

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Gaya Hidup

a. Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup secara luas diartikan sebagai cara hidup yang dipengaruhi oleh aktivitas, minat, dan cara pandang seseorang terhadap dirinya dan dunia. Suatu komunitas akan mempunyai cara hidup yang berbeda dengan komunitas lainnya. Bahkan dalam suatu masyarakat tertentu, cara hidup individu dan kelompok terkadang berubah secara terus menerus dan dinamis.

Menurut Adler, gaya hidup seseorang adalah pendekatan khusus yang mereka gunakan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan untuk diri mereka sendiri dalam kehidupan tertentu. Setiap orang mempunyai potensi untuk berkembang sesuai dengan gaya hidup masing-masing, artinya setiap orang mempunyai tujuan, tidak merasa rendah diri terhadap orang lain, atau tidak membiarkan hal tersebut mewarnai usahanya dalam mencapai tujuan sesuai dengan minat sosial. Setiap orang saat ini melakukannya dengan cara masing-masing.¹

Menurut Chaney, gaya hidup adalah cara berpola dalam berinvestasi pada beberapa aspek kehidupan sehari-hari yang mempunyai nilai sosial atau simbolik. Pola perilaku inilah yang membedakan individu dengan orang lain, dan individu membentuk identitas diri dalam masyarakat modern, termasuk cara masyarakat mengenali dan mengakui individu tersebut. Pengakuan ini dapat berupa penilaian terhadap nilai simbolis yang dimiliki individu. Dengan demikian, cara seseorang berperilaku dalam lingkungannya dapat

¹ Alwisol, *Psikologi Kepribadian (Edisi Revisi)* (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press, 2006), 90.

menjadi alat untuk menentukan golongan mana yang termasuk dalam dirinya.²

Weber berpendapat bahwa persamaan dalam status sosial dapat direpresentasikan melalui konsep gaya hidup. Dalam konteks sosial yang lebih rendah, gaya hidup bisa dianggap sebagai faktor pembatas. Gaya hidup adalah hasil dari perkembangan di berbagai sektor, muncul melalui kreativitas, intuisi, dan pemikiran manusia. Gaya hidup seseorang dapat diartikan sebagai ciri-ciri yang menunjukkan nilai-nilai dan sikap seseorang terhadap dirinya dan lingkungannya.³

Ahmad Amin berpendapat bahwa gaya hidup memiliki hubungan yang erat dengan akhlak manusia. Akhlak adalah disiplin ilmu yang mengurai konsep kebaikan dan keburukan, memberikan panduan tentang perilaku yang seharusnya diterapkan manusia terhadap sesamanya, menetapkan tujuan yang harus dicapai individu dalam tindakan mereka, dan menunjukkan arah untuk menjalankan tindakan yang benar.⁴ Maka, akhlak berfungsi sebagai parameter yang mengidentifikasi perbedaan antara perilaku yang dianggap positif dan negatif, terpuji dan tercela, dalam ungkapan lisan dan tindakan yang dilakukan oleh individu, baik dalam aspek fisik maupun psikologis. Ketika kita mencoba membentuk karakter yang mulia, kita perlu membangun sifat-sifat terpuji sambil menjauhkan diri dari sifat-sifat tercela. Dengan demikian, untuk menghilangkan sifat-sifat tercela tersebut, kita perlu memiliki kekuatan penolak yang

² David Chaney, *Lifestyle: Sebuah Pengantar Komprehensif* (Yogyakarta: Jalasutra, 1996), 92.

³ Rahma Sugihartati, *Membaca, Gaya Hidup, dan Remaja Kapitalisme* (Jakarta: Graha Ilmu, 2016), 48.

⁴ Elly Herlyana, "Fenomena Coffe Shop sebagai Gejala Hidup Baru Kaum Muda," *Thaqafiyat* 13, no. 1 (2012): 195.

dapat menggantikannya, yaitu perilaku yang terpuji, yang tidak dapat diabaikan begitu saja.

Menurut pemahaman Islam, gaya hidup merujuk pada pola kehidupan yang sejalan dengan prinsip-prinsip agama Islam. Ia sesuai dengan prinsip-prinsip *Al-Din*. Konsep Islam sebagai agama tidak hanya melibatkan keyakinan dalam hati, namun juga perlu menunjukkan praktik amalnya serta menampilkan sikap moral dan kepribadian yang baik dalam semua aspek kehidupan sehari-hari baik pada level individu maupun dalam masyarakat. Gaya hidup yang mengikuti ajaran Islam menjamin bahwa individu tersebut memiliki keyakinan yang kuat, melaksanakan segala tindakan yang diwajibkan oleh agama Islam, dan menunjukkan sikap moral yang terpuji.⁵

Dalam perspektif Islam, terdapat dua klasifikasi gaya hidup, yakni gaya hidup yang sejalan dengan prinsip-prinsip Islam dan gaya hidup yang dianggap *jahiliyyah*. Gaya hidup yang berlandaskan Islami didasarkan pada prinsip utama yang tidak dapat diubah, yaitu *Tauhid*. Gaya hidup *Jahili*, landasannya bersifat relatif dan mudah tergoyahkan, yakni praktik-praktik syirik yang merupakan karakteristik dari orang-orang kafir. Setiap muslim harus mengadopsi gaya hidup Islami sebagai bagian tak terpisahkan dalam menjalani kehidupannya.⁶

Berdasarkan beberapa pengertian yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan gaya hidup adalah kegiatan individu yang dilakukan sehari-hari, dengan pola tindakan yang berbeda-beda pada setiap kelompok masyarakat. Gaya hidup juga terkait dengan bagaimana individu ingin dikenal oleh orang lain, sehingga gaya

⁵ Syarifah Md Yusof, "Usahawan Wanita Muslim Berjaya: Amalan Gaya Hidup Islam," *International Journal of Islamic Business* 3, no. 1 (2018): 4.

