

KOREA, REMAJA DAN PROSES PENIRUAN

Silviana Purwanti

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

Email: silvia@yahoo.co.id

Abstract. *This research aims to find out the correlation between the interpersonal communication and commitments of organization with the job satisfaction. The sample of this research was including 160 lecturers of Samarinda University, acquired by random sampling technique. The method of collecting data applies the questionnaire method and analyses by regression technique. The result of this research indicated that there was a very significant correlation between the interpersonal communication and organization commitment with the job satisfaction. The equality factor and normative factor was dominant factor influenced to the job satisfaction.*

Keywords: *korea, adolescent, imitation*

Abstrak. Budaya korea yang sedang trend di Indoensia telah mewabah remaja mulai dari gaya rambut, fesyen korea, dan segala sesuatunya yang berbau korea. Hal yang positif dapat diambil dari orang korea adalah sikap orang korea yang sopan dan sangat membantu (helpful) terhadap orang asing di seluruh dunia, serta kemajuan teknologi yaitu handphone android yang sedang booming saat ini. Hal negatif dari trend budaya korea adalah banyaknya remaja melakukan operasi plastik yang sangat membahayakan kesehatan.

Kata kunci: korea, remaja, imitasi

PENDAHULUAN

Arus globalisasi baik dalam bidang ekonomi, politik, dan sosial saat ini menuntut negara untuk melakukan berbagai upaya agar bisa setidaknya survive (bertahan) dalam hempasan gelombang globalisasi. Dewasa ini, tidak ada satu pun negara di dunia yang tidak merasakan dampak dari globalisasi. Bahkan, negara yang mengisolasi hubungan dengan negara lain (Korea Utara) tampak tidak bisa menahannya. Dengan perkembangan IT yang semakin canggih di abad ke-21 ini, fenomena globalisasi tampak menemukan ‘pasangan’ yang cocok. Hanya ada dua

cara hidup di zaman yang semakin mengglobal ini, yaitu *be a wave* atau *riding the wave*.

Negara dihadapkan kepada dua pilihan yang berat. Apakah negara tersebut menjadi ‘gelombang’ dalam arus globalisasi? Ataukah mengendarai ‘gelombang’ tersebut? Dalam hal menjadi gelombang, kondisi yang ditunjukkan adalah mengikuti fenomena globalisasi atau dalam bahasa jawa disebut dengan latah (ikut-ikutan). Sementara, jika kita bisa mengendarai ‘gelombang’, kondisi yang diperlihatkan adalah kita berada di atas arus globalisasi dan menyetir kemana arah globalisasi, singkatnya kita menjadi

yang ditiru. Seperti pada penjelasan berikut tentang *korean wave* (gelombang korea) yang memang saat ini sedang marak maraknya menghujani industri media massa di negeri ini dan berdampak pada proses peniruan yang dilakukan oleh remaja khususnya.

BUDAYA POPULER DAN HIBURAN, SEBAGAI REALITAS SOSIAL

Budaya massa sangat berhubungan dengan budaya populer sebagai sumber budaya massa. Bahkan secara tegas dikatakan bahwa bukan populer kalau bukan budaya massa, artinya budaya tradisional juga dapat menjadi populer apabila menjadi budaya massa.

Pemikiran tentang budaya populer menurut Ben Agger dalam Bungin (2011:49) dapat dikelompokkan pada empat aliran, (a) budaya dibangun berdasarkan kesenangan namun tidak substansial, dan mengentaskan orang dari kejenuhan kerja sepanjang hari; (b) kebudayaan populer menghancurkan nilai budaya tradisional; (c) kebudayaan menjadi masalah besar dalam pandangan ekonomi Marx kapitalis; dan (d) kebudayaan populer merupakan budaya yang menetes dari atas.

Kebudayaan populer banyak berkaitan dengan masalah keseharian yang dapat dinikmati oleh semua orang atau kalangan orang tertentu seperti pementasan mega

bintang, kendaraan pribadi, fesyen, model rumah, perawatan tubuh dan semacamnya.

