



**PERILAKU IMITASI FASHION SNSD OLEH SONE SEBAGAI
BENTUK PRESENTASI DIRI DAN IDENTITAS SONE
(ANALISIS FENOMENOLOGI PERILAKU FANS TERHADAP ARTIS
IDOLANYA)**

**Skripsi
Diajukan untuk Menempuh Ujian Sarjana
Program Strata 1 dalam Ilmu komunikasi**

Disusun oleh :

**Siska Ratih Dewanti
14030110120027**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
SEMARANG**

2014

ABSTRAK

SISKA RATIH DEWANTI. PERILAKU IMITASI FASHION SNSD OLEH SONE SEBAGAI BENTUK PRESENTASI DIRI DAN IDENTITAS SONE (Analisis Fenomenologi Perilaku penggemar Terhadap Artis Idolanya). Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ,Universitas Diponegoro ,2014.

Skripsi ini melaporkan hasil penelitian dari analisis fenomenologi terhadap fashion komunitas penggemar girls band korea SNSD ,yaitu SONE di Kota Tegal. Fashion SONE menunjukkan bahwa ada pesan yang ingin disampaikan oleh mereka. Dengan pengamatan terhadap atribut *fashion* yang mereka gunakan, penelitian ini ingin memaknai bagaimana *fashion* bisa dijadikan sebuah sarana untuk mempresentasikan diri dan sebagai identitas SONE. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perkembangan kajian fenomenologi komunikasi dan memberikan pengetahuan bahwa komunitas *fashion* SONE mempunyai sisi yang unik dan tidak selalu identik dengan perilaku yang melanggar norma . Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mengungkapkan adanya hubungan antara suatu gejala dengan gejala lain dalam masyarakat. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, studi pustaka, dan wawancara. Analisa data dilakukan bersamaan ketika peneliti mengumpulkan data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku imitasi yang terjadi pada kelompok SONE terjadi dalam hal simbolik saja. Dimana mereka menggunakan pakaian yang sama dengan apa yang kerap digunakan oleh anggota SNSD untuk menunjukkan pada masyarakat bahwa mereka merupakan bagian dari kelompok SONE. Kelompok SONE sendiri dikenal sebagai kelompok fandom k-pop “*eksklusif*”di kota Tegal ,selain itu mereka ingin membuat kesan dengan menyampaikan pesan nonverbal melalui perantara *fashion* yang mereka gunakan ,bahwa dengan menggunakan *SNSD style* yang notabene berbeda dari kebiasaan pakaian yang digunakan oleh kebanyakan orang di lingkungan mereka dan kerap kali dianggap “aneh” mereka justru bisa tampil lebih modis dan akhirnya membuat orang tertarik dengan apa yang mereka gunakan.

Kata Kunci : Kpop , SNSD , SONE , Imitasi , Fenomenologi

ABSTRACT

SISKA RATIH DEWANTI . IMITATION OF CONDUCT BY FASHION SNSD SONE AS A FORM OF PRESENTATION OF SELF AND IDENTITY SONE (Phenomenology Analysis of Behavior Artists Against fans idol) . Department of Communication Studies , Faculty of Social and Political Sciences , University of Diponegoro , 2014 .

This study aims the results of phenomenology analysis of the fashion community fan of SNSD Korean girls band , SONE at Tegal . Fashion SONE showed that there is a message to be conveyed by them . With the observation of fashion attributes they use , this research wants to make sense of how fashion can be used as a means to express themselves and as a SONE identity . This study is expected to provide benefits for the development of a phenomenological study of communication and provide knowledge that SONE fashion community has a unique side and not always synonymous with behavior that violates norms . This is a descriptive qualitative study aimed to reveal the relationship between the symptoms with other symptoms in the community . Data was collected through observation , literature , and interviews . The analysis of data simultaneously when the researchers collected data . The results of this study indicate that the imitation of behavior that occurs on SONE group occurs in symbolic terms . Where they use the same clothes into what is often used by members of SNSD they'll show the public that they are part of a group SONE . SONE own group known as the k - pop fandom " exclusive " in Tegal , other than that they want to make an impression with nonverbal messages conveyed through the medium of fashion that they use , by using a style which incidentally SNSD different from custom clothing used by most people in their neighborhood and are often considered " weird " they can actually look more fashionable and ultimately get people interested in what they use .

Keyword : Kpop , SNSD , SONE , Imitation , Fenomenology

Berkembangnya industri media massa di dunia saat ini menyebabkan masyarakat tidak lagi buta akan kehidupan dan kebudayaan yang ada di dunia. Perkembangan media massa sekarang ini sudah memasuki era *cyber* atau era digital dimana media massa digital ini lebih murah ,lebih mudah digunakan dan lebih fleksibel ,hampir semua negara di dunia saat ini sudah mengenal media digital tidak terkecuali Indonesia. Kehadiran media digital membuat masyarakat Indonesia sekarang ini dapat dengan mudah memperoleh informasi apapun yang mereka inginkan,tidak terkecuali informasi tentang fenomena atau *trend* yang sedang terjadi di dunia.

