



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**PERSEPSI MAHASISWA UNIVERSITAS
ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
TENTANG FASHION KOREA SELATAN
DALAM CARA BERBUSANA (Studi Eksperimen
Mahasiswa Aktif Program Studi Ilmu Komunikasi
dan Komunikasi Penyiaran Islam)**

Skripsi

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan
Ampel Surabaya, Guna memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh
Orly Ortaqilla Latmafanie
NIM. B95219119

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya 2023

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Orly Ortaqilla Latmafanie

NIM : B95219119

Prodi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul **Persepsi Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya Tentang Fashion Korea Selatan Dalam Cara Berbusana (Studi Eksperimen Mahasiswa Aktif Program Studi Ilmu Komunikasi dan Komunikasi Penyiaran Islam)** adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 9 Januari 2023

Yang membuat pernyataan



Orly Ortaqilla Latmafanie
NIM B95219119

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Orly Ortaqilla Latmafanie
NIM : B95219119
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : PERSEPSI MAHASISWA UIN
SUNAN AMPEL SURABAYA
TENTANG FASHION KOREA
SELATAN DALAM CARA
BERBUSANA (Studi Eksperimen
Mahasiswa Aktif Program Studi Ilmu
Komunikasi dan Komunikasi Penyiaran
Islam)

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk disajikan.

Surabaya, 30 Desember 2022
Menyetujui
Pembimbing,



Advan Navis Zubaidi, S.ST, M.Si
NIP. 198311182009011006

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI
PERSEPSI MAHASISWA UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA TENTANG FASHION KOREA SELATAN
DALAM CARA BERBUSANA (Studi Eksperimen Mahasiswa
Aktif Program Studi Ilmu Komunikasi dan Komunikasi

Penyiaran Islam)

SKRIPSI

Disusun Oleh

Orly Ortaqilla Latmafanie

B95219119

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata

Satu Pada tanggal.....9 Januari 2023

Tim Penguji

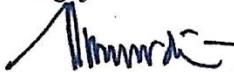
Penguji I



Advan Navis Zubaidi, S.ST,
M.Si

NIP. 198311182009011006

Penguji III



Dr. H. Ali Nurdin, S.Ag,
M.Si

NIP. 197106021998031001

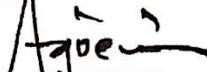
Penguji II



Prof. Dr. H. Aswadi, M.Ag

NIP. 196004121994031001

Penguji IV



Dr. Agoes Mton. Moefad,
SH, M.Si

NIP. 197008252005011004

9 Januari 2023

Rektor Fakultas Dakwah dan Komunikasi



Dr. Moch. Choirul Arif, M.Fil.I

10171998031001

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Orly Ortaqilla Latmafanie
NIM : B95219119
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/Ilmu Komunikasi
E-mail address : orly1506@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Persepsi Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Tentang Fashion Korea

Selatan Dalam Cara Berbusana (Studi Eksperimen Mahasiswa Aktif Program Studi Ilmu

Komunikasi dan Komunikasi Penyiaran Islam)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 8 Februari 2023

Penulis

(Orly Ortaqilla Latmafanie)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Orly Ortaqilla Latmafanie, NIM. B95219119. Persepsi Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya Tentang Fashion Korea Selatan Dalam Cara Berbusana (Studi Eksperimen Mahasiswa Aktif Program Studi Ilmu Komunikasi dan Komunikasi Penyiaran Islam).

Penelitian ini bertujuan meneliti tentang apa persepsi mahasiswa dari program studi Ilmu Komunikasi dan Komunikasi Penyiaran Islam yang memberikan persepsinya tentang fashion Korea Selatan pada beberapa video musik. Penelitian ini memilih metode kualitatif dengan teori persepsi Stuart Hall. Adapun jumlah keseluruhan informan pada penelitian ini sebanyak dua puluh orang. Mereka memberikan respon beragam terhadap video musik yang telah ditonton. Respon yang diberikan oleh informan ke peneliti berbeda antar satu orang dengan orang lainnya dikarenakan faktor pengalaman, pengetahuan dan kondisi lingkungan sekitar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh informan dapat menerima secara penuh dan sebagian. Karena, tidak ada yang menempati posisi oposisi.

Kata Kunci: Persepsi, Mahasiswa, Fashion Korea.

ABSTRACT

Orly Ortaqilla Latmafanie, NIM. B95219119. Student Perceptions of UIN Sunan Ampel Surabaya About South Korean Fashion in the Way of Dressing (Experiment study of Active Students of Communication and Islamic Broadcasting Communication Study Program)

This study aims to examine what are the perceptions of students from the Islamic Broadcasting Communication and Communication Study Program who give their perceptions of South Korean fashion in several music videos. This study chose a qualitative method with Stuart Hall's perception theory. The total number of informants in this study were twenty people. They gave various responses to the music videos they had watched. The responses given by informants to researchers differ from one person to another due to experience, knowledge and environmental conditions. The results of this study indicate that all informants can fully and partially accept. Because, no one occupies an opposition position.

Keyword: Perception, Student, Korean Fashion

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

مستخلص البحث

أورلي أورناكيلا لاتمافاني رقم التسجيل B95219119 تصورات الطلاب عن UIN Sunan Ampel Surabaya حول الأزياء الكورية الجنوبية في طريقة ارتداء الملابس (دراسة حالة للطلاب النشطين في برنامج دراسة الاتصالات والإذاعة الإسلامية)

تهدف هذه الدراسة إلى فحص تصورات الطلاب من برنامج دراسة الاتصال والإذاعة الإسلامية التي تعطي تصوراتهم عن مقاطع الفيديو الموسيقية التي اختارها الباحث قبل إجراء المقابلة. اختارت هذه الدراسة أسلوبًا نوعيًا مع نظرية الإدراك لدى ستيوارت هول. كان إجمالي عدد المخبرين في هذه الدراسة 20 شخصًا. قدموا ردودًا مختلفة على مقاطع الفيديو الموسيقية التي شاهدها. تختلف ردود المخبرين للباحثين من شخص لآخر بسبب الخبرة والمعرفة والظروف البيئية. أظهرت نتائج هذه الدراسة استجابة إيجابية. لأنه ، لا أحد يشغل موقعًا معارضًا

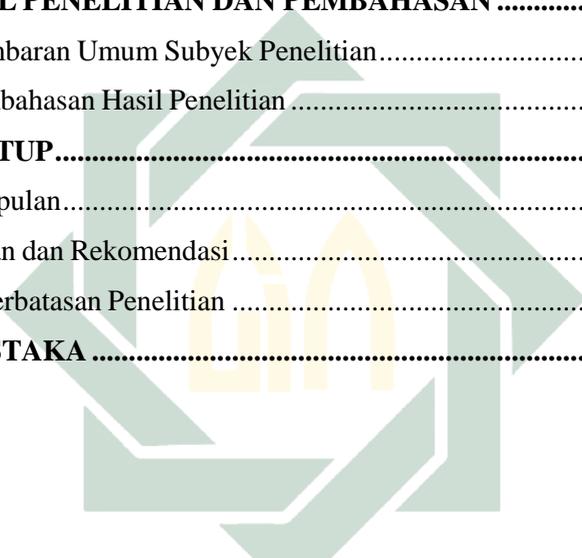
الكلمات المفتاحية: التصور ، الطلاب ، الأزياء الكورية

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Definisi Konsep.....	5
F. Sistematika Pembahasan	9
BAB II KAJIAN TEORETIK	11
A. Kerangka Teoretik	11
B. Penelitian Terdahulu yang Relevan	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	26
B. Lokasi Penelitian.....	27
C. Jenis dan Sumber Data.....	27
D. Tahap-Tahap Penelitian	27

E.	Teknik Pengumpulan Data.....	29
F.	Teknik Validitas Data.....	29
G.	Teknik Analisis Data.....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		31
A.	Gambaran Umum Subyek Penelitian.....	31
C.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	56
BAB V PENUTUP.....		84
A.	Simpulan.....	84
B.	Saran dan Rekomendasi.....	84
C.	Keterbatasan Penelitian	86
DAFTAR PUSTAKA		87



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era modern ini, teknologi berkembang dengan sangat pesat. Hal tersebut, berdampak pada media massa yang semakin luas tak terbatas bagi para penggunanya. Kecanggihan teknologi dan media saling bertumbuh maju untuk mempermudah penggunanya dalam mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan hingga yang tidak diperlukan. Informasi dengan sangat mudah didapatkan oleh para pengguna media massa dari berbagai sumber pada suatu media massa hanya dalam genggaman tangan mereka yang memakan tidak banyak waktu bahkan, hanya dalam kurun waktu hitungan detik. Manusia modern sekarang ini, dimanjakan oleh teknologi sehingga dengan mudah memperoleh informasi dari seluruh penjuru dunia manapun. Terutama kalangan mahasiswa yang tergolong remaja dengan rentan usia 18-21 tahun, mereka merupakan pengguna aktif sosial media seperti yang dikemukakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika, 98 persen usia anak-anak dan remaja melek internet dan 79,5 persen dari keseluruhan ialah pengguna internet yang ditarik kesimpulan dari 400 responden di berbagai penjuru.²³

² A. R. Nur, "Hubungan Antara Kemandirian Dengan Penyesuaian Diri Dalam Lingkungan Kampus Pada Mahasiswa," *Universitas Padjajaran*, hal 3(2015): Hal. 3.

³ PDSI KOMINFO, "98 Persen Anak Dan Remaja Tahu Internet," *Website Resmi Kementerian Komunikasi Dan Informatika RI*, accessed January 11,

Wilayah mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya juga sangat mendukung untuk mengakses informasi dengan mudah, karena lokasi kampusnya yang strategis berada di kawasan Kota Surabaya yang mana Kota terbesar kedua di Indonesia. Selain itu, mereka juga dituntut untuk melek teknologi dengan cara banyak sekali tugas dari mata kuliah yang mengharuskan setiap mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya menggunakan alat atau media sebagai wadah pembelajaran. Seperti contoh, ujian bahasa berbasis komputer.

Dengan mudahnya akses informasi antara negara satu dengan lainnya, menimbulkan pengaruh yang besar yang mana dapat kita lihat dan rasakan secara terang-terangan. Seperti halnya, kultur fashion hingga makanan khas suatu daerah atau negara. Di sini, peneliti membahas tentang kultur fashion yang tidak hanya pada perempuan akan tetapi, laki-laki juga yang akan diteliti khusus di area kampus Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dengan subyek mahasiswa aktif program studi Ilmu Komunikasi dan Komunikasi Penyiaran Islam yang jumlahnya sepuluh orang tiap program studi tersebut.

Perlu diketahui bahwa fashion dunia berkembang dengan pesat khususnya fashion Korea yang telah mempengaruhi gaya rambut, cara berpakaian, sepatu, bahkan tata rias. Fashion Korea dianggap unik karena memiliki warna yang cerah sehingga mudah mix and

2023,

http://index.php/content/detail/3836/98+Persen+Anak+dan+Remaja+Tahu+Internet/0/berita_satker.

match dengan tubuh dan warna kulit Asia yang berarti sangat mudah masuk ke Indonesia karena, kedua negara tersebut Korea Selatan-Indonesia masih satu benua yang tidak jauh karakter fisiknya.

Terdapat referensi penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa fashion style Indonesia semakin kesini berkiblat pada fashion Korea mulai dari pakaian hingga sepatu. Maka dari itu, penelitian ini dianggap penting untuk dilakukan agar dapat melihat apa tanggapan dari mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya terhadap fenomena fashion Korea tersebut.

Penelitian ini dilakukan dengan cara mewawancarai mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya yang memiliki status aktif di program studi Ilmu Komunikasi dan Komunikasi Penyiaran Islam masing-masing sepuluh orang tiap program studinya. Memiliki hipotesis yaitu, mereka dapat menerima dengan baik karena dapat menjumpai hal baru namun, ada yang kurang suka karena budaya Korea ini. Karena mungkin dapat menggerus budaya lokal Indonesia atau bisa juga ada beberapa orang yang sudah terlalu nyaman dengan cara berbusananya sehari-hari.

Nantinya, hasil dari wawancara yang berisikan persepsi-persepsi berbeda antara individu satu dengan lainnya akan dikategorikan oleh peneliti menjadi tiga kategori sesuai teori yang dianut peneliti yaitu Teori Analisis Resepsi yang dikemukakan oleh Stuart Hall. Tiga kategori tersebut yaitu: Posisi Hagemoni, Posisi Negoisasi, dan Posisi Oposisi. Penjelasan dari

pengkategorian tiga posisi tadi akan penulis paparkan di bab selanjutnya secara mendalam.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana persepsi mahasiswa aktif Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Program Studi Ilmu Komunikasi dan Komunikasi Penyiaran Islam tentang fashion Korea Selatan dalam cara berbusana?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi dari mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya khususnya mahasiswa aktif Program Studi Ilmu Komunikasi dan Komunikasi Penyiaran Islam tentang fashion Korea atau gaya berpakaian Korea Selatan dalam cara berbusana yang akan terbagi dalam tiga jenis kategori berbeda sesuai Teori Analisis Resepsi Stuart Hall.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi literatur program studi komunikasi dan juga berguna untuk mengembangkan pengetahuan tentang budaya pada fenomena mengenai persepsi di suatu kebudayaan yang terjadi di dalam sebuah lingkungan.

2. Manfaat Praktis

- a. Dapat mengetahui apa saja persepsi atau dari setiap individu tentang suatu budaya yang terkini.
- b. Menambah pengetahuan dan pengalaman peneliti untuk mengaplikasikan ilmu yang didapat selama masa perkuliahan ke bentuk karya nyata.
- c. Dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya yang lebih mendalam

E. Definisi Konsep

3. Persepsi

Persepsi adalah suatu proses yang dilalui manusia untuk dapat menafsirkan berbagai kesandari panca indera mereka dalam memberi makna ke suatu hal.⁴ Persepsi juga dapat diartikan sebagai pandangan umum tentang suatu obyek yang ditinjau dari beberapa hal yang mana dapat dipahami oleh manusia.⁵ Dalam bahasa Inggris yaitu perception yang berasal dari bahasa Latin perceptio, dari percipere dengan makna menerima atau mengambil. “Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.” Persepsi terjadi saat manusia menangkap sesuatu yang dapat dirasakan oleh inderawi lalu

⁴ Maropen Simbolon, “Persepsi Dan Kepribadian,” *Jurnal ekonomis* 1, no. 1(2007): Hal. 52-66.

⁵ Rofiq Faudy Akbar, “Analisis Persepsi Pelajar Tingkat Menengah Pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus,” *Edukasia: Jurnal Penelitian Pendidikan Islam* 10, no. 1 (2015).

mereka memproses segala tanda, simbol, atau informasi tersebut untuk disimpulkan menjadi sebuah makna tersendiri. Dan tiap orang memaknai sesuatu dengan artian yang berbeda-beda tiap individunya karena, manusia satu dengan lainnya memiliki pengalaman yang pastinya tidak sama.

Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya yang berasal dari segala penjuru Indonesia dengan berbagai asal domisili dan latar belakang mereka masing-masing yang sangat beragam pasti memiliki persepsi sendiri tentang fashion Korea. Mereka bisa mendapatkan informasi tentang fashion Korea dari media massa yang dengan sangat mudah diakses melalui telepon genggam. Ataupun mereka tidak mendapatkannya melalui media massa akan tetapi, melalui informasi yang secara tidak langsung mereka terima, misalnya dari kerabat terdekat yaitu teman kuliah.

Mereka juga dapat memperoleh informasi tentang fashion Korea secara tidak langsung melalui media massa, contohnya: iklan di Instagram Ads yang menampilkan produk berbau fashion Korea, iklan di Youtube Ads yang berisi idol KPop berfashion Korea, dan juga baliho di jalan yang sering dijumpai banyak sekali oppa-oppa Korea yang menjadi brand ambassador suatu brand lokal asal Indonesia sendiri akan tetapi, menjadikan publik figur asal Korea Selatan sebagai ambassador mereka. Adapun tahap-tahap terjadinya persepsi menurut Walgito yang diawali oleh proses fisik, yaitu stimulus ditangkap oleh indera manusia. Kedua disebut proses fisiologis di mana stimulus masuk

melalui indera manusia dengan melalui berbagai saraf sensoris. Tahap ketiga yaitu proses psikologik saat manusia menyadari adanya stimulus yang ditangkap indera. Tahap terakhir yaitu sesuatu yang tercipta dari beberapa komponen tadi menghasilkan tanggapan.⁶

Dari tahap-tahap terbentuknya atau munculnya persepsi pada setiap orang menurut Walgito, maka dapat diilustrasikan bahwa mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya mengawali proses persepsi dengan cara menangkap segala informasi yang didapat melalui seluruh indera yang mereka miliki tentang fashion Korea. Proses kedua yaitu proses fisiologis, apa yang mereka tangkap melalui keseluruhan indera milik mereka akan menjalar ke saraf sensoris sehingga dapat terjadi proses ketiga, yaitu proses psikologik yang mana mereka secara sadar menerima seluruh informasi tentang fashion Korea yang mereka tangkap dengan berbagai indera. Proses terakhir, adalah keseluruhan proses tadi menimbulkan tanggapan atau respon yang berbeda-beda antara mahasiswa satu dengan lainnya, yang nantinya dibagi oleh peneliti menjadi tiga kategori yaitu: posisi hagemoni, posisi negoisasi, dan posisi oposisi.