⁶ Zahrotun Naqiah, Itang Itang, dan Dedi Sunardi, "Perspektif Islam tentang Pengaruh Kepribadian dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumen," *Tazkiyya: Jurnal Keislaman, Kemasyarakatan dan Kebudayaan* 2, no. 2 (2019): 185.

hidup juga bisa terhubung dengan cara individu membentuk citra diri mereka di hadapan orang lain. Sebagai seorang muslim harus dapat menerapkan gaya hidup islami yaitu sejalan dengan ajaran dan hukum yang diajarkan dalam Islam.

b. Aspek-Aspek Gaya Hidup

Menurut Reynold dan Darden, gaya hidup terbagi ke dalam beberapa aspek, diantaranya:⁷

1) Kegiatan (*activities*)

Tindakan yang dilakukan seseorang secara nyata disebut dengan aktivitas. Kegiatan ini mencakup berbagai aktivitas seperti pekerjaan, rutinitas harian, olahraga, dan sebagainya.

2) Minat (*interest*)

Tingkat kegairahan yang sejalan dengan perhatian tertentu atau berkelanjutan disebut minat. Misalnya mencakup minat terhadap keluarga, pekerjaan, komunitas, kebiasaan makan, penampilan, hubungan dengan lawan jenis, dan lainnya.

3) Pendapat (*opinion*)

Pendapat seseorang merupakan tanggapannya, baik lisan maupun tulisan, terhadap suatu pertanyaan yang diajukan. Pendapat ini digunakan untuk menggambarkan interpretasi, ekspektasi, dan penilaian, termasuk keyakinan terhadap motivasi orang lain, keinginan untuk perkembangan di masa depan, dan pertimbangan dampak menguntungkan atau merugikan dari tindakan yang mungkin dilakukan.

c. Klasifikasi Gaya Hidup

David Chaney mengkategorikan gaya berdasarkan pada hal yang timbul dari kebutuhan

⁷ James F. Engel, D. R. Blackwell, dan W. P. Miniard, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Binarupa Aksara, 1995), 385.

seseorang sebagai pemuasan keinginan dan rutinitas yang selalu diikuti, yaitu:⁸

1) Industri gaya hidup

Dalam beberapa dekade terakhir, gaya hidup sebagai tolok ukur penampilan seseorang banyak dipengaruhi oleh estetika, termasuk estetika tubuh atau diri. Tubuh dan kehidupan sehari-hari kita menjadi suatu proyek, sebagai landasan perkembangan gaya hidup. Ungkapan yang sesuai untuk menggambarkan ketergantungan manusia modern terhadap gaya mungkin bisa diungkapkan sebagai, “Kamu hidupkan gayamu, maka kamu menunjukkan eksistensimu!”. Oleh karena itu, industri penampilan mengambil bagian yang cukup besar dalam industri gaya hidup.

2) Iklan gaya hidup

Dalam masyarakat modern, berbagai perusahaan, politisi, dan individu secara kolektif tertarik pada citra mereka. Di era globalisasi informasi saat ini, budaya citra (*image culture*) dan budaya cita rasa (*taste culture*) mempunyai dampak yang signifikan terhadap gaya hidup. Dalam kedua budaya tersebut, terdapat rentetan iklan dengan visual yang terkadang mempesona dan memikat. Iklan mencitrakan gaya hidup dengan berupaya secara halus memasukkan pesan mengenai pentingnya memiliki citra diri yang positif saat tampil di hadapan masyarakat. Dengan berlanjutnya periklanan, ini dapat secara perlahan namun pasti memengaruhi preferensi dan pemahaman mengenai citra diri seseorang.

3) *Public Relation* dan Jurnalisme Gaya Hidup

Dalam perkembangan terkini dalam dunia promosi, telah ditemukan bahwa budaya yang berpusat pada selebriti memiliki pengaruh besar

⁸ Larasati Putri Sumardi dan Maman Suherman, “Fenomena Gaya Hidup Selebgram,” *Prosiding Hubungan Masyarakat* 7, no. 2 (2021): 753–54.

terhadap cara konsumen modern mengidentifikasi diri mereka. Dalam konteks budaya konsumen, identitas kini berfungsi sebagai elemen aspek penampilan yang dimanfaatkan untuk mengungkapkan diri. Perkembangan penampilan generasi baru, yang dikenal sebagai Generasi E, diyakini dipengaruhi oleh model peran yang terinspirasi oleh selebriti dalam cara mereka menggunakan internet dan berpenampilan saat melakukan kegiatan di luar rumah. Hal ini menunjukkan bagaimana selebriti dan kemiripannya sering digunakan untuk membantu pelanggan dalam parade identitas.

4) Gaya Hidup Mandiri

Hidup mandiri berarti tidak bergantung pada apapun sama sekali. Oleh karena itu, penting untuk dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan diri sendiri dan menyusun rencana tindakan untuk menggunakan kekuatan dan kelemahan tersebut untuk mencapai tujuan. Bertanggung jawab berarti melakukan perubahan secara sadar, memahami semua potensi risiko, dan bersedia menerimanya. Dengan menerapkan disiplin dan melakukan perubahan tersebut, gaya hidup mandiri dapat dikembangkan. Masyarakat dengan gaya hidup mandiri tidak lagi terkekang oleh budaya konsumerisme. Manusia akan mandiri dan bebas mengambil keputusan moral dan menemukan solusi baru untuk mendukung kemandiriannya.

