

PENGARUH MUSIK VIDEO *GIRL GROUP* KOREA SELATAN 'ILLIT' TERHADAP CARA BERPAKAIAN REMAJA KOMUNITAS *FRIDAY NORAEBANG* DI INSTAGRAM

Gentar Vyandra Agasta¹, Novi Andayani Praptiningsih²

London School of Public Relations (LSPR), Indonesia¹

Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA, Indonesia²

Email: gegevyandra25@gmail.com¹

Abstrak

Sebagai salah satu girl group yang berpengaruh, 'ILLIT' memiliki cukup banyak penggemar yang sering menghadiri berbagai acara yang berkaitan dengan idolanya. Salah satunya adalah pada saat acara Friday Noraebang yang melaksanakan acara sejenis 'karaoke night' dengan membawakan berbagai video musik salah satunya girl group 'ILLIT' ini. Girl group 'ILLIT' disertai dengan musik videonya dalam hal ini memiliki peran yang besar dalam membentuk tren berpakaian remaja penggemarnya yang dalam Karya ini lebih dikerucutkan lagi menjadi remaja penggemarnya yang mendatangi acara Friday Noraebang. Tujuan dari karya ini adalah untuk memahami bagaimana dan seberapa besar girl group 'ILLIT' disertai dengan musik videonya dapat mempengaruhi tren berpakaian remaja penggemarnya khususnya yang hadir dalam Friday Noraebang. Untuk mencari jawaban tersebut, dibutuhkan beberapa data yang perlu diuji signifikansi dan kevaliditasannya. Oleh karena itu, Karya ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Untuk menganalisis hipotesis, penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana Anova, Coefficients, serta Uji T (Signifikansi Parameter Parsial) dan Uji Koefisien Korelasi. Karya ini juga menggunakan *platform* Instagram untuk menjadi dasar pemikiran yang menjadi hipotesis dalam Karya ini.

Kata kunci: Gaya Berpakaian, Komunitas, Remaja, *Girl Group*, Musik Video, Instagram

Abstract

As one of the influential girl groups, 'ILLIT' has a substantial number of fans who frequently attend various events related to their idols. One such event is the Friday Noraebang, which hosts a 'karaoke night' featuring a range of music videos, including those by the girl group 'ILLIT'. The girl group 'ILLIT' and their music videos play a significant role in shaping the fashion trends of their teenage fans, with a focus here on those attending the Friday Noraebang. The goal of this study is to understand how and to what extent the girl group 'ILLIT' and their music videos influence the fashion trends of their teenage fans, particularly those who attend Friday Noraebang. To answer this question, it is necessary to collect data and test its significance and validity. Therefore, this study employs validity and reliability tests. For hypothesis analysis, the study uses simple linear regression analysis, ANOVA, Coefficients, as well as T-tests (Partial Significance Tests) and Correlation Coefficient Tests. Additionally, Instagram is used as a basis for the hypotheses in this study.

Keywords: Fashion Style, Community, Teenagers, *Girl Group*, Music Video, Instagram

Pendahuluan

Musik adalah salah satu bentuk seni yang digemari dan berkembang pesat di masyarakat, tidak terkecuali masyarakat Indonesia. Bahkan seluruh penjuru dunia menikmati seni musik. Dalam perkembangannya, musik berevolusi untuk dapat selalu memuaskan selera pendengar dan penikmatnya. Oleh sebab itu, musik sudah tidak

terlepaskan dari kehidupan manusia modern. Musik tidak bergerak sendiri melainkan dibawa oleh seorang atau sekelompok pemusik yang menampilkannya di berbagai saluran, baik layar kaca, konser, bahkan di *platform online* seperti Spotify dan YouTube. Masyarakat kerap kali memilih untuk menjadi pendengar, penikmat, bahkan mengidolakan pemusik dari musik yang digemarinya (Ri’ani, 2019).

Diplomasi dapat dianggap sebagai alat bagi negara yang bersifat vital untuk dapat mencapai kepentingan nasionalnya yang melibatkan negara lain. Melalui diplomasi, suatu negara dapat menciptakan citra diri untuk dipandang oleh bangsa lain. Diplomasi yang semula hanya dilaksanakan oleh aktor negara kini semakin berevolusi seiring waktu. Diplomasi publik hadir untuk mengurangi potensi konflik dengan menerapkan *intercultural communication* atau komunikasi yang tidak hanya dilakukan oleh *government to government* melainkan juga *people to people* untuk mencapai pemahaman dan pengertian antarbangsa dengan *understanding, informing, and influencing foreign audiences* (Isnarti & Trisni, 2020).