Posisi hagemoni adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel yang dapat menerima secara penuh akan fashion Korea yang masuk ke

⁶ Noorliana Rahmah, "Persepsi Mahasiswa Terhadap Online Shop (Studi Deskriptif Tentang Persepsi Mahasiswa Surabaya Terhadap Online ShopShopee)" (Universitas Airlangga, 2018).

Indonesia. Posisi negoisasi adalah di mana mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel benar menerima adanya arus fashion Korea yang masuk, akan tetapi mereka tidak mengikuti keseluruhan gelombang fashion Korea tersebut, bias jadi kurang cocok dengan sebagian model atau kurang nyaman untuk berpenampilan fashion berbau Korea. Posisi yang ketiga yaitu posisi oposisi yang mana mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel tidak dapat menerima adanya fashion Korea yang masuk ke Indonesia. Dengan begitu, mereka juga tidak mengikuti atau ikut serta ke dalam arus fashion Korea.

4. Fashion Korea

Jika ditarik mundur, kapan fashion Korea ini masuk ke Indonesia, maka Korean Wave muncul pertama kali melalui drama korea atau singkatannya drakor pada awal tahun 2000-an. Cerita yang dikemas dengan beragam tema ternyata mampu mengambil perhatian masyarakat Indonesia. Drama korea juga tidak pernah gagal dalam mengilustrasikan tentang apa yang terjadi pada kehidupan sebenarnya di Korea Selatan ke dalam setiap cerita. Penyampaian pesan yang dengan mudah disampaikan oleh pembuat film ke penonton menjadi salah satu alasan mengapa drama Korea digemari masyarakat Indonesia.

Drama Korea bahkan lebih dulu masuk ke Indonesia jauh sebelum industri musik KPop yang mewabah sekarang ini. Produk Korea yang dapat dengan mudah kita jumpai sekarang ini menjelaskan secara nyata bahwa budaya Korea dapat diterima

oleh masyarakat Indonesia, baik itu pakaian, makanan, dan juga gaya hidup. Kini, menonton drakor adalah hal umum, perempuan maupun laki-laki, tua maupun muda, menikah ataupun belum menikah, hampir seluruh lapisan usia dapat mengonsumsi drama Korea yang dengan mudah diakses melalui banyak platform legal digital.⁷

Dilansir dari portal digital favorit anak muda Journal Sociolla, fashion Korea berubah-ubah sesuai musim yang mana kita ketahui bahwa, Korea adalah negeri dengan 4 musim. Hal ini, tidak menjadi halangan untuk fashion Korea masuk ke Indonesia karena, fashion Korea sendiri identik dengan simple dan mudah dipadu padankan.⁸ Pemilihan warna busana yang senada antara atasan dan bawahan lalu look yang simpel pada fashion Korea berhasil mencuri banyak atensi publik.

F. Sistematika Pembahasan

Bab I Pendahuluan

Meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep, dan sistematika pembahasan yang di dalamnya memaparkan

⁷ AYU FITRI and Misnawati Desy, "PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP FASHION KOREA SELATAN (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Mahasiswa Universitas Bina Darma Yang Aktif Menonton Drama Korea)" (Universitas Bina Darma, 2020).

⁸ "Intip Tren Fashion Korea Yang Diprediksi Akan Booming Di Tahun 2022, Yuk!," *Beauty Journal*, last modified January 21, 2022, accessed January 11, 2023, <https://journal.sociolla.com/lifestyle/tren-fashion-korea-booming-2022>.

tentang jenis penelitian, subyek, obyek, dan lokasi penelitian.

Bab II Kajian Teoretik

Terdiri dari kerangka teoretik yang menjelaskan konseptual mengenai tema penelitian, teori yang digunakan dan alur penelitian yang didasarkan pada teori.

Bab III Metode Penelitian

Didalamnya terdapat pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, jenis dan sumber data, tahap-tahap dalam penelitian, teknik pengumpulan data, teknik validitas data, dan teknis analisis data yang mana menggambarkan alur peneliti dalam terjun di lapangan untuk melakukan penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berisikan gambaran umum subyek penelitian, penyajian data, dan pembahasan hasil penelitian dari beberapa perspektif. Pada bab ini peneliti memasukkan data dari hasil di lapangan untuk dibahas mendalam.

Bab V Penutup

Bab terakhir yang memuat simpulan, rekomendasi, keterbatasan penelitian dan dilanjut bagian akhir yang terdiri dari daftar pustaka dan beberapa lampiran untuk melengkapi penelitian.

BAB II KAJIAN TEORETIK

A. Kerangka Teoretik

Penelitian ini sangat sesuai dengan Teori Resepsi yang mana teori tersebut sangat bergantung dari apa yang manusia tangkap melalui seluruh panca indera mereka dengan seluruh pengalaman mereka masing-masing. Sehingga, antara manusia satu dengan manusia lainnya memiliki pandangan yang berbeda. Persepsi adalah proses individu dalam menerima informasi yang didapat dari lingkungannya.⁹

Resepsi dibesarkan oleh Stuart Hall pada Pusat Kajian Budaya Kontemporer, tepatnya di University of Birmingham Inggris. Menurutnya, studi penerimaan yaitu teoritis yang berdasarkan khalayak dalam mengartikan suatu konten.¹⁰ Resepsi pada kamus Babylon, “reception” yang berarti “acceptance” bisa juga “act of receiving” yaitu penerimaan.¹¹

⁹ Nanik Ermawati and Zamrud Mirah Delima, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, Dan Pengalaman Terhadap Minat Wajib Pajak Menggunakan Sistem E-Filing (Studi Kasus Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kabupaten Pati),” *Jurnal Akuntansi Indonesia* 5, no. 2 (2016): Hal. 163-174.

¹⁰ Dyah Sri Lestari Rajab, “Resepsi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Terhadap Dakwah Melalui Instagram Ustadz@ Hanan_Attaki” (Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2019), Hal. 10.

¹¹ Fahmi Riyadi, “Resepsi Umat Atas Alquran: Membaca Pemikiran Navid Kermani Tentang Teori Resepsi Alquran,” *HUNAF: Jurnal Studia Islamika* 11, no. 1 (2014): Hal. 4.

Teori ini juga disebut sebagai pemaknaan pembaca, karena teori ini fokus terhadap bagaimana manusia membaca suatu pesan, bukan bagaimana pengiriman pesan. Proses pemaknaan yang beragam berasal dari latar belakang budaya maupun pengalaman sehari-hari manusia.¹² Resepsi dijadikan sebagai pendekatan guna menganalisis masyarakat dalam cara mengartikan sesuatu yang terdapat pada media.

Suatu konten pada media akan mendapatkan pemaknaan saat khalayak menerima pesan yang disampaikan yang mana terkandung pada media. Maka dari itu, khalayak adalah produsen bukan hanya sebagai konsumen pesan. Resepsi memiliki fokus pada khalayak dengan latar belakang yang berbeda-beda mengartikan pesan dari suatu media yang diterima.

Dikarenakan setiap pesan yang terkandung pada media memuat banyak sekali makna yang disampaikan, maka pada tahap pemaknaan oleh khalayak akan mengartikan sesuai latar belakang dan pengalaman hidup mereka masing-masing, sehingga pesan diartikan dengan berbagai sudut pandang antara manusia satu dengan manusia lainnya.¹³

¹² Adlina Ghassani and Catur Nugroho, "Pemaknaan Rasisme Dalam Film (Analisis Resepsi Film Get Out)," *Jurnal Manajemen Maranatha* 18, no. 2 (2019): Hal. 3.

¹³ Dyah Sri Lestari Rajab, "Resepsi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Terhadap Dakwah Melalui Instagram Ustadz@ Hanan_Attaki" (Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2019), Hal. 11.

Teori ini mementingkan tanggapan orang pada sebuah karya, misalnya tanggapan umum yang dapat berubah yang memiliki sifat pemaknaan atau penilaian pada sesuatu. Resepsi menjadi bagian dari studi pada masyarakat dalam menganalisis penerimaan pada konten media.

Teori resepsi sangat memerlukan respon dari khalayak terhadap sesuatu dan khalayak tidak diperankan dengan pasif, akan tetapi sebagai agen kultural yang memiliki kendali penuh dalam pemaknaan pada sesuatu hal.¹⁴ Dalam proses penafsiran, manusia berperan penting sebagai bagian dari terbentuknya suatu makna.¹⁵ Teori ini memiliki benang merah yaitu manusia yang aktif berperan untuk memaknai sesuatu.¹⁶

Adapun istilah Encoding dan Decoding pada teori ini. Encoding adalah upaya dari pengirim untuk menciptakan sesuatu sesuai dari pikirannya ke dalam suatu bentuk yang nantinya ditangkap khalayak menggunakan seluruh panca inderanya. Jika isi pesan dari sesuatu yang disampaikan lewat media ingin dengan mudah dipahami oleh penerima, makasesuatu tersebut baiknya dikirim dengan bentuk

¹⁴ Any Suryani, "Analisis Resepsi Penonton Atas Popularitas Instan Video Youtube Keong Racun Sinta Dan Jojoe," *Jurnal The Messenger* 5, no. 1 (2013): Hal. 2.

¹⁵ R. I. Utami and A. Herdiana, "Pemaknaan Pendengar Terhadap Iklan Testimoni Nutrisi Herbal Nariyah Di Radio Kasihku FM Bumiayu Dalam Teori Resepsi Stuart Hall," *Sadharananikarana: Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu* 3, no. 2 (2021): Hal. 6.

¹⁶ Stephen W. Littlejohn and Karen A. Foss, *Encyclopedia of Communication Theory*, vol. 1 (Sage, 2009).

simbolis. Isi pesan didasarkan oleh latar belakang komunikator yang memiliki pikiran berbeda antara satu dengan lainnya. Adapun penjelasan bahwa pesan tergantung dari latar belakang komunikator. Sebagai berikut:¹⁷

- a. Frame of reference yaitu latar belakang komunikator dalam membuat sebuah pesan seperti, latar belakang pendidikan, sosial, lingkungan dan ideology.
- b. Field of experience yaitu latar belakang komunikator pada sisi profesionalitas di bidang konten dan didukung pihak lain

Encoding pada penelitian ini adalah saat para kreator dari beberapa video musik pilihan penulis merilis karya mereka pada khalayak ke dalam sesuatu hal berdurasi singkat memuat film pendek yang didampingi alunan musik dengan adanya kepentingan utama yaitu sebagai alat pemasaran atau promosi. Para penggiat karya video musik menyajikan karya mereka dengan penuh pesan didalamnya sesuai latar belakang kehidupan masing-masing.

Decoding adalah proses lanjutan dari encoding, yaitu saat penerima atau komunikan mengartikan sesuatu atau menafsirkan pesan yang telah diterima melalui seluruh panca indera dengan berbagai cara. Tahap pertama dalam penerimaan pesan adalah proses decoding ini. Adapun dua proses dalam decoding sebagai berikut:¹⁸

¹⁷ Zaenal Mukarom, *Teori-Teori Komunikasi* (Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung ..., 2020), Hal. 11.

¹⁸ Mukarom, *Teori-Teori Komunikasi*.

- a. Similarities of meaning yaitu khalayak memahami suatu pesan dengan konsisten sesuai makna yang disampaikan oleh komunikator
- b. Influencing people yaitu tanggapan atau masukan dari manusia satu yang mampu mempengaruhi manusia lainnya.¹⁹

Dengan begitu, Decoding pada penelitian ini adalah saat khalayak mengartikan pesan pada video musik yang mereka tangkap atau tonton melalui keseluruhan pancaindera yang mereka punyai. Isi pesan yang terkandung pada video musik pastinya menghasilkan suatu efek berbeda-beda ke tiap penonton. Hal tersebut terjadi karena, antara satu orang dengan orang lainnya memiliki pengalaman yang tidak sama. Nantinya, bisa jadi penonton ada yang mampu menangkap keseluruhan pesan dan nada juga yang hanya mampu menangkap sebagian pesan yang terkandung pada video musik.

Persepsi timbul dari tanggapan dari suatu kegiatan serapan seseorang dalam mengetahui hal melalui panca inderanya. Pesan yang disajikan di media adalah beberapa tanda yang mana 'preferred reading' sudah ditentukan, namun tetap ada kemungkinan untuk diterima dengan berbagai cara oleh khalayak, hal itu berdasarkan bagaimana pesan disampaikan. Preferred reading sendiri adalah makna dominan pada suatu pesan.²⁰

¹⁹ Gun Gun Heryanto, *Media Komunikasi Politik* (IRCiSoD, 2018).

²⁰ Suryani, "Analisis Resepsi Penonton Atas Popularitas Instan Video Youtube Keong Racun Sinta Dan Jojoe," Hal. 39-45.

Menurut Stuart Hall pada Morissan, audiens melakukan decoding pada pesan media dengan cara tiga posisi, sebagai berikut:²¹

a. Posisi Hagemoni Dominan (dominant hegemonic position)

Posisi ini adalah dimana khalayak menerima pesan yang disampaikan oleh media dengan caranya tertentu. Isi pesan pada media yang tersampaikan memang sengaja menggunakan suatu kode pilihan kreator yang disesuaikan pada audiens. Misalnya, bahasa pengantar yang sama.

b. Posisi Negoisasi (Negotiated Position)

Posisi ini adalah saat khalayak dapat mengiyakan sesuatu yang mereka terima. Stuart Hall menuliskan pada posisi inilah, the audience assimilates the leading ideology in general but opposes its application in specific case. Yang berarti, khalayak menerima selagi itu tidak jauh bertentangan dari sesuatu yang dianut atau diyakini, dan tetap ada pengecualian ataupunolakan saat dirasa melenceng jauh dari budaya asal mereka.

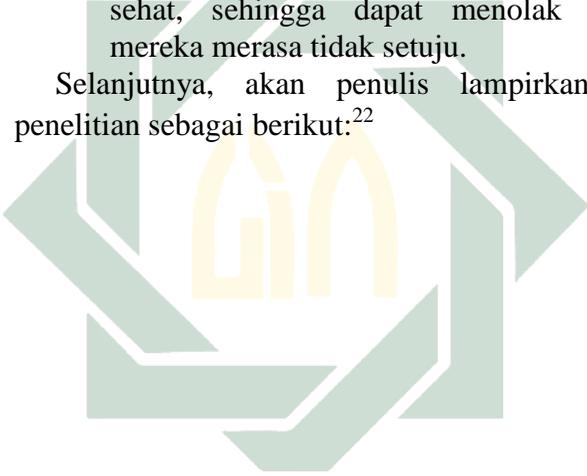
c. Posisi Oposisi (oppositional position)

Yang terakhir ini adalah saat khalayak merubah pesan yang telah diterima mereka dengan menolak makna dari suatu pesan tersebut, lalu menggantinya dengan sudut pandang yang menurut mereka benar. Stuart

²¹ Morissan Morissan, "Teori Komunikasi Individu Hingga Massa," Jakarta: Prenadamedia Group (2015): Hal. 39-45.

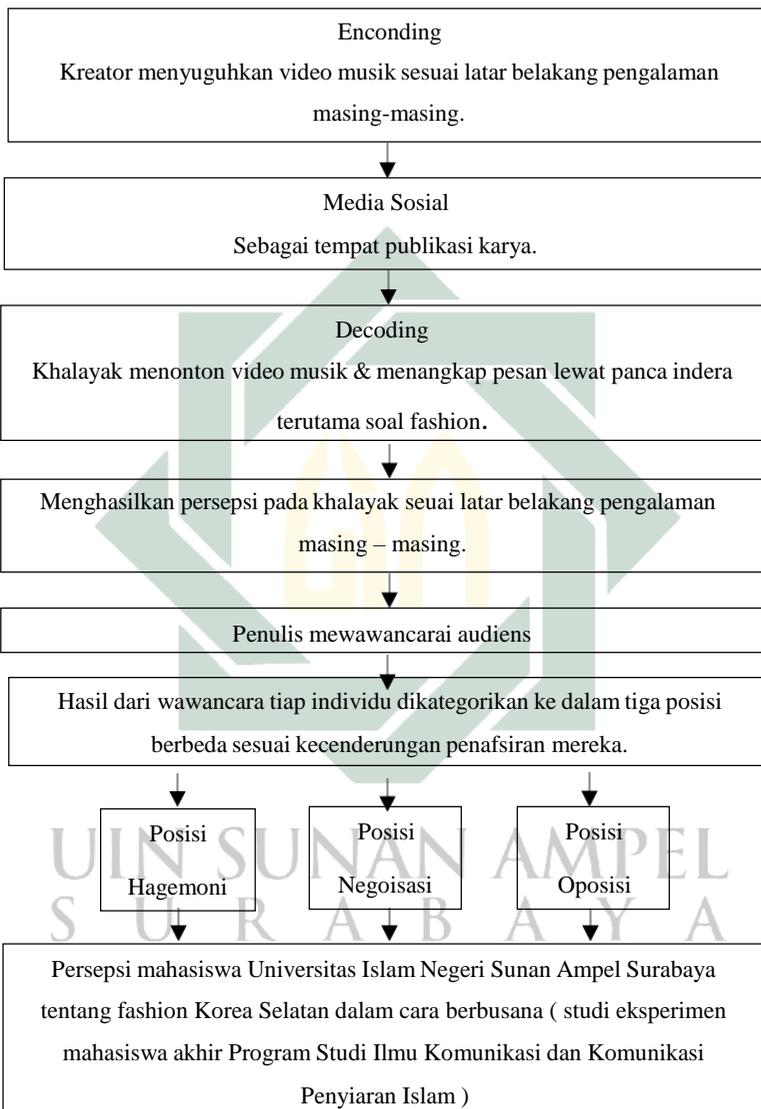
Hall juga menerima kenyataan bahwa media memiliki kepentingan sendiri dengan cara menyajikan sesuatu dengan maksud tertentu yang bisa membujuk khalayak. Hal tersebut yang dilakukan media, tidak selamanya dapat berlaku untuk semua orang. Mereka adalah manusia yang dikaruniai akal pikiran yang sehat, sehingga dapat menolak apabila mereka merasa tidak setuju.

