laki. Penelitian oleh Putri (2021) dan Theriady (2022) lebih banyak berfokus pada perilaku imitasi secara umum dan dampaknya terhadap eksistensi budaya lokal. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba untuk mengisi kekosongan tersebut dengan fokus yang lebih spesifik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana imitasi budaya Korea mempengaruhi tren mode *fashion* laki-laki di Kota Kendari. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mendorong perilaku imitasi tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi partisipatif. Informan penelitian terdiri dari enam remaja laki-laki anggota komunitas Forza Family di Kota Kendari yang aktif mengadopsi tren *fashion* Korea.

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif mengenai pengaruh *Korean Wave* terhadap gaya hidup remaja laki-laki di Kendari, serta implikasinya bagi industri *fashion* dan kecantikan lokal. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang komunikasi dan budaya, tetapi juga memberikan rekomendasi praktis bagi industri terkait untuk mengembangkan produk dan strategi yang sesuai dengan tren global yang sedang berkembang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kota Kendari, Sulawesi Tenggara, yang dipilih karena menunjukkan pengaruh signifikan dari *Korean Wave*, terutama di kalangan remaja laki-laki.

Kota ini memiliki komunitas aktif pencinta budaya Korea, seperti Forza Family, yang menjadi objek penelitian. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang memungkinkan eksplorasi mendalam mengenai pengalaman, persepsi, dan motivasi informan dalam konteks sosial dan budaya mereka. Objek penelitian ini adalah imitasi budaya Korea pada tren mode *fashion* laki-laki, sementara subjek penelitiannya adalah remaja laki-laki berusia 15-25 tahun yang aktif mengikuti tren *fashion* Korea dan tergabung dalam komunitas Forza Family.

Penentuan informan dilakukan dengan teknik *purposive*, di mana informan dipilih berdasarkan kriteria relevan, seperti usia 15-25 tahun, ketertarikan pada *Korean Wave*, dan keterlibatan dalam tren *fashion* Korea. Sebanyak enam informan dari komunitas Forza Family dilibatkan untuk mendapatkan data yang beragam dan mendalam mengenai fenomena ini. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (*in-depth interviews*) untuk menggali pengalaman dan pandangan informan, observasi partisipatif terhadap aktivitas dan gaya berpakaian mereka, serta dokumentasi berupa foto dan video.

Analisis data dilakukan melalui reduksi data untuk menyederhanakan dan memilah informasi yang relevan, penyajian data dalam bentuk narasi deskriptif untuk mengidentifikasi pola dan tema, serta penarikan kesimpulan mengenai pengaruh *Korean Wave* terhadap tren mode *fashion* laki-laki di Kota Kendari. Proses verifikasi data dilakukan melalui triangulasi dan diskusi dengan informan untuk memastikan keakuratan dan validitas temuan penelitian. Metode ini diharapkan dapat memberikan wawasan komprehensif tentang bagaimana budaya Korea mempengaruhi gaya berpakaian remaja laki-laki di Kota Kendari serta faktor-faktor yang mendorong mereka untuk mengadopsi elemen-elemen dari budaya populer Korea.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa tren mode *fashion* Korea memiliki daya tarik kuat bagi remaja laki-laki di Kota Kendari. Berdasarkan wawancara dengan enam informan, ditemukan bahwa semua informan tertarik dengan tren mode *fashion* Korea karena keunikan, kesederhanaan, dan kesan berkelas yang ditawarkan. *Fashion* Korea dikenal dengan penggunaan warna-warna mencolok dan desain yang sederhana namun tetap menarik perhatian, seperti yang diungkapkan oleh informan Adhitya Pratama (22 tahun) yang menyatakan bahwa :

“*Fashion* Korea unik dengan warna-warna terang yang berbeda dari negara lain. Hal ini

menarik perhatian remaja di Kendari untuk mengadopsi gaya tersebut dalam kehidupan sehari-hari mereka.”