5) Gaya Hidup Hedonis

Gaya hedonis menggambarkan suatu model cara hidup di mana semua tindakan diarahkan untuk mengejar kebahagiaan dan kenikmatan, termasuk meningkatkan aktivitas rekreasi, menikmati kesenangan perkotaan, menginvestasikan dalam barang-barang mewah

yang diminati, serta memiliki dorongan untuk selalu menarik perhatian orang lain. Dari penjelasan di atas terlihat jelas bahwa gaya hidup seseorang mengambil bentuk dan ciri-ciri yang dihasilkan dari pola tingkah laku dan kebiasaannya. Hidup hedonis merupakan salah satu gaya hidup yang banyak dibicarakan.

2. Perilaku Imitasi

a. Pengertian Perilaku Imitasi

Imitasi adalah salah satu aspek yang dapat memperkuat interaksi sosial. Secara harfiah, imitasi berarti meniru. Dalam proses imitasi, anak-anak atau remaja pada awalnya mengidentifikasi orang tua sebagai model peran utama yang harus mereka tiru, lalu mereka berkembang untuk meniru perilaku orang lain sebagai bagian dari perkembangan sosial dan belajar mereka. Menurut Davidoff, konsep *imitation* juga sering disebut sebagai *modeling*, *observational learning*, atau *social learning*.⁹ Imitasi merupakan manifestasi konsep yang berakar pada teori pembelajaran sosial yang dipelajari dan dikembangkan oleh Albert Bandura. Menurut Bandura, imitasi adalah proses belajar dengan mengamati tingkah laku atau perilaku orang lain disekitar kita. Imitasi yang artinya meniru, dengan kata lain juga merupakan proses pembelajaran dengan melihat dan memperhatikan perilaku orang lain kemudian mencontohnya.¹⁰

Menurut Pierce & Cheney, proses *observational learning* merupakan belajar dengan mengamati, yang melibatkan apa yang dilakukan orang lain. Perilaku yang dilakukan pengamat bergantung pada perilaku model yang diamati. Anak akan

⁹ Edi Purwanta, *Modifikasi Perilaku: Alternatif Penanganan Anak Berkebutuhan Khusus* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), 28.

¹⁰ Dede Rahmat Hidayat, *Teori dan Aplikasi Psikologi Kepribadian dalam Konseling* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 151.

melakukan imitasi terhadap tindakan yang dilakukan oleh model. Meskipun *modeling* dapat menghasilkan berbagai efek (misalnya fasilitasi sosial, penguatan stimulus), pengkondisian imitatif terjadi ketika seorang anak menunjukkan respons yang hanya dapat diperoleh dengan mengamati pemicuan respons yang sama. Pembelajaran sosial jenis ini dapat muncul dari kemampuan meniru. Terdapat beberapa bukti yang menunjukkan bahwa individu secara alami cenderung melakukan imitasi spontan, yang mengindikasikan bahwa tindakan meniru apa yang dilakukan orang lain mungkin memiliki dasar evolusi. Situasi ini terjadi ketika individu menghasilkan respon serupa dengan model, namun dengan variasi atau modifikasi yang telah disesuaikan.¹¹

Perilaku mempunyai arti yang lebih spesifik dibandingkan dengan kata “jiwa”. Maka mempelajari perilaku lebih mudah daripada mempelajari jiwa, dan jiwa juga dapat dipahami melalui perilaku. Tindakan yang termasuk di sini adalah tindakan terbuka (jelas) atau tertutup (tersembunyi). Perilaku terbuka (*overt behavior*) adalah tindakan yang dapat dengan mudah diamati dan diidentifikasi melalui panca indra, termasuk tindakan fisik seperti cara seseorang berpakaian, berbicara, atau berperilaku secara fisik di lingkungan sekitarnya. Perilaku ini mudah dikenali oleh orang lain. Sebaliknya, perilaku tertutup adalah aktivitas yang tidak dapat terdeteksi secara langsung dengan menggunakan indra manusia. Ini mencakup proses mental dan emosional seperti berpikir, berimajinasi, merenung, bermimpi, merasa takut, dan lain sebagainya. Perilaku ini tidak selalu terlihat oleh orang lain, dan seringkali merupakan pengalaman

¹¹ W. David Pierce dan Carl D. Cheney, *Behavior Analysis and Learning* (USA: Lawrence Erlbaum Associates, 2004), 296.

internal individu yang tidak dapat dengan mudah diamati oleh orang lain.¹²

Teori peniruan (*modeling theory*) pada dasarnya memiliki kesamaan dengan teori identitas dalam pandangan bahwa manusia adalah makhluk yang terus mengembangkan kapasitas emosionalnya. Namun, perbedaan mendasar antara keduanya adalah bahwa teori peniruan menitikberatkan pada bagaimana individu memperoleh pola perilaku dan respons emosional melalui pengamatan dan peniruan dari lingkungan eksternal mereka. Dalam situasi ini, manusia cenderung mengadaptasi dan mengadopsi perilaku, ekspresi emosi, dan respon yang diamati dari orang lain dalam upaya mencari kepuasan atau kebahagiaan. Jadi, teori peniruan menggarisbawahi peran penting pengaruh lingkungan eksternal dalam membentuk perilaku dan emosi. Individu membandingkan perilakunya dengan pengamat yang berperan sebagai model. Media massa menampilkan sejumlah model yang mampu memberikan inspirasi kepada audiensnya. Media cetak, sebagai contoh, memiliki kemampuan untuk mengkomunikasikan pemikiran dan gagasan dengan lebih jelas dibandingkan dengan pengalaman sehari-hari. Selain itu, media seperti televisi, film, dan kartun seringkali melibatkan dramatisasi dalam penampilan perilaku fisik. Teori imitasi menjadi alat konseptual untuk menjelaskan mengapa media massa memainkan peran yang sangat penting dalam menyebarkan norma-norma terkait cara berpakaian, berbicara, atau berperilaku tertentu.¹³ Fenomena ini mengindikasikan bahwa masyarakat cenderung meniru perilaku yang dipresentasikan dalam media massa. Karena itu, penting bagi individu untuk

¹² Sarwono, *Teori Psikologi Sosial: Individu dan Teori-Teori Psikologi Sosial*, 52.

