

HUBUNGAN KONSEP DIRI DENGAN PERILAKU BERPAKAIAN PADA PENGGEMAR K-POP DAN K-DRAMA (HALLYU WAVE)

Eka Syafitri¹, Manah Rasmanah², Bela Janare Putra³
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang¹²³
syafitrieka145@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "Hubungan Konsep Diri Dengan Perilaku Berpakaian Pada Penggemar K-Pop Dan K-Drama (Hallyu Wave)". Tujuan penelitian untuk mengetahui hubungan antara konsep diri dengan perilaku berpakaian pada penggemar K-pop dan K-drama. Jenis penelitian ini kuantitatif dengan metode korelasi. Populasi berjumlah 482 mahasiswa Prodi Bimbingan Penyuluhan Islam sampel yang diambil berjumlah 30 orang mahasiswa dengan menggunakan teknik purposive sampling yang dimana kriteria yang di ajukan Merupakan mahasiswa penggemar K-pop dan K-drama (hallyu wave), memfokuskan pada mahasiswa perempuan, mahasiswa yang mengakses K-pop dan K-drama dengan intensitas sering dan sangat sering. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner atau angket dan dokumentasi, dengan jumlah soal 20 item pertanyaan dari masing masing variabel. Setelah diuji validitas dengan hasil R hitung lebih besar dari R tabel maka instrumen tersebut dinyatakan valid. Teknik analisis data yang digunakan menggunakan uji korelasi produk moment. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari hasil uji data korelasi product moment terdapat hubungan konsep diri dengan perilaku berpakaian dengan kategori hubungan kuat. Penetapan hubungan tersebut diambil berdasarkan interpretasi koefisien 0,60-0,799. Kedua variabel memiliki hubungan yang positif yang artinya semakin tinggi konsep diri maka semakin tinggi pula perilaku berpakaian penggemar K-pop dan K-drama (hallyu wave).

Kata Kunci: Konsep Diri, Perilaku Berpakaian, K-pop dan K-drama

ABSTRACT

The study is entitled "The Relationship of Self-Concept with Dressed Behavior in K-Pop and K-Drama Fans (Hallyu Wave)". The aim of the study is to find out the relationship between self-concept and dressed behavior among K-pop and K-drama fans. This type of research is quantitative with correlation methods. The sample was taken from a total of 30 students using purposive sampling techniques, where the criteria are K-pop and K-drama (hallyu wave) students, focusing on female students, students who access K-Pop and K-drama with intensity frequently and very often. Data collection techniques using questionnaires or queries and documentation, with a total of about 20 questions from each variable. Once validity tested with R count result greater than R table then the instrument is declared valid. Data analysis techniques used using moment product correlation tests. The results of this study show that from the product moment correlation data test results there is a relationship between self-concept and dressed behavior with a strong relationship category. The determination of the relationship is based on the interpretation of a coefficient of 0.60-0.799. The two variables have a positive relationship, which means that the more self-concepts are overwhelmed, the more K-pop and K-drama fans dress up. (hallyu wave).

Keywords: Self-concept, Dress-up behavior, K-pop and K-drama

PENDAHULUAN

Saat ini teknologi memudahkan kita dalam mendapatkan banyak informasi baik yang berasal di dalam maupun luar negeri. Kemudian, teknologi juga memungkinkan sebaran budaya secara global contohnya adalah budaya Korea yang dikenal sebagai *Hallyu*