Kurang lebih dua dekade terakhir, suatu negara asal Asia Timur yaitu Korea Selatan yang memiliki banyak budaya menggerakkan Pemerintahnya untuk mendukung perkembangan budaya tersebut menjadi media komunikasi seiring globalisasi. Perkembangan budaya yang sangat pesat tersebut disebut sebagai *Korean Wave* dan untuk musik lebih khususnya disebut sebagai *Korean Pop* (K-Pop) (Kartika, 2023; Sari, 2020). Perkembangan *Korean Wave* dan K-Pop yang sudah dimulai sejak kurang lebih dua dekade lalu sangat lekat dengan musik, drama, dan *variety show* sebagai perwakilan budaya Korea. Atas gerakan Pemerintah tersebut, Korea Selatan sukses sukses menyebarkan budaya populernya tersebut ke masyarakat, baik dalam bentuk produk kuliner, drama, hingga musik yang kemudian dapat menjadi media komunikasi efektif bagi Korea Selatan ke publik internasional mengenai karakteristik bangsanya (Pramadya & Oktaviani, 2016).

Kegemaran masyarakat Indonesia atas budaya K-Pop tersebut melahirkan suatu identitas sosial baru di masyarakat Indonesia dengan sebutan K-Popers yang berhasil menjamah seluruh lapisan masyarakat. K-Popers tersebut kemudian yang menjadi masyarakat yang cenderung mengadopsi berbagai kebudayaan K-Pop (Leonardo & Pribadi, 2021).

Dalam melakukan penelitian ini, penulis menyusun kerangka teoritis yang dijadikan sebagai acuan dalam meneliti dan menyusun penulisan agar pembahasan dapat berfokus pada hal yang diteliti. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan 2 (dua) variabel yaitu Musik Video dan Cara Berpakaian. Beberapa dimensi yang digunakan terkait variabel tersebut diambil berdasarkan unsur dan *output* dari masing-masing variabel. Seperti variabel Musik Video yang memiliki unsur audio visual, musik, penyanyi, dan Idol Group di dalamnya sehingga keempat unsur tersebut penulis gunakan sebagai dimensi dari Musik Video. Pada variabel Cara Berpakaian merupakan hasil atau *output preference, trend*, kebutuhan, dan imitasi sehingga keempat input tersebut penulis gunakan sebagai dimensi dari variabel Cara Berpakaian.

Berangkat dari latar belakang tersebut, penulis bersamaan dengan penyusunan penelitian ini bermaksud memiliki tujuan untuk mengetahui dan membahas dan signifikansi atau pengaruh atas eksistensi musik video *girl group* Korea Selatan ‘ILLIT’ terhadap cara berpakaian remaja komunitas Friday noraebang di akun Instagram @fridaynoraebang

Dalam penelitian Sugandini et al. (2021) *soft power* dalam kebijakan luar negeri Indonesia memiliki korelasi sebagai unsur “*attractiveness*” yang dapat diambil dari nilai

ideologi, budaya, ilmu pengetahuan, keahlian, dan pendidikan untuk menyakinkan masyarakat internasional tentang Indonesia yang kemudian dapat mendorong Indonesia dalam mencapai kepentingan nasionalnya.

Dalam penelitian Wicaksono dan Maryana (2021) suatu budaya yaitu budaya Korea dapat mengubah perilaku masyarakat khususnya penggemar budaya korea. Hal ini berarti sekelompok individu dapat berperilaku mengimitasi dari orang yang diidolakannya.

Dalam penelitian Winata et al. (2023) kebudayaan K-Pop sangat mempengaruhi tren pakaian remaja khususnya di Ponorogo yang mengadopsi gaya pakaian K-POP karena meningkatkan kepercayaan diri para remaja tersebut.

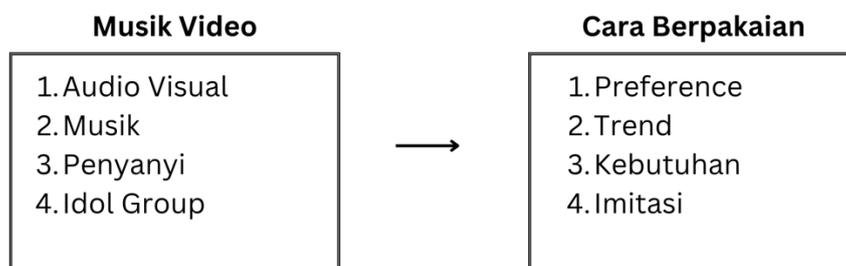
Dalam penelitian Aufa et al. (2022) kebudayaan populer Korea dapat berpengaruh secara signifikan terhadap penggemar budaya korea tersebut, baik berpakaian, bahkan mereka bisa mengerti beberapa ungkapan dalam bahasa Korea dan dapat menulis huruf hangeul Korea Selatan. Hal ini menunjukkan budaya Korea Selatan berhasil masuk dan diadopsi dalam kehidupan remaja di MAN 1 Bojonegoro.