¹³ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), 216.

mengembangkan pemahaman yang kritis terhadap pengaruh media massa terhadap perubahan perilaku dan interaksi sosial sehari-hari.

Dalam proses imitasi atau *modeling*, seseorang dapat mengobservasi dan meniru perilaku orang lain yang dijadikan sebagai contoh, dan kemudian diperkuat dengan melakukan perilaku yang sama. Dalam konteks ini, pemodelan adalah pendekatan yang memiliki kesamaan dengan salah satu metode yang diterapkan oleh Nabi Muhammad SAW dalam penyebaran ajaran agama Islam, yaitu melalui demonstrasi perilaku positif yang menjadi teladan (*uswatun hasanah*). Konsep *uswatun hasanah* menitikberatkan pada urgensi pemahaman dan replikasi sikap, tindakan, serta atribut positif yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW dalam konteks menjalani kehidupan sehari-hari dan berinteraksi dengan sesama. Seperti yang telah dijelaskan dalam sebuah ayat:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا

اللَّهِ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا

Artinya: “Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah.” (QS. *Al-Ahzab*: 21)¹⁴

Ayat tersebut menggambarkan konsep penting dalam Islam mengenai kebutuhan akan adanya teladan atau figur yang dapat memberikan inspirasi dan panduan moral bagi individu maupun masyarakat secara keseluruhan. Dalam konteks ini, Nabi Muhammad SAW dan para sahabatnya dianggap sebagai teladan utama karena perilaku dan tindakan

¹⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*.

mereka tercermin dalam ajaran agama Islam dan prinsip-prinsip moral yang luhur.

Dalam Islam, prinsip pemodelan dan memiliki sosok idola diperbolehkan, selama pemilihan sosok tersebut sesuai dengan nilai-nilai agama dan tidak mengarah pada penyimpangan dari ajaran Islam.¹⁵ Ini berfungsi sebagai sarana untuk memotivasi individu dan komunitas dalam menjalani kehidupan sehari-hari dengan integritas dan moralitas yang tinggi, serta untuk meraih kesuksesan di dunia dan akhirat. Penting untuk dicatat bahwa konsep pemodelan ini tidak hanya mencakup aspek perilaku, tetapi juga pemahaman yang lebih dalam tentang ajaran Islam dan penerapannya dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, pemilihan sosok idola atau teladan dalam Islam harus berdasarkan prinsip-prinsip agama yang benar dan tidak bertentangan dengan hukum Islam.

Gabriel Tarde mengatakan bahwa setiap aspek kehidupan sosial manusia didasarkan pada berbagai faktor imitasi.¹⁶ Peniruan dapat membuat seseorang melakukan sesuatu yang positif atau negatif. Proses peniruan berpindah dari satu orang ke orang lain, dari satu kelompok ke kelompok lain, sehingga terjadilah proses peniruan yang berkesinambungan. Menurut Tarde, perilaku imitasi mempunyai beberapa syarat, yaitu:¹⁷

- 1) Keinginan untuk meniru dan tertarik pada sesuatu.
- 2) Menganggap istimewa atau mengagumi sesuatu yang ingin ditirunya.
- 3) Seseorang melakukan perilaku meniru atau meniru karena diakui atau dipuji oleh lingkungannya.

Berdasarkan pada penjelasan tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku imitasi adalah tindakan yang dilakukan oleh seseorang melalui pengamatan perilaku yang mereka lihat pada orang

¹⁵ Nurdin, "Kajian Hadits Tematik tentang Tokoh Idola dalam Perspektif Islam," *OSF Preprints*, 2020, 5.

¹⁶ Hamim Rosyidi, *Psikologi Sosial* (Surabaya: Jaudar, 2012), 8.

¹⁷ W. A. Gerungan, *Psikologi Sosial* (Bandung: Rafika Aditama, 2004), 60.

lain. Seseorang memperoleh pengetahuan baru dari orang lain melalui pengamatan terhadap perilaku yang ditunjukkan oleh orang tersebut, kemudian mencoba untuk menerapkan perilaku yang telah diamati tersebut kepada dirinya sendiri. Perilaku meniru atau imitasi akan terus dilakukan ketika orang-orang di lingkungannya memberikan pengakuan pada apa yang dilakukannya.

b. Aspek-Aspek Perilaku Imitasi

Hergenhahn dan Olson mengidentifikasi empat aspek yang mempengaruhi kemungkinan perilaku imitasi, antara lain:¹⁸

1) Atensi (*Attention*)

Atensi dicapai dengan terlebih dahulu memusatkan perhatian pada model. Dengan memusatkan perhatian pada model, subjek dapat melakukan perilaku yang sama dengan objek yang diamati.

2) Retensi (*Retention*)

Dalam proses retensi ini, subjek menciptakan ingatan tentang pola yang mereka amati dan kemudian menyimpan ingatan tersebut dalam ingatannya.

3) Pembentukan Perilaku

Subjek kemudian menerjemahkan apa yang telah dipelajarinya dari pola yang diamati ke dalam tindakan atau perilaku.

4) Motivasi (*Motivation*)

Pada tahap motivasi ini, penguatan (*reinforcement*) berperan sebagai penyemangat yang merangsang dan menjaga perilaku agar tetap ada guna mencapai tujuan hidup.

