
FENOMENA BUDAYA KOREA MODERN DALAM CARA BERPAKAIAN DI KALANGAN REMAJA SMA NEGERI 3 CIREBON DI KELAS X6

Fitri Suryaning Dewi/ Heriyani Agustina/Tajudin Faza
Program Studi Ilmu Komunisi FISIP “Unswagati” Cirebon
Jl. Terusan Pemuda No. 1.A Cirebon, Telp (0231) 488926
081395814502, e-mail: heriyaniagustina@yahoo.com

Abstract

The phenomenon of Korean pop (K-pop) now being loved all over the country. Fondness k-pop community will not only be transmitted by nyayian their films. Based on this, the aim of the research: (1). Describe teen SMA 3 Cirebon in following the dress Korean Style; (2). Media describe what they know and love about Korean Fashion: (3) Describe the causes of teenage students at SMAN 3 Cirebon is like Fashion Korea. This study used a qualitative descriptive method. The results of the study are: our youth's interest in Korea is based on the style of dress because it is attractive and easy to wear. The spread of k-pop culture can not be separated from its massive news about K-pop phenomenon. The role of media can not be denied to be the dominant influence in the spread of this Korean cultural values. This phenomenon became increasingly felt the truth, when I do research at SMU 3 Cirebon. Since almost all of the respondents expressed interest in Korean clothes.

Abstrak

Fenomena Korean pop (k-pop) kini tengah digandrungi di seluruh pelosok negeri. Kegandrungan masyarakat akan k-pop ini bukan hanya ditularkan oleh nyayian film film mereka. Berdasarkan hal tersebut, maka tujuan dari penelitian; (1). Mendeskripsikan remaja SMA Negeri 3 Cirebon dalam mengikuti cara berpakaian Korea Style; (2). Mendeskripsikan media apa yang mereka ketahui dan suka mengenai Fashion Korea; (3). Mendeskripsikan faktor penyebab remaja siswa di SMA Negeri 3 Cirebon ini menyukai Fashion Korea. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian yaitu : Ketertarikan remaja kita pada gaya berpakaian korea ini didasari karena dianggap menarik dan mudah dikenakan. Menyebarnya budaya k-pop ini tidak terlepas dari massif-nya pemberitaan mengenai fenomena k-pop ini. Peran media ini tidak bisa dipungkiri menjadi pengaruh paling dominan dalam penyebaran nilai nilai budaya korea ini. Fenomena ini menjadi semakin terasa kebenarannya, ketika penulis melakukan penelitian di SMU 3 Kota Cirebon. Karena hampir semua responden menyatakan ketertarikannya pada pakaian korea.

Kata kunci : fenomena budaya, cara berpakaian, remaja

Pendahuluan

Perkembangan media informasi dan komunikasi khususnya televisi, pesan-pesan yang disampaikan ke khalayak kian beragam dan variatif. Televisi juga merupakan media yang dianggap paling lengkap dalam hal menyajikan unsur-unsur pesan bagi khalayak karena menyajikan pesan audio dan pesan visual. Dampak tayangan televisi ini bisa dilihat dari fenomena digemarinya budaya korea oleh para remaja. Tingginya tingkat tayangan film dan musik Korea di televisi telah melahirkan gejala kebudayaan dalam masyarakat, yang ditandai dengan munculnya komunitas-komunitas pecinta kebudayaan atau lebih tepatnya konsumen produk Korea yang menamakan dirinya sebagai penggemar K-pop (Korea Populer). Kemunculan budaya Korea modern menghiasi televisi di Indonesia. Dengan gaya pakaian mereka yang menarik dan mendukung penampilan di televisi, para pemirsa dipaksa untuk mengidolakan artis-artis dari negara Korea tersebut. Saat ini banyak remaja di tanah air yang menyukai budaya Korea modern seperti mengikuti gaya rambut dan cara berpakaian bintang-bintang korea. Dengan demikian budaya korea modern saat ini berpengaruh secara keseluruhan diantaranya yaitu terdapat kebudayaan sehari-hari seperti model rambut dan cara berpakaian. Saat ini pun pola konsumsi terhadap barang-barang khususnya pakaian yang berasal dari negara Korea kian meningkat tajam.

