

Abstrak

Wiji Suandriyani. 170531100074. Program Studi Ilmu Komunikasi. Perilaku Imitasi *Korean Fashion* sebagai Media Komunikasi Artifaktual

Akhir-akhir ini budaya Korea Selatan telah tersebar hampir ke seluruh berbagai dunia dan sudah menjadi budaya populer dari Korea Selatan yang meliputi musik, drama, *fashion*, make up, makanan, dan lain-lain. Budaya populer inipun kini telah menjadi trend baru dan memiliki banyak peminat hingga menimbulkan munculnya fenomena yaitu *Korean Wave*, tidak terkecuali di Indonesia. Salah satu budaya populer yang sedang trend adalah *fashionnya* yang disebut dengan *Korean Fashion*. Karena *Korean Fashion* ini tidak kalah dengan *fashion* dari negara lain, terlihat simple, unik, namun terkesan *fashionable*, banyak orang berlomba-lomba untuk menirukan *fashion* ala Korea Selatan ini dalam berpakaian. Hingga akhirnya mereka mengimitasi *Korean Fashion* dalam gaya berpakaian mereka, salah satunya adalah anggota Komunitas Army Mojokerto yang telah melakukan perilaku imitasi terhadap *Korean Fashion*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan perilaku imitasi *Korean Fashion* sebagai media komunikasi artifaktual yang dilakukan oleh Komunitas Army di Mojokerto. Perilaku imitasi dibagi menjadi empat tahap, yaitu perhatian, representasi, produksi perilaku, dan motivasi atau penguatan. Subjek dari penelitian ini adalah anggota Komunitas Army Mojokerto yang memahami, mengerti, dan melakukan peniruan terhadap *Korean Fashion* dalam cara berpakaian.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam memilih informan digunakan metode *purposive sampling*. Metode yang digunakan untuk menganalisis data adalah menggunakan metode reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Adapun untuk menguji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber, metode, dan teori.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada empat tahap dalam melakukan perilaku imitasi, yaitu perhatian, representasi, produksi perilaku, dan motivasi atau penguatan. Terdapat tiga bentuk perilaku imitasi *Korean Fashion* yang dilakukan oleh Komunitas Army Mojokerto yaitu perilaku sama (*same behavior*), perilaku meniru atau menyalin (*copying behavior*), dan perilaku yang tertunda (*delayed modelling*). Ada dua faktor penyebab terjadinya perilaku imitasi yaitu faktor internal dan eksternal. Dalam melakukan perilaku imitasi *Korean Fashion* menimbulkan dampak positif dan dampak negatif. Adapun dimensi informasi yang dikomunikasikan *Korean Fashion* sebagai media komunikasi artifaktual adalah pada dimensi informasi emosi yaitu ceria dan bahagia, semangat, bangga dan puas, dimensi informasi tingkah laku yaitu percaya diri, sederhana (simple), santai, dan *fashionable*, dan dimensi informasi diferensiasi yaitu sebagai pembeda individu atau kelompok penyuka dan pemakai gaya pakaian *Korean Fashion* dengan individu atau kelompok yang menyukai dan memakai gaya pakaian lain.

Kata kunci : Perilaku Imitasi, *Korean Fashion*, Komunikasi Artifaktual

Abstract

Wiji Suandriyani. 170531100074. Communication Department. *Korean Fashion* Imitation Behavior as an Artifactual Communication Media

Recently, South Korean culture has spread to almost all parts the world and has become popular culture from South Korea which including music, drama, fashion, make up, food, etc. This popular culture has now become a new trend and has many enthusiasts to cause the emergence of a phenomenon that is *Korean Wave*, is no exception in Indonesia. One of popular culture that is currently trending is its fashion called *Korean Fashion*. Because *Korean Fashion* is not inferior to fashion from other countries, its look simple, unique, but looks fashionable, many people are competing to imitate South *Korean Fashion* in dressing. Until finally they imitate *Korean Fashion* in they dress style, one of which is member of the Mojokerto Army Community who have imitated *Korean Fashion*.

The purpose of this study is to describe the imitation behavior of *Korean Fashion* as an artifactual communication medium carried out by the Army Community in Mojokerto. Imitation behavior is divided into four stages, namely attention, representation, behavior production, and motivation or reinforcement. The subjects of this research are members of the Mojokerto Army Community who understand, understand, and imitate *Korean Fashion* in the way they dress.

The method used in this study is a qualitative method with a descriptive approach. The methods used to collect data are observation, interviews, and documentation. In selecting informants, the *purposive sampling* method was used. The method used to analyze the data is to use the method of data reduction, data presentation, and drawing conclusions. As for testing the validity of the data using source trangulation, methods, and theories.

The results showed that there were four stages in performing imitation behavior, namely attention, representation, behavior production, and motivation or reinforcement. There are three forms of imitation *Korean Fashion* behavior carried out by the Mojokerto Army Community, namely the same behavior, copying behavior, and delayed modelling. There are two factors that cause imitation behavior, namely internal and external factors. In imitation of *Korean Fashion*, it has positive and negative impacts. The dimensions of information communicated by *Korean Fashion* as an artifactual communication media are the dimensions of emotional information, namely cheerful, happy, enthusiastic, and proud and satisfied, the behavioral informant dimension is confident, simple, relax, and fashionable, and the differentitation informant dimension is as a differentiator for individuals or group who like clothing styles *Korean Fashion* with individuals or group who like other styles of clothing.

Keywords : Imitation Behavior, *Korean Fashion*, Artifactual Communication