Selanjutnya, akan penulis lampirkan tabel penelitian sebagai berikut:²²



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

²² Risa Tusnawati and Devi Purnamasari, "Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Rokok U MILD Versi 'Cowo Tau Kapan Harus Bohong,'" *Eprint. Dinus. Ac. Id* (2017): Hal. 3.



Dapat dilihat dari bagan di atas, proses encoding terjadi saat komunikator yaitu kreator dari video musik merilis karya mereka yang didalamnya mengandung berbagai pesan tertentu sesuai latar belakang mereka masing-masing. Pesan yang mereka sampaikan terkandung dalam sebuah karya yang berdurasi singkat memuat film pendek beralunan musik. Sehingga, media massa yang dirasa tepat untuk bentuk karya tersebut adalah YouTube.

Para kreator mengunggah karya mereka ke platform itu sehingga dengan mudah dapat dijangkau atau dikonsumsi oleh publik. Lalu, terjadilah decoding saat audiens atau penonton menangkap keseluruhan hal oleh panca indera mereka yang terkandung dalam video musik. Antarapenonton satu dengan penonton lainnya memiliki latar belakang hidup yang beragam menjadikan mereka menafsirkan makna yang berbeda-beda juga.

Penulis mewawancarai para penonton atau penikmat karya video musik untuk mengetahui apa persepsi tiap audiens tentang pesan yang mereka tangkap. Persepsi dari khalayak akan dikategorikan ke dalam tiga posisi berbeda sesuai kecenderungan mereka dalam menafsirkan apa yang mereka tangkap dari video musik terpilih. Ada tiga posisi menurut Stuart Hall yang telah dipaparkan di atas, antara lain: Hagemoni, Negoisasi, dan Oposisi.

B. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Jurnal yang ditulis oleh Oleh Muhammad Alvin Wicaksono, dkk (2021) dengan judul “Pengaruh Fenomena Tren Korean Wave Dalam Perkembangan Fashion Style Di Indonesia.” Menggunakan metode penelitian Studi Literatur dengan tujuan penelitian yaitu untuk melihat apa pengaruh dari fenomena tren Korean wave dalam perkembangan fashion style di Indonesia. Memiliki hasil penelitian yaitu Korean wave ternyata dapat mempengaruhi gaya berpakaian masyarakat Indonesia. Dapat dilihat secara terang-terangan bahwa fashion style sekarang ini banyak yang berkiblat pada fashion Korea Selatan, contohnya pakaian, sepatu dan makeup. Memiliki dampak positif yaitu menjadikan fashion dalam negeri ini menjadi semakin kreatif untuk pemakainya dan dampak negatifnya adalah secara tidak langsung jika ada budaya luar masuk, maka budaya lokal bisa berakibat pudar walaupun dengan waktu yang lamban. Untuk itu, bijaklah dalam berpakaian agar menjadi warga negara yang baik. Persamaan dengan skripsi penulis yakni peneliti juga membahas mengenai fashion yang terpengaruh dari tren Korea. Perbedaan dengan skripsi ini adalah jurnal tersebut menyimpulkan tentang ketergantungan gaya fashion Korea yang telah mempengaruhi objek, sedangkan penelitian ini untuk mengetahui persepsi objek tentang fashion Korea di media tertentu.²³

²³ Muhammad Alvin Wicaksono and Dita Maryana, “Pengaruh Fenomena Tren Korean Wave Dalam Perkembangan Fashion Style Di Indonesia,” *Jurnal Sosial-Politika* 2, no. 2 (2021): 74–85.

Jurnal Komunikasi yang ditulis oleh Sumartono dan Hani Astuti (2013) dengan judul “Terpaan Drama Korea Dan Perilaku Fashion Di Kalangan Mahasiswi FIKOM UBHARA Jaya.” Menggunakan metode penelitian Survey dengan tujuan penelitian untuk mengetahui apakah mahasiswi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jaya terbawa terpaan drama korea pada fashion mereka. Memiliki hasil penelitian yaitu variabel terpaan tayangan drama Korea di televisi tidak memiliki dampak yang dapat merubah pola fashion Korea pada mahasiswi. Persamaan penelitian dengan skripsi ini adalah saling meneliti tentang fashion menurut objek. Perbedaannya adalah jurnal tersebut meneliti objek dari drama korea yang mereka konsumsi, sedangkan skripsi ini meneliti dari objek yang telah menonton video musik Korea tertentu.²⁴

Thesis oleh Dara Tressia (2013) dengan judul “Daya Tarik Trend Fashion Korea Sebagai Budaya Popular Di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung.” Menggunakan metode penelitian Kualitatif Studi Deskriptif. Memiliki Tujuan Penelitian yaitu, menganalisa bagaimana daya tarik trend fashion Korea sebagai budaya populer di kalangan mahasiswa Kota Bandung. Dengan hasil penelitian yaitu mahasiswa menjadikan fashion sebagai usaha untuk menunjukkan ekspresi, fashion Korea memiliki hal menarik yang menjadikan mahasiswa

²⁴ Sumartono Sumartono and Hani Astuti, “Terpaan Drama Korea Dan Perilaku Fashion Di Kalangan Mahasiswi Fikom Ubhara Jaya,” *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 10, no. 2 (2013).

Kota Bandung tertarik, mahasiswa dgn sangat mudah mendapatkan referensi fashion Korea melalui media massa. Memiliki persamaan dengan skripsi ini yaitu saling meneliti tentang fashion Korea di kalangan mahasiswa, bedanya Dara Tressia meneliti mahasiswa dengan cakupan se-kota Bandung, dan skripsi ini hanya meneliti secakupan teman antar program studi dan fakultas. Adapun perbedaan pada fokus dari penelitian, Dara Tressia memiliki fokus pada kekuatan atau kelebihan pemakaian fashion Korea juga penampilan dari fashion Korea dan pemakaian media massa trend fashion Korea. Sedangkan, penulis memiliki fokus pada apa persepsi dari objek mengenai fashion Korea dan bagaimana keikutsertaan objek pada tata cara berbusana mereka.²⁵

Jurnal Ilmiah Sosiologi oleh Milla RiauziePoetry, dkk (2015) dengan judul penelitian “Perilaku Konsumtif Remaja Perempuan Terhadap Trend Fashion Korea Di Jakarta Selatan.” Menggunakan metode penelitian Kualitatif deskriptif dengan tujuan penelitian mengidentifikasi tren fashion dari drama, musik, toko online dan pusat perbelanjaan. Mengilustrasikan perilaku konsumtif remaja perempuan dalam membelanjakan kosmetik, pakaian dan aksesoris. Memiliki hasil penelitian yaitu, remaja Jakarta Selatan menggunakan uang mereka untuk mendapatkan barang yang tergolong fashion Korea

²⁵ Dara Tressia, “Daya Tarik Trend Fashion Korea Sebagai Budaya Populer Di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung” (Universitas Komputer Indonesia, 2013).

dengan alasan unik, simple, berkualitas, dan beberapa memiliki bahan dasar yang ramah lingkungan. Figur Kpop memiliki dampak untuk mereka dalam menyisahkan sejumlah uang agar dapat mengikuti fashion Korea. Dan mereka bangga akan hal itu. Persamaan dengan penelitian penulis adalah saling meneliti fashion Korea pada usia remaja. Perbedaannya adalah jurnal tersebut meneliti lebih fokus ke perilaku konsumtif objek, sedangkan penulis meneliti persepsi dari objek.²⁶

Jurnal yang ditulis oleh Larashinta Anindra Shafara (2017) dengan judul “Pengaruh Hallyu terhadap Gaya Berpakaian Mahasiswa Bahasa dan Kebudayaan Korea Universitas Indonesia Angkatan 2013 = The Impacts of Hallyu Towards The Fashion Style of Korean Literature and Culture Students University of Indonesia Batch 2013.” menggunakan metode penelitian kualitatif dengan tujuan penelitian untuk menganalisis pengaruh hallyu pada cara berbusana mahasiswa Bahasa dan Kebudayaan Universitas Indonesia angkatan 2013. Memiliki hasil penelitian yaitu, cara berbusana mahasiswa Bahasa dan Kebudayaan Universitas Indonesia angkatan 2013 terpengaruh oleh tren fashion korea yang berdampak dari mereka yang mengikuti arus budaya populer korea. Persamaan dengan penelitian penulis adalah saling meneliti cara berbusana mahasiswa dengan metode penelitian yang sama. Perbedaannya

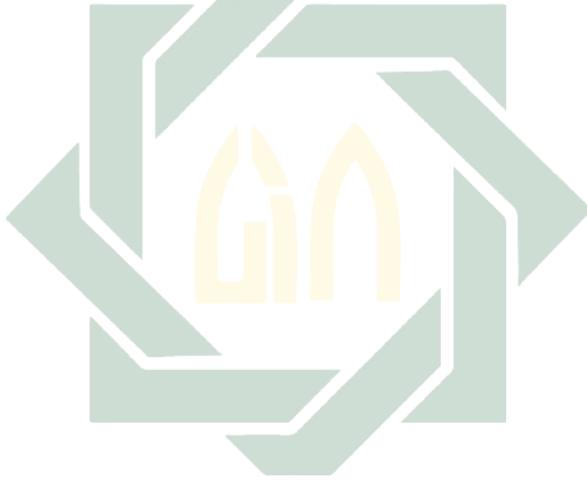
²⁶ Milla Riauzie Poetri, Ikma Citra Ranteallo, and Nazrina Zuryani, “Perilaku Konsumtif Remaja Perempuan Terhadap Trend Fashion Korea Di Jakarta Selatan,” *Jurnal Ilmiah Sosiologi* 1, no. 03 (2015): 1–12.

adalah jurnal tersebut fokus dengan objek yang berlatar belakang satu angkatan yang sama, sedangkan penulis meneliti dari objek dengan perbedaan latar belakang angkatan sehingga lebih luas.²⁷

Thesis yang ditulis oleh Fitri, Ayu dan Desy, Misnawati (2020) dengan judul “Persepsi Mahasiswa Terhadap Fashion Korea Selatan (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Mahasiswa Universitas Bina Darma Yang Aktif Menonton Drama Korea).” Menggunakan metode penelitian kualitatif dengan tujuan penelitian tentang bagaimana persepsi mahasiswa Universitas Bina Darma terhadap fashion Korea yang sering mereka lihat dari drama Korea. Memiliki hasil penelitian yaitu adanya persepsi yang positif, dapat dilihat dari yang sudah dinyatakan dan dirasakan oleh informan mahasiswa Universitas Bina Darma tentang fashion dari Korea Selatan. Thesis ini memiliki persamaan dengan penulis yaitu saling mengangkat persepsi dari kalangan mahasiswa tentang fashion Korea yang dikumpulkan dari teknik wawancara dengan menggunakan teori persepsi. Perbedaan dari Thesis ini dengan penulis adalah Thesis tersebut mewawancarai informan yang sudah pasti mengetahui akan Fashion Korea dikarenakan informan dipilih dari yang aktif menonton drama

²⁷ Larashinta Anindra Shafara, “Pengaruh Hallyu Terhadap Gaya Berpakaian Mahasiswa Bahasa Dan Kebudayaan Korea Universitas Indonesia Angkatan 2013= The Impacts of Hallyu towards the Fashion Style of Korean Literature and Culture Students University of Indonesia Batch 2013” (2017).

Korea. Sedangkan, penulis mewawancarai beberapa informan dengan acak atau eksperimen. Penulis tidak hanya mewawancarai informan yang memang sudah tau fashion Korea untuk lebih mendapatkan persepsi dari orang yang mengikuti konten Korea maupun tidak mengikuti sama sekali.²⁸²⁹



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

²⁸ FITRI and Desy, "PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP FASHION KOREA SELATAN (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Mahasiswa Universitas Bina Darma Yang Aktif Menonton Drama Korea)."

²⁹ {Citation}

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif menggunakan analisis resepsi. Analisis resepsi sendiri yaitu jenis analisis yang bergantung pada subyek dalam menangkap dan memahami suatu obyek. Analisis ini menyajikan suatu fakta bahwa tiap individu mengartikan sesuatu dengan makna yang berbeda-beda. Analisis resepsi menjelaskan tentang bagaimana khalayak memaknai apa yang mereka lihat, entah itu simbol, pesan, dan tanda yang akan dijadikan sebagai pemaknaan utama. Analisis resepsi memiliki benang merah yaitu khalayak yang turut berperan aktif dalam memaknai sesuatu yang mereka tangkap.

Garis besar dari analisis resepsi adalah tentang bagaimana makna yang dibentuk oleh pengirim menjadi sebuah hal unik bagi si penerima. Isi pesan dari sender tentunya sesuai dengan persepsinya. Analisis resepsi juga memiliki konklusi yaitu secara tidak terang-terangan menjelaskan bahwasannya simbol, pesan, maupun tanda yang disampaikan sender, tidak diterima secara pasif dari oleh si penerima atau khalayak, akan tetapi khalayak memaknai hal tersebut berdasarkan dari pengalaman hidup mereka masing-masing yang membuat satu individu dengan individu lainnya menciptakan persepsi yang berbeda.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di ruang lingkup Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Lokasi ini dapat memudahkan penulis. Karena, penulis termasuk salah satu mahasiswa aktif di lokasi tersebut.

C. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Penelitian ini berusaha penuh untuk menyajikan realita yang ada padalapanan. Studi kasus dilakukan di area kampus UIN Sunan Ampel Surabaya dengan cara mengambil sumber data melalui wawancara acak sebanyak 30 orang dari objek penelitian ini yaitu yang tercantum pada poin nomor dua tadi, mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya. Perlu diketahui, mahasiswa di sini meliputi mahasiswa dengan gender laki-laki maupun perempuan. Karena, fenomena pada penelitian ini yaitu fashion tidak memandang gender.

D. Tahap-Tahap Penelitian

1. Membuat rancangan penelitian

Menentukan permasalahan apa yang akan kamu angkat. Permasalahan merupakan suatu pondasi dalam melakukan suatu penelitian. Masalah adalah peristiwa yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari yang perlu diselesaikan dan dicari jawabannya.

2. Penentuan Lokasi Penelitian

Pada lokasi itulah data akan diperoleh. Dengan begitu, sangat disarankan untuk memilih cakupan

lingkungan yang sekiranya dapat dengan mudah dijangkau oleh peneliti.

3. Penentuan Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber data utama dalam penelitian kualitatif. Kriteria pemilihan subjek penelitian diantaranya adalah: mereka yang menguasai dan memahami tema yang kita teliti, mereka yang berkecimpung pada kegiatan yang kita teliti, dan mereka yang memiliki waktu yang memadai untuk kita minta informasi.

4. Pengumpulan Data

Mengumpulkan data merupakan salah satu kegiatan penting dalam sebuah penelitian. Data dikumpulkan dari respon informan saat wawancara, karena penelitian ini memilih wawancara. Tujuannya adalah untuk mendapatkan data yang valid sehingga hasil penelitian tidak diragukan kebenarannya.

5. Analisis Data

Ini adalah proses penyusunan data yang diperoleh dari hasil wawancara. Analisis data dilakukan dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, kemudian memilih mana yang penting, serta membuat kesimpulan sehingga dapat mempermudah orang lain dalam memahaminya.

6. Penyajian Data

Langkah terakhir adalah penyajian data. Penyajian data dalam penelitian kualitatif berbentuk narasi. Pada langkah terakhir ini penulis menyajikan temuan-temuan yang kamu peroleh di lapangan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian kualitatif, manusia sangat dibutuhkan baik informan maupun narasumber. Peneliti di sini mengumpulkan persepsi-persepsi dari beberapa objek yang diwawancarai agar dapat diambil informasinya. Metode wawancara sendiri adalah percakapan yang bertujuan untuk mendapatkan pendapat, persepsi, perasaan, pengetahuan dan pengalaman yang dirasakan oleh indera informan tentang suatu fenomena yang diteliti oleh peneliti. Peneliti telah menyiapkan beberapa pertanyaan untuk diajukan kepada objek penelitian, setiap individu yang diwawancarai akan diberikan pertanyaan yang sama satu sama lain.

F. Teknik Validitas Data

Peneliti menggunakan strategi validitas menurut Creswell. Yaitu, memilih untuk melakukan Tanya jawab dengan teman penelitian. Dengan begitu, diharapkan akan menciptakan hasil penelitian yang akurat. Pada proses ini, peneliti mencari orang yang mampu diajak berdiskusi dan meriview, karena orang tersebut akan memberikan pandangan lain dari penulis pada penelitian ini. Hal tersebut, secara langsung melibatkan interpretasi lain yang diharapkan dapat menambah kevalidan penelitian ini.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada analisis kualitatif memiliki empat tahap yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan terakhir adalah kesimpulan dan verifikasi.