wave. Dalam beberapa waktu terakhir, Korea Selatan telah sukses memperkenalkan budaya yang terkenal itu ke panggung Internasional. Produk-produk budaya Korean, seperti film, musik, drama serta fashion, dan juga kehidupan masyarakat korea banyak tersebar luas lewat platform Instagram, Facebook, Youtube, Twitter dan media sosial lainnya. Media massa ini bisa dianggap sebagai saluran utama yang mendorong *Korean Wave*. Popularitas budaya populer Korea yang semakin meningkat berdampak besar pada masyarakat global, termasuk di negara Indonesia. Sebaran budaya pop Korea di Indonesia dimulai pada tahun 2002, seiring dengan gelaran Piala Dunia. Sebaran budaya pop Korea di Indonesia dimulai pada tahun 2002, seiring dengan gelaran Piala Dunia (Pertiwi, 2013: 85). Proses '*Hallyu Wave*' atau '*Korean Wave*' yang kini menyebar di Indonesia memiliki dampak besar pada kehidupan sosial, terkhusus kalangan usia belia atau remaja. Budaya Korea telah mengalami pertumbuhan yang pesat dan diterima secara luas di berbagai penjuru dunia, menciptakan sebuah gelombang budaya Korea yang terkenal sebagai *Korean Wave*. Istilah *Hallyu* atau *Korean Wave* merujuk pada penyebaran kebudayaan pop Korea secara mendunia, termasuk di Indonesia, dan menggambarkan suatu globalisme budaya Korea. Di Indonesia sendiri, fenomena ini terutama mempengaruhi generasi-generasi muda pada saat ini yang umumnya sangat menikmati musik Korea dan drama Korea (Pertiwi, 2013:85).

Pernyataan tersebut menggaris bawahi fenomena besar yang terjadi di Indonesia terkait dengan budaya populer Korea, khususnya K-Pop dan drama Korea, sejak tahun 2002 pada saat Piala Dunia Korea-Jepang. Minat yang tinggi, terutama di kalangan perempuan muda, telah memicu berbagai tindakan fanatisme, seperti mengikuti kemajuan grup idola melalui internet, mengumpulkan merchandise dan melakukan cover dance. Penelitian Rafsanjani tentang komunitas boyband Korea di Yogyakarta mendukung pengamatan tersebut dengan menunjukkan bahwa perilaku fanatisme ini melibatkan berbagai aktivitas yang menghubungkan penggemar dengan budaya Korea secara lebih mendalam (Apriliani dan Setiawan, 2019:108).

Maraknya hallyu wave ini berdampak positif juga berdampak negatif bagi penggemarnya. Dampak positif dari hallyu wave dapat memotivasi dan semangat, bermanfaat secara emosional termasuk memberikan kebahagiaan dan mengurangi stres bagi remaja yang merasa kelelahan akibat pekerjaan rumah atau tugas sekolah. dan memiliki banyak teman sesama penggemar korea serta meningkatkan kemampuan berbahasa asing (Putri, 2020: 45). Selain memiliki dampak positif *hallyu wave* ini juga memiliki dampak negatif yaitu perilaku konsumtif terhadap hidangan, *fashion*, *makeup*, waktu dan merchandise K-pop karena pengikut terlalu fanatik sehingga mengikuti gaya hidup idolanya. Dalam penelitian yang dilakukan Apriliani penelitian menunjukkan bahwa objek/mahasiswa yang menyukai budaya terkenal Korea terlibat dalam konsumsi berbagai produk seperti makanan, *fashion*, *make up*, dan *merchandise* K-pop (Apriliani dan Setiawan, 2019 :107)

Dampak negatif lainnya ialah *fanwar* baik di sosial media maupun secara langsung, hal tersebut terjadi karena adanya perilaku agresif dan fanatisme. Contohnya adalah penelitian oleh Natazah Putri Agnesia dengan judul "Fanwar fans K-pop dan keterlibatan penggemar dalam media sosial Instagram." Hasil penelitiannya mengungkap bahwa *fanwar* antar *fandom*, sebagai bentuk perilaku agresif yang dipicu oleh fanatisme, adalah pertukaran pesan antara para penggemar untuk membela idol favorit mereka dan



mempertahankan harga diri. Biasanya komentar yang ditinggalkan dalam konteks ini memiliki konotasi negatif (Agnensia,2019 :13)

Dampak negatif selanjutnya yaitu tumbuhnya perilaku imitasi negatif misalnya termasuk meningkatnya keinginan untuk mencoba minuman keras khas Korea, serta perempuan yang menjadi kecanduan merokok dan mengenakan pakaian yang ketat. Seperti yang dibahas dalam hasil penelitian Ririn Aini Luthfiah dengan judul penelitian adalah "Pola Perilaku Sosial di Kalangan Penggemar Drama Korea: Studi pada Siswa Kelas XI di Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Jatiwangi, Kabupaten Majalengka, Jalan Raya Timur, No. 02." Hasil penelitian menunjukkan bahwa siswi kelas XI di Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Jatiwangi yang menyukai drama Korea memiliki alasan yang rasional mengenai manfaat yang mereka peroleh dari hobi ini. Selain itu, perubahan perilaku yang terjadi melibatkan proses imitasi baik yang positif maupun negatif. Penelitian ini mengungkap bahwa imitasi negatif mencakup munculnya keinginan untuk mencicipi minuman keras tradisional dari Korea, ketidakpatuhan saat sedang berkendara, serta seorang perempuan yang telah kecanduan merokok dan mengenakan busana yang ketat (Luthfiah, 2022 : 1)