Beberapa tahun terakhir ini ,dunia sedang digemparkan dengan sebuah fenomena yang bernama “Hallyu” atau biasa disebut juga “Korean Waves” ,dimana hallyu ini menyamai kepopuleran “Hollywood” di dunia. Korean waves adalah istilah untuk menggambarkan produk kebudayaan populer atau *pop culture* dari Korea Selatan yang berhasil disebarkan ke negara-negara lain di wilayah Asia, Eropa bahkan Amerika. Umumnya Hallyu memicu banyak orang-orang di negara tersebut untuk mempelajari bahasa dan kebudayaan Korea.

“ Gelombang budaya pop Korea merupakan fenomena yang menyebar di kawasan Asia Tenggara ,Cina dan Jepang. Citra negara Korea semakin meningkat karena festival Piala Dunia tahun 2002. gelombang ini dimulai dengan peningkatan popularitas bintang Pop Korea di luar negeri yang dalam beberapa waktu terakhir diperluas dengan kepopuleran drama seri serta film Korea. (*Dynamic Korea*,Korea National Tourism Organization, 2000 : 17)

Peningkatan kepopuleran Hallyu yang ditandai dengan banyaknya bermunculan berbagai produk industri media seperti K-drama dan K-pop memang banyak menarik perhatian masyarakat. Di Indonesia sendiri trend Hallyu bermula pada tahun 2000 yaitu dengan ditayangkannya drama Korea di Televisi Indonesia

yang berjudul “Endless Love”, Drama Ini sukses mengalahkan drama dari Taiwan yang sudah lebih dulu tayang di Indonesia. Berdasarkan survei AC Nielsen Indonesia, Endless Love rating-nya mencapai 10 (ditonton sekitar 2,8 juta pemirsa di lima kota besar). Drama Endless love ini seolah menjadi batu loncatan bagi Hallyu untuk ikut bersaing dengan Hollywood, Bollywood, dan Taiwan di Industri hiburan Indonesia. Sejak saat itulah gelombang Hallyu semakin tumbuh pesat di industri hiburan khususnya pertelevisian Indonesia.

Setelah sebelumnya drama mengambil cukup banyak perhatian masyarakat, tidak lama kemudian Korean waves kembali menggemparkan masyarakat dengan hadirnya *vocal group* atau yang saat ini lebih dikenal *girls band* atau *boys band*. Pada era 70-an vocal group memang sempat *booming* di kalangan masyarakat, namun kemudian vocal group ini dikalahkan dengan kemunculan trend Band. Trend vocal group kembali berada di puncak setelah salah satu *girl's band* asal korea yaitu SNSD berhasil menyedot perhatian masyarakat. SNSD atau Girls Generation (소녀시대; Sonyeo Shidae) adalah sembilan wanita cantik anggota Pop Korea Selatan yang dibentuk oleh S.M. Entertainment pada tahun 2007.



Sumber : website resmi SNSD girlsgeneration.smtown.com

Gambar 1. Girls Band SNSD

Kemunculan sebuah trend pasti dibarengi dengan kemunculan sekelompok orang yang menyebut diri mereka *fans*, begitupun yang terjadi pada *Hallyu* dan *girls band* SNSD. tidak lama setelah kemunculannya yang menyebabkan kehebohan di masyarakat, munculah sekelompok orang yang mengklaim bahwa mereka adalah *fans* dari SNSD dan menamakan diri mereka sebagai SONE. Kehadiran SNSD ditengah maraknya band-band pop seolah menjadi angin segar bagi masyarakat, wajah mereka yang cantik, postur tubuh yang sempurna serta fashion mereka yang *fresh* dan *girly* serta jauh dari kesan *manly* yang selama ini dihadirkan oleh band-band pop membuat banyak orang tertarik terutama kalangan remaja.

Seperti kita ketahui remaja merupakan fase seorang individu dalam mencari jati diri mereka, dalam proses pencarian jati diri tersebut remaja memerlukan contoh yang konkret ketika hendak memilih jalan hidupnya sehingga remaja cenderung memiliki sosok idola yang dikaguminya, yang kemudian mereka mengidentifikasi sikap dan tingkah laku idola tersebut. Kelebihan yang terdapat pada seorang idola inilah yang kemudian membuat mereka membandingkan dirinya dengan idolanya baru setelah itu mereka akan mengikuti dan mengimitasi apa yang menjadi ketertarikan mereka. Itulah mengapa apabila sekarang kita perhatikan kebanyakan anggota dari sebuah *fans club* adalah remaja.

Kehadiran Sembilan perempuan dari SNSD ini ,menarik cukup banyak perhatian terutama di kalangan kpopers. penggemar biasanya memiliki rasa suka yang kuat sehingga terjadi perubahan pada gaya hidup mereka untuk mengakomodasi kesetiaan mereka pada objek yang disukai (Trone dan Bruner, 2006). Hal yang dikatakan Throne dan Bruner sesuai dengan apa yang terjadi pada *fans* dari SONE, awalnya para SONE ini hanya sekedar tertarik tetapi lama

kelamaan perilaku mereka mulai berkembang ,ketertarikan mereka berubah menjadi sebuah perilaku fanatic ,mereka tidak lagi hanya sekedar membeli album dan mengumpulkan poster SNSD tetapi juga mereka mulai mengikuti mulai dari tingkah laku, makanan sampai *fashion* yang digunakan oleh para member SNSD tersebut.