1. Reduksi Data

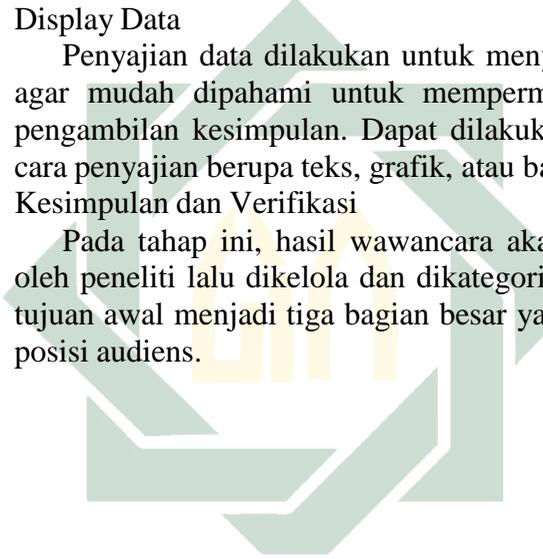
Reduksi data dilakukan untuk mempermudah peneliti karena, tahap ini merupakan penyederhanaan untuk membuang informasi saat wawancara yang sekiranya tidak diperlukan.

2. Display Data

Penyajian data dilakukan untuk menyusun data agar mudah dipahami untuk mempermudah saat pengambilan kesimpulan. Dapat dilakukan dengan cara penyajian berupa teks, grafik, atau bagan.

3. Kesimpulan dan Verifikasi

Pada tahap ini, hasil wawancara akan ditelaah oleh peneliti lalu dikelola dan dikategorikan sesuai tujuan awal menjadi tiga bagian besar yang disebut posisi audiens.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subyek Penelitian

1. Deskripsi Subyek Penelitian

Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya mempunyai lima program studi yaitu, Ilmu Komunikasi, Komunikasi Penyiaran Islam, Manajemen Dakwah, Bimbingan Konseling Islam, dan Pengembangan Masyarakat Islam. Penulis di sini memilih untuk meneliti mahasiswa aktif program studi Ilmu Komunikasi dan Komunikasi Penyiaran Islam. Alasan memilih dua program studi tersebut adalah selain penulis seorang mahasiswa aktif program studi Ilmu Komunikasi, sehingga memudahkan penulis dalam pengambilan data, juga penulis ingin mengetahui perbandingan persepsi antara Program studi Ilmu Komunikasi dan Komunikasi Penyiaran Islam. Secara, keduanya identik dalam kajian keilmuan, yaitu komunikasi.

Seperti yang ditulis di website resmi milik Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Program Studi Ilmu Komunikasi memiliki keahlian seperti, bidang jurnalistik, fotografi, teknologi media, serta dapat berwirausaha di bidang keilmuan komunikasi. Jika dilihat dari deskripsi singkat tentang program studi Ilmu Komunikasi tersebut, diarahkan untuk menjadi pribadi yang lekat dengan seni. Karena, ada keharusan untuk menggeluti bidang fotografi, yang mana membuat tiap mahasiswanya memutar otak atau ide agar dapat membidik objek yang menarik, serta mengedit suatu objek agar menghasilkan sesuatu yang sempurna.

Bidang jurnalistik juga menjadi salah satu hal yang dipelajari di program studi Ilmu Komunikasi, sehingga mengharuskan tiap mahasiswanya untuk berfikir kritis dan melek akan berita atau kabar terkini, karena kegiatan jurnalistik adalah menghimpun berita sesuai fakta yang ada pada lapangan hingga melaporkan sesuatu yang diangkat untuk dilaporkan ke publik.

Selain itu, mahasiswa Ilmu Komunikasi dibekali ilmu tentang teknologi media yang mana teknologi media adalah bagian dari perkembangan teknologi informasi, sehingga mereka lekat dengan dunia internet dan kecanggihan media teknologi yang menjadikan tiap mahasiswa sebagai individu yang up-to-date. Tidak cukup dengan itu, mahasiswa Ilmu Komunikasi juga dibentuk agar dapat berwirausaha di bidang komunikasi yang mereka alami. Mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi dapat menyalurkan bakat dan minat dengan bergabung ke beberapa komunitas diantaranya:

a. Aspirazi

Aspirazi adalah komunitas jurnalistik yang dikembangkan untuk melatih kemampuan menyuarakan aspirasi lewat menulis dan kepekaan terhadap lingkungan sekitar.³⁰ Aspirazi memiliki majalah digital yang telah mempublikasi satu karya mereka dengan nama persembahan “Big Book Day” berisi tentang dokumentasi hari-hari besar ke dalam satu buletin. Sebelum

³⁰ “ASPIRAZI UINSA (@aspirazi) • Foto Dan Video Instagram,” accessed December 27, 2022, <https://www.instagram.com/aspirazi/>.

dipublikasinya karya tersebut, Aspirazi melakukan usaha untuk mendokumentasi setiap hari-hari besar secara khusus. Mereka mengunggah project perdana tersebut 10 November 2019 dengan *tagline* “Hari Pahlawan”. Terdapat juga News yang mereka publikasi melalui platform digital Medium.³¹

Mengangkat berita yang bertopik update program studi Ilmu Komunikasi sendiri, kegiatan fakultas, kampus hingga luar kampus. Mengangkat tema yang beragam juga seperti, exhibition, fotografi, webinar, workshop, jurnalistik, olahraga, hingga keseruan masa orientasi mahasiswa baru.

b. Viscom

“Vision Commers” adalah komunikasi yang menghimpun dan mengembangkan minat, bakat, dan kemampuan fotografi mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi. Dijadikan sebagai media pembelajaran berkegiatan fotografi di dalam maupun luar kampus. Sekaligus mengadakan hubungan kerja sama dan menambah relasi dengan orang luar. Viscom didirikan agar dapat menjadi wadah serta sarana belajar fotografi antar sesama mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi.³²

³¹ “Aspirazi Commers UINSA,” *Medium*, accessed December 27, 2022, <https://medium.com/@aspirazi.commers.uinsa>.

Viscom memiliki kegiatan akhir pekan seperti *hunting* dengan hashtag *sharing is caring*, yaitu belajar fotografi bersama antar anggota yang biasanya juga memanggil ahli dalam bidangnya untuk mempraktekkan langsung teknik- teknik fotografi yang benar. Merekamelakukan *hunting* di luar kampus seperti, di Jembatan Merah Surabaya, objek wisata Kenjeran, dan jalan Tunjungan Surabaya. Jika dilihat dari lokasi-lokasi tersebut, mereka melakukan kegiatan hunting di sekitar Kota Surabaya dengan destinasi tempat yang *iconic*, sehingga menguntungkan bagi pencari objek untuk dipotret.³³

Tak hanya itu, mereka juga telah menggelar pameran perdana yang bertajuk “Rapot #1” di Kopi Jiku dengan runtutan acara Sarasehan hingga pameran sebagai *highlight* utamanya. Turut mengundang banyak komunitas fotografi luar kampus seperti, UKM IAIN Kediri, UKM ITN Malang, UKM HIMA Fotografi UM, UKM Panorama UNISMA, UKM Fotografi IASIA Malang, UKM Fotografi UNMER, Blidz FISIP UB, KOMPENI STIKI Malang, JFC FISIP UMM, UKM Fotografi

UNITRI Malang, dan beberapa orang penikmat fotografi lainnya.³⁴

Viscom mengasah kemampuan anggotanya dengan menyediakan jasa perfotoan wisuda. Hal tersebut, selain menambah pengalaman bagi anggotanya, juga menambah pemasukan yang dapat bermanfaat bagi semua anggotanya. Dengan begitu, mereka belajar untuk melakukan kegiatan dengan totalitas dan professional. Sebagai orang-orang yang berbasis komunikasi, Viscom juga sangat menjaga kerjasama dengan pecinta fotografi lain di luar kampus.³⁵

c. Invenience

Invenience berasal dari singkatan Indie Movie Community. Yaitu komunitas mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi di bidang Sinematografi. Invenience memberikan kebebasan untuk para anggotanya dalam menuangkan ide yang dipunya sehingga dapat meningkatkan kualitas diri dalam bidang perfilman. Terdapat kegiatan bernama “KAMOV” atau Kajian Movie. Dimana mereka berkumpul dalam satu tempat lalu mengundang yang ahli di bidangnya untuk memberikan ilmu tentang perfilman. Kajian Movie menjadikan hubungan antara anggota satu dengan anggota lainnya semakin

³⁴ Ibid.

³⁵ Ibid.

dekat, sehingga mempermudah dalam hal berbagi informasi, dan juga sebagai cara untuk tiap anggotanya *upgrade skill* atau mengasah kemampuan. Ajian Movie mengangkat materi ringan, akan tetapi tetap menarik seperti, Basic Cinematography, Pengembangan Naskah, Camera Technique, Direction, Editing, Penulisan Naskah Film, Sutradara dan Sinematografi, Sinematografi dan Penyutradaraan, dan lainnya.³⁶

Invienity juga telah berhasil memproduksi beberapa film dengan judul Dilema, Pulang, dan Siasat yang dipersembahkan di Aula Fakultas Dakwah dan Komunikasi untuk mahasiswa dan juga bapak ibu dosen program studi Ilmu Komunikasi. Selain menjalin hubungan yang baik sesama program studi Ilmu Komunikasi. Invienity juga memiliki kegiatan yang bernama Screening Film, di mana kegiatan ini dilakukan dengan banyak pihak luar kampus. Seperti contoh, Invienity bekerjasama dengan DJFM Surabaya dengan nama acara “DJejak Sineas.” Pada acara tersebut, DJFM memberikan ruang untuk Invienity bercerita tentang awal mula terbentuknya Invienity hingga apa saja kepernahan

³⁶ “[Indie Movie Community \(@invienity_\)](#) • Foto Dan Video Instagram,” accessed December 27, 2022, https://www.instagram.com/invienity_.

serta pencapaian Inviency hingga saat itu. Dari kegiatan tersebut, Inviency diberi kesempatan untuk memperkenalkan diri ke pada audiens DJFM yang hadir juga sekalian berbagi informasi tentang sinematografi ke publik. Sesuai judul kegiatan yaitu Screening Film, maka ada agenda dimana menonton film bersama lalu mendiskusikan dan bertukar opini tentang produksi hingga distribusinya. Sebagai sekumpulan orang-orang yang berkecimpung di dunia komunikasi, Inviency juga menjalin hubungan baik dengan komunitas pecinta sinematografi luar kampus dengan cara mengadakan pertemuan bersama untuk saling mengenal dan bertukar pengalaman atau ilmu. Terdapat Komunitas Sinematografi Universitas 17 Agustus Surabaya dan UKM Media Community Visualization Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang pernah bercengkrama bersama dengan Inviency sebagai upaya untuk membangun hubungan eksternal yang baik. Karya terakhir Inviency berjudul “Nebeng” yang dipublikasi di platform YouTube hingga saat ini telah ditonton 1,5 ribu kali dan 299 suka. Film tersebut mengikuti ajang nasional Pesona IPTKN

2022 dengan tema Harmony in Diversity.³⁷

d. I-Radio

Ilkom Radio adalah komunitas radio mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi yang dibentuk untuk sarana pembelajaran dengan muatan informasi edukatif yang kreatif, komunikatif dan juga memuat pengetahuan tentang segala jenis musik.³⁸ Sangat sesuai untuk mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi yang memiliki ketertarikan dan antusias dalam bidang penyiaran. Terdapat kegiatan rutin yang bernama “Pematerian” dimana seluruh anggota I-Radio berkumpul untuk bertukar opini satu sama lain dan juga mendatangkan yang ahli di bidangnya seperti Radio Announcer, MC Event, Moderator acara, VO Talent, hingga TV Host. Pembicara didatangkan dengan tujuan dapat membagikan ilmu yang telah dimiliki ke anggota I-Radio untuk *upgrading skill* tiap orangnya.

Selain itu, I-Radio memiliki kegiatan utama yaitu siaran pastinya dengan program yang mereka beri sebutan “Bisik” atau Bincang Asik dengan platform publikasi Spotify yang hingga

³⁷ UIN SUNAN AMPEL SURABAYA - Naufal, Mychild, Rizky - NEBENG (2022), 2022, accessed December 27, 2022, <https://www.youtube.com/watch?v=mMu6MUbfqA>.

³⁸ “**I-RADIO** (@ilkomradio) • Foto Dan Video Instagram,” accessed December 27, 2022, <https://www.instagram.com/ilkomradio/>.

saat ini sudah mencapai 8 episode.³⁹ I-Radio menjalin kerjasama dengan komunitas sesama program studi Ilmu Komunikasi yaitu Aspirazi dengan membuat beberapa episode podcast kolaborasi dengan *highlight* “New Episode.” Dengan begitu, mencerminkan bahwa I-Radio membuka pintu untuk berkarya bersama tidak hanya sesama anggotanya saja.

e. TV Comms

Komunitas yang terakhir yang memiliki *tagline* “Creative and Innovative Broadcast Media” ini dibentuk untuk menaungi mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi dengan ketertarikan seputar pertelevisian dengan memanfaatkan media audio visual sebagai sarana penunjang kreativitas melalui program komunitas yang produktif dan inovatif.⁴⁰ Adapaun program produksi Iklan Layanan Masyarakat, Video Dokumenter, Program Berita, Iklan Produk, dan Talk Show. Saat ini, TV Comms memiliki program produksi iklan. Contohnya ada Kesara Kopi yaitu sebuah kedai kopi. TV Comms memproduksi sebuah video singkat menarik dengan kepentingan promosi. Contoh lainnya adalah Kahf, produk perawatan. TV Comms menciptakan sebuah iklan berdurasi 40 detik yang dikonsep

³⁹ “I-Radio,” *Spotify*, accessed December 27, 2022, <https://open.spotify.com/user/31atjvd7bkolwxeeii5e4xfpn4sm>.

⁴⁰ “TV.COMMS (@tv.Comms) • Foto Dan Video Instagram,” accessed December 27, 2022, <https://www.instagram.com/tv.comms/>.

sedemikian menariknya untuk mendapatkan perhatian dari publik. Dibalik lahirnya beberapa karya dari Tv Comms, pastinya terdapat proses untuk belajar oleh semua anggotanya, maka dari itu mereka memiliki kegiatan komunitas yaitu “Upgrading.” Pada Kelas Upgrading, mereka mendatangkan orang yang ahli di bidangnya untuk diajak berdiskusi mengenai topik yang diangkat. Dengan begitu, upaya meningkatkan *skill* oleh TV Comms dapat merealisasikan misinya yaitu menambah wawasan seputar pertelevisian sesuai dengan kebutuhan industri masa kini.

Dapat dilihat dari lima keseluruhan komunitas yang dimiliki program studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Surabaya, sangat memberi ruang atau wadah yang ingin menyalurkan bakat dan minatnya sesuai ketertarikan tiap individu. Dan tiap komunitas memiliki kegiatan atau program dengan kualitas yang memadai untuk merangkul anggotanya. Hal tersebut dapat dilihat dari pencapaian dari tiap komunitas yang tak hanya bersosialisasi di ruang lingkup kampus, tapi juga sangat banyak menjalin hubungan Kerjasama ataupun kolaborasi dengan orang luar kampus.

Jika diperhatikan dari tiap komunitas mengharuskan tiap individu agar melek teknologi, karena sangat lekat dengan media, apalagi media massa. Bahkan, semua komunitas yang ada tersebut mempublikasi di media sosial. Karena lekatnya dengan media, maka secara tidak langsung

menjadikan mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi sebagai individu yang *up-to-date*.

Karena dibekali banyak ilmu tentang komunikasi, tak jarang jika mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi banyak yang tertarik di dunia *entertainment* seperti, Pembawa Acara, Moderator Acara, Penyiar, Podcaster, Desainer Digital, Hubungan Masyarakat, Jurnalis, Videografer, Konten Kreator, hingga Produser.

Subyek penelitian saya selanjutnya adalah mahasiswa program studi Komunikasi Penyiaran Islam. Sesuai deskripsi singkat mengenai program studi tersebut yang tercantum pada website resminya, mencetak lulusan sebagai penyiar, jurnalis, dan juga analis Komunikasi Penyiaran Islam yang kompeten.⁴¹ Yang mana berarti, mereka dibekali ilmu tentang penyiaran di berbagai media, beberapa penulisan karya jurnalistik, dan Analisa komunikasi penyiaran di media massa yang berbasis agama Islam.

Program studi Komunikasi Penyiaran Islam memiliki suatu wadah untuk menyalurkan karya mahasiswanya bernama “KPI Corner” yaitu pusat karya mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam. Adapun karya yang dapat dipublikasi melalui platform media sosial Instagram seperti, Tulisan, Fotografi, Videografi, dan Desain grafis.⁴² Hingga saat ini terdapat tiga puluh lebih karya yang diunggah di akun sosial media Instagram

⁴¹ “Komunikasi Dan Penyiaran Islam,” accessed December 27,2022, <https://uinsby.ac.id/study/komunikasi-dan-penyiaran-islam>.

⁴² “KPI Corner (@kpicorner) • Foto dan video Instagram,” accessed December 27, 2022, <https://www.instagram.com/kpicorner/>.

@kpicorner. Ada yang bertema Sastra, Beramal, Opini, Khazanah, hingga Khotbah.