Penelitian terdahulu yaitu penelitian oleh Firly Hakiki Marbun dan Alia Azmi dengan judul penelitian "Imitasi Perilaku Komunitas Hiburan K-Pop di Kota Padang" menjelaskan bahwa komunitas K-Pop menyetujui jika aktivitas dan interaksi sosial yang mereka lakukan dan gaya mereka telah terpengaruh dari sejak mulai menyukai Korea Pop. komunitas penggemar lebih sering mendengarkan lagu-lagu Korea dari pada musik dari genre lain. Aktivitas mereka meningkat seiring dengan adanya latihan *dance* bersama anggota komunitas yang lainnya, dan mereka juga sangat sering berinteraksi dengan para penggemar Korea pop. Demikian halnya, gaya berpakaian seperti gaya rambut yang mereka tiru dari tren Korea karena dianggap unik dan ingin tampil beda. Gaya berpakaian ala Korea yang mereka tiru meliputi baju rajut, sepatu boots, pakaian longgar transparan, celana jeans robek, dan berbagai model baju lainnya. Keanggotaan dalam komunitas ini membantu mereka memenuhi kebutuhan akan keunikan dan juga membuktikan bahwa mereka adalah penggemar K-Pop. (Marbun dan Azmi, 2019 : 245)

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rosi Aprilliani dan Rizki Setiawan dalam jurnal "Pembentukan Konsep Diri Mahasiswa Penggemar Budaya Populer Korea," ditemukan bahwa mahasiswa yang menyukai budaya populer Korea terlibat dalam konsumsi produk seperti hidangan, busana, kosmetik, dan produk K-pop. Dalam pandangan mereka, drama dan musik Korea dimaknai sebagai hiburan serta sesuatu yang di idamkan. Berdasarkan penelitian tersebut peneliti juga mengamati ledakan Korea ini juga di ikuti mahasiswa di Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, banyak mahasiswa yang menyukai K-pop dan juga K-drama terlihat dari tingkah laku mahasiswa yang mengikuti tren Korea dari gaya berpakaianya.

Penulis juga mengamati mahasiswa yang merupakan penggemar Korea memiliki perilaku berpakaian yang mengikuti tren dan mode Korea dan idola mereka yang sedang berkembang seperti memakai baju dengan ukuran ketat dan *crop*, *fashion* seperti *outer*, baju rajut yang membentuk lekuk tubuh, model pashmina dan hijab di ikat di leher dengan tujuan menunjukkan model baju, ada juga yang menggunakan baju ukuran oversized, cara make up. Hal tersebut tentu saja melanggar hukum berbusana dalam Islam. Syeikh Nashirudin Al-Bani berpendapat, sebagaimana diuraikan didalam karyanya buku 'Risalah Fiqih Wanita' karya Maftuh Ahnan, kriteria untuk pakaian muslimah yang sesuai dengan



hukum Islam yaitu pertama menutupi seluruh anggota tubuh kecuali telapak tangan dan wajah, kedua bahan yang digunakan merupakan bahan yang tebal serta tidak transparan supaya tidak menunjukkan warna dan tekstur kulit, ketiga tidak ketat serta longgar supaya tidak menunjukkan bentuk tubuh, keempat tidak menyamai berpakaian laki-laki, terutama dalam aspek yang dimaksudkan untuk meniru lawan jenis, kelima tidak menyamakan pakaian wanita jahiliyah atau wanita kafir, yang sering menampilkan bagian leher dan dada meski memakai kerudung, keenam tidak terlalu mencolok atau menarik perhatian secara berlebihan (syuhroh), ketujuh tidak memiliki dandanan berlebih, seperti warna yang mencolok, perhiasan yang menonjol, atau wewangian yang kuat. Peneliti memilih penelitian ini karena peneliti ingin mengetahui bagaimana hubungan konsep diri serta tingkah laku para penggemar Korea pada mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang. Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik mengangkat judul “Hubungan Konsep Diri dengan Perilaku Berpakaian Pada Penggemar K-pop dan K-drama (*Hallyu Wave*)”