Menurut Bandura, setelah melakukan penelitian dan evaluasi, ia menyimpulkan bahwa proses imitasi adalah metode pembelajaran di mana individu memperoleh pengetahuan dengan meniru tindakan

¹⁸ B.R. Hergenhahn dan Matthew H Olson, *Theories of Learning*, terj. Tri Wibowo B.S. (Jakarta: Kencana, 2008), 363.

orang lain. Proses ini juga dipengaruhi oleh faktor-faktor internal individu, seperti motivasi dan kepercayaan diri, serta faktor eksternal, seperti lingkungan sosial dan model yang diamati. Dalam konteks ini, Bandura melanjutkan dengan mengatakan bahwa terdapat faktor-faktor tambahan yang memengaruhi proses pembelajaran melalui peniruan, termasuk perhatian, retensi, pembangkitan, serta motivasi. Bandura juga menemukan adanya saling memengaruhi, di mana tindakan manusia, lingkungan, dan interaksi dengan orang lain saling berpengaruh dalam menghasilkan tindakan selanjutnya, yang disebut juga sebagai determinisme timbal balik.¹⁹

Dari penjelasan aspek perilaku imitasi di atas, dapat disimpulkan bahwa imitasi dapat terjadi karena keinginan individu atau karena adanya penguatan dari lingkungan luar atau lingkungan sekitar individu tersebut. Lebih lanjut, perilaku imitasi juga dapat terjadi karena empat proses, yaitu atensi, retensi, perubahan perilaku dan motivasi. Perilaku imitasi tidak dapat terjadi tanpa perhatian, kehati-hatian, ketidakmampuan atau kesanggupan untuk melakukannya, dan insentif yang tepat.

c. **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Imitasi**

Ada banyak faktor yang mendukung perilaku meniru seseorang. Slamet menguraikan hal-hal berikut sebagai penyebab terjadinya perilaku imitasi:²⁰

- 1) Perilaku imitasi terjadi karena memiliki seorang idola yang berfungsi sebagai model yang diinginkan untuk dicontoh. Individu mengidentifikasi diri dengan idola favorit mereka, yang kemudian dapat menghasilkan minat yang kuat untuk meniru perilaku yang sama seperti yang dilakukan oleh idola tersebut.

¹⁹ Hergenhahn dan Olson, 386.

²⁰ Santoso Slamet, *Dinamika Kelompok* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2009), 64.

- 2) Rasa kekaguman terhadap tokoh yang diidolakan. Setiap individu memiliki sosok yang mereka kagumi, dan proses pemilihan tokoh ini biasanya dipicu oleh perasaan kagum. Sebagai contoh, ada situasi di mana seorang anak mulai mengembangkan ketertarikan terhadap Lionel Messi sebagai seorang pemain sepakbola yang sangat berbakat. Selain itu, Messi juga memperlihatkan karakter yang terpuji, baik di lapangan maupun di luar lapangan. Faktor-faktor ini membantu meningkatkan perasaan kagumnya terhadap Messi.
- 3) Kepuasan dalam upaya meniru panutan yang diidolakan. Tahap ini adalah salah satu fase yang berada pada tingkat yang tinggi dalam proses peniruan. Pada tahap ini, terdapat gejala hedonisme di mana kepuasan diri dapat melampaui batas ketika individu meniru tokoh panutannya dengan sepenuh hati untuk mencapai kepuasan pribadi.

3. *Korean Wave*

a. *Sejarah Korean Wave*

Korean wave pada dasarnya merupakan arus popularitas penyebaran budaya Korea Selatan dalam skala internasional. Istilah *korean wave* diciptakan dari bahasa Korea “*Han Ryu*”, yang mana kata “*Han*” memiliki arti Korea dan kata “*Ryu*” memiliki arti gelombang. Sehingga, secara harfiah jika digabungkan berarti Gelombang Korea (*korean wave*).²¹

Penyiaran yang berkesinambungan dari elemen-elemen budaya Korea telah memajukan minat yang meningkat dalam budaya Korea di kalangan masyarakat, dan sebagai hasilnya, telah memunculkan fenomena akulturasi budaya. Kejadian ini memunculkan fenomena *hallyu*, yang menyebar ke seluruh dunia melalui budaya pop Korea melalui media

²¹ Yeonhee Yoon dan Kiwoong Yang, *The Korean Wave from a Private Commodity to a Public Good* (Seoul: Korea University Press, 2020), 90.

massa, jejaring sosial, dan berbagai *platform* video *online*, sehingga memungkinkan industri hiburan Korea menarik perhatian dunia yang lebih luas. Sejak abad ke-21, *hallyu* telah menjadi fenomena global yang mempengaruhi budaya modern di berbagai industri media massa seperti musik, film, televisi, dan seluruh aspek perilaku manusia di seluruh dunia.

Istilah *korean wave* dibuat oleh seorang jurnalis asal Beijing pada pertengahan tahun 1999, berdasarkan oleh popularitas hiburan dan budaya Korea Selatan yang berkembang pesat di China. *korean wave* merupakan sebuah budaya yang kemudian menjadi *brand image*, sehingga aktivitas-aktivitas yang menarik dapat dirancang dengan berbagai cara untuk memperkenalkan budaya Korea.²²

Korean wave berawal sejak dibukanya hubungan diplomatik antara Korea Selatan dan China pada Tahun 1997. Pada tahun yang sama, drama korea yang berjudul *What Is Love* ditayangkan oleh *China Central Television (CCTV)*. Drama tersebut sukses besar hingga mencapai peringkat kedua dalam konten video impor sepanjang masa di China. Pada tahun 2000 boyband *H.O.T* yang berasal dari Korea Selatan menyelenggarakan di *Beijing Workers' Gymnasium*. Kemudian Korea Selatan mulai mempromosikan *hallyu* ke Jepang pada tahun 2003, melalui drama *Winter Sonata* yang ditayangkan oleh siaran NHK di Jepang. Drama tersebut juga menunjukkan kesuksesan yang luar biasa. Sejak saat itulah budaya Korea Selatan terus merambat ke berbagai negara di Asia.