Dari jumlah karya yang dipublikasi, menurut saya masih berjumlah minim jika dibandingkan dengan jumlah satu angkatan yang memiliki empat kelas dengan perkiraan tiap mahasiswa dalam satu kelas sekitar tiga puluhan orang. Dapat dilihat jika program studi Komunikasi Penyiaran Islam belum begitu merangkul anggotanya untuk dapat ikut serta dalam upaya untuk mengisi ruang berkarya yang ada. Namun, hal tersebut tidak menutup kemungkinan jika mahasiswa program studi Komunikasi Penyiaran Islam menyalurkan minat dan bakat mereka di luar kampus atau bisa juga di Unit Kegiatan Mahasiswa milik fakultas.

Dilihat dari beberapa jalur masuk calon mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi dan Komunikasi Penyiaran Islam, keduanya sangat memiliki perbedaan. Program studi Ilmu Komunikasi memiliki kesempatan pendaftaran mahasiswa baru melalui jalur seleksi SNMPTN, SBMPTN, dan terakhir Mandiri. Sedangkan, program studi Komunikasi Penyiaran Islam melalui SPAN-PTKIN, UM-PTKIN, dan Mandiri. Terdapat jalur SPAN-PTKIN dan UM-PTKIN yang ada dibawah naungan Kementerian Agama, sehingga hanya sekolah yang berada di bawah naungan Kementerian Agama saja yang dapat mengikuti jalur pendaftaran tersebut. Seperti Madrasah Aliyah/Madrasah Aliyah Kejuruan/Sekolah

Menengah Atas/Sekolah Menengah
Kejuruan/Pesantren Mu'adala.⁴³⁴⁴

Hal tersebut berpengaruh pada latar belakang pendidikan mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi dan Komunikasi Penyiaran Islam. Mahasiswa program studi Komunikasi Penyiaran Islam lebih banyak yang berasal dari sekolah berbasis agama Islam. Dan juga, program studi Komunikasi Penyiaran Islam memiliki sebaran matakuliah yang lebih banyak berorientasi pada agama Islam dari pada program studi Ilmu Komunikasi. Seperti, Ilmu Dakwah, Ilmu Kalam, Manajemen Tabligh, dan lainnya.⁴⁵

Dengan banyaknya sebaran beberapa matakuliah yang memiliki orientasi ke komunikasi sesuai syariat Islam, maka menjadikan program studi Komunikasi Penyiaran Islam memiliki daya Tarik lebih bagi calon mahasiswa yang ingin menyelami komunikasi berbasis syariat Islam.

Berbeda dengan program studi Ilmu Komunikasi yang tidak banyak memiliki sebaran matakuliah komunikasi berbasis syariat Islam. Perbedaan tersebut secara tidak sadar berpengaruh pada tata cara berbusana keduanya. Karna mungkin, sebagian besar mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Penyiaran Islam yang memiliki latar belakang

⁴³ "SPAN PTKIN," accessed December 28, 2022, <https://span-ptkin.ac.id/page>.

⁴⁴ "UMPTKIN 2022," accessed December 28, 2022, <https://um-ptkin.ac.id/home/informasi>.

⁴⁵ "Sebaran Matakuliah KPI | Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya | Building Character Qualities: For the Smart, Pious, Honorable Nation," accessed December 28, 2022, <https://uinsby.ac.id/pages/802/sebaran-matakuliah-kpi>

sekolah Islam atau pondok pesantren, terbiasa dengan pakaian tertutup. Sedangkan, mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Sebagian besar berasal dari sekolah umum yang mungkin tidak ada keharusan berpakaian tertutup sesuai syariat agama Islam, akan tetapi tetap sopan.

2. Deskripsi Objek Penelitian

Saat wawancara, penulis mengajukan beberapa pertanyaan ke informan setelah menonton beberapa video musik yang penulis telah pilih. Beberapa video musik tersebut berasal dari produk hiburan Korea atau KPop. Video musik berasal dari platform YouTube diantaranya yaitu: Treasure-Hello, TxT-Good Boy Gone Bad, Le Sserafim-Anti Fragile, dan juga Blackpink-Shutdown. Penulis memberikan waktu untuk informan dapat menonton video musik tersebut sebelum dimulainya wawancara.

Respon dari tiap informan berbeda-beda antara satu sama lain. Ada yang suka dengan konten tersebut, ada yang kurang suka, karena bukan selera hiburannya. Mereka tidak asing dengan hiburan Korea, namun balik ke selera masing-masing tiap orang memiliki ketertarikan atau kenyamanan hiburan yang berbeda-beda.

B. Penyajian Data

Beberapa konten video musik yang penulis berikan ke informan dimaknai secara berbeda oleh tiap individu yang dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti perbedaan latar belakang historis, pengalaman pribadi, ketertarikan hiburan, dan lain sebagainya, yang berkontribusi dalam cara tiap informan memaknai tiap video musik yang menyandikan suatu hal berbeda antara

satu dengan lainnya. Berikut adalah penyajian data yang diperoleh dari proses wawancara:

1. Posisi Hagemoni Dominan

Informan yang cenderung dapat menerima fashion pada video musik yang diberikan penulis masuk ke dalam posisi ini. Informan yang memberikan tanggapan seperti pemilihan warna kostum, keselarasan warna kostum dengan konsep, totalitas kostum mulai dari pakaian, aksesoris, hingga riasan wajah. Adapun informan 1, 3, 5, 6, 10,

14, dan 16 menyampaikan sebagai berikut: Informan 1 berkata, “Iya, menarik. Dari warna, modelnya jarang dipake orang. Kok kepikiran ya disambung-sambungkan gitu? Ternyata cocok. Jadi, aku tertarik.” Informan 3 berkata, “Menarik. Eyecatching banget. Kan, itu kostumnya yang menarik perhatian. Itu bener-bener pakaian buat seorang entertain yang menghibur. Jadinya tuh, refresh. Maksudnya, engga aku lihat sehari-hari. Mangkanya, mereka as entertain, dengan pakaian mereka yang seperti itu, ya eyecatching.” Informan 5 berkata, “fashionnya itu, ngikutin jaman sekarang. Dari dua video itu, ngikutin tren, Hiphop style. Dimana, di Korea itu mungkin lagi tren. Dimana, warna-warna dari atas sampe bawah, itu yang bikin menarik.” Informan 6 berkata, “Iya. Video pertama (Treasure- Hello) warnanya mencolok, ada beberapa modelnya yang baru lihat. Biasanya kan, model baju cowok cuman itu-itu aja. Pas akunonton tadi, kok banyak. Terus, peletakkan

warna (pakaian) berbeda-beda, jadi langsung bikin fokus. Kalo video kedua, normal sih. Kayak cowo-cowo biasa. Yang pertama itu nyentrik. Yang kedua itu biasa.” Informan 10 berkata, “Kalo ngelihat dari 2 MV itu, mereka beda konsep. Jadi, tiap beda konsep dia bikin MV, fashionnya ngikutin konsepnya. Yang TxT, lebih ke dark, gelap. Kalo satunya, Treasure kan kayak lebih ke Street Fashion, colorfull. Menurutku, iya (menarik). Karna, kan sekarang ini juga fashion Korea itu jadi trendsetter bagi semuaorang. Jadi, orang lihat tata cara fashion biasanya dari orang Korea, kalo yang akulihat sekarang.” Informan 14 berkata, “Kalo yang Blackpink, diantara empat member, selalu si Jisoo ini tertutup. Terus, pakaiannya engga berlebihan. Terus, yang tiga ini (member Blackpink selain Jisoo), meskipun pakaiannya terbuka sedikit, itu tetep masih keren. Tapi, kenapa kayak dibedaian, gitu loh. Meskipun, warnanya mencolok warnabiru, merah, itu masih tetep masuk ke badan mereka. Karena mereka, vibesnya kayak model bintang besar yang seluruh dunia tau. Jadi, pakek baju apapun cocok di mereka. Kalo untuk Jennie, yang waktu pakek baju putih merah, sama topi merah, itu sebenarnya aneh tapi lucu juga. Itu kan, kayak engga musim dingin pakek topi bulu. Tapi, kalo engga pakek topi bulu kelihatan polos. Benersih, stylishnya ngasih Jennie waktu yang di tank, dia pakek baju putih, itu cocok sih. Vibesnya mewah. Tanknya kayak berlapis-

lapis berlian, si dianya (Jennie) bisa masuk kemewahan dari background tanknya. Rose, juga pakek bulu-bulu panjang. Untung warnanya ijo, masuk ke dia. Kan, padahal muka dia putih, rambutnya juga blonde, tapi pakek ijo. Tapi, masih masuk ke diri dia, karna dalamannya kan juga masih netral, warna item. Jadi, kayak black green, bukan black pink, itu masih masuk aja. Si Lisa, juga dari yang awal-awal, dia kan nge-rap, nah itu si Lisa ini pakek topi udah menggambarkan fashionnya menggambarkan kalo dirinya itu rapper. Pacakannya harus swag, harus keren, misterius gitu. Jadi, untuk fashionnya bagus. kalo untuk yang Le Sserafim, aku fokusnya yang pas mereka dance bareng, pakek denim sama pakek baju putih-putih. Nah, biasanya kalo ada pakek denim-denim semua itu agak aneh, tapi di Le Sserafim ini masih tetep cocok di diri dia. Karna, denimnya ini modelnya beda-beda, ada yang crop, ada yang atasnya denim bawahnya denim, atau atasnya engga denim bawahnya denim. Jadi, engga kayak atas bawah denim semua member. Ada juga yang pakek crop denim, ada yang pakek scarf denim, itu meskipun engga denim, celananya tetep denim, tetep keren. Ada juga yang di dance bareng, pakek putih-putih itu juga keren. Ada putih-putih, putih-merah. Overall cakep. Itu kayaknya, ada yang pakek denim tapi baju kodok deh, yang di dance bareng. Tapi, di baju kodonya kayaknya engga dipasang, diklewer-klewerin gitu. Bagus sih, kalo diklewer-klewerin gitu,

engga dikancing ke atas.” Informan 16 berkata, “Kalo dari pandangan saya secara pribadi. Karna, saya baru pertama kali melihat video bernuansa genre K-pop. Menurut saya sesuai dengan lagunya. Dari salah satu lagu, ada lagu pertama (Treasure-Hello) yang fashionnya berwarna. Nah, mungkin dari segi pakaian tergantung dari jenis lagu yang dibawakan. Menurut saya, lagu yang pertama (Treasure-Hello) lagu yang ceria. Jadi, mungkin pakaiannya yang berwarna Menurut saya, menarik mungkin bisa dilihat dari genre lagunya, yang pertama (Treasure-Hello) bawaannya yang happy-happy. Jadi, sesuai dengan suasana yang happy. Dengan cara memakai pakaian yang berwarna. Yang kedua, kan lebih serius (TxT-Good Boy Gone Bad), jadi pakaiannya lebih formal daripada yang pertama.”

Dilihat dari ungkapan beberapa informan yang menempati posisi hegemoni, mereka mengutarakan penerimaan terhadap apa yang mereka lihat dari video musik yang bahkan di beberapa orang, hal tersebut merupakan pengalaman pertamanya. Mereka dapat mengungkapkan penerimaan karena, hal yang didapat yaitu penampilan busana pada video musik tidak melampaui hal-hal yang mereka anut, sehingga mereka tidak menolak.

2. Posisi Negoisasi

Sama dengan pada poin sebelumnya. Informan yang cenderung dapat menerima fashion pada video musik yang diberikan

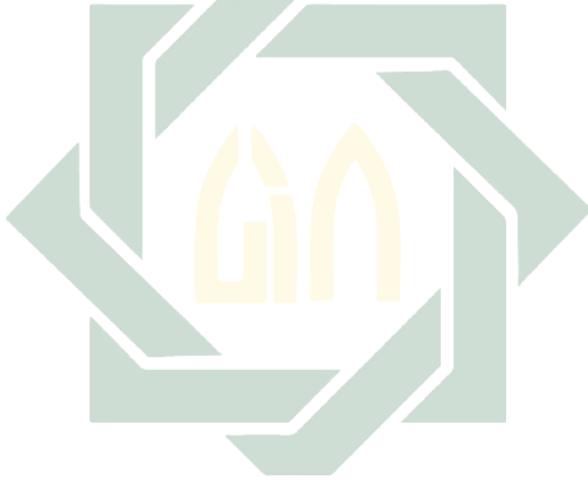
penulis memberikan tanggapan seperti pemilihan warna kostum, keselarasan warna kostum dengan konsep, totalitas kostum mulai dari pakaian, aksesoris, hingga riasan wajah. Namun, dalam waktu bersamaan mereka juga menyampaikan hal yang tidak dapat mereka terima. Seperti, kostum pada video musik tersebut kurang cocok jika dicontoh lalu dipakai di Indonesia karena perbedaan musim yang dimiliki Korea, terdapat busana feminim yang dikenakan oleh gender pria, pakaian yang dikenakan terlalu terbuka atau minim sehingga melanggar syariat agama yang diyakini informan, dan perbedaan selera dalam berbusana. Adapun informan 2, 4, 7, 8, 9, 11, 12, 15, 17, 18, 19, dan 20 menyampaikan sebagai berikut: Informan 2 berkata, “Menarik ya, menarik (video musik pilihan penulis). Karna, kayak bagus. cuman, klo diterapin ke diri sendiri kayak kita kan tinggal di negara Indonesia khususnya di Surabaya. Pasti kayak, apaan sih, aneh. Tapi, engga jelek. Ada beberapa yang bisa kitamakeover ke diri kita. Kayak tadi, Blackpink Jisoo, yaa masih bisa ditiru lah, untuk di negara berkembang ini, pakaiannya. Kalo, yang lain-lain kayaknya, kita bisa dikira salah kostum.” Informan 4 berkata, “Sebetulnya, style mereka kayak oke banget, gitu menurutku. Cuman, mereka terlalu mini, engga bisa kita pakek. Jadi, bagus. stylenya bisa ditiru, cuman kalo plek-ketiplek gitu, engga bisa. Tapi, aku sampe saat ini mengagumi style mereka,. Apalagi, di video

musik yang Le Sserafim, itu kan ada yang pakek jeans, tapi bukan kayak jaket, tapi bukan celana, dan itu dipakek di atas. Dan itukayak waw, gitu. Jadi, tren fashion menurutku berpandang pada mereka ini.” Informan 7, “Yang video pertama (Treasure-Hello) kostumnya kayak warna-warni glamour, kayak ada sportnya juga. Warnanya tabrak-tabrakan, banyak warna gitu. Kalo yang TxT-Good Boy Gone Bad itu kebanyakan item, suram gitu. Mungkin, emang konsepnya gitu. Bajunya mereka, kalo di Indonesia agak feminim. Iya, menarik. Lebih ke permainan warnanya. Perpaduan atasan sama bawahan, kayak sesuatu yang baru buat aku.” Informan 8 berkata, “Bagus, Karena itu colorfull, temanya colorfull, personilnya colorfull. Kalo ada yang pakek baju warna ini, lainnya itu beda-beda. Jadi, colorfull. Kalo aku, engga seberapa (tertarik). Tapi, kalo misalkan mungkin itu menarik perhatian, mungkin iya, tapi bukan aku.” Informan 9 berkata, “Meraka sangat menyesuaikan lagu mereka. Yang Treasure kan judulnya Hello. Jadi, mereka pakek baju-baju yang colorfull, mix and match warnanya juga baik. Terus, buat TxT yang Good Boy Gone Bad kan lebih rock, gitu ya. Jadi, lebih ke pakek warna yang gelap, hitam, dark. Jadi, kostum mereka sangat menyesuaikan dengan lagu mereka. Secara keseluruhan, iya. Sukanya, beberapa aja, engga semua. Engga bisa dipakek aku juga, semuanya. Beberapa aja.” Informan 11 berkata, “Tidak untuk dicontoh. Karna, saya dari UINSA.