Penelitian berikut ini yang dilakukan oleh penulis adalah bertujuan untuk dapat memahami dan menganalisis signifikansi atau pengaruh dari eksistensi musik video *girl group* ILLIT terhadap cara berpakaian remaja komunitas Friday Noraebang. Penelitian berikut juga bertujuan untuk menambah khasanah pengetahuan kajian ilmu komunikasi massa untuk memahami secara komprehensif sejauh apa dampak dan efek dari media terhadap khalayak luas dalam konteks *intercultural communication* sebagai salah satu wujud *soft power diplomacy*.

Metode Penelitian

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini dirancang sebagai studi analisis terkait suatu hipotesis yang menghubungkan korelasi dan signifikansi antara variabel bebas (musik video) dengan variabel terikat (cara berpakaian) terkait eksistensi suatu idola di masyarakat. Berdasarkan hipotesis yang terdapat di lapangan, digambarkan kerangka teoritis sebagai berikut (Gambar 1).



Gambar 1. Kerangka Teoritis

Sumber: Dari Penulis, 2024

Uji Validitas

Penulis menggunakan uji validitas dengan harapan dapat mengetahui kesesuaian dan keabsahan kuesioner yang peneliti gunakan untuk menjadi ukuran dan memperoleh responden sebagai data penelitian. Penulis dapat mengetahui Uji signifikansi bisa diketahui berdasarkan cara perbandingan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} untuk *degree of freedom* ($df = n-2$, dengan total sampel dilambangkan huruf n). Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif, pertanyaan ataupun pernyataan dianggap berlaku. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, pertanyaan

ataupun pernyataan dianggap tidak berlaku. Penulis menemukan hasil uji validitas dengan menggunakan program SPSS 25 berdasarkan data hasil yang diperoleh.

1. Musik Video (X)

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Musik Video

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Musik Video (X)	X1	0,488	0.196	Valid
	X2	0,313	0.196	Valid
	X3	0,581	0.196	Valid
	X4	0,269	0.196	Valid
	X5	0,455	0.196	Valid
	X6	0,512	0.196	Valid
	X7	0,438	0.196	Valid
	X8	0,450	0.196	Valid
	X9	0,433	0.196	Valid
	X10	0,501	0.196	Valid
	X11	0,367	0.196	Valid
	X12	0,496	0.196	Valid

Hasil uji validitas tersebut menunjukkan dan membuktikan bahwa variabel Musik Video (X), dengan sejumlah 12 item pertanyaan menghasilkan r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,196) sehingga semua item dapat dianggap valid.

2. Cara Berpakaian (Y)

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Cara Berpakaian

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Cara Berpakaian (Y)	Y1	0,474	0.196	Valid
	Y2	0,702	0.196	Valid
	Y3	0,734	0.196	Valid
	Y4	0,369	0.196	Valid
	Y5	0,439	0.196	Valid
	Y6	0,760	0.196	Valid
	Y7	0,692	0.196	Valid
	Y8	0,390	0.196	Valid
	Y9	0,345	0.196	Valid
	Y10	0,782	0.196	Valid
	Y11	0,808	0.196	Valid
	Y12	0,768	0.196	Valid

Hasil uji validitas tersebut menunjukkan dan membuktikan bahwa variabel Cara Berpakaian (Y) dengan sejumlah 12 item pertanyaan menghasilkan r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,196) sehingga semua item dapat dianggap valid.

Uji Reliabilitas

Penulis menggunakan uji reliabilitas dengan tujuan guna dapat menyaksikan konsistensi kuesioner dengan perlakuan pengukuran dengan melaksanakan kuesioner secara berulang. Penulis menggunakan program SPSS 25 untuk mencari hasil uji reliabilitas, dengan ambang batas reliabel kuesioner adalah sebesar *Cronbach Alpha* > 0,60. Dari uji reliabilitas yang dilaksanakan maka penulis memperoleh hasil sebagai demikian.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach Alpha	Nilai Batas	Keterangan
Musik Video (X)	12	0,624	0,60	Reliabel
Cara Berpakaian (Y)	12	0,857	0,60	Reliabel

Uji reliabilitas tersebut menghasilkan nilai *Cronbach Alpha* secara keseluruhan yang lebih dari (0,60) sehingga seluruh variabel yang digunakan dapat dianggap reliabel.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menguji pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengambilan keputusan dalam uji regresi linier sederhana dengan cara membandingkan nilai signifikansi dengan nilai probabilitas 0.05. Jika nilai signifikansi 0.05, artinya variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y. Penelitian ini melakukan interpretasi hasil output uji regresi linier sederhana menggunakan SPSS 25 dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana (ANOVA)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1554.535	1	1554.535	59.170	.000 ^b
	Residual	2574.705	98	26.273		
	Total	4129.240	99			

a. Dependent Variable: Cara Berpakaian

b. Predictors: (Constant), Musik Video

Pada tabel diatas menjelaskan tentang apakah model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel independen terhadap variabel dependen. Dari output tersebut diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 59,170 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$ maka H_0 ditolak. Dengan demikian, maka regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel partisipasi dengan kata lain ada pengaruh variabel Musik Video *Girlgroup* "ILLIT" (X) terhadap Cara Berpakaian Remaja Komunitas Friday Noraebang di Instagram (Y).