Sebuah budaya yang memasuki dunia hiburan, maka budaya itu umumnya menempatkan unsur populer sebagai unsur utamanya. Dan budaya itu akan memperoleh kekuatannya manakala media massa digunakan sebagai *by pass* penyebaran pengaruh di masyarakat. Kebudayaan populer lebih banyak berpengaruh pada kelompok orang muda dan menjadi pusat ideologi masyarakat dan kebudayaan, padahal budaya populer terus menjadi kontradiksi dan perdebatan (Ben Agger dalam Bungin, 2011:50).

Budaya Populer lebih banyak mempertontonkan sisi hiburan, yang kemudian mengesankan lebih konsumtif. Hiburan menyatu dengan makna-makna hiburan dan saat ini didominasi oleh musik. Saat ini musik merupakan perangkat hiburan yang lengkap dan dipadukan dengan berbagai seni lainnya. Hampir tidak dapat ditemui sebuah hiburan tanpa mengabaikan peran musik, sebaliknya musik menjadi sebuah bangunan hiburan yang besar dan paling lengkap.

Budaya populer atau sering kita sebut sebagai budaya pop merupakan suatu totalitas ide, prespektif, perilaku, citra dan fenomena lainnya yang dipilih oleh konsensus informal di dalam arus utama

sebuah budaya. Budaya pop menyentuh kebutuhan “kemanusiaan” dalam lingkup id (libido, hasrat, ambisi, dll), sederhana dan mudah dicerna, sehingga cepat diterima oleh masyarakat.

Saat ini budaya pop Korea mulai memasuki ranah internasional, bahkan tak kalah fenomenalnya budaya ini mempengaruhi para penikmatnya di dunia internasional. Hal ini dipicu kebangkitan perekonomian Korea yang mulai dipertimbangkan dunia internasional. Kebangkitan K-Pop salah satu strategi yang tepat disaat pemerintah Korea sedang gencar-gencar mengangkat budaya Korea ke kancah international.

Mengenai sisi psikologis dari kemajuan pop-Korea, sisi maskulinitas aktor, model, dan penyanyi Korea mampu membius wanita-wanita di dunia atas ketampanan dan modis dalam berpakaian. Namun bagi masyarakat Korea sendiri hal tersebut merupakan suatu hal dramatis yang dinikmati remaja-remaja wanita dan juga pria. Sangat disayangkan pula karena di tahun belakangan ini, budaya pop-Korea mulai melupakan sifat nasionalisme secara perlahan. Budaya pop-Korea ini merupakan *soft power* yang didukung oleh pemerintah Korea dalam menampilkan diri di kancah internasional.

DEMAM KOREA DALAM BUDAYA POPULER

Korean Wave (Demam Korea) atau *Hallyu* adalah istilah yang diberikan untuk tersebarnya budaya pop Korea secara global di berbagai negara di dunia. Umumnya *Hallyu* memicu banyak orang-orang di negara tersebut untuk mempelajari Bahasa Korea dan kebudayaan Korea. Mulanya, kegemaran akan budaya pop Korea dimulai di Republik Rakyat China dan Asia Tenggara mulai akhir 1990-an. Istilah *Hallyu* sendiri diadopsi oleh media Cina setelah album musik pop Korea, HOT, dirilis di China. Serial drama TV Korea mulai diputar di China dan menyebar ke negara-negara lain seperti Hongkong, Vietnam, Thailand, Indonesia, Filipina, Jepang, Amerika Serikat, Amerika Latin dan Timur Tengah. Pada saat ini, *Hallyu* diikuti dengan banyaknya perhatian akan produk Korea Selatan, seperti masakan, barang elektronik, musik dan film. Fenomena ini turut mempromosikan Bahasa Korea dan budaya Korea ke berbagai negara. Drama dan film Korea ditenggarai menjadi penyebab mewabahnya virus *Hallyu* di berbagai belahan dunia. Warga Korsel sendiri suka menonton drama dan film dan mendengar musik. Perusahaan TV Korea mengeluarkan biaya besar untuk memproduksi drama dan beberapa

diantaranya yang mencetak kesuksesan, diekspor ke luar negeri. Drama televisi yang memicu *Hallyu* antara lain, *Winter Sonata*, *Dae Jang Geum*, *Stairway to Heaven*, *Beautiful Days* dan *Hotelier*. Film-film Korea, bersama drama TV dan musik pop, merupakan produk utama *Hallyu* yang dinikmati tidak hanya di dalam negeri, namun juga di berbagai negara.