Melanggar syari'at (kalau mencontoh). Kalo menarik perhatian, pasti. Karna, jujur sekali saya sendiri pernah memakai baju crop-crop seperti itu.” Informan 12 berkata, “Menurut saya, tata cara berbusana mereka di hiburan Korea, itu cukup wajar. Kembali lagi, itu di bidang hiburan Korea. Tapi, sewajarnya pun. Kalo itu dibuat keseharian orang Korea pun, tidak wajar. Apalagi di Indonesia yang mayoritas negara muslim. Jadi, itu tidak baik untuk ditiru. Tentu menarik. Karena, bajunya bagus-bagus. mungkin, tidak saya saja (yang tertarik). Bahkan, penikmat musik atau penikmat hiburan Korea akan tertarik dengan cara berbusana seperti itu.” Informan 13 berkata, “Sebenarnya, konsepnya sama kalo aku lihat dari lagu-lagunya. Yang satu Anti Fragile, yang satu Shut down, nyeritain ketangguhan mereka. Tapi, kalo di Le Sserafim, kostum mereka kayak kurang mencerminkan ketangguhan. Jadi, kalo dari segi warna, aku suka. Karna, mereka pilih warna hitam, putih, ada sentuhan denimnya, aku suka. Tapi, kalo dari segi pattern-nya, motifnya, cuttingnya, menurut aku aneh. Soalnya, mereka kan nyeritain soal ketangguhan dan mungkin konsepnya mau dibikin boys. Tapi, kok boys-nya kurang, cutting-annnya mini-mini, menurut akukayak engga masuk. Terus, kalo Blackpink itu mereka lebih berani pakek warna-warna random. Ada yang pakek hitam putih, ada yang colorful warna neon gitu. Tapi, aku kurang suka. Karna, kurang berani pakek warna jreng gitu, jadi aku kurang suka kalo

warnanya Blackpink. Kalo Blackpink, mereka berani pakek aksesoris-aksesoris, jadi mereka lebih nonjolin aksesorisnya. Sedangkan, di Le Sserafim aku melihatnya kurang untuk aksesorisnya. Yang punya Le Sserafim, aku suka warnanya, sih, jujur. Cuman, model dan aksesorisnya kurang. Mungkin, karna aneh dan asing, iya bikin tertarik. Oh, ini budaya yang baru aku lihat. Iya, bikin aku tertarik juga sih, sebenarnya.” Informan 15 berkata, “Mungkin aku engga paham ya, artinya apa (video music tersebut). Maksudnya, kalo bahasa asing, cari tahu terjemahan dari lagunya. Tapi, untuk video yang barusan itu, aku engga tahu kenapa, engga tertarik cari tahu terjemahan lagunya. Terus, untuk impressionnya itu, mereka ternyata fashionnya banyak banget, berbagai macam. Menurut aku, keren dengan lagu yang mereka bawa. Sekarang kembali lagi kepada kita seorang muslim, itu ribet banget bajunya. Menurut aku, rame banget. Apalagi, yang Blackpink, itu ribet banget. Banyak payetnya. Kalo dibilang tertarik untuk kehidupan sehari-hari, engga, sih. Tapi, kalo ada versi muslimahnya yang kita bisa pakek sehari-hari, eh, bukan sehari-hari. Maksudnya, di momen tertentu, misal kayak pertemuan penting. Kayak, nikahan, tunangan, bisa sih versi islam.” Informan 17 berkata, “Yang pertama (Treasure-Hello), menurut saya warnanya beragam. Kedua, menurut saya lebih dominan hitam (TxT-Good Boy Gone Bad). Bagi saya biasa aja. Engga jelek, cuman biasa aja.” Informan 18

berkata, “Setahu saya, artis KPop pasti fashionnya agak beda dari kita di Indonesia. Apalagi di dunia fashion, Korea ini sangat terkenal tentang fashion cowok maupun ceweknya. Mungkin, kita agak aneh melihat fashion seperti itu. Apalagi, yang memakai fashion seperti itu, kan cewek. Nah, di Korea,



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

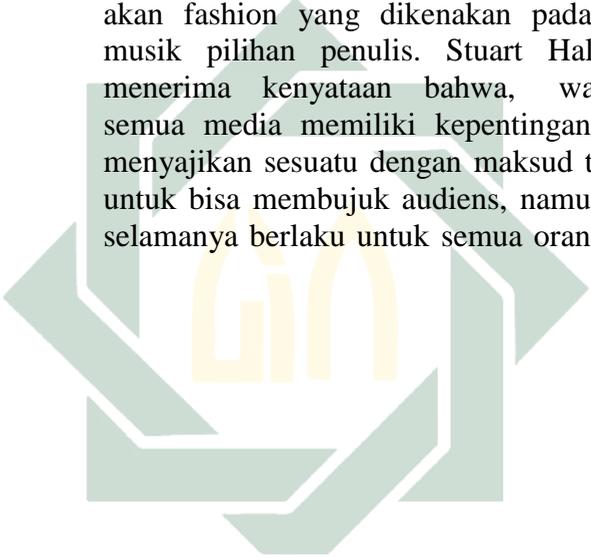
cowok bisa memakai. pasti menarik, sih. Karna, punya ciri khas tersendiri, kalo fashion-fashion yang seperti itu.” Informan 19 berkata, “Kalo aku pribadi, kurang suka. Karena, mereka kan pria. Aku engga mau men-judge, mohon maaf, kayak perempuan atau apa. Itu kan, nilai budaya mereka sama kita, kan beda. Mungkin di Korea, seperti itu, hal biasa untuk laki-laki. Kalo di Indonesia kan kita beda lagi. Karena, kita dari kecil diajarkan, kita itu muslim sebagai laki-laki harus begini, sebagai perempuan harus begini. Aku tertarik, sih. Bagus. Kalo secara tata busana, kreatif mereka itu. Maksudnya, pintar mix and match. Ya tahu sendiri, kan sekarang Korea Selatan nomor satu masalah gini.” Informan 20 berkata, “Keren. Aku suka style mereka. Itu modern jaman sekarang. Kan, KPop jadi kiblat jaman sekarang. Menurutku, keren. Tapi, ada beberapa yang aku engga suka. Karena, ada beberapa orang yang menurutku menyerupai cewek fashionnya.”

Dilihat dari ungkapan beberapa informan yang menempati posisi negoisasi, mereka mengutarakan penerimaan namun tidak secara penuh terhadap apa yang mereka lihat dari video musik tersebut. Mereka dapat mengungkapkan penerimaan sekaligus penolakan karena, hal yang didapat yaitu penampilan busana pada video musik mereka rasa dapat diterima namun, tidak semua karena mungkin ada kesadaran akan jika diterima secara penuh maka dapat

melampaui yang mereka anut.

3. Posisi Oposisi

Dari total semua informan yang diwawancarai, tidak ditemukan satu orang pun yang sama sekali tidak dapat menerima akan fashion yang dikenakan pada video musik pilihan penulis. Stuart Hall juga menerima kenyataan bahwa, walaupun semua media memiliki kepentingan untuk menyajikan sesuatu dengan maksud tertentu untuk bisa membujuk audiens, namun tidak selamanya berlaku untuk semua orang.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Karena, manusia dibekali akal pikiran yang sehat, sehingga sangat mampu untuk menolak apabila dirasa tidak setuju atau tidak sesuai dengan apa yang diyakini

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Perspektif Teori

Analisis resepsi dapat dikatakan sebagai metode penelitian yang baru untuk melihat bagaimana pandangan khalayak terhadap media. Dalam hal ini, peneliti menggunakan dua puluh orang dari mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi dan Komunikasi Penyiaran Islam dengan berbagai latar belakang untuk mengetahui bagaimana penerimaan mereka terhadap konten video musik yang sudah penulis pilih untuk ditonton mereka sebelum dilakukannya wawancara.

Seperti yang sudah tercantum pada bab sebelumnya, bahwa media memuat banyak sekali makna yang disampaikan dan khalayak akan mengartikan sesuai latar belakang dan pengalaman hidup mereka masing-masing. Sehingga, pesan yang ada pada media diartikan dengan berbagai sudut pandang antara informan satu dengan informan lainnya.⁴⁶

Dalam Teori Resepsi, terdapat proses yang bernama Encoding. Dalam penelitian ini, Encoding terjadi saat para produser dari beberapa video musik pilihan penulis menuangkan hingga merilis karya mereka ke platform media sosial. Lalu, karya mereka

⁴⁶ Dyah Sri Lestari Rajab, "Resepsi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Terhadap Dakwah Melalui Instagram Ustadz @ Hanan_Attaki" (Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2019), Hal. 11.

dikonsumsi oleh informan penelitian ini melalui seluruh panca indera yang dimiliki.

Proses selanjutnya adalah Decoding. Dimana informan menerima dan mengartikan video musik pilihan lalu menafsirkan pesan yang diterima melalui panca indera mereka. Isi pesan yang ada pada video musik pilihan pastinya menghasilkan beragam efek ke tiap penonton. Hal tersebut terjadi karena, antara satu informan dengan informan lainnya memiliki pengalaman yang tidak sama. Berikutnya akan penulis jabarkan tiap informan:

A. Informan 1 (Faray)

Mengatakan bahwa ia menyukai busana yang dikenakan pada video musik pilihan penulis. Karena menurutnya ada beberapa kostum yang belum pernah dijumpai. Karena, informan 1 ini bukan penikmat hiburan Korea. Sehingga, ia baru mendapatkan pengalaman mengkonsumsi konten KPop yang memiliki ciri khas fashion tersendiri. Maka dari itu, ia kagum dengan busana yang dikenakan pada video musik tersebut. Tidak berhenti di situ, ia juga menyampaikan bahwa, akan menjadikannya sebagai referensi untuk dirinya sendiri. Kebetulan, informan 1 ini berlatar belakang seorang entertainer yang mana sering tampil depan publik. “Aku ngelihat mereka pakek gaun terus dipakein warna biru campur hijau campur oren. Kan aku biasanya nge-MC, klo MC kan harus nyentrik, biasanya aku cari referensi di YouTube.” Jadi, informan 1

menempati posisi hagemoni dominan, karena ia cenderung dapat menerima bahkan memiliki ketertarikan hingga keinginan untuk meniru berpenampilan seperti busana yang dikenakan pada video musik tersebut.

B. Informan 2 (Balinda)

Informan 2 menyampaikan bahwa, kostum yang dipakai dalam video musik memang menarik, akan tetapi kurang cocok jika digunakan di negara ini dan akan mengundang komentar negatif dari orang lain. Karena, menurutnya kostum tersebut tidak dapat dikatakan pakaian yang biasa digunakan oleh orang Indonesia. Namun, ia juga menyampaikan bahwa ada juga kostum yang masih bisa ditiru untuk digunakan di negara ini dengan cara dimodifikasi. Informan 2 ini berlatar belakang penikmat hiburan Korea. Jadi, sangat tidak asing mengkonsumsi fashion Korea. Hal tersebut secara tidak langsung menghasilkan perbedaan respon dengan informan yang biasanya mengkonsumsi konten hiburan Korea. Karna, sudah biasa atau bukan sesuatu hal baru yang dijumpai. Ia menempati posisi negoisasi, karena memberikan cenderung dapat menerima fashion pada video musik yang diberikan penulis, namun ia tidak setuju jika kostum tersebut ditiru untuk digunakan di Indonesia. Karena, tidak sesuai dengan batas sopan cara berpakaian orang Indonesia.

Namun, ia masih ada pemikiran untuk berupaya memodifikasinya.

C. Informan 3 (Ivona)

Informan 3 memberikan komentar bahwa kostum yang dipakai pada video musik tersebut sangat merepresentasikan busana orang-orang di dunia hiburan. Informan 3 ini berlatar belakang seorang Kepala Divisi Produksi sebuah media kampus dan tidak jarang menjadi perancang atau pencetus beberapa acara dalam kampus. Sehingga, ia memiliki pengetahuan tentang dunia media. Maka dari itu, ia memberikan respon baik terhadap video musik tersebut karena, dinilai memenuhi kepuasan dalam menyajikan hiburan melalui video musik tersebut. walaupun Informan 3 ini bukan seorang penggemar hiburan Korea. Informan ini menempati posisi hegemoni dominan karena, ia cenderung dapat menerima fashion yang ada pada video musik bahkan, puas dengan penyajian video musik tersebut. Ia menilai dari pengalamannya sebagai orang yang berkecimpung di dunia produksi media.

D. Informan 4 (Radifa)

Menurut informan 4, ada salah satu konsep kostum yang belum ia lihat akan tetapi, menurutnya kostum yang digunakan pada video musik tersebut terbuka. Akan tetapi, ia yakin masih bisa ditiru walaupun tidak sama persis. Informan 4 berlatar belakang seorang entertainer, ia tidak

memiliki hasrat untuk meniru walaupun, ada cara untuk bisa dimodifikasi. Informan ini bukanlah seorang penggemar hiburan Korea, ia menyatakan akan kekagumannya terhadap kostum yang dikenakan pada video musik tersebut, karena ia belum pernah menjumpai busana seperti yang ditayangkan di video musik tersebut. Walaupun ia meyakini kostum tersebut dapat ditiru dengan cara dimodifikasi namun, ia tidak memiliki hasrat untuk mengaplikasikan di kehidupannya. Karena, ia rasa kostum mereka bukan selera berbusananya. Informan ini menempati posisi negoisasi karena, ia dapat menerima fashion pada video musik namun, tidak secara penuh. Ia bahkan memikirkan hingga tahap penerimaan yaitu memodifikasi kostum video musik tersebut. Namun, ia juga melakukan penolakan yang ditunjukkan dengan tidak ada hasrat untuk mengaplikasikan busana semacam ke kehidupannya.

E. Informan 5 (Nafa)

Informan 5 menemukan beberapa jenis gaya busana terkini pada video music tersebut. Seperti, gaya HipHop. Sehingga, ia menyatakan respon bahwa, busana yang dikenakan sangat mengikuti perkembangan zaman. Informan ini berlatar belakang seorang yang berkecimpung di dunia industri pakaian. Sehingga, ia memiliki pengetahuan lebih akan hal terkini di dunia industri

pakaian. Hal tersebut menjadikannya dapat memberikan respon bahwa, busana yang dikenakan dalam video musik tersebut tergolong terbaru dan mengikuti perkembangan zaman. Ia bahkan dapat menyebutkan jenis pakaian yang ada dalam video musik tersebut. Namun, ia mengatakan bahwa, cara berpakaian mereka tidak dapat diaplikasikan di Indonesia, berbeda dengan Korea. karena, busana mereka terlaluterbuka. Informan ini menempati posisi negoisasi karena, ia dapat menerima fashion pada video musik dengan komentarnya tentang pemilihan kostum yang mengikuti perkembangan zaman. Akan tetapi, informan juga memberikan sikap penolakan yaitu tidak menyetujui jika kostum tersebut digunakan di Indonesia, karena dinilai tidak sesuai dengan kebiasaan orang Indonesia yang berpakaian tertutup.

F. Informan 6 (Zico)

Menurutnya, ia disuguhkan konten yang menampilkan kostum pria yang belum pernah dilihat sebelumnya. Sehingga, ia kagum karena menurutnya, selama ini busana pria hanya memiliki sedikit pilihan. Kekagumannya disebabkan karena ia bukanlah penikmat hiburan Korea. sehingga ia baru menjumpai referensi busana tersebut. Ia juga mengatakan bahwa, busana yang dikenakan pada video musik tersebut dapat ditiru di Indonesia ini, namun di perkotaan.

Karena, lingkungan perkotaan dirasa lebih memiliki toleransi tinggi terhadap segala hal yang dianggap tidak biasa oleh masyarakat. Informan ini memiliki latar belakang tempat tinggal di lingkungan perkampungan yang mana masyarakatnya cenderung belum bisa menerima hal-hal baru yang tidak sesuai dengan norma yang biasanya dilihat. Oleh karena itu, ia menyarankan jika ingin menerapkan kostum tersebut untuk ditiru ke kehidupan di Indonesia ini, maka perhatikan lingkungan di mana akan mengaplikasikannya. Secara langsung, informan ini menyetujui jika kostum tersebut dapat diaplikasikan ke kehidupan sehari-hari walaupun dengan beberapa pertimbangan. Hal tersebut menjadi alasan mengapa informan ini menempati posisi hegemoni dominan, karena dapat menerima secara penuh fashion pada video musik secara keseluruhan dan tidak menuturkan penolakan sama sekali.

G. Informan 7 (Taufik)

Informan 7 menilai ada kostum yang jika dipandang orang Indonesia, bakal dinilai tidak berpakaian sesuai jenis kelaminnya. “Tadi, ada yang pakek kayak kebaya (brokat) kayak cewek. Itu agak kurang aman, klo dipakek di Indonesia.” Hal tersebut terjadi, karena informan 7 memiliki latar belakang yang lekat dengan syariat agama Islam. Ia hidup di lingkungan yang agamis. Sehingga

diajarkan tata cara berbusana sesuai dengan ajaran agamanya, yaitu tidak diperbolehkan untuk laki-laki menyerupai perempuan. maka ia merasakan hal kurang nyaman saat mendapati gender sejenisnya yang tidak berpakaian sesuai gendernya. Namun, ia juga menyampaikan bahwa tertarik dengan kostum di video musik tersebut, karena menemukan sesuatu yang baru di segi fashion pria. Hal ini terjadi karena, informan ini bukan penggemar hiburan Korea, sehingga ia mendapat asupan hal baru dari pengalaman pertamanya menonton video musik pilihan penulis. Ia juga menyampaikan bahwa, busana pada video musik tersebut sangat menunjukkan keberanian dalam pemilihan warna. Kekagumannya akan kostum yang digunakan pada video musik tersebut dan juga respon ketidaknyamanannya mengantarkan ia untuk menempati posisi negoisasi. Karena, ia tidak dapat menerima secara penuh, namun dalam waktu yang bersamaan menyampaikan penerimaannya terhadap video musik pilihan penulis.

H. Informan 8 (Rangga)

Informan kali ini memiliki ketertarikan busana sesuai dengan busana pria pada umumnya. Seperti, pemilihan warna-warna yang tidak mencolok. Hal tersebut, menjadikannya tidak tertarik dengan busana yang dikenakan pada video musik pilihan penulis. Informan ini memiliki latar belakang

ketertarikannya di dunia produksi konten media sosial. Sehingga ia dapat berkomentar bahwa, pemilihan busana sangat sesuai dengan konsep video musiknya. Ia menilai dari sisi pengalamannya sebagai seseorang yang memiliki kepernahan dalam memproduksi sebuah konten di media sosial. Ia juga menunjukkan respon dapat menerima hal baru yang tidak pernah ia konsumsi sebelumnya, yaitu busana pada video musik tersebut. Dan ia juga menjadikannya sebagai referensi dan rekomendasi ke teman yang membutuhkan saran penampilan fashion. “Bisa, mungkin waktu temenku mau foto pakek tema ini, terus aku bisa kasih saran.” Jadi, ia tidak ada hasrat untuk meniru cara berbusana yang ada pada video musik tersebut, karena tidak sesuai dengan busana yang ia kenakan di kehidupannya. Namun, ia masih ada keinginan untuk merekomendasikan ke sekitarnya. Informan ini menempati posisi negoisasi karena, ia menunjukkan penerimaannya melalui kepuasan saat menonton video musik tersebut. Ia juga memiliki hasrat ingin merekomendasikan ke orang sekitarnya. Namun, dalam waktu bersamaan ia juga melakukan penolakan yang ditunjukkan dari ketidakinginannya untuk mengaplikasikan busana layaknya yang ada pada video musik tersebut ke kehidupannya.