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana (Coefficients)

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	56.056	7.339		-.825	.411
	Musik Video	1.082	.141	.614	7.692	.000

a. Dependent Variable: Cara Berpakaian

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai *Constant* sebesar 56,056, sedangkan nilai Musik Video (koefisien regresi) sebesar 1,082 dimana Y adalah Cara Berpakaian, sedangkan X Musik Video *Girlgroup* "ILLIT", sehingga persamaannya dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 56,056 + 1,082X$$

Persamaan tersebut dapat diterjemahkan bahwa, konstanta senilai 56,056, bersama dengan nilai konsisten variabel Musik Video sebesar 56,056. Sedangkan, koefisien regresi X sebesar 1,082 menyatakan bahwa setiap penambahan 100% nilai Musik Video, maka nilai Cara Berpakaian bertambah sebesar 1,082. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

Dari tabel di *Coefficients*, diperoleh nilai signifikansi Musik Video sebesar $0.000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Musik Video *Girlgroup* “ILLIT” (X) berpengaruh terhadap Cara Berpakaian Remaja Komunitas Friday Noraebang di Instagram (Y).

Uji T (Signifikansi Parameter Parsial)

Pada dasarnya, Uji statistik memberikan petunjuk mengenai jauh dekatnya signifikansi satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan perbandingan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} . Nilai t_{tabel} dapat diperoleh dengan menggunakan derajat kebebasan atau $df = n - k$. Dapat dihitung pada uji ini yaitu $df = 100 - 2$ dengan hasil 98, signifikansi pada tabel 5%. Dari perhitungan diperoleh t_{tabel} 1,984. Uji hipotesis hanya dapat dilakukan dalam hal $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan signifikansi senilai $> 0,05$ maka H_0 diterima (tidak ada pengaruh), dan apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikansi senilai $< 0,05$ maka H_0 ditolak (ada pengaruh). Berangkat dari pengujian signifikansi parameter parsial, hasil yang diperoleh adalah sebagai demikian:

Tabel 6. Hasil Uji T (Signifikan Parameter Parsial)

Model	Coefficients ^a				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	56.056	7.339		.825	.411	
Musik Video	1.082	.141	.614	7.692	.000	

a. Dependent Variable: Cara Berpakaian

Hasil perhitungan tersebut membuktikan bahwa Musik Video memiliki t_{hitung} senilai 7,692 dengan signifikansi senilai 0,001. Berdasarkan kriteria apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sedangkan hasil pengujian diperoleh $t_{hitung} = 7,692 > t_{tabel} = 1,984$, atau signifikansinya senilai $0.000 <$ batas kesalahannya 0,05. Dapat dianggap bahwa Musik Video *Girlgroup* “ILLIT” (X) berpengaruh terhadap Cara Berpakaian Remaja Komunitas Friday Noraebang di Instagram (Y).

Uji Koefisien Korelasi

Penulis menggunakan uji koefisien korelasi dengan tujuan untuk menemukan korelasi dan menjawab hipotesis korelasi antara dua variabel dalam hal kedua variabel

berwujud rasio atau interval. Pengambilan keputusan dalam koefisien korelasi ialah jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka memiliki korelasi, sedangkan jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak memiliki korelasi. Angka koefisien korelasi memberikan hasil positif sehingga kedua variabel memiliki korelasi linier atau dalam kata lain korelasi positif, sehingga terjadi peningkatan pada variabel bebas akan menghasilkan peningkatan pada variabel terikat. Koefisien korelasi (r) menunjukkan derajat korelasi antara variabel independen dan variabel dependen. Nilai koefisien korelasi harus terdapat dalam batas-batas -1 hingga $+1$ ($-1 < r \leq +1$) yang menghasilkan beberapa kemungkinan, antara lain sebagai berikut:

1. Korelasi positif atas berbagai variabel yang diuji dilambangkan dengan tanda positif, bermakna bahwa setiap nilai X mengalami kenaikan dan penurunan maka nilai Y juga akan mengalami kenaikan dan penurunan. Pengaruh positif yang kuat atas berbagai variabel yang diuji dilambangkan dengan hasil perhitungan $r = +1$ atau mendekati 1 .
2. Korelasi negatif atas berbagai variabel yang diuji dilambangkan dengan tanda negatif, bermakna bahwa setiap nilai X mengalami kenaikan, maka nilai Y mengalami penurunan, dan sebaliknya. Pengaruh negatif dan korelasi yang lemah atas berbagai variabel yang diuji dilambangkan dengan hasil perhitungan $r = -1$ atau mendekati -1 .
3. Apabila atas berbagai variabel yang telah diuji menghasilkan nilai $r = 0$ atau mendekati 0 , maka variabel tersebut memiliki korelasi lemah atau bahkan tidak ada korelasi sama sekali.