Selain itu, para informan mengungkapkan bahwa media sosial memainkan peran penting dalam penyebaran tren *fashion* Korea. Instagram, YouTube, dan TikTok adalah *platform* utama yang digunakan oleh informan untuk mendapatkan inspirasi dan referensi *fashion*. Seperti yang dikatakan Samsul Bahri (20 tahun) menegaskan bahwa:

“Media sosial sangat membantu dalam mencari referensi ber*fashion* karena memberikan akses langsung ke tren Korea”.

Peran media sosial ini menguatkan teori peniruan dari Bandura (2007), yang menyatakan bahwa media adalah alat penting dalam proses pembelajaran sosial dan imitasi, memungkinkan individu untuk mengamati dan meniru perilaku dari berbagai sumber.

Motivasi lain yang mendorong remaja Kendari mengadopsi *fashion* Korea adalah keinginan untuk terlihat menarik dan meningkatkan rasa percaya diri. Beberapa informan menyebutkan bahwa mereka ingin menonjol dan mendapatkan pengakuan sosial melalui penampilan mereka. Aril (16 tahun) mengungkapkan bahwa :

“*Fashion* Korea membuatnya merasa lebih percaya diri dan berbeda dari yang lain, menunjukkan bagaimana *fashion* menjadi alat ekspresi diri dan identitas sosial bagi remaja”.

Penelitian ini juga mengidentifikasi bahwa para informan memiliki role model dari kalangan artis dan idol Korea yang mereka jadikan panutan dalam berpenampilan. Informan seperti Dikal (21 tahun) dan Erwin Giovani (21 tahun) menyebutkan idol-idol seperti BTS dan NCT sebagai contoh *fashion* yang simpel dan keren. Keberadaan role model ini memfasilitasi proses imitasi, di mana remaja mengamati dan meniru gaya berpakaian yang ditampilkan oleh idol mereka.

Selain aspek *fashion*, penggunaan make-up dan skincare juga diadopsi oleh para remaja laki-laki di Kendari, menunjukkan perubahan persepsi terhadap maskulinitas. Beberapa informan menyatakan bahwa penggunaan *make-up* dan *skincare* adalah hal yang wajar untuk meningkatkan penampilan dan merawat kulit. Samsul Bahri (20 tahun) menekankan bahwa:

“*Make-up* tidak hanya untuk perempuan dan dapat digunakan secara natural oleh laki-laki, terutama untuk menutupi bekas jerawat dan flek hitam”.

Namun, ada tantangan yang dihadapi dalam mengadopsi gaya *fashion* Korea, seperti perbedaan ukuran pakaian dan ketersediaan produk di pasar lokal. Selain itu, beberapa

informan merasa perlu untuk menyeimbangkan antara adopsi elemen budaya asing dan pelestarian identitas budaya lokal. Informan seperti Muh Guntur Ramadhan (17 tahun) menyatakan pentingnya menjaga identitas budaya lokal meskipun tertarik dengan *fashion* Korea.

Dari analisis data, terlihat bahwa imitasi budaya Korea di Kota Kendari tidak hanya dipengaruhi oleh faktor estetika, tetapi juga oleh kebutuhan sosial dan emosional remaja untuk diakui dan diterima dalam kelompok mereka. Fenomena ini menunjukkan bahwa budaya populer Korea memiliki dampak yang signifikan terhadap gaya hidup remaja di Indonesia, mengubah cara mereka mengekspresikan diri dan berinteraksi dengan lingkungan sosial mereka.