Model baju Korea yang saat ini beredar di pasaran masih terdiri dari mini *dress*, *knit wear* yang digemari oleh para remaja. Bahkan belakangan terakhir ini *fashion* Korea mendominasi di Indonesia mulai dari asesoris, tas, sepatu, dan lain-lain. Begitu juga dengan pakaian balita yang mulai didominasi oleh produk-produk dari Korea. Sehingga tidak

mengerankan bila aneka produk import dari Korea menjadi produk dengan penjualan terbaik di *Female Store*.

Dengan beredar luasnya model baju Korea di Indonesia yang saat ini semakin banyak karena didukung oleh banyaknya permintaan akan model baju Korea di Indonesia. Dibukanya pasar import berkaitan dengan kebijakan Asean Free Trade Market juga menjadi salah satu pemicu banyaknya baju-baju Korea sehingga kapanpun kita ingin membeli baju Korea yang terdapat di toko online *Female Store* dapat langsung dilayani.

Model baju Korea terbaru yang bulan ini banyak didominasi dengan *posh victorian style* semakin menambah khasanah dunia mode tanah air. *Posh victorian style* yang mempunyai dua fungsi gaya bisa dikenakan saat santai maupun acara paling resmi sekalipun. Bila sebelumnya *stet wear* yang menguasai pangsa pasar model baju Korea, maka munculnya *Posh victorian style* ini merupakan terobosan bagi para wanita dewasa yang ingin turut serta mengenakan aneka baju Korea sehingga tetap bisa bergaya seperti para remaja putri pada umumnya.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Peneliti berusaha menggali informasi sebanyak-banyaknya dengan cara wawancara mendalam dengan para narasumber. Selain itu data juga diperoleh dari kajian ilmiah lainnya. Para informan merupakan para siswa di SMU 3 yang selama ini memiliki kecenderungan tertarik pada budaya korea. Selain itu peneliti juga menggunakan Triangulasi Metode yaitu menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk

mendapatkan data yang sama. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data dan kemudian menggambarannya dengan menjelaskan lebih rinci terkait dengan permasalahan yang diajukan.

Hasil dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Peneliti melakukan pengamatan awal (observasi) di lingkungan pelajar tersebut. Peneliti mengamati objek penelitian ketika berinteraksi dengan pelajar lainnya, agar pengamatan yang dilakukan lebih mendalam dan terarah. Objek penelitian yang secara intens diteliti, peneliti sebut sebagai informan.

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif-kualitatif, dengan jumlah informan sebanyak 10 orang yang merupakan pelajar SMA Negeri 3 Cirebon kelas di kelas X.6. Teknik pemilihan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposif. Jadi, informan yang diambil adalah pelajar SMA Negeri 3 Cirebon yang sesuai dan dapat mewakili (*representative*) serta memiliki keterkaitan dengan permasalahan yang peneliti ambil.

Kegiatan penelitian pada awalnya adalah mengamati pelajar SMA Negeri 3 kota Cirebon yang tergabung dalam penggemar fashion Korea, untuk mengetahui sejauhmana pelajar tersebut menyukai dan mengikuti fashion Korea yang ada dilingkungan tersebut. Selanjutnya, penelitian akan menguraikan dan menganalisa data yang diperoleh dari hasil penelitian yang selama ini dilakukan. Peneliti berusaha memberikan gambaran dari apa yang telah digambarkan pada bab-bab sebelumnya serta menghubungkan dengan hasil pengumpulan data yang

telah diperoleh. Untuk mendapatkan hasil yang dapat dipertanggung jawabkan, di samping menggunakan teknik pengumpulan data di atas, penelitian juga di dukung oleh pelaksana studi kepustakaan, yakni mengumpulkan data dari buku-buku serta referensi yang memiliki kaitan langsung dengan masalah yang diteliti.

Peneliti berusaha untuk menelaah gambaran tentang perilaku remaja dalam mengikuti cara berpakaian Korea Modern dalam pola pergaulan remaja. Disana peneliti berusaha memahami pribadi setiap objek penelitian secara mendalam serta mengamati gejala-gejala yang terjadi selama penelitian ini dilakukan. Data yang diperoleh melalui wawancara dipergunakan sebagai data utama sedangkan data yang diperoleh observasi dan studi kepustakaan digunakan sebagai data pendukung untuk melengkapi dan menjelaskan data yang diperoleh melalui wawancara mendalam yang dilakukan peneliti.