Tabel 7. Parameter Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Koefisien Korelasi
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Tinggi
0,80 – 1,000	Sangat Tinggi

Sumber: Sugiyono, 2018

Berdasarkan hasil pengujian koefisien korelasi, maka didapatkan hasil diantaranya sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Korelasi

Correlations			
		Musik Video	Cara Berpakaian
Musik Video	Pearson Correlation	1	.614**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Cara Berpakaian	Pearson Correlation	.614**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

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

Berdasarkan perhitungan tersebut dapat diketahui bahwa nilai signifikansi Musik Video dan Cara Berpakaian ($0,000 < 0,005$), maka kedua variabel tersebut berkorelasi

atau berhubungan. Dan juga nilai koefisien korelasi bernilai positif (0,614), maka kedua variabel tersebut searah dengan tingkat hubungan tinggi..

Hasil dan Pembahasan

Hasil pengujian yang terperinci dalam tabel menunjukkan bahwa variabel bebas, yaitu Musik Video *Girlgroup* "ILLIT", memiliki pengaruh terhadap variabel terikat, yaitu Cara Berpakaian Remaja Komunitas *Friday Noraebang* di Instagram. Temuan ini diperkuat oleh tanggapan mayoritas responden yang menyatakan sangat setuju atau setuju pada setiap item, meskipun beberapa responden memberikan jawaban ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju pada beberapa item.

Selanjutnya, hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel bebas Intensitas Musik Video (X) memiliki pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap variabel terikat Cara Berpakaian Remaja (Y). Analisis data ini dilakukan dengan menggunakan metode statistik dan didukung oleh aplikasi SPSS.

Dengan demikian, penelitian ini akan melanjutkan pembahasan dengan menganalisis data lebih lanjut untuk memperdalam pemahaman mengenai hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat serta implikasinya terhadap Cara Berpakaian Remaja Komunitas *Friday Noraebang* di Instagram.

Seberapa besar pengaruh musik video girl group ILLIT terhadap cara berpakaian remaja komunitas Friday Noraebang

Kemajuan teknologi serta media massa berhasil menjadikan perubahan yang signifikan terhadap seluruh aspek hidup manusia, khususnya perihal *fashion* dan gaya berpakaian. Salah satu fenomena yang menarik perhatian adalah meningkatnya popularitas musik K-pop dan pengaruhnya terhadap gaya hidup remaja di seluruh belahan bumi, termasuk di Indonesia. Cara internalisasi yang begitu masif menjadikan K-Pop sangat berpengaruh sehingga tidak bisa dikecilkan dampaknya, terutama terhadap remaja dan dewasa muda Indonesia yang kehidupannya sudah terekspos dengan berbagai kemudahan dalam mengakses dunia maya untuk dapat mendengarkan musik kesukaan mereka (Indriningtyas, 2022; Nahdiyah Wahyuningtyas & Dwi Agustiana, 2020; Putri et al., 2019; Rastati, 2022).

K-Pop begitu berpengaruh terhadap selera musik yang didengarkan masyarakat, serta berbagai aspek hidup lainnya, seperti peniruan keunikan *fashion* bahkan gaya hidup anggota idol K-Pop. Bahkan dampak tersebut juga disebabkan oleh drama Korea yang memberikan bagi ruang untuk *entertainment* Korea di Indonesia. Hal tersebut sudah pasti berdampak pada imperialisme baru budaya, yang berpengaruh atas kepercayaan, nilai-nilai, dan norma hidup. Hal tersebut dapat menyebabkan kearifan lokal bahkan identitas asli suatu negara rentan terkikis dan lenyap digantikan oleh budaya lain (Deafifa & Noorrizki, 2022; Febrianti & Sudrajat, 2021; Kulup & Nursafitri, 2020).

Komunitas *Friday Noraebang*, yang merupakan salah satu komunitas penggemar K-pop di Indonesia, tidak lepas dari pengaruh tersebut. Sebagai komunitas yang aktif mengikuti perkembangan musik K-pop, anggota *Friday Noraebang* seringkali mengadopsi gaya berpakaian yang terinspirasi dari idola mereka, termasuk *girl group* ILLIT yang tengah populer saat ini. Fenomena ini menunjukkan bagaimana musik video yang ditampilkan oleh *girl group* ILLIT telah menjadi referensi *fashion* bagi para remaja dalam komunitas tersebut.

Musik video ILLIT tidak hanya menyajikan lagu-lagu yang menarik, tetapi juga menampilkan visualisasi *fashion* yang unik dan trendy. Gaya berpakaian para personel

ILLIT dalam musik video mereka menjadi inspirasi bagi anggota komunitas Friday Noraebang untuk meniru dan mengadopsinya dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini menunjukkan bagaimana musik video dapat menjadi media yang efektif dalam menyebarkan tren *fashion* dan mempengaruhi cara berpakaian remaja.