Penelitian ini juga dapat diperkaya melalui penerapan teori pembelajaran sosial yang dikemukakan oleh Albert Bandura (2007). Teori ini menekankan bahwa individu belajar dan meniru perilaku melalui proses observasi, modeling, dan imitasi, yang melibatkan empat komponen utama: perhatian, retensi, reproduksi, dan motivasi. Dalam konteks penelitian ini, temuan menunjukkan bahwa remaja laki-laki di Kota Kendari terpengaruh oleh tren mode *fashion* Korea karena aspek keunikan, kesederhanaan, dan kesan modis yang diberikan. Media sosial seperti Instagram, YouTube, dan TikTok berfungsi sebagai *platform* utama yang memfasilitasi penyebaran informasi dan memberikan paparan visual kepada remaja, memungkinkan mereka untuk mengamati dan menginternalisasi gaya berpakaian Korea. Proses ini menggarisbawahi peran penting media dalam tahap perhatian dan retensi, di mana remaja tertarik dan menyimpan informasi tentang *fashion* Korea yang disajikan oleh berbagai *platform* digital.

Lebih lanjut, kehadiran artis dan idol Korea sebagai role model memperkuat tahap reproduksi dalam teori Bandura, di mana remaja meniru gaya berpakaian dan penampilan idol tersebut. Motivasi untuk mengadopsi tren ini didorong oleh keinginan untuk meningkatkan rasa percaya diri dan mendapatkan pengakuan sosial, sesuai dengan komponen motivasi dari teori Bandura. Misalnya, beberapa informan dalam penelitian ini menegaskan bahwa adopsi *fashion* Korea memberikan mereka rasa percaya diri dan status sosial yang lebih tinggi di lingkungan sosial mereka. Hal ini menunjukkan bahwa imitasi bukan hanya tentang peniruan fisik tetapi juga berkaitan dengan kebutuhan emosional dan sosial remaja.

Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa perubahan persepsi terhadap maskulinitas terjadi ketika remaja laki-laki di Kendari mulai menggunakan produk *make-up* dan *skincare*,

menandakan penerimaan terhadap elemen budaya Korea yang lebih luas. Namun, penelitian ini mencatat adanya tantangan dalam proses adopsi ini, seperti perbedaan ukuran pakaian dan ketersediaan produk di pasar lokal, serta kekhawatiran akan pelestarian identitas budaya lokal. Tantangan-tantangan ini mencerminkan tahap kritis dalam reproduksi, di mana remaja harus menyeimbangkan antara adopsi elemen budaya asing dan mempertahankan identitas budaya lokal mereka.

Dengan demikian, analisis ini menunjukkan bahwa teori Bandura relevan dalam memahami bagaimana tren *fashion* Korea memengaruhi gaya hidup remaja laki-laki di Kota Kendari. Proses imitasi ini, yang didorong oleh media sosial, role model, dan motivasi sosial, tidak hanya berdampak pada penampilan fisik tetapi juga pada konstruksi identitas sosial dan personal remaja. Oleh karena itu, penelitian ini menggarisbawahi pentingnya memahami dinamika interaksi antara budaya global dan lokal, serta dampaknya terhadap pembentukan identitas generasi muda di era globalisasi dan digitalisasi saat ini. Penelitian ini memberikan wawasan yang lebih dalam tentang bagaimana elemen-elemen budaya populer dapat mempengaruhi dan mengintegrasikan diri dalam konteks budaya lokal, menawarkan peluang bagi industri *fashion* dan kecantikan lokal untuk mengembangkan produk dan strategi pemasaran yang lebih relevan dan adaptif.

Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa tren mode *fashion* Korea telah mengakar kuat dalam kehidupan remaja laki-laki di Kota Kendari. Pengaruh media sosial, peran role model, dan kebutuhan sosial menjadi faktor utama yang mendorong adopsi budaya ini. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya memahami dinamika budaya global dan lokal dalam membentuk identitas remaja, serta peluang bagi industri *fashion* lokal untuk mengintegrasikan elemen-elemen dari tren global ini ke dalam produk dan strategi pemasaran mereka.

SIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa tren mode *fashion* Korea telah menjadi fenomena yang signifikan di kalangan remaja laki-laki di Kota Kendari. *Korean Wave*, yang ditandai dengan popularitas musik, drama, dan *fashion* dari Korea Selatan, memberikan pengaruh yang kuat terhadap cara berpakaian dan gaya hidup remaja di Kendari. Melalui analisis wawancara dengan enam informan, ditemukan bahwa remaja tertarik dengan *fashion* Korea karena keunikan, kesederhanaan, dan kemampuannya untuk memberikan kesan berkelas.