Siswa SMA Negeri 3 Cirebon di Kelas X6 Mengikuti Cara Berpakaian Korean Style

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada Informan satu Femi Tiara Febriani kelas X6 menyebutkan sebagai berikut :

“Saya biasanya memakai pakaian casualnya karena modelnya yang menarik serta mudah dipadu padankan dengan aksesoris yang cantik bisa menambah kepercayaan diri ketika memakainya”.
(Hasil Wawancara 10 April 2012)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan berikutnya yaitu

Informan dua Rizki Silviani kelas X6 menambahkan :

“Saya mengikuti fashion Korea sejauh pakaian itu masih pantas dan tidak semuanya hanya beberapa baju saja”, sedangkan berdasarkan hasil wawancara dengan informan berikutnya yaitu Informan tiga Agies kharismanto kelas X6 menambahkan : “Saya tidak begitu mengikuti fashion Korea, jadi saya biasa-biasa saja” (Hasil Wawancara 11 April 2012)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan berikutnya yaitu Informan empat Ismania Nur Rahmawati kelas X6

menambahkan : “Pakaian yang cocok dan yang saya mau saja klo modelnya bagus ya saya akan memakainya”.

Hasil wawancara dengan informan berikutnya yaitu dengan Informan lima Nur Fathiyah kelas X6 menambahkan sebagai berikut :

“Saya menyukai model baju Korea dan memakai pernak-pernik untuk *accessoris*”. (Hasil Wawancara 11 April 2012)

Berdasarkan hasil penelitian bahwa para Informan menyatakan mereka tidak serta merta menggunakan fashion Korea begitu saja tetapi mereka lebih memilah dan memilih sejauh pakaian tersebut masih pantas untuk dikenakan karena fashion Korea ini memiliki berbagai macam dan pakaiannya pun bisa dikompinasikan sesuai yang kita inginkan, kebanyakan dari para remaja ini menambahkan *fashion* mereka dengan *accessoris*.

Media Apakah Mereka Bisa Mengetahui dan Menyukai Fashion Korea

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada Informan pertama Dini Safitri kelas X6 menjelaskan sebagai berikut :

“Saya banyak mengetahui tentang Korea dari film drama sampai musiknya melalui media elektronik seperti televisi dan dari internet”, sedangkan hasil wawancara dengan informan berikutnya Informan dua Ana Theza kelas X6 menambahkan : “Saya mengetahui drama dan musik Korea melalui televisi dan majalah”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan berikutnya yaitu Informan tiga Dwi Riskadila X6 menambahkan :

“Saya mengetahui film drama dan musik Korea melalui televisi dan dari majalah juga saya banyak melihat fashion-fashion Korea”.

Hasil wawancara kepada Informan empat Ragil Hidayat kelas X6 :

“Saya banyak melihat di televisi acara-acara atau film drama dan musik Korea”.

Informan lima mengungkapkan pendapatnya tidak jauh berbeda dengan Informan tiga Annisa Dwi, Ia mengungkapkan bahwa :

“Saya mengetahui film drama dan musik Korea melalui media televisi serta majalah”.

Pernyataan dari Informan tersebut serta hasil wawancara mereka menyatakan bahwa mereka mengetahui acara Korea tersebut melalui media televisi karena saat ini banyaknya stasiun televisi, pihak-pihak pengusaha televisi menganggap tentunya hal ini akan memunculkan persaingan dan situasi yang kompetitif antar media

elektronik untuk dapat merebut perhatian pemirsa dengan cara menyuguhkan acara-acara yang diperhitungkan akan disenangi oleh pemirsa. Untuk dapat menarik perhatian khalayak, paket acara yang ditawarkan dikemas semenarik mungkin.

Faktor Pendukung Remaja Siswa di SMA Negeri 3 Cirebon ini menyukai Fashion Korea

Berdasarkan hasil yang dilakukan oleh peneliti kepada Informan satu Anna Thesa kelas X6 menambahkan :

“Menurut saya yang menjadi faktor pendukung mengapa saya bisa menyukai fashion Korea selain dari televisi juga dari internet dan saat ini banyak *online shop* yang menjual fashion korea”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan

informan berikutnya yaitu Informan dua Nur Fathiyyah kelas X6 tidak jauh berbeda dengan informan satu menambahkan sebagai berikut :

“Faktor pendukung selain dari internet saya juga banyak melihat di televisi yang menayangkan berbagai macam acara dari Korea seperti film drama dan musik Korea”.