Pengaruh musik video ILLIT terhadap cara berpakaian anggota komunitas Friday Noraebang juga tidak terlepas dari faktor psikologis, di mana remaja cenderung mengimitasi idola yang mereka kagumi sebagai bentuk ekspresi diri dan identitas sosial. Dengan meniru gaya berpakaian para personel ILLIT, anggota komunitas tersebut merasa lebih dekat dengan idola mereka dan merasa menjadi bagian dari budaya K-pop yang sedang populer.

Namun, fenomena ini juga perlu dicermati dengan bijak, mengingat dampak imperialisme budaya yang dapat terjadi. Pengaruh budaya asing yang terlalu dominan dapat mengikis identitas asli dan kearifan lokal jika tidak diimbangi dengan kesadaran dan filter yang kuat. Oleh karena itu, penting bagi remaja untuk tetap mempertahankan jati diri dan nilai-nilai budaya lokal, meskipun mengadopsi tren *fashion* dari budaya populer luar negeri.

Video musik girl group ILLIT memiliki pengaruh yang signifikan terhadap cara berpakaian remaja komunitas Friday Noraebang karena visualisasi *fashion* dalam video musik tersebut menarik, trendi, dan mudah diimitasi, serta sesuai dengan selera *fashion* anak muda saat ini. Konten *fashion* dalam video musik ILLIT juga memiliki daya tarik yang diminati yaitu gaya berpakaian K-Pop yang unik dan kekinian, di mana para penggemarnya merasa terhibur dan terinspirasi untuk mengadopsi gaya *fashion* serupa dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini terbukti dengan semakin banyaknya anggota komunitas Friday Noraebang yang meniru gaya berpakaian personel ILLIT, baik dalam acara komunitas maupun aktivitas pribadi mereka di media sosial. Selain itu, musik video ILLIT juga mendapatkan banyak feedback positif dari penggemarnya terkait *fashion* yang ditampilkan, sehingga semakin memperkuat pengaruhnya sebagai trendsetter *fashion* di kalangan remaja penggemar K-Pop.

Hal ini juga didukung dengan hasil uji validitas berhasil membuktikan keabsahan dengan perolehan hasil uji validitas variabel Musik Video (X) dengan sejumlah 12 item pertanyaan menghasilkan r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,196) sehingga seluruh item dapat dianggap valid. Perhitungan parsial yang ditunjukkan pada table 10, dapat dikatakan bahwa Musik Video *Girlgroup* "ILLIT" (X) mempunyai pengaruh positif terhadap Cara Berpakaian Remaja Komunitas Friday Noraebang di Instagram (Y) membuktikan dengan hasil pengujian diperoleh $t_{hitung} = 7,692 > t_{tabel} = 1,984$, atau nilai signifikansinya $0.000 <$ taraf kesalahannya 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa musik video girl group ILLIT memiliki pengaruh yang signifikan terhadap cara berpakaian remaja komunitas Friday Noraebang. Fenomena ini merupakan bagian dari dampak meluasnya budaya K-pop di Indonesia, di mana musik video menjadi salah satu media penyebaran tren *fashion* yang efektif. Namun, pengaruh ini juga perlu diimbangi dengan kesadaran untuk menjaga identitas dan kearifan lokal agar tidak sepenuhnya terkikis oleh budaya asing.

Seberapa besar pengaruh girl group ILLIT untuk turut serta membawakan perubahan tren cara berpakaian di remaja komunitas Friday Noraebang

Fashion saat ini telah menjadi bagian integral dari identitas seseorang. Pakaian yang kita kenakan bukan hanya berfungsi sebagai penutup tubuh, tetapi juga sebagai alat komunikasi nonverbal yang kuat. Setiap pilihan gaya berpakaian mencerminkan

kepribadian, nilai-nilai, dan bahkan aspirasi kita. Melalui *fashion*, ekspresi diri individu dapat dapat disampaikan dengan unik dan menarik, menampilkan siapa mereka dan bagaimana mereka ingin dipersepsikan oleh orang lain (Trisnawati, 2016). Di era digital saat ini, pengaruh *fashion* semakin meluas dan cepat menyebar, terutama dengan adanya media sosial dan platform berbagi video. Salah satu fenomena yang paling menonjol adalah kebangkitan Hallyu atau gelombang Korea, yang telah menarik perhatian global dan mempengaruhi tren *fashion* di berbagai belahan dunia.

Girl group ILLIT, sebagai salah satu ikon K-Pop terkemuka saat ini, tidak hanya dikenal karena bakat musik mereka yang luar biasa, tetapi juga karena pengaruh signifikan mereka dalam industri *fashion*. Video musik mereka berfungsi sebagai platform yang kuat untuk mempromosikan tren *fashion* terbaru, dengan setiap anggota menampilkan gaya unik yang menarik dan mudah ditiru. Dari gaya rambut hingga pilihan pakaian dan aksesoris, ILLIT telah menjadi *trendsetter* yang sesungguhnya, menginspirasi penggemar di seluruh dunia untuk mengadopsi estetika *fashion* mereka.