Media sosial, seperti Instagram, YouTube, dan TikTok, memainkan peran penting dalam penyebaran tren ini, memberikan akses mudah bagi remaja untuk mengikuti gaya *fashion* idol Korea. Selain itu, adanya role model dari kalangan artis dan idol Korea menjadi pendorong utama dalam proses imitasi, di mana remaja mengadopsi gaya berpakaian, penggunaan make-up, dan skincare yang diperlihatkan oleh idol mereka. Motivasi untuk tampil menarik dan percaya diri juga menjadi faktor penting yang mendorong adopsi tren ini.

Namun, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, sampel penelitian terbatas pada enam informan dari satu komunitas pencinta budaya Korea, yang mungkin tidak mewakili seluruh populasi remaja laki-laki di Kendari. Kedua, penelitian ini lebih berfokus pada aspek *fashion* dan belum sepenuhnya mengeksplorasi dimensi lain dari imitasi budaya Korea, seperti perubahan perilaku sosial dan nilai-nilai budaya yang mungkin terpengaruh. Ketiga, data dikumpulkan melalui wawancara dan observasi, yang dapat dipengaruhi oleh bias subyektivitas baik dari informan maupun peneliti.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar studi ini diperluas dengan melibatkan lebih banyak informan dari berbagai latar belakang sosial dan ekonomi untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang pengaruh *Korean Wave*. Penelitian juga dapat mengeksplorasi aspek lain dari budaya Korea yang diimitasi oleh remaja, seperti bahasa, musik, dan gaya hidup, serta dampaknya terhadap identitas budaya lokal. Selain itu, penggunaan metode kuantitatif dapat membantu mengukur tingkat pengaruh dan korelasi antara paparan media sosial dan adopsi tren *fashion* Korea secara lebih objektif. Dengan demikian, penelitian masa depan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang dinamika interaksi antara budaya lokal dan global serta implikasinya bagi identitas generasi muda di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Bandura, A. (2007). Much ado over a faulty conception of perceived self-efficacy grounded in faulty experimentation. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 26(6), 641-658.
- Bira, T. G. and Hewlett, B. S. (2022). Cultural learning among pastoralist children. *Cross-Cultural Research*, 57(1), 74-110. <https://doi.org/10.1177/10693971221134180>
- Gerungan, W. A. (2004). Psikologi Sosial. PT Refika Aditama.
- Kaparang, O. M. (2013). Analisa Gaya Hidup Remaja Dalam Mengimitasi Budaya Pop Korea Melalui Televisi. *Acta Diurna Komunikasi*, 2(2).
- Lathifah, I. N., Herman, A., & Yusaputra, M. I. (2018). Pengaruh Mengakses *Korean Wave* terhadap Perilaku Imitasi Remaja di Kota Palu. *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 111-126.

- Putri, M. E. (2021). *Hubungan Konsep Diri (Self Concept) Dengan Perilaku Imitasi Pada Remaja Penggemar K-Pop* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Syam, A. P. H. and Ichwan, M. N. (2023). The *Korean Wave* phenomena in youth and halal industry: opportunities and challenges. *LIKUID: Jurnal Ekonomi Industri Halal*, 3(1), 1-17. <https://doi.org/10.15575/likuid.v3i1.21548>
- Theriady, A. A. Z. (2022). *Perilaku Komunikasi dan Imitasi Komunitas Blink Terhadap Eksistensi Budaya Lokal di Kota Makassar* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Zmyj, N., Aschersleben, G., Prinz, W., & Daum, M. M. (2012). The peer model advantage in infants' imitation of familiar gestures performed by differently aged models. *Frontiers in Psychology*, 3. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2012.00252>