Adapun hasil wawancara dengan Informan tiga Dini Safitri yang menyatakan sebagai berikut :

“Selain dari televisi saya mengetahui Korea karena sekarang ini hampir semua produsen pakaian banyak yang menjual jenis-jenis *fashion Korea*”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan empat Rizki Silviani menyatakan :

“Kalau menurut saya banyaknya acara televisi media masa dan internet

yang banyak menjual *fashion Korea*”, sedangkan hasil wawancara dengan informan lima yaitu Agies kharismawan menambahkan sebagai berikut :

“Sekarang ini banyaknya tayangan televisi yang menayangkan acara Korea dan banyaknya bermunculan boyband dan girlband Indonesia yang mengikuti fashion Korea sehingga itu bisa menjadi salah satu faktor pendukung mengapa bisa menyukai fashion Korea”

Pernyataan dari hasil wawancara diatas Informan menyatakan bahwa faktor yang pendukung remaja siswa SMA Negeri 3 Cirebon ini menyukai fashion Korea yaitu selain mereka melihat banyaknya acara ditelevisi yang menyajikan acara Korea seperti film drama dan musik Korea serta di dukung oleh banyaknya situs-situs di internet *online shop* yang menjual yang menyediakan berbagai macam fashion Korea untuk konsumennya dan ditunjang oleh para produsen yang menawarkan model pakaian Korea untuk para pembelinya. Sekarang ini banyak pula *girlband* dan *boyband* Indonesia yang berpakaian model baju Korea secara tidak langsung ikut mempromosikan fashion Korea di kalangan remaja.

Pembahasan Mengenai Bagaimana Remaja SMA Negeri 3 Cirebon di Kelas X6 Mengikuti Cara Berpakaian Korean Style.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada Informan satu Femi Tiara Febriani kelas X6 menyebutkan sebagai berikut:

“Saya biasanya memakai pakaian casualnya karena modelnya yang menarik serta mudah dipadu padankan dengan aksesoris yang cantik bisa menambah kepercayaan diri ketika memakainya”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan berikutnya yaitu Informan dua Rizki Silviani kelas X6 menambahkan :

“Saya mengikuti fashion Korea sejauh pakaian itu masih pantas dan tidak semuanya hanya beberapa baju saja”, sedangkan berdasarkan hasil wawancara dengan informan berikutnya yaitu Informan ke tiga Agies kharismanto kelas X6 menambahkan : “Saya tidak begitu mengikuti fashion Korea, jadi saya biasa-biasa saja”

Hasil wawancara dengan informan berikutnya yaitu : Informan empat Ismania Nur Rahmawati kelas X6 menambahkan :

“Saya akan mengikuti cara berpakaian Korean Style yang cocok dan yang saya mau saja atau kalau modelnya bagus ya saya akan memakainya”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan berikutnya yaitu Informan lima yaitu Nur Fathiyah kelas X6 menambahkan “Saya menyukai model baju Korea dan memakai pernak-pernik untuk *accessoris*”.

Pembahasan ini merupakan hasil analisis data yang peneliti dapat dari penelitian sebelumnya kemudian dikaitkan dengan beberapa pemahaman teori oleh beberapa ahli. Pada tahapan pembahasan ini tujuan penelitian akan diuraikan secara lebih mendalam dan dipaparkan secara lebih jelas. Garis pemisah antara awal masa dan akhir masa remaja terletak kira-kira sekitar usia tujuh belas tahun; usia saat mana rata-rata setiap remaja memasuki sekolah menengah tingkat atas. Awal masa remaja berlangsung kira-kira dari tiga belas tahun sampai enam belas tahun atau tujuh belas tahun, dan masa akhir masa remaja bermula dari usia enam belas tahun sampai delapan belas tahun (Hurlock, 1980).