Pada awalnya, film Hongkong mendominasi bioskop di Asia, namun dengan kehadiran *Hallyu*, mulai tersaingi oleh film Korea. Film produksi Korea Selatan dikenal karena alur ceritanya yang kuat dan *genre* yang bervariasi sehingga menarik banyak penonton. Populernya drama Korea di stasiun televisi Indonesia terjadi setelah drama negara Asia lain seperti Taiwan dan Jepang diputar. Berbagai stasiun televisi Indonesia mulai menayangkan drama produksi Korsel setelah RCTI yang memelopori pemutaran drama *Endless Love (Autumn in My Heart)*. Para sineas drama di Korea mulai menyadari daya jual drama Korea sangat tinggi dinegara-negara tetangganya sehingga produksi serial mereka menjadi komoditas ekspor. Puncaknya terjadi saat serial *Winter Sonata* diputar di Jepang, Cina, Taiwan dan Asia Tenggara. Sejak saat itu istilah *Hallyu* atau demam Korea muncul. Dari tahun 2002-2005 drama-

drama Korea yang populer di Asia termasuk Indonesia antara lain *Endless Love*, *Winter Sonata*, *Love Story from Harvard*, *Glass Shoes*, *Stairway to Heaven*, *All In*, *Hotelier*, *Memories in Bali*, dan *Sorry I Love You* yang merupakan serial drama melankolis. Drama komedi romantis muncul berikutnya, antara lain *Full House*, *Sassy Girl Chun Hyang*, *Lovers in Paris*, *Princess Hours*, *my name is Kim Sam-soon*, *My Girl*, *Hello Miss!* dan *Coffee Prince*. *Genre* drama berlatar belakang sejarah ikut mencetak rating tinggi, antara lain drama *Dae Jang Geum*, *Queen Seon Deok*, *Hwang Jini*, hingga *Jumong*. Pada Tahun 2008-2009, drama Korea yang banyak mendapatkan perhatian adalah *Boys Before Flowers (BBF)*. Serial drama maupun film Korea mampu menunjukkan jati dirinya sendiri di tengah arus globalisasi budaya Barat yang kian gencar.

K-pop atau kepanjangan dari *Korean Pop* (Musik Pop Korea), adalah jenis musik populer yang berasal dari Korsel. Banyak artis dan kelompok musik pop Korea sudah menembus batas dalam negeri dan populer di mancanegara. Kegandrungan akan musik K-Pop merupakan bagian yang tak terpisahkan daripada Demam Korea (*Korean Wave*) di berbagai negara. Musik pop Korea pra-

modern pertama kali muncul pada tahun 1930-an akibat masuknya musik pop Jepang yang juga turut mempengaruhi unsur-unsur awal musik pop di Korea. Penjajahan Jepang atas Korea juga membuat *genre* musik Korea tidak bisa berkembang dan hanya mengikuti perkembangan budaya pop Jepang pada saat itu. Di Indonesia sendiri, seiring dengan drama Korea yang semakin diterima publik Indonesia, muncul pula kegemaran akan grup musik pria (*boyband*) maupun wanita (*girlband*) seperti grup musik TVXQ, Super Junior, 2PM, dan Wonder Girls. Penyanyi Rain mulai dikenal lewat serial drama *Full House* yang ditayangkan di stasiun televisi Indonesia. Sejak itu, penggemar *K-Pop* dan drama Korea mulai umum dijumpai. Selain itu, semakin bermunculan grup vokal pria maupun wanita di Indonesia yang hendak meniru *K-Pop* seperti, XOXO, Cherry Belle, Hitz, Dragon Boyz, JKT48 dan sebagainya. Berkaitan dengan unsur peniruan tersebut maka semakin banyak remaja saat ini melakukan hal tersebut terutama dengan adanya budaya korean pop. *K-Pop* telah menghipnotis ribuan umat manusia khususnya muda-mudi, tak terkecuali Indonesia. Jutaan ABG tak hentinya berpenampilan meniru artis-artis *K-Pop*. Grup vokal (*boyband* dan *girlband*)

