

ABSTRACT

Dwi Setyo Rini, NIM 150521100017, Sociology, Faculty of Social and Cultural Sciences, University of Trunojoyo Madura, this thesis is about K-Pop Fashion Imitation (Phenomenology Study of Boyband BTS Fans in the Cypher Army Community of Malang).

Boyband BTS is a Korean boy band that has managed to influence the younger generation around the world. The number of shows around boyband BTS on social media is becoming a fan center and triggering consumer behavior. Fashion of BTS members is one example of an interesting thing to be imitated by their fans. Changing the concept of women's dressup in general and being a man like a member of the BTS boy band is often done by fans. BTS shows on social media that disseminate values and form a symbol in fans.

The purpose of this study is to find out the imitation processes of fashion carried out by Boyband BTS fans and find out the reason for making imitation in totality. The method used in this study is qualitative research using a phenomenological study approach. Determination of informants using purposive sampling. The selected data source uses primary and secondary data sources. Data collection is obtained through unstructured observation and interviews. Data analysis uses Milles and Huberman's data analysis techniques which include three stages, namely data reduction, data presentation and conclusion drawing. To check the validity of the data the researcher used the source data triangulation technique. The theory used is Baudrillard about the value of signs and symbol.

The results of this study indicate that the imitation process carried out by BTS boyband fans is the first hairstyle and coloring hair according to the idol in the BTS boyband. Second, the style of dressing in the style of BTS members both during concerts and everyday. Third, buy accessories that are worn by BTS members. The imitation totality by doing the totality of changing the concept of women's dress up in general in order to definition as a fan can be fulfilled, reflecting on BTS fashion that is considered attractive and in accordance with themselves then as a fan with imitation totality will increase self-confidence for fans.

Keywords: Boyband BTS, Social Media, Imitation Process, Fashion

ABSTRAK

Dwi Setyo Rini, NIM 150521100017, Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Trunojoyo Madura, skripsi ini tentang Imitasi *FashionK-Pop* (Studi Fenomenologi Terhadap *Fashion* Penggemar *Boyband* BTS dalam Komunitas *Cypher Army* Malang).

Boyband BTS adalah *boyband* Korea yang berhasil mempengaruhi generasi muda diseluruh dunia. Banyaknya tayangan-tayangan seputar *boyband* BTS dalam media sosial yang menjadi kiblat penggemar dan memicu perilaku konsumtif. *Fashion* anggota BTS adalah salah satu contoh hal yang menarik untuk ditirukan oleh penggemarnya. Merubah konsep dandanan perempuan pada umumnya dan menjadi laki-laki seperti anggota *boyband* BTS sering kali dilakukan oleh penggemar. tayanagan-tayangan BTS dalam media sosial yang menyebarkan nilai-nilai dan membentuk sebuah simbol dalam diri penggemar.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui proses-proses imitasi *fashion* yang dilakukan oleh penggemar *Boyband* BTS dan mengetahui alasan melakukan imitasi secara totalitas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi fenomenologi. Penentuan informan menggunakan *purposive sampling*. Sumber data yang dipilih menggunakan sumber data primer dan sekunder. Pengumpulan data diperoleh melalui observasi dan wawancara tidak terstruktur. Analisis data menggunakan teknik analisis data Milles dan Huberman yang meliputi tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Untuk pemeriksaan keabsahan data peneliti menggunakan teknik triangulasi data sumber. Teori yang digunakan adalah Baudrillard tentang nilai tanda dan nilai simbol.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses imitasi yang dilakukan oleh penggemar *boyband* BTS yang pertama adalah gaya rambut dan mewarnai rambut sesuai dengan yang diidolakan dalam *boyband* BTS. Kedua, gaya berpakaian ala anggota BTS baik pada saat konser maupun sehari-hari. Ketiga, membeli asesoris sesuai yang dikenakan oleh anggota BTS. Totalitas imitasi dengan melakukan totalitas merubah konsep dandanan perempuan pada umumnya adalah agar devinisi sebagai penggemar dapat terpenuhi, berkaca pada *fashion* BTS yang dinilai menarik dan sesuai dengan diri mereka sendiri maka sebagai penggemar dengan totalitas imitasi akan menambah kepercayaan diri bagi diri penggemar.

Kata Kunci :*Boyband* BTS, Media Sosial, Proses Imitasi, *Fashion*