Perubahan perilaku mencakup aspek kognisi, afeksi dan aspek konasi. Menurut Winkel dalam (Suharto, 2006) kognisi adalah pengetahuan dan pemahaman yang dimiliki khalayak. Afektif adalah sikap khalayak mengenai tayangan berita di TV. Konasi adalah tindakan individu menurut cara tertentu. Menurut Hurlock dalam (Suharto, 2006) menjelaskan beberapa pola perilaku sosial pada masa anak-anak hingga remaja yaitu hasrat akan penerimaan sosial, empati, kemampuan meletakkan diri dalam posisi orang lain dan menghayati pengalaman orang tersebut.

(www.perilakuremaja.com/blog/01/08/dun-ia-remaja/)

Pembahasan Mengenai Melalui Media Apakah Mereka Bisa Mengetahui dan Menyukai Fashion Korea

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada Informan satu bernama Dini Safitri kelas X6 menyebutkan :

“Saya banyak mengetahui tentang Korea dari film drama samapai musiknya melalui media elektronik seperti televisi dan dari internet”. (Wawancara : 10 April 2012)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan berikutnya Informan dua yaitu Ana Theza kelas X6 menambahkan : “Saya mengetahui drama dan musik Korea melalui televisi dan majalah”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan berikutnya yaitu Informan tiga yaitu Dwi Riskadila X6 menambahkan :

“Saya mengetahui film drama dan musik Korea melalui televisi dan dari

majalah juga saya banyak melihat fashion-fashion Korea”.

Hasil wawancara kepada Informan Empat, yaitu Ragil Hidayat menambahkan:

“Saya banyak melihat di televisi acara-acara atau film drama dan musik Korea”.

Informan lima mengungkapkan pendapatnya tidak jauh berbeda dengan Informan tiga Annisa Dwi, Ia mengungkapkan bahwa :

“Saya mengetahui film drama dan musik Korea melauai media televisi serta majalah”.

Keberadaan komunikasi massa telah membawa kita pada era globalisasi, sebuah zaman yang menawarkan ruang tak terbatas, membuang sekat-sekat antar negara dan mengintegrasikannya ke dalam satu persepsi sehingga informasi-informasi dapat kita ketahui secara cepat. Ini terjadi berkat revolusi informasi yang memasuki pelosok dunia lewat saluran media massa diantaranya adalah televisi dan internet. Melalui bantuan teknologi mutakhir ini pula kita dapat mengakses berbagai berita mulai dari kebijakan pemerintah, kenaikan harga di pasar, perseteruan antarpemilik saham, gosip selebritas, pemerkosaan, seks bebas, dan kriminalitas.

Pada dasarnya media massa merupakan sesuatu yang dapat digunakan oleh segala bentuk komunikasi, baik komunikasi personal, komunikasi kelompok dan komunikasi massa. Pada saat ini media masa telah menjadi suatu kebutuhan hampir pada seluruh masyarakat berbagai lapisan baik pada lapisan atas, tengah, dan bawah. Kebutuhan tersebut bertambah seiring dengan perkembangan informasi yang sedang berkembang pada saat ini.

Hal ini didukung pula oleh lahirnya kebebasan komunikasi massa dalam bentuk media massa cetak dan elektronik melalui Undang-Undang Penyiaran No. 32 tahun 2002 dan Undang-Undang Pers No. 40 tahun 1999 serta dibungkus dengan himpunan etika profesi wartawan (kode etik jurnalistik) bagi para pencari berita. Sehingga, tidak heran kalau dewasa ini, media massa cetak maupun elektronik berlomba untuk menayangkan variatif program untuk mendongkrak posisi rating mereka serta mendapatkan keuntungan sebesar - besarnya.

Pemberitaan di media massa khususnya televisi, merupakan salah satu sarana untuk menyampaikan berita (pesan) yang paling diminati masyarakat pada umumnya. Penyampaian pesan yang disampaikan kepada penerima pesan (penonton) dengan cara yang lebih menarik yaitu dengan adanya tampilan berupa tampilan audio visual sehingga terasa lebih hidup dan dapat menjangkau ruang lingkup yang sangat luas, sehingga hal ini merupakan salah satu nilai positif yang dimiliki karena kekuatan media masa dari televisi tersebut.

Hal tersebut tidak hanya memberikan dampak yang positif terhadap masyarakat (penonton). Jika pesan-pesan yang disampaikan oleh media masa televisi tidak sesuai dengan aturan-aturan penyiaran yang telah ditetapkan dan dikemas dengan baik, maka hal tersebut akan memberikan implikasi yang negatif terhadap kehidupan masyarakat. Salah satu dampak yang ditimbulkan adalah peningkatan tindak kriminalitas yang terjadi di masyarakat.