bermunculan bak jamur di musim hujan. *K-Pop* telah mewabah di berbagai belahan dunia.

TEORI PENIRUAN (*MODELING*)

Pada tahun 1941, dua orang ahli psikologi, yaitu Neil Miller dan John Dollard dalam laporan hasil eksperimennya mengatakan bahwa peniruan (*imitation*) merupakan hasil proses pembelajaran yang ditiru dari orang lain. Proses belajar tersebut dinamakan “social learning” – “pembelajaran social.” Perilaku peniruan manusia terjadi karena manusia merasa telah memperoleh tambahan ketika kita meniru orang lain, dan memperoleh hukuman ketika kita tidak menirunya. Menurut Bandura, sebagian besar tingkah laku manusia dipelajari melalui peniruan maupun penyajian, contoh tingkah laku (*modeling*). Dalam hal ini budaya *K-Pop* mempengaruhi perilaku penonton dalam meniru baik dari segi berpakaian, kata-kata populer yang digunakan oleh para artis korea tersebut dan lain lain.

Albert Bandura dan Richard Walters (1959, 1963) dalam kompiasnya telah melakukan eksperimen pada remaja yang juga berkenaan dengan peniruan. Hasil eksperimen mereka mendapati, bahwa peniruan dapat berlaku hanya melalui pengamatan terhadap perilaku model

(orang yang ditiru) meskipun pengamatan itu tidak dilakukan terus menerus. Proses belajar semacam ini disebut “*observational learning*” atau pembelajaran melalui pengamatan. Bandura (1971) dalam kompiasnya, kemudian menyarankan agar teori pembelajaran sosial diperbaiki memandang teori pembelajaran sosial yang sebelumnya hanya mementingkan perilaku tanpa mempertimbangan aspek mental seseorang.

Menurut Bandura, perlakuan seseorang adalah hasil interaksi faktor dalam diri (kognitif) dan lingkungan. pandangan ini menjelaskan, beliau telah mengemukakan teori pembelajaran peniruan, dalam teori ini beliau telah menjalankan kajian bersama Walter terhadap perlakuan anak-anak apabila mereka menonton orang dewasa memukul, mengetuk dengan palu besi dan menumbuk sambil menjerit-jerit dalam video. Setelah menonton video anak-anak ini diarah bermain di kamar permainan dan terdapat patung seperti yang ditayangkan dalam video. Setelah anak-anak tersebut melihat patung tersebut, mereka meniru aksi-aksi yang dilakukan oleh orang yang mereka tonton dalam video.

Berdasarkan teori ini terdapat beberapa cara peniruan yaitu meniru secara langsung. Pada dasarnya ada 2 (dua)

tipe penonton televisi yang mempunyai karakteristik saling bertentangan/bertolak belakang, yaitu pertama, para pecandu/penonton fanatik (*heavy viewers*) adalah mereka yang menonton televisi lebih dari empat) jam setiap harinya. Kelompok penonton ini sering juga disebut sebagai khalayak “*the television type*”, serta dua adalah penonton biasa (*light viewers*), yaitu mereka yang menonton televisi dua jam atau kurang dalam setiap harinya. Remaja yang termasuk penonton berat (menonton televisi lebih dari empat jam sehari) paling mudah terpengaruh oleh K-Pop. Karena memang saat ini industri media massa banyak diisi oleh program program budaya korea.