Keberhasilan drama korea berhasil membuka jalan bagi produk Korea yang lain, salah satunya adalah musik Korea. Aliran musik yang berasal dari Korea Selatan juga disebut dengan *Korean Pop (K-Pop)*. Pada era 2000an terdapat beberapa boyband dan girlband

²² Kiki Zakiah, "Menjadi Korean di Indonesia: Mekanisme Perubahan Budaya Indonesia-Korea," *MediaTor: Jurnal Komunikasi* 12, no. 1 (2019): 93.

asal Korea Selatan yang meraih kesuksesan dalam dunia internasional. Kemudian kesuksesan tersebut semakin berlanjut bahkan selama satu dekade berikutnya. Para musisi *K-Pop* telah menyelenggarakan berbagai konser di seluruh dunia seperti di Jepang, Jerman, Brazil, Prancis, dan New York.²³

Korean wave mulai menyebar di Indonesia pada tahun 2002 setelah berlangsungnya Piala Dunia Korea Selatan dan Jepang. Momen ini terjadi di televisi, dilanjutkan dengan perkenalan drama Korea (*K-Drama*) di televisi. Trans TV menjadi stasiun TV pertama yang menayangkan drama Korea “*Mother Sea*” pada tanggal 26 Maret 2002. Setelah itu, Indosiar juga menayangkan drama Korea “*Endless Love*” pada tanggal 1 Juli 2002. Bersamaan dengan maraknya tayangan *K-Drama* di Indonesia, fenomena *K-Pop* juga merambah ke tanah air. Popularitas *K-Pop* mulai mencuat di Indonesia sekitar tahun 2009-2010, dan sejak itu semakin banyak grup musik asal Korea yang menjadi terkenal di Indonesia. Setelah itu, *boyband* dan *girlband* asal Korea mulai mengunjungi Indonesia dan menyelenggarakan konser. Hal ini menunjukkan meningkatnya popularitas musik Korea di Indonesia.²⁴

b. Aspek-Aspek Korean Wave

Saat ini pengaruh kebudayaan Korea telah tersebar secara global, tidak hanya di wilayah Asia. Mungkin masih banyak masyarakat yang belum menyadari bahwa kebudayaan Korea telah begitu kuat mempengaruhi para remaja di Indonesia. Berikut ini adalah beberapa aspek pengaruh kebudayaan Korea yang berkembang di Indonesia.

²³ Diah Sari, *Annyeonghaseyo: Telusur Jejak Digital Korean Wave di Indonesia* (Yogyakarta: Deepublish, 2021), 16.

²⁴ B. A. P. Yulianan dan G. E. Subakti, “Pengaruh Fenomena Korean Wave (K-Pop Dan K-Drama) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemarnya Perspektif Islam,” *Jurnal Penelitian Islam* 18, no. 1 (2022): 38.

1) Drama Korea

Serial televisi Korea, yang juga dikenal sebagai drama Korea, adalah produksi berjangka pendek yang disajikan melalui media televisi dan berasal dari Korea Selatan. Drama Korea menjadi awal penyebab maraknya budaya Korea di seluruh dunia. Hingga saat ini banyak dari drama Korea yang populer di seluruh dunia dan memberikan pengaruh bagi negaranya.

Kesuksesan drama Korea di Indonesia dapat dilihat dari tingginya perhatian pemirsa terhadap drama "*Endless Love*" yang tayang pertama kali saat itu. Kesuksesan besar "*Endless Love*" membuat para penyiar semakin agresif dalam memperkenalkan drama Korea. "*Pearl*", "*Princess Time and Space*", "*Coffee Prince*", "*Winter Sonata*", "*Full House*", "*My Broken Girl Chunhyang*", "*Boys Over Flowers*" dan drama lainnya telah banyak menarik perhatian publik. Serial televisi Korea menampilkan narasi yang ringan dengan fokus pada aspek keluarga dan konflik yang beragam, yang disajikan dengan cara yang sangat menghibur dan mendapatkan penerimaan positif dari penonton. Dalam *K-Drama*, ceritanya seringkali sesuai dengan nilai-nilai budaya masyarakat Asia pada umumnya. Konsep kehidupan yang disajikan dalam drama ini biasanya tidak terlalu jauh berbeda dengan pemahaman tentang kehidupan yang ada dalam masyarakat Asia. Selain itu, episode yang ditayangkan pun tidak sebanyak sinetron di Indonesia, biasanya hanya sekitar 16-25 episode. Faktor-faktor tersebut menjadikan drama Korea sangat populer di Indonesia.²⁵

²⁵ Zakiah, "Menjadi Korean di Indonesia: Mekanisme Perubahan Budaya Indonesia-Korea," 94.

2) Musik

Jenis musik yang saat ini populer dan berasal dari Korea Selatan dikenal dengan istilah *Korean Pop* atau *K-Pop*. Sejumlah besar seniman dan kelompok musik asal Korea Selatan telah berhasil mencapai kesuksesan di panggung internasional. Tidak hanya drama Korea, tetapi *K-Pop* juga menjadi salah satu faktor kesuksesan penyebaran budaya Korea Selatan secara global. Sejak memasuki pasar global pada tahun 2000an, industri *K-Pop* terus berkembang menjadi pemain utama di industri musik internasional.