Kekuatan media dalam menyebarkan tren *fashion* Korea tidak dapat diremehkan. Baik media elektronik tradisional maupun kanal sosial media memiliki fungsi vital dalam memasarkan dan mempopulerkan berbagai genre *fashion* yang diperkenalkan oleh para idola Korea. Penggemar secara aktif terlibat dengan konten yang dibagikan oleh idola favorit mereka, sering kali meniru gaya *fashion* mereka sebagai bentuk ekspresi kekaguman dan dukungan.

Komunitas Friday Noraebang, sebagai salah satu komunitas penggemar K-Pop di Indonesia, merupakan contoh nyata bagaimana *fashion* Korea mempengaruhi remaja. Anggota komunitas ini, yang sebagian besar terdiri dari remaja dan dewasa muda, secara aktif mengikuti perkembangan tren K-Pop dan mengadopsi gaya berpakaian yang terinspirasi oleh idola mereka, termasuk anggota girl group ILLIT. Mereka tidak hanya meniru pakaian yang dikenakan, tetapi juga mencoba meniru gaya rambut, tata rias, dan bahkan gestur serta ekspresi idola mereka saat melakukan event karaoke.

Bagi para penggemar dalam komunitas Friday Noraebang, mengadopsi *fashion* ala ILLIT bukan hanya tentang tampil tren, tetapi juga tentang mengekspresikan identitas mereka sebagai penggemar K-Pop dan merasa terhubung dengan idola yang mereka kagumi. *Fashion* menjadi bahasa yang mereka gunakan untuk mengkomunikasikan semangat dan dedikasi mereka terhadap budaya K-Pop. Dengan mengenakan pakaian yang terinspirasi oleh ILLIT, mereka merasa menjadi bagian dari komunitas global yang lebih besar, berbagi minat dan nilai yang sama.

Selain itu, mengikuti tren *fashion* yang ditetapkan oleh ILLIT juga memberikan rasa percaya diri dan validasi sosial bagi para penggemar. Dengan mengenakan gaya yang dipopulerkan oleh idola mereka, mereka merasa trendi, keren, dan diterima oleh teman-teman mereka yang juga menggemari K-Pop. *Fashion* menjadi cara untuk menegaskan status mereka sebagai penggemar dan mendapatkan pengakuan dari rekan-rekan mereka.

Pada bagian ini, ILLIT tidak hanya berfungsi sebagai hiburan musik, tetapi juga sebagai *influencer fashion* yang kuat. Melalui video musik dan penampilan publik mereka, mereka secara tidak langsung mempromosikan dan melegitimasi tren *fashion* tertentu, mendorong penggemar untuk mengikuti jejak mereka. Ini menciptakan siklus di mana semakin banyak orang yang mengadopsi gaya tertentu, semakin populer dan diterima gaya tersebut menjadi dalam komunitas penggemar.

Fenomena ini menggambarkan kekuatan *fashion* sebagai bentuk komunikasi dan ekspresi diri dalam budaya populer kontemporer. Ini juga menyoroti peran penting yang dimainkan oleh idola dalam membentuk tren dan mempengaruhi pilihan gaya hidup

penggemar mereka. Dalam konteks komunitas Friday Noraebang, girl grup ILLIT telah menjadi katalis untuk perubahan *fashion*, menginspirasi remaja Indonesia untuk mengeksplorasi dan mengekspresikan diri mereka melalui lensa mode Korea.

Kesimpulan

Dari hasil pengolahan dan analisis data, baik analisis simulasi maupun analisis FDS yang telah dilakukan, didapatkan beberapa kesimpulan, yaitu: (1) Berdasarkan uji regresi linier sederhana, tabel *Coefficients* memperoleh nilai signifikansi Musik Video sebesar $0.000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa Musik Video *Girlgroup* "ILLIT" yang dalam penelitian ini berkedudukan sebagai variabel bebas (X) terbukti secara valid dan reliabel mempengaruhi Cara Berpakaian Remaja Komunitas Friday Noraebang di Instagram yang dalam penelitian ini berkedudukan sebagai variabel terikat (Y). Analisis atas hipotesis tersebut juga didukung oleh aplikasi SPSS yang mengolah mayoritas responden yang setuju dengan hipotesis tersebut. (2) Pengaruh *girl group* ILLIT sangat besar terhadap perubahan cara berpakaian di remaja komunitas Friday Noraebang yang disebabkan beberapa alasan. Pertama, anggota komunitas Friday Noraebang yang masuk didominasi oleh remaja dan dewasa muda cenderung senang untuk melakukan imitasi dari idolanya. Kedua, kesenangan imitasi tersebut disebabkan oleh kebutuhan atas validasi sosial yang dibutuhkan oleh remaja dan dewasa muda. Ketiga, cara berpakaian dapat menjadi sarana komunikasi bagi remaja dan dewasa muda terkait identitas sosialnya. Beberapa alasan tersebut mendorong *girl group* ILLIT memberikan pengaruh besar terhadap perubahan tren cara berpakaian komunitas Friday Noraebang..