Fashion memang sesuatu yang tidak bisa dilepaskan dari hadirnya sebuah perkembangan budaya di tengah masyarakat, Menurut Abercombe dan Warde “salah satu ciri yang menandai budaya orang muda, ditandai dengan kepedulian mereka terhadap gaya ”. Kepedulian remaja terhadap gaya ,merupakan perwujudan mereka dalam memanfaatkan objek materi. Gaya inilah yang kemudian memberikan makna pada pakaian ,penampilan ,bahasa ,ritual ,mode interaksi dan jenis musik dalam hubungannya satu sama lain. Pada tahun 2004 yang lalu ketika trend Negeri Sakura juga mewabah di Indonesia ,*Harajuku* menjadi kata yang sering sekali kita dengar ,*Harajuku* merupakan sebutan bagi trend fashion dari jepang dengan ciri berpakaian dengan warna yang banyak dan tidak sesuai, rambut yang diwarnai dan menggunakan *accesoris* yang banyak, sama halnya dengan yang terjadi saat ini ,ketika trend Korea sedang digemari banyak orang munculah juga sebuah trend fashion yang dikenal dengan *Korean style*.

Korean style ini diadaptasi dari pakaian-pakaian yang bisa digunakan oleh para bintang *Hallyu* dalam kehidupan sehari- hari mereka. Trend *Korean style* yang pertama kali dibawa dan diperkenalkan ke masyarakat oleh para kpopers ,saat ini sudah menjadi sebuah bagian dari Industri *fashion* tidak hanya di Indonesia tapi juga di Dunia. *Fashion* (Mode) berbusana merupakan salah satu

fenomena khusus dan unik yang berkembang di masyarakat ,kemudian mendapatkan perhatian dari masyarakat (Coleman, 2008 : 279)



Sumber : Majalah Gadis Online annual edition 2012

Gambar 2. Trend Fashion Korean Style

Dikalangan SONE, terutama bagi SONE yang bisa dibilang sangat loyal pada SNSD wajib hukumnya untuk berpakaian ala artis idola mereka yang tidak lain adalah *Korean style* ,perilaku itu dilakukan untuk menunjukan dan mengidentifikasikan bahwa mereka adalah SONE. Trend *fashion* asal korea ini yang memiliki ciri khusus seperti *Mini dress* yang di atas lutut atau pas di lutut dengan warna yang cerah, *stocking*, *Blouse*, *hotpants* dan rok mini ,serta kemeja atau *sweater*

Fashion merupakan salah satu bagian dari penyebaran budaya populer yang tidak pernah terlewat dari perhatian khalayak banyak, tentunya para sasaeng fans atau kpopers juga tidak akan melewatkan begitu saja trend fashion yang dibawa oleh Korean waves ini ,dengan fashion mereka dapat menunjukan bahwa mereka merupakan penggemar k-pop dan bagian dari fandom tertentu. Berdasarkan uraian

di atas maka penulis tertarik untuk meneliti tentang bagaimana bentuk imitasi *fashion* girls band SNSD sebagai presentasi diri dan identitas SONE.

Kesimpulan

Setelah penelitian yang dilakukan oleh peneliti maka didapatlah kesimpulan dari permasalahan diatas sebagai berikut

Alasan utama para SONE menggunakan SNSD style adalah karena mereka menganggap bahwa SNSD style merupakan salah satu *fashion* yang unik dan berbeda dari *fashion* pada umumnya. Namun demikian terdapat faktor-faktor lainnya yang pada akhirnya memperkuat pemikiran mereka untuk menggunakan SNSD style, selain karena sebuah keharusan ketika mereka bergabung dalam fandom SONE ,pemakaian SNSD style juga dipengaruhi oleh faktor lingkungan dimana mereka berada sebelum tergabung dalam fandom SONE. Perilaku imitasi yang terjadi pada SONE hanya terjadi pada bagian permukaan saja maksudnya bahwa perilaku imitasi yang mereka lakukan hanya berkisar pada *fashion* yang mereka gunakan Para wanita ini belum sampai kepada peniruan yang terlalu mendalam seperti perubahan tingkah laku dan perubahan pola hidup. Para anggota SONE sebagian besar mengimitasi *fashion* SNSD dari segi model pakaian ,bahan ,serta motifnya saja.

ini dapat memberikan kontribusi bagi peneliti yang mengkaji konsep dan teori yang berhubungan dengan *fashion* sebagai Komunikasi khususnya tentang *fashion* sebagai ekspresi Individualistik. Seperti yang dikatakan Fiske bahwa *fashion* atau pakaian menjadi medium yang digunakan seseorang untuk menyatakan sesuatu pada orang lain (Fiske dalam Barnard, 2011 : 41).