Proses peniruan yang seterusnya ialah elisitasi (pembangkitan). Proses ini timbul apabila seseorang melihat perubahan pada orang lain. Contohnya seorang remaja melihat temannya yang dulunya berpenampilan biasa saja pada saat ke sekolah atau ke kampus lalu temannya itu berpakaian ala Korea. Maka ia pun meniru model berpakaian tersebut pada saat ke sekolah ataupun ke kampus.

UNSUR UTAMA DALAM PENIRUAN (PROSES MODELING/PERMODELAN)

Menurut teori belajar social, perbuatan melihat saja menggunakan

gambaran kognitif dari tindakan, secara rinci dasar kognitif dalam proses belajar dapat diringkas dalam empat tahap yaitu: perhatian atau atensi, mengingat / retensi, reproduksi gerak, dan motivasi.

a. Perhatian (*Attention*)

Subjek harus memperhatikan tingkah laku model untuk dapat mempelajarinya. Subjek memberi perhatian tertuju kepada nilai, harga diri, sikap, dan lain-lain yang dimiliki. Contohnya, sekelompok remaja yang sedang mengadakan pertunjukan seni tetapi dikarenakan tidak percaya diri dengan penampilan ala nasional maka mereka berpenampilan sesuai dengan tren yang ada yaitu ala korea. Sehingga mereka yakin bahwa semua penonton akan tertarik melihat penampilan mereka yang berkiblat ke korea. Bandura & Walters menekankan bahwa hanya dengan memperhatikan orang lain pembelajaran dapat dipelajari.

b. Mengingat (*Retention*)

Subjek yang memperhatikan harus merekam peristiwa itu dalam sistem ingatannya. Ini membolehkan subjek melakukan peristiwa itu kelak bila diperlukan atau diingini. Kemampuan untuk menyimpan informasi juga merupakan bagian penting dari proses belajar. Saat ini ungkapan dalam

bahasa inggris tidak lagi populer. Remaja selalu berusaha mengingat kata kata yang biasa diungkapkan para artis dalam drama atau musik korea. Contoh saat mereka mengungkapkan perasaan suka kepada lawan jenisnya. Sekarang lebih populer kata *annyonghaseyo* yang artinya aku mencintaimu. Dan dilengkapi dengan bahasa non-verbal yaitu membentuk gambar hati dengan kedua ujung jari kanan kiri bertemu diatas kepala.

c. Reproduksi gerak (*Reproduction*)

Setelah mengetahui atau mempelajari sesuatu tingkah laku, subjek juga dapat menunjukkan kemampuannya atau menghasilkan apa yang disimpan dalam bentuk tingkah laku. Contohnya, menghias rambut dengan pita warna warni dengan model rambut yang unik ala K-Pop. Jadi setelah subyek memperhatikan model dan menyimpan informasi, sekarang saatnya untuk benar-benar melakukan perilaku yang diamatinya. Praktek lebih lanjut dari perilaku yang dipelajari mengarah pada kemajuan perbaikan dan keterampilan.

d. Motivasi (*Motivation*)

Motivasi juga penting dalam pemodelan Albert Bandura karena ia adalah penggerak individu untuk terus melakukan sesuatu. Jadi subyek harus

termotivasi untuk meniru perilaku yang telah dimodelkan. Dan saat ini perilaku yang remaja tonjolkan adalah berpenampilan full budaya korea.

JENIS – JENIS PENIRUAN (MODELLING)

a. Peniruan Langsung

Pembelajaran langsung dikembangkan berdasarkan teori pembelajaran social Albert Bandura. Ciri khas pembelajaran ini adalah adanya modeling, yaitu suatu fase dimana seseorang memodelkan atau mencontohkan sesuatu melalui demonstrasi bagaimana suatu keterampilan itu dilakukan. Meniru tingkah laku yang ditunjukkan oleh model melalui proses perhatian. Contoh: meniru gaya penyanyi yang disukai.