Kemunculan industri musik Korea ikut menarik perhatian dari masyarakat di Indonesia. Dilihat dari banyaknya penggemar dan berkembangnya kelompok penggemar beberapa *boy group* dan *girl group K-Pop*. Banyaknya remaja Indonesia yang menyukai *girl group* dan *boy group K-Pop* memotivasi praktisi musik di Indonesia untuk mengantisipasi dan merespons perkembangan yang tengah berkembang dalam ranah bisnis saat ini. Kemudian *boyband* dan *girlband* asal Indonesia mulai bermunculan, semua itu tidak terlepas dari pengaruh *korean wave*.²⁶

3) Fashion Korean Style

Penyebaran budaya Korea melalui *K-Drama* dan *K-Pop* juga telah diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari. Munculnya para idola Korea di televisi ataupun sosial media dengan penampilan atau gaya berpakaian yang menarik membuat mereka disukai oleh para peminatnya. Pada saat ini mulai banyak remaja di Indonesia yang meniru penampilan dari idola yang mereka sukai. Dengan demikian, penyebaran budaya Korea ini memberikan pengaruh yang signifikan secara

²⁶ F. R. R. Wahdani dan A. A. Aufa, "Concerning K-Pop Pengenalan tentang Korean Wave (Hallyu Star)," *An-Nas: Jurnal Humaniora* 5, no. 2 (2021): 60.

global, bahkan memengaruhi aspek-aspek dalam kehidupan sehari-hari.

Korean fashion menjadi favorit remaja saat ini agar dapat berpenampilan seperti idola yang mereka sukai. Gaya busana Korea yang cenderung simpel membuat mereka tidak perlu bersusah payah dalam meniru idolanya. Sehingga kegiatan ini tidak hanya menimbulkan perilaku imitasi pada remaja, tetapi juga dapat menimbulkan adanya perilaku konsumtif yang lebih tinggi.²⁷

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian dalam pembahasan mengenai pengaruh dari *korean wave* terhadap gaya hidup dan perilaku imitasi pada remaja dalam komunitas *XK-Wavers*. Ada juga penelitian serupa yang dapat dijadikan sebagai perbandingan dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Karina Amaliantami Putri dkk dengan judul penelitian “*Korean Wave* dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z.” Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menganalisis gaya hidup Generasi Z yang terbentuk karena status mereka sebagai penggemar fanatik *korean wave*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode etnografi yang mencakup observasi partisipatif dan wawancara dengan lima wanita Generasi Z yang memiliki ketertarikan terhadap *korean wave*. Hasil penelitian ini mengungkapkan empat faktor, termasuk (1) kekaguman dan minat tinggi, (2) kecanduan, (3) perasaan hasrat, dan (4) kesetiaan, yang berkontribusi pada keterikatan generasi Z pada *korean wave*. Dalam artikel ini, disoroti bahwa fanatisme yang mencirikan generasi Z memiliki peran dalam pembentukan identitas gaya hidup mereka secara tidak langsung. Hal ini tercermin dalam pilihan mereka untuk mengkonsumsi budaya Korea sebagai hiburan,

²⁷ Muhammad Alvin Wicaksono, “Pengaruh Fenomena Tren Korean Wave Dalam Perkembangan Fashion Style di Indonesia,” *Jurnal Sosial Politika* 2, no. 2 (2021): 83.

menghabiskan banyak waktu dalam kegiatan yang terkait dengan gerakan, serta berinvestasi finansial dalam hal tersebut.²⁸

Pada penelitian terdahulu bertujuan untuk melihat pengaruh dari salah satu produk *korean wave* terhadap perilaku imitasi pada remaja, hal ini menjadi persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan datang. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada penelitian terdahulu menggunakan remaja dalam komunitas *Purple Army* Pekanbaru sebagai responden penelitian, sedangkan pada penelitian yang akan datang menggunakan remaja dalam komunitas *XK-Wavers*. Perbedaan lainnya terletak pada metode analisis data. Pada penelitian terdahulu menggunakan analisis deskriptif, sedangkan pada penelitian yang akan datang menggunakan analisis korelasional.

2. Friska Aprilia Simanjuntak dkk dengan judul penelitian "Studi tentang Dampak *Korean Wave* dalam Gaya Hidup Mahasiswa Universitas Riau." Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui alasan mengapa *korean wave* digemari oleh mahasiswa Universitas Riau serta bagaimana pengaruh *korean wave* terhadap cara hidup mereka. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. 11 orang mahasiswa pecinta Korea berperan sebagai informan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian, ada dua jenis faktor yang mempengaruhi siswa menyukai *korean wave*: faktor internal, atau faktor yang berasal dari dalam diri, seperti sikap, motif, kepribadian, pengalaman, dan pengetahuan; dan faktor eksternal, atau faktor yang diperkenalkan oleh kerabat atau teman bermain yang mengarahkan mereka untuk memulai penelitian sendiri terhadap *boyband* atau

²⁸ K. A. Putri, Amirudin, dan M. H. Purnomo, "Korean Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z," *NUSA* 14, no. 1 (2019).

drama menarik yang membuat mereka menyukai produk-produk dari *korean wave*.²⁹

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada metode penelitian yang digunakan. Pada penelitian terdahulu menggunakan metode kualitatif deskriptif, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan teknik kuantitatif. Meskipun dalam penelitian terdahulu dengan penelitian yang hendak dilakukan hendak meneliti tentang pengaruh dari *korean wave* dalam diri penggemarnya. Pada penelitian terdahulu bertujuan untuk mengungkapkan alasan mengapa *korean wave* digemari oleh mahasiswa Universitas Riau serta bagaimana pengaruh *korean wave* terhadap cara hidup mereka. Sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan bertujuan untuk melihat adanya pengaruh dari *korean wave* terhadap perilaku imitasi pada diri penggemarnya.