I. Informan 9 (Budi)

Informan 9 mengaku tertarik secara keseluruhan video musik. Karena, mereka memilih busana sesuai konsepnya. Namun, ia hanya suka beberapa kostum saja, tidak semua. Ia juga menyebutkan kostum yang dapat ditiru ke kehidupan sehari-harinya “Contoh, tadi ada yang pakek daleman kaos putih terus kemeja flannel warna hijau, itu basic banget dan itu sangat cocok digunakan di kehidupan sehari-hari untuk ngampus atau hangout sama temen-temen, bisa banget dipakek.” Walaupun, informan ini memberi respon baik terhadap keseluruhan video musik, namun tidak semua busana yang ada membuatnya menimbulkan hasrat untuk meniru. Namun, beruntungnya ia menemukan referensi yang dapat ia gunakan ke kesehariannya. Informan yang berlatar belakang penggemar hiburan Korea ini menilai kostum yang digunakan pada video music tersebut memuaskannya seperti konten hiburan Korea yang biasa dikonsumsi. Ia menempati posisi negoisasi karena, dapat menerima fashion pada video musik. Akan tetapi, di waktu yang bersamaan, ia juga menggaris bawahi, bahwa tidak semua kostum yang ia tonton pada video music tersebut disukainya. Namun, lagi-lagi ia menunjukkan penerimaannya yaitu, hingga di tahap dapat menemukan kostum apa yang dapat ia angkat ke kehidupannya, bahkan ia dapat menyebutkan secara mendetail.

J. Informan 10 (Rizqi)

Informan 10 yang berlatar belakang pengusaha di bidang pakaian ini tentunya memiliki banyak wawasan mengenai fashion. Ia mengatakan juga, saat ini Korea menjadi pencetus ide baru dari fashion. karena ia berkecimpung di dunia industri pakaian, maka membuatnya melek dengan arus fashion yang ada sekarang ini. Sehingga, ia bisa tahu sebesar apa peran fashion Korea terhadap tren model pakaian. Informan ini pernah menjadi penggemar hiburan Korea, namun itu dulu. Orientasinya terhadap dunia fashion bisa terlihat saat ia dapat menyebutkan jenis model busana yang dikenakan pada video musik tersebut. Ketertarikannya pada busana pada video music tersebut juga dikemukakan saat ia secara sadar menyampaikan tentang fashion Korea yang menjadi acuan semua orang dalam cara berbusana. Secara keseluruhan, ia sama sekali tidak menunjukkan tutur kata penolakan. Hal tersebut, menjadikannya menempati posisi hagemoni dominan.

K. Informan 11 (Diba)

Informan ini memberikan respon tidak suka dengan video musik tersebut. Ia menganggap busana yang dikenakan tidak sesuai dengan ajaran agama yang dianut. Namun, hal tersebut tidak menjadikannya untuk tidak memakainya. Ia mengatakan masih ada kemungkinan untuk dipakai

“Mungkin bisa, ya (memakai pakaian seperti yang dikenakan pada video musik tersebut ke kehidupan sehari-harinya). Kalo, dalam rumah aja.” Ia juga tidak menutup kemungkinan untuk menjadikannya sebagai referensi dan ia sangat bijak untuk menempatkan diri dalam hal berpakaian “kalo itu (busana yang dikenakan pada videomusik tersebut) dipakek di lingkup kuliah yang berbasis kayak gini (Universitas berbasis agama islam), ga mungkin.” Penolakan tersebut, terjadi karena informan ini diajarkan cara berbusana yang tidak keluar dari batas yang telah ditentukan agamanya. Akan tetapi, di waktu yang bersamaan, ia memberikan sebuah cela untuk memiliki hasrat mengaplikasikan busana yang ada pada video music tersebut ke kehidupannya. Dengan cara tetap memperhatikan apa yang tidak melanggar aturan agamanya, yaitu memilih untuk hanya mengaplikasikannya di dalam rumah. Hal tersebut menjadikan infroman ini menempati posisi negoisasi. Karena, ia menuturkan katapenerimaan dan penolakan dalam satu rentan waktu yang berdekatan.

L. Informan 12 (Nadya)

Informan 12 menyampaikan bahwa, berpakaian seperti pada video musik tersebut di industri hiburan Korea tergolong cukup wajar untuk ukuran hiburan Korea. Berbeda lagi dengan jika dipakai di keseharian orang

Korea. Menurut informan yang berlatar belakang penggemar hiburan Korea ini, pada kehidupan nyata, orang Korea tidak seterbuka kostum yang dikenakan pada videomusik. Ia juga meyakini bahwa kostum yang ada pada video musik tersebut tidak dapat ditirukarena, mayoritas negara Indonesia adalah muslim yang mana identik dengan pakaiantertutup. Dan masyarakat Indonesia juga masih menilai orang dari pakaian yang dikenakan. Maka, jika meniru kostum pada video musik tersebut, ada kemungkinan untuk mendapat komentar negatif dari orang lain. “Tentu, tidak (meniru busana yang dikenakan pada video music tersebut). Karena, mengingat kita menganut kehidupanbanyak muslimnya. Jadi, tata cara berbusana pada masyarakat itu kayak menentukan bagaimana sikap kita.” Informan ini menggambarkan sosok penggemar hiburan Korea yang memiliki pengetahuan tidak hanya hiburannya saja, namun sampai bisa tahu apa yang ada di kehidupan asli atau realita orang Korea. Hal itu, terlihat saat ia menyampaikan, bahwa kostum yang dinilai terbuka pada video musik tersebut berbeda dengan tata cara berbusana orang Korea di kehidupannyata. Ia juga menjunjung tinggi kesopanan yang dapat dilihat dari caranya dalam menjaga penilaian orang lain kedirinya, jika ia meniru cara berbusana pada musik video pilihan penulis. Ia juga

menggambarkan masyarakat Indonesia yang menilai sikap seseorang dari pakaian. Keseluruhan respon dari informan ini, menjadikannya menempati posisi negoisasi. Karena, walaupun ia menuturkan kalimat penolakan, akan tetapi ia tidak memberikan juga menuturkan kata yang artinya penerimaan.

M. Informan 13 (Nuril)

Informan 13 tertarik karena menurutnya, kostum yang digunakan tergolong asing atau ia tidak pernah melihat sebelumnya. Ia menyampaikan bahwa konsep dan kostum yang digunakan pada video musik tersebut membangun tampilan busana sesuai tema dari tiap lagu yang dibawakan. Namun, walaupun video musik tersebut menarikperhatiannya, ia menyampaikan jika tidak dapat diaplikasikan ke kehidupan sehari-hari karena, terlalu pendek dan akan dinilaikurang sopan. “Walaupun, baju-bajunya engga asing untuk dipakek sehari-hari, tapi kalo pakek cutting yang mini-mini gitu, engga bisa untuk sehari-hari. Ia juga menambahkan bahwa, dapat dijadikan referensi namun pada waktu tertentu. “Kalo ada acara event, bisa. Yang penting engga untuk sehari-hari.” Informan ini menempati posisi Negoisasi. Karena, ia memberikan respon baik dengan menyatakan kekaguman terhadap pengalaman perdananya dalam menonton video musik pilihan penulis. Ia

kagam akan macam-macam kostum yang menyesuaikan tema video musik. Hal itu, menjadikannya tertarik dan informan ini juga menyebutkan adanya hasrat untuk mengaplikasikan busana tersebut di acara tertentu. Namun, ia juga memberikan respon penolakan yang dapat dilihat saat ia menyampaikan secara jika busana pada video musik tersebut tidak dapat diaplikasikan ke kehidupannya, karena akan mendapat penilaian buruk dari masyarakat sekitarnya.

N. Informan 14 (Nadhifa)

Informan ini adalah salah satu pengguna aktif sosial media yang sering membuat konten dengan jenis video transisi pada riasan wajah. Ia juga salah satu penggemar dan mengikuti perkembangan hiburan Korea, sehingga hal ini menjadikannya tidak buta akan konten hiburan Korea. hal itu ditunjukkan dari ia mendeskripsikan secara mendetail mulai dari pakaian, aksesoris, hingga riasan wajah yang dipilih pada video musik pilihan penulis. Ia menjumpai banyak hal unik tentang perpaduan pakaian. Dan menurutnya, banyaknya perpaduan kostum yang dikenakan pada video musik tersebut, walaupun menimbulkan kesan aneh pada audiens, akan tetapi tetap cocok jika dipakai oleh para artis. Karena, dunia sudah mengenal mereka. Informan ini menempati posisi hagemoni dominan. Karena, ia menerima hal tersebut dengan senang hati

dan sangat menikmati video musik tersebut yang dapat dilihat dari caranya saat mendeskripsikan busana dengan mendetail dari atas kepala hingga kaki, seperti aksesoris yang dipakai, pemilihan riasan wajah, hingga alas kaki. Penilaian mendalam yang diberikan olehnya disebabkan karena latar belakang informan ini sebagai seseorang yang menggemari dunia hiburan Korea dan juga menggeluti bidang konten media dengan konsentrasi penampilan diri. Sehingga, secara langsung ia memiliki pengetahuan yang luas tentang fashion.

O. Informan 15 (Khulud)

Informan ini memberi respon dari perspektif bukan penggemar hiburan Korea. Ia mengaku kagum karena menjumpai banyak sekali busana yang dikenakan pada video musik tersebut sangat beragam. Namun, kekagumannya tersebut tidak dapat menggerakkannya untuk meniru busana yang dikenakan pada video musik tersebut, dengan alasan informan ini berlatar belakang menganut agama Islam yang melarang tata cara berpakaian terbuka. Walaupun begitu, ia menambahkan jika busana tersebut masih bisa ia jadikan referensi untuk menghadiri acara tertentu. Bukan untuk dikenakan sebagai pakaian sehari-hari seperti, acara pernikahan dan tunangan. Informan ini juga memiliki latar belakang berkecimpung di bidang jasa pemberangkatan ibadah haji dan umroh.

Kesibukannya tersebut menuntutnya untuk berpakaian sepantasnya orang beribadah. Seperti, memakai pakaian yang panjang agar dapat menutup aurat. Maka dari itu, ia berkata tidak ingin memakai busana seperti busana yang dikenakan pada video musik tersebut, karena berkebalikan dengan busananya setiap hari. Informan ini menempati posisi negosiasi karena, ia mengutarakan kekagumannya akan video musik pilihan penulis. Akan tetapi, ia memberikan respon penolakan yang ditunjukkan saat ia menuturkan tidak ingin meniru busana yang dikenakan pada video musik tersebut. Namun, ia juga menunjukkan penerimaan di waktu yang bersamaan dengan penolakan yang ditunjukkan dari pengakuan kekagumannya akan busana yang dikenakan pada video musik tersebut.

P. Informan 16 (Azka)

Dari informan 16 yang berlatar belakang bukan penggemar hiburan Korea, ia mengaku baru pertama kali mengkonsumsi video musik bernuansa genre K-pop. Pada pengalaman pertamanya, ia menyadari bahwa pemilihan kostum pada video musik ditentukan dari konsep video musik itu sendiri. Sehingga, kostum yang ada pada video musik selaras dengan konsep yang ingin disampaikan ke publik. Menurutnya, busana tersebut kurang cocok jika dijadikan referensi sebagai pakaian ke sehariannya

sebagai mahasiswa, yaitu kampus. Namun, ia mengakui bahwa, busana tersebut dapat dijadikan referensi untuk pergi berlibur. “menurut saya, misalkan dipakai untuk acara keluarga, atau perkuliahan sebagai mahasiswa, itu kurang cocok. Tetapi, kalau dibuat fashion seperti, hunting, jalan-jalan, itu menurut saya, cocok, sih. Tergantung sikon (situasi dan kondisi).” Informan ini menempati posisi hegemoni dominan yang ditunjukkan pada penerimaannya saat pengalaman perdananya menonton video musik tersebut. Ia senang melihat keselarasan pemilihan kostum dengan konsep yang ditentukan. Namun, di waktu bersamaan ia juga menyampaikan penolakan kalau busana tersebut tidak dapat ia jadikan referensi di kesehariannya. Akan tetapi, tidak menutupi kemungkinannya mengaplikasikan ke kehidupannya, karena menurutnya masih dapat digunakan di momen tertentu.

Q. Informan 17

Informan 17 memiliki latar belakang bukan penggemar hiburan Korea dan ia kurang tertarik dengan hiburan Korea. Pengalaman pertamanya setelah menonton video musik tersebut adalah bukan menyukainya dan bukan pula tidak menyukainya. Namun, ia menemukan sisi bahwa, busana yang dikenakan pada video musik tersebut dapat diterapkan ke kehidupan sehari-hari. “tergantung gimana

kita pakeknya dan di mana kita pakeknya. Misal, kalo tadi di musik video yang pertama (Treasure-Hello), bajunya banyak warnanya. Boleh kita pakek, misal mau main atau ke kampus, boleh. Asal sopan. Bisa-bisa aja. Tergantung tempat dan kita pakeknya.” Dengan begitu, walaupun ia bukanlah penggemar hiburan Korea dan tidak begitu tertarik dengan hiburan Korea, tidak menutup kemungkinan untuknya menjadikan referensi busana yang ia telah tonton pada video musik tersebut. Hal ini membuatnya masuk ke posisi negoisasi, karena ia tidak sepenuhnya dapat menerima video music tersebut. Akan tetapi, dapat menerima video tersebut, ditunjukkan dari keinginannya dalam menirubusana yang dikenakan pada video musik tersebut.

R. Informan 18 (Husen)

Informan 18 memiliki latar belakang bukan penggemar hiburan Korea. Dalam pengalaman perdananya, ia menjumpai beberapa busana yang dinilai feminis oleh orang Indonesia namun, dipakai oleh pria pada video musik tersebut. Hal tersebut, terjadi karena informan ini terbiasa dengan penampilan orang sekitarnya dalam cara berbusana berpakaian yang sesuai gender dan tidak terbiasa mengkonsumsi hiburan Korea yang tidak menggolongkan busana sesuai gender. Namun, ia menyampaikan bahwa, busana yang dikenakan pada video musik

tersebut masih memungkinkan untuk dipakai di kehidupan sehari-hari. “Cukup aman aja kalo dipakai di kehidupan sehari-hari tapi, agak aneh aja menurutku, sih.” Informan ini menempati posisi negoisasi. Hal tersebut dikarenakan, penilakan yang ditunjukkan pada ketidak sukaan dengan kefeminisan gender pria pada video musik tersebut. Namun, di waktu yang sama ia juga memberi respon penerimaan mengenai pengaplikasian busana tersebut ke kehidupannya. Hal itu ditunjukkan dari penuturannya yang mengatakan aman jika diterapkan ke kehidupannya walaupun, menurutnya aneh.

S. Informan 19 (Saifi)

Dari informan 19 yang berlatar belakang bukan penggemar hiburan Korea, ia kurang suka dengan video musik tersebut. Karena, ia menjumpai gender pria yang menyerupai gender perempuan. Ia juga menyampaikan bahwa, terbiasa dengan ajaran cara berbusana sesuai gender. Dan jika melanggar tabiat tersebut, ia meyakini akan mendapat respon negatif dari masyarakat. Akan tetapi, ia tertarik karena busana yang ditampilkan kreatif, padu padannya menjadikannya ia tidak menutup keinginan untuk meniru busana yang dikenakan pada video musik tersebut ke kehidupan sehari-hari, namun harus tetap memperhatikan ketentuan yang ada pada masyarakat. “Sangat bisa lah, kenapa engga. Kan itu, bagian dari kreatifitas

dan sebuah seni. Engga harus cewek aja kan, yang modis, harus berpenampilan menarik. Cowok juga berhak berpenampilan seperti itu. Cuma dalam batas-batas norma yang kita punya sebagai orang Indonesia. Kalo kita melanggar lebih dari itu, ya jangan salahkan orang lain. Dihina, dijulidin, kita harus sesuai budaya.” Informan ini menempati posisi negoisasi, karena ia memberi respon penolakan yaitu tidak suka dengan video musik. Karena, ia meyakini busana mereka terlalu feminis untuk digunakan pada gender pria. Namun, ia juga menyampaikan penerimaan yang ditunjukkan dengan ia yang kagum dengan padu padan busana pada video musik tersebut. Ketertarikan itu menjadikannya memiliki hasrat untuk mengaplikasikan ke kehidupannya dengan tetap memperhatikan ketentuan tidak tertulis tentang kesopanan dalam berbusana di masyarakat Indonesia.