b. Peniruan Tak Langsung

Peniruan Tak Langsung adalah melalui imaginasi atau perhatian secara tidak langsung. Contoh: Meniru watak yang dilihat pada saat menonton drama korea, memperhatikan seorang/sekelompok artis korea pada saat bernyanyi di televisi.

c. Peniruan Gabungan

Peniruan jenis ini adalah dengan cara menggabungkan tingkah laku yang

berlainan yaitu peniruan langsung dan tidak langsung. Contoh: Remaja meniru gaya artis korea tersebut berbicara dan bertingkah laku dan meninggalkan identitas aslinya. Yang terkadang tidak sesuai dengan budaya yang ada.

d. Peniruan Sesaat / seketika.

Tingkah laku yang ditiru hanya sesuai untuk situasi tertentu saja. Contoh: Meniru Gaya Pakaian di TV, tetapi tidak boleh dipakai di sekolah.

e. Peniruan Berkelanjutan

Tingkah laku yang ditiru boleh ditonjolkan dalam situasi apapun. Contoh: Remaja meniru gaya bahasa artis korea yang diidolakannya.

Motivasi banyak ditentukan oleh kesesuaian antara karakteristik pribadi pengamat dengan karakteristik modelnya. Ciri – ciri model seperti usia, status social, seks, keramahan, dan kemampuan, penting dalam menentukan tingkat imitasi akan budaya korea. remaja lebih senang meniru model seusianya daripada model dewasa. Remaja yang sangat dependen cenderung imitasi model yang dependennya lebih ringan. Imitasi juga dipengaruhi oleh interaksi antara ciri model dengan observernya.

Berdasarkan kesimpulan di atas bahwa budaya populer yang sedang tren saat ini adalah budaya korea. Dilihat dari

banyak remaja wanita yang sekarang mengikuti, meniru trend artis Korea mulai dari gaya rambut, fesyen korea, dan segalanya yang berbau korea. Namun, apa ada pelajaran dari korea yang bisa diambil dalam kehidupan sehari-hari? apakah dari kelakuan artis korea bisa berdampak buruk buat para remaja? kalau dampak positif dengan mengikuti trend korea adalah kita bisa belajar kemampuan bahasa asing selain bahasa Inggris. tetapi, kita juga bisa mengambil sifat dari orang korea yaitu dengan sikap sopan santun terhadap warga negara asing termasuk Indonesia.

Sedangkan trend Korea, kita bisa tahu teknologi apa yang sedang trend dari produk elektronik samsung yang katanya sedang booming HP Android. Padahal remaja seharusnya bukan meniru artisnya, tetapi belajar positif dari orang Korea. Dan orang Korea sifatnya sangat membantu dan *helpful* terhadap orang asing di seluruh dunia. Lalu dampak negatifnya adalah trend operasi plastik yang sedang booming di kalangan artis korea. Padahal, operasi plastik sangat membahayakan bagi

kesehatan kita, yang paling parahnya adalah kasus bunuh diri yang menimpa artis-artis Korea Selatan Sudah semakin terjadi. menurut *Organization for Economic Cooperation dan development* mencatat, 21 dari 100 ribu orang korea melakukan bunuh diri melewati batas normal yaitu 11.

REFERENSI

- Bungin, Burhan. 2011. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Rakhmat, Jalaluddin. 2000. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Ministry of Culture, Sports and Tourism, Seoul, Republic of Korea. 2010. *Passport to Korean Culture*. Hal. 46-53
- Tren Serial Asia di Indonesia, Mulai dari Serial Klasik Mandarin, Drama Jepang, Hingga Demam Korea. Bintang Indonesia.*
- <http://sosbud.kompasiana.com/2012/04/09/demam-k-pop-keberhasilan-pemerintah-korea-selatan-membangun-perekonomian-lewat-seni/>
- <http://edukasi.kompasiana.com/2011/03/12/teori-belajar-sosial-albert-bandura/>
- <http://muda.kompasiana.com/2012/07/04/korea-dan-pengaruhnya-terhadap-remaja/>