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini kuantitatif dengan metode korelasi. Populasi berjumlah 482 mahasiswa Prodi Bimbingan Penyuluhan Islam sampel yang diambil berjumlah 30 orang mahasiswa dengan menggunakan teknik purposive sampling yang dimana kriteria yang di ajukan Merupakan mahasiswa penggemar K-pop dan K-drama (*hallyu wave*), memfokuskan pada mahasiswa perempuan, mahasiswa yang mengakses K-pop dan K-drama dengan intensitas sering dan sangat sering. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner atau angket dan dokumentasi, dengan jumlah soal 20 item pertanyaan dari masing masing variabel. Teknik analisis data yang digunakan menggunakan uji korelasi produk moment.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan uji korelasi Pearson product-moment atas bantuan program SPSS versi 24 untuk menguji hipotesis. Tujuan pengujian ini untuk mengukur sejauh mana hubungan antara dua variabel melalui koefisien korelasi (r). Jika nilai yang dihitung (RECALCULATE atau r hitung) lebih besar daripada nilai yang terdaftar dalam tabel (rtabel) dengan demikian, didapat kesimpulan bahwa variabel konsep diri memiliki hubungan dengan perilaku berpakaian serta sebaliknya, jika nilai yang dihitung lebih rendah daripada nilai yang tercantum dalam tabel, maka konsep diri tidak berhubungan dengan perilaku berpakaian pada penggemar Korea. Berikut tabel hasil data uji korelasi pearson product moment dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. Hasil Uji korelasi pearson product moment

<i>Correlations</i>		konsep diri	perilaku berpakaian
konsep diri	Pearson Correlation	1	.741**
	Sig. (2-tailed)		<,001
	N	30	30
perilaku berpakaian	Pearson Correlation	.741**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	
	N	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji korelasi Pearson product moment menunjukkan koefisien 0,746 berdasarkan data dari tabel. Jika nilai korelasi hitung sebesar 0,741 lebih besar daripada nilai korelasi tabel (0,463), hasil tersebut diartikan adanya hubungan antara konsep diri dengan perilaku berpakaian penggemar K-pop dan K-drama. Sebaliknya, jika nilai korelasi hitung kurang dari nilai korelasi tabel, tidak ada hubungan yang sangat signifikan antara konsep diri dengan perilaku berpakaian penggemar K-pop dan K-Drama.

Berdasarkan hasil analisis menggunakan SPSS, dengan nilai signifikansi (sig) di bawah 0,001, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Dalam hal ini menunjukkan adanya hubungan antara konsep diri dan perilaku berpakaian di pada penggemar K-pop dan K-Drama. Selain itu, koefisien korelasi Pearson sebesar 0,741 menunjukkan adanya hubungan positif, yang berarti semakin tinggi konsep diri seseorang semakin tinggi atau baik pula perilaku berpakaian penggemar K-pop dan K-Drama.

Untuk menemukan nilai korelasi (r), dapat dilihat pada tabel interpretasi korelasi yang ada di bawah ini:

Tabel. 2 Kriteria Tingkat Hubungan Dan Kekuatan Dalam Hubungan

N0	NILAI KORELASI	INTERPRETASI
1	0,00-0,199	Hubungan lemah
2	0,20-0,399	Hubungan rendah
3	0,40-0,599	Hubungan sedang
4	0,60-0,799	Hubungan kuat
5	0,80-0,1000	Hubungan sangat kuat

Pertama, Berdasarkan hasil perhitungan uji korelasi Pearson product moment, dengan nilai 0,741 yang berada dalam rentang antara 0,60 hingga 0,799 hal ini menunjukkan bahwa terdapat sebuah hubungan yang kuat antara konsep diri dengan perilaku berpakaian pada penggemar K-pop dan K-drama. Temuan ini mengindikasikan bahwa konsep diri memiliki hubungan yang signifikan terhadap perilaku berpakaian dari penggemar atau penyuka K-pop dan K-drama.