BIBLIOGRAFI

- Aufa, A. A., Mufid, M., & Wahdani, F. R. R. (2022). Pengaruh Budaya Populer Korea terhadap Perilaku Modeling Siswa Madrasah Aliyah Negeri. *Scaffolding: Jurnal Pendidikan Islam Dan Multikulturalisme*, 4(2). <https://doi.org/10.37680/scaffolding.v4i2.1431>
- Deafifa, A. S. D. R., & Noorrizki, R. D. (2022). Fenomena Agresi Verbal Fans K-Pop Indonesia di Media Sosial. *Flourishing Journal*, 2(5). <https://doi.org/10.17977/um070v2i52022p348-354>
- Febrianti, & Sudrajat, A. (2021). Pengaruh Design Produk dan Digital Marketing terhadap Minat Beli Album Fisik Musik K-Pop di Indonesia. *Permana : Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi*, 13(2). <https://doi.org/10.24905/permana.v13i2.160>
- Indriningtiyas, D. (2022). Brand Ambassador Artis Korea Pada E-Commerce Di Indonesia. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 6(2). <https://doi.org/10.24853/pk.6.2.219-230>
- Isnarti, R., & Trisni, S. (2020). The City of Padang Challenges For Paradiplomacy. *AEGIS : Journal of International Relations*, 4(2). <https://doi.org/10.33021/aegis.v4i2.1247>
- Kartika, D. G. (2023). Kajian Literatur Pembentukan Identitas Fashion Remaja Indonesia Melalui K-Wave. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi Volume XIII No.*
- Kulup, L. I., & Nursafitri, A. (2020). Teknik Persuasif pada Paidpromote Produk di Instagram Fanbase K-Pop Indonesia. *Jurnal Ilmiah FONEMA : Jurnal Edukasi Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 3(2). <https://doi.org/10.25139/fn.v3i2.2969>

- Leonardo, D., & Pribadi, M. A. (2021). The Role of Symbolic Interaction in Marketing Communication Planning in the Pandemic Era. *Proceedings of the International Conference on Economics, Business, Social, and Humanities (ICEBSH 2021)*, 570. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210805.139>
- Nahdiyah Wahyuningtyas, V., & Dwi Agustiana, N. (2020). Resepsi Mahasiswa Terhadap Maskulinitas Melalui Fashion Idol Kpop (Studi Deskriptif Kualitatif Maskulinitas Pada Fashion Yang Ditampilkan Dalam Music Video BTS “No More Dream” dan “Boy With Luv”). *Jurnal Komunikasi, Masyarakat Dan Keamanan*, 2(1). <https://doi.org/10.31599/komaskam.v2i1.3206>
- Pramadya, T. P., & Oktaviani, J. (2016). Hallyu (Korean Wave) as part of South Korea’s cultural diplomacy and its impact on cultural hybridity in Indonesia. *Dinamika Global: Jurnal Ilmu Hubungan Internasional*, 1(01), 87–116.
- Putri, I. P., Liany, F. D. P., & Nuraeni, R. (2019). K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia. *ProTVF*, 3(1). <https://doi.org/10.24198/ptvf.v3i1.20940>
- Rastati, R. (2022). A Multimodal Text Analysis of K-Pop Fans Representation on Indonesia Film Television. *Jurnal Komunikasi Global*, 11(1). <https://doi.org/10.24815/jkg.v11i1.24788>
- Ri’aeni, I. (2019). Pengaruh Budaya Korea (K-Pop) Terhadap Remaja Di Kota Cirebon. *Communications*, 1(1). <https://doi.org/10.21009/communications.1.1.1>
- Sari, L. P. (2020). Analisis Korean Wave Sebagai Bentuk Soft Diplomacy Yang Efektif Dibidang Kebudayaan. *Journal of Diplomacy and International Studies*, 3(02), 13–25.
- Sugandini, D., Effendi, M. I., Utami, Y. S., & Aribowo, A. S. (2021). Effects of attractiveness, image and satisfaction on word of mouth communication. *International Journal of Health Science and Technology*, 2(1). <https://doi.org/10.31101/ijhst.v2i1.1818>
- Trisnawati, T. Y. (2016). Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi. *Jurnal The Messenger*, 3(2). <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.268>
- Wicaksono, M. A., & Maryana, D. (2021). Pengaruh Fenomena Tren Korean Wave Dalam Perkembangan Fashion Style Di Indonesia. *Jurnal Sosial-Politika*, 2(2), 74–85.
- Winata, A. P., Vandea, A. B. J. S., & Faristiana, A. R. (2023). Pengaruh Kebudayaan K-Pop Terhadap Mode Pakaian Remaja Di Ponorogo. *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 1(1), 59–72.

Copyright holder:

Gentar Vyandra Agasta, Novi Andayani Praptiningsih (2025)

First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