Dengan bertambah banyaknya stasiun televisi, pihak-pihak pengusaha televisi menganggap tentunya hal ini akan memunculkan persaingan dan situasi yang

kompetitif antar media elektronik untuk dapat merebut perhatian pemirsa dengan cara menyuguhkan acara-acara yang diperhitungkan akan disenangi oleh pemirsa. Untuk dapat menarik perhatian khalayak, paket acara yang ditawarkan dikemas semenarik mungkin. Berbagai paket acara yang disajikan diproduksi dengan memperhatikan unsur informasi, pendidikan serta hiburan. Namun, ketatnya persaingan justru menggeser paradigma pihak pengelola stasiun untuk menyajikan program acara yang hanya mementingkan rating.

(skaterfm.blogspot.com/2012/04/dampak-media-massa-pada-masyarakat-bahan.ht

Pembahasan Mengenai Faktor Pendukung Remaja Siswa di SMA Negeri 3 Cirebon ini menyukai Fashion Korea.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada Informan satu yaitu Dini Safitri kelas X6 menyebutkan :

“Saya banyak mengetahui tentang Korea dari film drama samapai musiknya melalui media elektronik seperti televisi dan dari internet”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan berikutnya Informan dua Ana Theza kelas X6 menambahkan :

“Saya mengetahui drama dan musik Korea melalui televisi dan majalah”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan berikutnya yaitu Informan tiga Dwi Riskadila X6 menambahkan :

“Saya mengetahui film drama dan musik Korea melalui televisi dan dari

majalah juga saya banyak melihat fashion-fashion Korea”.

Hasil wawancara kepada Informan 4 Ragil Hidayat kelas X6 menambahkan:

“Saya banyak melihat ditelevisi acara-acara atau film drama dan musik Korea”.

Informan lima mengungkapkan pendapatnya tidak jauh berbeda dengan Informan tiga Annisa Dwi, Ia mengungkapkan bahwa :

“Saya mengetahui film drama dan musik Korea melalui media televisi serta majalah”.

Televisi sebagai media masa, media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Media massa sering dibedakan menjaadi media massa bentuk tampak (visual) media massa bentuk dengar (audio), dan media massa bentuk gabungan tampak dengar (audio visual). Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak penerima dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi (Mulyana, 2001). Anzwar dalam (Novilena, 2004) menyatakan bahwa sebagai sarana komunikasi, berbagai bentuk media massa mempunyai pengaruh besar dalam pembentukkan opini dan kepercayaan orang. Diantara berbagai media massa yang ada, salah satunya yang banyak dimanfaatkan orang dewasa adalah televisi.

Televisi adalah media komunikasi yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara dan gambar secara umum, baik terbuka maupun tertutup, berupa program yang teratur dan berkesinambungan (Novilena, 2004).

Selain itu, menurut (Suangga, 2004) televisi memiliki posisi yang penting dalam kehidupan manusia apabila benar-benar di manfaatkan sebagaimana seharusnya. Televisi menawarkan berbagai alternatif, sehingga dapat memilih informasi yang diinginkan sesuai dengan kebutuhan. Dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk menyampaikan ilmu, pendidikan, pengetahuan, dan sebagainya.

www.mediatelevisi.com/blog/2012/05/telev-isi-sebagai-media-massa/ pada 5 Juni 2012 Pkl 12.45 Wib.

Simpulan

Dari pembahasan tersebut dapat disimpulkan :

1. Para remaja yang berada di lingkungan SMA Negeri 3 Cirebon walaupun mereka menyukai fashion Korea tapi mereka tidak serta merta menggunakan fashion Korea begitu saja tetapi mereka lebih memilah dan memilih sejauh pakaian itu masih pantas untuk dikenakan karena fashion Korea ini memiliki berbagai macam dan pakaiannya pun bisa dikombinasikan sesuai yang kita inginkan. Model fashion Korea ini tidak *se-extream* pakaian *harajuku* yang berasal dari Jepang tetapi dalam fashion Korea ini terkesan lebih sopan dari pada fashion barat, sehingga memudahkan para remaja untuk mengikutinya dan tak jarang banyak yang menyukai fashion Korea. Pelajar yang menyukai fashion Korea itu merupakan hal yang sah-sah saja, namun mereka harus tetap memahami batasan-batasan yang harus dilakukan seperti cukup menyukai jangan sampai terlalu berlebihan meniru fashion Korea. Karena hal ini akan menghilangkan pembentukan jati diri dari pelajar yang harusnya terbentuk

secara alami sejalan dalam perjalanan hidupnya.