Kedua, Berdasarkan hipotesis yang diuji dalam penelitian, terdapat korelasi antara konsep diri dan perilaku berpakaian, dengan koefisiennya 0,741 yang menunjukkan hubungan yang signifikan. Hasil ini mengindikasikan sehingga konsep diri memiliki hubungan yang kuat atas perilaku berpakaian. Korelasi antara kedua variabel bersifat positif, yang berarti semakin tinggi atau positif konsep diri seseorang maka semakin tinggi atau baik pula perilaku berpakaian mereka, dan sebaliknya, semakin rendah konsep diri, semakin rendah pula perilaku berpakaian.

Orang yang menunjukkan perilaku berpakaian yang tidak baik sering kali memiliki konsep diri yang kurang atau lemah. Temuan ini didukung oleh penelitian Suminar dan Meiyuntari yang menunjukkan bahwa konsep diri yang rendah dapat menjadi faktor penyebab konformitas pada seseorang. Individu dengan konsep diri yang rendah cenderung merasa tidak nyaman secara personal, dan mereka cenderung mencari dukungan dari orang lain untuk meningkatkan kepercayaan diri mereka (Cahyaningsih dan Dewi, 2019: 2) Nilai 0,799 menunjukkan jika konsep diri memberikan peran sebanyak 79% terhadap perilaku berpakaian, sementara 21% sisanya dipengaruhi oleh faktor-



faktor lain. Temuan ini diperkuat oleh penelitian Maslan Maslan yang menyatakan bahwa faktor-faktor seperti lingkungan dan kekuatan iman agama juga mempengaruhi perilaku berpakaian (Maslan, 2011 : 115)

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, dapat disimpulkan jika konsep diri berhubungan secara signifikan dengan perilaku berpakaian. Temuan ini didukung oleh penelitian Prajna Paramita dan Anugriaty Indah Asmarany yang menunjukkan adanya hubungan positif yang sangat signifikan antara konsep diri dan citra tubuh pada remaja wanita generasi Z yang merupakan penggemar K-POP (Paramita dan Asmarany, 2013 :2611)

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai "Hubungan Konsep Diri dengan Perilaku Berpakaian pada Penggemar K-Pop dan K-Drama", dibuat kesimpulan yaitu Secara simultan, diperoleh nilai korelasi ($R = 0,741$), yang menyatakan adanya hubungan yang kuat antara konsep diri dan perilaku berpakaian pada penggemar Korea. Hal ini mengindikasikan bahwa konsep diri memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku berpakaian penggemar K-pop dan K-Drama. Kedua variabel tersebut memiliki hubungan positif, yang menunjukkan semakin tinggi konsep diri seseorang, semakin tinggi pula perilaku berpakaian dari penggemar K-pop dan K-Drama.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriliani,R, Setiawan,R. (2019). Pembentukan Konsep Diri mahasiswa Penggemar budaya populer Korea. *Jurnal Hermeneutika*.5(2)
- Firly H,M,M dan Alia. (2019) Imitasi Perilaku Komunitas Hiburan K-Pop di Kota Padang, *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan*.2(3).254
- Maslan, M (2011). Perilaku Berpakaian Remaja di Kabupaten Hulu Sungai Selatan (Studi Perubahan Nilai Keagamaan). *Tesis Pascasarjana*. Kalimantan. UIN Antasari.
- Natazhah,P,A. (2019) Fanwar fans K-pop dan Keterlibatan Penggemar dalam Media Sosial Instagram, *Skripsi Universitas Airlangga*..
- Prajna Paramita, Anugrianty Indah Asmarany, Hubungan Konsep Diri Dan Citra Tubuh pada Remaja Perempuan Generasi Z Penggemar K-Pop, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*. 8(4): 3611
- Ririn A,L (2022) Pola Perilaku sosial di kalangan penggemar drama Korea. *Skripsi Prodi Sosiologi*. Bandung.
- Sella,A,P (2013). "Konformitas dan Fanatisme pada remaja Korean Wave", *Jurnal Ilmiah Psikologi*. 1(2).85