3. Isnaini Nurul Lathifah dkk dengan judul penelitian “Pengaruh Mengakses *Korean Wave* Terhadap Perilaku Imitasi Remaja di Kota Palu.” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari aktivitas mengakses *korean wave* yang meliputi: durasi (X1), frekuensi (X2), atensi (X3) terhadap perilaku imitasi (Y) remaja di Kota Palu. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei yaitu penelitian dengan menggunakan ukuran sampel suatu populasi dengan, jumlah sampel sebanyak 73 siswa SMKN 1 Palu sebagai perwakilan dari generasi muda di Kota Palu. Alat pengumpulan data utama dalam penelitian ini adalah kuesioner, dan metode analisis yang dipilih adalah analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil dari output koefisien determinasi (R²) diperoleh Adjust R Square (R²) sebesar 0.740 atau 74%. Hasil ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel X

²⁹ F. A. Simanjuntak, Hambali, dan I. Primahardani, “Studi tentang Dampak Korean Wave dalam Gaya Hidup Mahasiswa Universitas Riau,” *Journal of Science and Education Research* 1, no. 2 (2022).

(durasi, frekuensi, atensi) dalam mengakses *korean wave* terhadap variabel Y (perilaku imitasi) remaja di Kota Palu yakni sebesar 74%. Hal ini berarti pada hipotesis H_0 tidak terbukti sedangkan hipotesis H_a diterima.³⁰

Penelitian sebelumnya telah menerapkan pendekatan penelitian serupa dengan yang akan digunakan dalam penelitian mendatang, yaitu pendekatan kuantitatif. Perbedaan yang antara penelitian sebelumnya dan penelitian yang akan datang terletak pada populasi subjek penelitian yang diambil. Penelitian terdahulu menggunakan siswa SMKN 1 Palu sebagai responden penelitian, sedangkan pada penelitian yang akan datang menggunakan responden para remaja dalam komunitas *XK-Wavers*.

C. Kerangka Berpikir

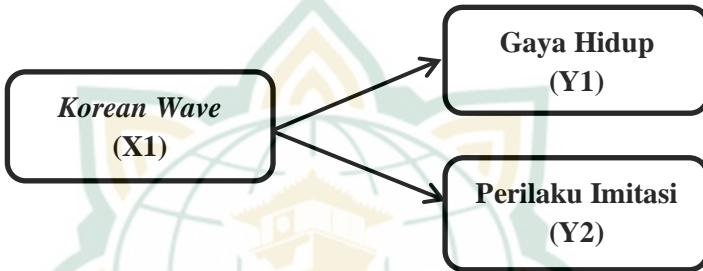
Pengaruh *korean wave* telah menjadi dominan dalam mengubah gaya hidup dan perilaku remaja. Remaja dapat terpaku pada model perilaku yang tergambar dalam drama Korea dan idola *K-Pop*, sehingga menjadi pilar dalam mengidentifikasi dirinya, menggambarkan nilai-nilai, cinta, dan hubungan interpersonal yang dianggap ideal. Musik *K-Pop* dengan liriknya yang mendalam memberikan pengaruh pada cara remaja meresapi makna dalam kehidupan sehari-hari yang dijalankan.

Weber berpendapat bahwa persamaan dalam status sosial dapat direpresentasikan melalui konsep gaya hidup. Identitas sosial remaja juga terbentuk melalui rasa sukanya terhadap *korean wave*. Mereka mengadopsi budaya Korea sebagai bagian dari identitas, sehingga mereka merasa terhubung dengan kelompok sebaya yang memiliki minat yang sama dengan mereka. Melalui kelompok penggemar ini juga dapat menguatkan perilaku imitasi remaja, memungkinkan mereka untuk saling berbagi dan meniru gaya hidup dari selebriti korea yang mereka lihat melalui media.

³⁰ I. N. Lathifah, A. Herman, dan I. Yusaputra, "Pengaruh Mengakses Korean Wave terhadap Perilaku Imitasi Remaja di Kota Palu," *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi* 82 (2018).

Rasa suka yang berlebihan kepada *korean wave* memberikan dampak pada penggemarnya. Remaja menjadi terdorong untuk mengikuti standar-standar gaya hidup ataupun nilai-nilai dari korea secara berlebihan dan tidak sehat. Sehingga sulit untuk membedakan realitas yang terdapat dalam masyarakat dengan representasi idealistik dalam penyebaran *korean wave*.

Berikut gambaran peta konsep kerangka berpikir:



Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

D. Hipotesis

John W. Best menyatakan hipotesis adalah kesimpulan yang dibuat oleh peneliti dan bersifat sementara. Hipotesis juga digunakan untuk melakukan penyelidikan lebih lanjut dan untuk menjelaskan fakta atau kondisi yang diamati. Hipotesis juga merupakan proposal yang tepat untuk diuji dan mendapatkan jawaban sementara.³¹

Dalam penelitian, hipotesis terbagi menjadi dua yaitu hipotesis alternatif dan hipotesis nol. Hipotesis alternatif menyatakan adanya hubungan, perbedaan, dan pengaruh antara variabel terikat dengan variabel bebas. Hipotesis alternatif biasanya dilambangkan dengan H_a atau H_1 . Sedangkan hipotesis nol menyatakan tidak adanya hubungan, perbedaan, dan pengaruh antara variabel terikat dengan variabel bebas. Hipotesis nol dirumuskan dengan harapan ditolak. Hipotesis

³¹ Nanang Martono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder)* (Jakarta: Rajawali Press, 2016), 67.

nol biasanya disimbolkan dengan H_0 .³² Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diantaranya:

- H1 : Terdapat pengaruh antara *korean wave* terhadap gaya hidup pada remaja dalam komunitas *XX-Wavers*.
- H2 : Terdapat pengaruh antara *korean wave* terhadap perilaku imitasi pada remaja dalam komunitas *XX-Wavers*.



³² Karimuddin Abdullah dkk., *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022), 51.