2. Banyaknya stasiun televisi, pihak-pihak pengusaha televisi menganggap tentunya hal ini akan memunculkan persaingan dan situasi yang kompetitif antar media elektronik untuk dapat merebut perhatian pemirsa dengan cara menyuguhkan acara-acara yang diperhitungkan akan disenangi oleh pemirsa. Untuk dapat menarik perhatian khalayak, paket acara yang ditawarkan dikemas semenarik mungkin. Berbagai paket acara yang disajikan tersebut diproduksi dengan memperhatikan baik unsur informasi, pendidikan serta hiburan. Namun, ketatnya persaingan. Banyaknya tayangan yang menyiarkan drama dan musik Korea yang kini tayang hampir di semua stasiun televisi berpengaruh terhadap budaya asli Indonesia. Semua stasiun televisi berlomba untuk mendapatkan rating tanpa mem-*filter* tayangan apa yang lebih pantas untuk disiarkan dan tidak memikirkan dampak yang akan timbul di kemudian. Budaya Indonesia itu sendiri menjadi kurang diperhatikan oleh kalangan remaja karena kurangnya sosialisasi untuk lebih mengenalkan budaya Indonesia dan agar menjadi jati diri suatu bangsa. Dewasa ini banyak stasiun televisi yang seolah berlomba menayangkan acara dari Negara asing seperti Korea, sehingga kurang memperhatikan tayangan televisi yang mendidik dan memberikan wawasan serta pengetahuan tentang budaya Indonesia ini semakin kurang terpublikasikan. Dengan, sehingga diharapkan kesadaran kepada masyarakat untuk lebih peduli lagi kepada budaya Indonesia yang menjadi kebanggaan bangsa kita.

3. Televisi adalah media komunikasi yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara dan gambar secara umum, baik terbuka maupun tertutup, berupa program yang teratur dan berkesinambungan serta saat ini banyaknya situs-situs di internet *online shop* yang menyediakan berbagai macam fashion Korea untuk konsumennya dan tak ketinggalan para produsen yang memproduksi model pakaian Korea untuk para pembelinya. Sekarang ini banyak pula *girlband* dan *boyband* Indonesia yang berpakaian dan gaya *fashion* Korea Korea secara tidak langsung ikut mempromosikan fashion

Korea. Selain mereka melihat banyaknya acara ditelvisi yang sering menayangkan acara Korea seperti film drama dan musik Korea serta di dukung oleh maraknya situs-situs di internet *online shop* yang menjual yang menyediakan berbagai macam fashion Korea beserta pernak-perniknya. Kita sebagai khalayak penikmat acara televisi diharapkan bijak untuk memilih tayangan televisi yang baik untuk kita simak dan sebagai konsumen yang baik kita harus cermat memilih barang-barang untuk kita konsumsi dan tidak melupakan *fashion* Indonesia yang kaya akan budaya.

Daftar Pustaka

- Adeney, Bernard T. 1995. *Etika Sosial Lintas Budaya*. Yogyakarta: Kanisius. Al-Hadar Smith.
- Ardianto, Elvinaro. 2005. *Komunikasi Massa suatu pengantar*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. 2004. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Prenada Media.
- Dariyo, Agoes. 2004 . *Psikologi Perkembangan Remaja*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Misiak, Henryk. 2007. *Psikologi Fenomenologi Eksistensi dan Humanistik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Dedy. 2003. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* . Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Dedy.2005. *Komunikasi antar Budaya* . Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Moleong, Lexy. 2010. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Severin, Warner J – Tankard, James W. 2009. *Teori Komunikasi sejarah, metode dan terapan di dalam media massa*. Jakarta : Kencana Prenada Media.
- Wiryanto. 2000. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Grasindo.

Sujanto, Agus. 2004. Psikologi Umum