T. Informan 20 (Radisa)

Informan 20 memberikan komentar baik tentang video musik tersebut. Namun, ia menemukan beberapa hal yang ia tidak suka yaitu ada beberapa busana yang menyerupai busana perempuan. Ia tertarik karena menurutnya, penampilan mereka terlihat keren dan ia mengakui bahwa di zaman sekarang, industri hiburan Korea telah menjadi kiblat fashion. Namun, ia tidak suka dengan beberapa kostum karena, ia menilai

pria tidak seharusnya memakai pakaian yang menyerupai wanita. Latar belakang informan ini adalah seorang penggiat seni, ia adalah seseorang yang memiliki kedudukan penting di teater fakultasnya. Hal tersebut, menjadi salah satu faktor ia dapat menyadari fashion Korea sebagai kiblat berbusana masa kini. Informan ini menduduki posisi hegemoni. Karena, secara keseluruhan video musik yang dipilihkan penulis, ia memberikan respon baik. Ia juga menyampaikan ketertarikannya terhadap kostum yang dikenakan hingga ia menyetujui. Namun, di waktu bersamaan ia menyampaikan kurang bisa menerima jika gender pria memakai pakaian yang diyakininya menyerupai genderlain.

Dari penjabaran tiap informan, di atas dari tiap informan. Ditemukan hasil bahwa, terdapat 6 orang yang menempati posisi hegemoni dominan. Dengan rincian 3 perempuan dan 3 laki-laki. Dari 3 perempuan tersebut, hanya 1 diantaranya yang bukan penikmat hiburan Korea. Namun, ia menyatakan kekagumannya terhadap busana yang dikenakan pada video musik pilihanpenulis. Kekaguman tersebut juga disampaikan oleh 3 laki-laki yang tidak ada satupun dari mereka seorang penggemar hiburan Korea. Terdapat 1 orang (Informan 10) yang memiliki latar belakang berkecimpung di dunia industri pakaian yang sadar akan busana Korea berperan menjadi acuan cara berbusana publik. Terdapat 2

orang (Informan 3 dan 14) yang memiliki latar belakang sebagai orang yang berada di dunia produksi media, satu sebagai kepala divisi produksi dan satu lainnya sebagai konten kreator. Tak hanya itu, posisi ini juga terdapat 1 orang entertainer (Informan 1). Dilihat dari posisi ini, ada 4 (Informan 1, 3, 6, dan 10) orang yang berlatar belakang program studi Ilmu Komunikasi dan hanya 2 orang (Informan 14 dan 16) beridentitas mahasiswa program studi Komunikasi Penyiaran Islam. Hal tersebut menunjukkan bahwa, mahasiswa Ilmu Komunikasi lebih bisa menerima penuh video musik yang diberikan penulis saat wawancara dari pada, mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam.

Pada posisi negoisasi, terdapat 13 orang yang menempati posisi ini dengan rincian 7 orang perempuan dan 7 orang laki-laki. 11 orang diantaranya bukan seorang penggemar hiburan korea (Informan 4, 5, 7, 8, 11, 13, 15, 17, 18, 19, dan 20). Namun, 6 orang diantaranya (Informan 4, 5, 7, 13, 15, dan 20) mengaku kagum akan busana yang dikenakan pada video musik pilihan penulis. Dan 3 diantaranya (Informan 7, 13, dan 15) memiliki hasrat untuk memodifikasi kostum tersebut agar dapat dikenakan di kehidupannya. Pada posisi negoisasi, hanya terdapat 3 orang penggemar hiburan Korea (Informan 2, 9, dan 12) yang 2 orang diantaranya mengakui bahwa busana yang mereka kenakan pada video musik tersebut tidak dapat diterima mentah oleh

masyarakat Indonesia karena, mereka menyadari tidak sesuai dengan standart kesopanan masyarakat Indonesia (Informan 2 dan 12). Terdapat 4 orang (Informan 7, 18, 19, dan 20) yang semua berjenis kelamin laki-laki menyampaikan ketidaknyamanan mereka dalam melihat sisi feminim yang ada pada video musik tersebut. Terdapat 1 orang (Informan 4) yang melakukan penolakan walaupun ia memiliki latar belakang sebagai seorang entertainer, yang mana tidak tabu dengan beragam macam busana. Ada juga 1 orang (Informan 15) orang yang memberikan respon tidak suka dengan latar belakang seorang yang bergerak di dunia biro jasa haji dan umroh, karena kesehariannya tidak terbiasa berpakaian seperti busana pada video music tersebut. Terdapat 1 orang penggiat seni (Informan 20) yang memberikan respon tidak menyukai busana pada musik video tersebut karena ia menganggap tidak dipakai sesuai gendernya, padahal penggiat seni terbiasa menjumpai busana dengan berbagai macam jenis. Dari keseluruhan tersebut, terdapat 6 orang yang memiliki identitas program studi Ilmu Komunikasi (Informan 2, 4, 5, 7, 8, dan 9) dan ada 8 orang yang berasal dari program studi Komunikasi Penyiaran Islam (Informan 11, 12, 13, 15, 17, 18, 19, dan 20). Hal itu menunjukkan bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi lebih sedikit yang menempati posisi ini dari pada mahasiswa Komunikasi Penyairan Islam. Dikarenakan, mahasiswa Ilmu Komunikasi lebih banyak

menempati posisi hagemoni dominan yang berarti menerima secara penuh. Namun, mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam tidak dikatakan tidak menerima secara penuh, karena buktinya masuk ke posisi ini bukan posisi oposisi. Dapat kita ketahui, penggemar hiburan Korea tidak selalu suka dengan busana yang dikenakan idol mereka di suatu video musik yang mereka nikmati. Begitu juga dengan yang bukan penggemar hiburan Korea, tidak semua dari mereka memberikan respon tidak menyenangkan akan hal yang mereka tidak sukai. Latar belakang kecenderungan pada bidang tertentu juga mempengaruhi seseorang dapat menerima suatu hal asing secara penuh dan tidak, hal ini dapat dilihat dari beberapa latar belakang informan yang berkecimpung di dunia industri pakaian, industri media, dan entertainer yang menempati posisi hagemoni dominan.

2. Perspektif Islam

Menyukai suatu budaya tidak dilarang dalam agama islam. Namun, hal tersebut bukan berarti diperbolehkan untuk ditelan mentah-mentah, tiap seorang muslim harus pintar memfilter suatu hal asing yang diterima sebelum menirunya, termasuk budaya Korea Selatan dari segi cara berbusana. Setiap orang yang beragama muslim diperbolehkan mengagumi seseorang, selagi menyukai dalam batas wajar tidak sampai membuat ke arah penyimpangan dari yang telah diajarkan dalam agama Islam.

Khawatirnya, menyebabkan seseorang tersebut terbawa jauh dari agama Islam.

Dikarenakan, adanya penampilan feminis yang diutarakan dari respon beberapa informan. Sedangkan, dalam agama Islam tidak diperbolehkan bagi suatu jenis menyerupai jenis lainnya. Seperti yang terkandung dalam hadits berikut:

Dari Ibnu 'Abbas, ia berkata,

لَعَنَ رَسُولُ اللَّهِ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - الْمُتَشَبِهِينَ مِنَ
الرِّجَالِ بِالنِّسَاءِ ، وَالْمُتَشَبِهَاتِ مِنَ النِّسَاءِ بِالرِّجَالِ

“Rasulullah SAW melaknat laki-laki yang menyerupai wanita dan wanita yang menyerupai laki-laki” (HR. Bukhari no. 5885).

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Busana Korea juga identik dengan pemilihan pakaian yang pendek. Sedangkan dalam agama Islam diajarkan untuk menutup aurat bagi laki-laki yaitu di antara pusar hingga lutut. Sedangkan Batasan aurat bagi wanita yakni seluruh tubuhnya kecuali wajah dan telapak tangan.

Menutup aurat juga menjadi suatu kewajiban bagi muslim dan Muslimah. Sebagaimana yang dijelaskan dalam firman Allah:

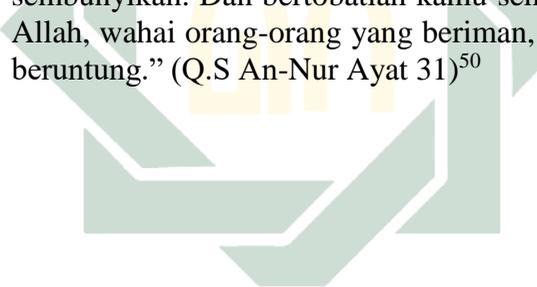


وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَعْضُضْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَلْيَضْرِبْنَ بِخُمُرِهِنَّ عَلَىٰ جُيُوبِهِنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا لِبُعُولَتِهِنَّ أَوْ آبَائِهِنَّ أَوْ أَبْنَائِهِنَّ أَوْ بُعُولَتِهِنَّ أَوْ إِخْوَانِهِنَّ أَوْ بَنِي إِخْوَانِهِنَّ أَوْ بَنَاتِ أَخَوَاتِهِنَّ أَوْ نِسَائِهِنَّ أَوْ مَا مَلَكَتْ أَيْمَانُهُنَّ أَوِ التَّابِعِينَ غَيْرِ أُولِي الْأَرْثَةِ مِنَ الرِّجَالِ أَوْ الْوَالِدِ الْأَخْلَافِ لَمْ يُظْهِرُوا عَلَىٰ عَوْرَتِ النِّسَاءِ وَلَا يَضْرِبْنَ بِأَرْجُلِهِنَّ لِيُعْلَمَ مَا يُخْفِينَ مِنْ زِينَتِهِنَّ وَتَوْبُوا إِلَى اللَّهِ جَمِيعًا أَيُّهُ الْمُؤْمِنُونَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya:

“Dan katakanlah kepada para perempuan yang beriman, agar mereka menjaga pandangannya, dan memelihara kemaluannya, dan janganlah menampakkan perhiasannya (auratnya), kecuali yang (biasa) terlihat. Dan hendaklah mereka menutupkan kain kerudung ke dadanya, dan janganlah menampakkan perhiasannya (auratnya),

kecuali kepada suami mereka, atau ayah mereka, atau ayah suami mereka, atau putra-putra mereka, atau putra-putra suami mereka, atau saudara-saudara laki-laki mereka, atau putra-putra saudara laki-laki mereka, atau putra-putra saudara perempuan mereka, atau para perempuan (sesama Islam) mereka, atau hamba sahaya yang mereka miliki, atau para pelayan laki-laki (tua) yang tidak mempunyai keinginan (terhadap perempuan) atau anak-anak yang belum mengerti tentang aurat perempuan. Dan janganlah mereka menghentakkan kakinya agar diketahui perhiasan yang mereka sembunyikan. Dan bertobatlah kamu semua kepada Allah, wahai orang-orang yang beriman, agar kamu beruntung.” (Q.S An-Nur Ayat 31)⁵⁰



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Pada poin ini, penulis akan menjawab rumusan masalah yang terdapat pada bab 1. Persepsi dari sepuluh informan yang beridentitas mahasiswa aktif program studi Ilmu Komunikasi lebih menunjukkan penerimaan secara penuh terhadap busana yang dikenakan pada video musik tersebut. Hal itu dapat dilihat dari setengah jumlah mereka yang menempati posisi hegemoni. Berbeda dengan informan yang beridentitas mahasiswa aktif prodi Komunikasi Penyiaran Islam. Dari total sepuluh orang, terdapat delapan orang yang menduduki posisi negoisasi, yang artinya tidak dapat menerima sesuatu secara penuh. Namun, bukan berarti tidak memberikan respon baik ataupun tertarik dengan busana yang dikenakan pada video musik tersebut, hanya saja diterima secara tidak keseluruhan. Melalui seluruh respon dari total dua puluh informan, tidak ditemukan satu saja informan yang sama sekali tidak dapat menerima penampilan busana yang ditunjukkan di video musik tersebut. Hal itu menjadikan tidak ada yang menempati posisi oposisi, dimana informan merespon penolakan terhadap sesuatu hal yang ia dapati.

B. Saran dan Rekomendasi

Berdasarkan data penelitian hingga kesimpulan, ada beberapa saran yang dapat dipertimbangkan menyangkut penerimaan fashion Korea dalam tata cara berbusana, antara lain:

1. Bersikap kritis

Diarus globalisasi sekarang ini, kita perlu mengedukasi diri sendiri terhadap beberapa

hal baru yang berasal dari manapun. Sekaligus memikirkan cara untuk dapat menyaring apakah hal tersebut bisamembawa dampak positif atau negatif dalam kehidupan diri sendiri.

2. Peduli dengan norma Indonesia

Tak jarang kita temui budaya asing yang masuk tidak sesuai dengan norma yang berlaku di Indonesia. Negara Indonesia masih menganut adat ketimuran yang lekat dengan kesopanan dalam hal berbusana. Sehingga, masyarakat Indonesia hidup dengan nilai-nilai standart kesopanan yang mereka yakini tersebut.

3. Menanamkan kecintaan pada negeri

Beberapa hal yang diturunkan oleh nenek moyang, terutama tentang cara berbusana orang Indonesia memberikan manfaat yang baik untuk diri sendiri yang menjadikan kita tidak mudah terbawa arus budaya asing yang mungkin dapat membawa dampak negatif.

4. Meningkatkan keimanan

Agama adalah pondasi utama bagi tiap manusia. Agar dapat mengontrol diri sendiri terhadap hawa nafsu yang dapat membawa ke jurang kenistaan. Agama memiliki peran sangat penting untuk kelangsungan umat. Sehingga, jika seseorang terbawa arus kesesatan, maka agama yang dapat menolongnya.

5. Bersikap selektif

Yang penting untuk dilakukan dalam menghadapi budaya luar adalah lebih selektif. Apa yang ada pada budaya luar

dianggap bisa memberikan inspirasi dan diterapkan dalam budaya kita, namun sebenarnya harus disesuaikan dulu dengan budaya Indonesia.

C. Keterbatasan Penelitian

Sama halnya dengan penelitian di luar sana, penulis juga memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian. Penulis menyadari bahwa penelitian ini belum dapat dikatakan sempurna terdapat kelemahan, kekurangan, dan keterbatasan. Namun setidaknya penulis sudah berusaha. Selama penelitian ini, penulis mengalami kendala keterbatasan waktu dan kesibukan lain di waktu bersamaan yang menjadikan kurangnya eksplorasi teori yang dapat menambah hasil penelitian. Adapun kendala teknis di lapangan yang menjadikan penelitian ini tidak sempurna yaitu saat penulis memilih metode penelitian kualitatif yang seharusnya penulis harus melakukan banyak interaksi dengan subyek dan objek penelitian. Hal ini, dilakukan di waktu yang tidak banyak karena rentan waktu penelitian yang sempit. Kendala terakhir adalah kurang fokusnya penulis dalam melaksanakan penelitian dikarenakan penulis masih memiliki kewajiban seperti magang dan aktif berorganisasi yang membuat penulis sadar akan kurangnya totalitas dalam melakukan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Rofiq Faudy. “Analisis Persepsi Pelajar Tingkat Menengah Pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus.” *Edukasia: Jurnal Penelitian Pendidikan Islam* 10, no. 1 (2015).
- Ermawati, Nanik, and Zamrud Mirah Delima. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, Dan Pengalaman Terhadap Minat Wajib Pajak Menggunakan Sistem E-Filing (Studi Kasus Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kabupaten Pati).” *Jurnal Akuntansi Indonesia* 5, no. 2 (2016): 163–174.
- FITRI, AYU, and Misnawati Desy. “PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP FASHION KOREA SELATAN (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Mahasiswa Universitas Bina Darma Yang Aktif Menonton Drama Korea).” Universitas Bina Darma, 2020.
- Ghassani, Adlina, and Catur Nugroho. “Pemaknaan Rasisme Dalam Film (Analisis Resepsi Film Get Out).” *Jurnal Manajemen Maranatha* 18, no. 2 (2019): 127–134.
- Heryanto, Gun Gun. *Media Komunikasi Politik*. IRCiSoD, 2018.
- KOMINFO, PDSI. “98 Persen Anak Dan Remaja Tahu Internet.” *Website Resmi Kementerian Komunikasi Dan Informatika RI*. Accessed January 11, 2023. http://index.php/content/detail/3836/98+Persen+Anak+dan+Remaja+Tahu+Internet/0/berita_satker.
- Littlejohn, Stephen W., and Karen A. Foss. *Encyclopedia of Communication Theory*. Vol. 1. Sage, 2009.

Morissan, Morissan. “Teori Komunikasi Individu Hingga Massa.” *Jakarta: Prenadamedia Group* (2015).

Mukarom, Zaenal. *Teori-Teori Komunikasi*. Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung ..., 2020.

Nur, A. R. “Hubungan Antara Kemandirian Dengan Penyesuaian Diri Dalam Lingkungan Kampus Pada Mahasiswa.” *Universitas Padjajaran, hal 3* (2015).

Poetri, Milla Riauzie, Ikma Citra Ranteallo, and Nazrina Zuryani. “Perilaku Konsumtif Remaja Perempuan Terhadap Trend Fashion Korea Di Jakarta Selatan.” *Jurnal Ilmiah Sosiologi 1, no. 03* (2015): 1–12.

Rahmah, Noorliana. “Persepsi Mahasiswa Terhadap Online Shop (Studi Deskriptif Tentang Persepsi Mahasiswa Surabaya Terhadap Online Shop Shopee).” *Universitas Airlangga, 2018*.

Rajab, Dyah Sri Lestari. “Resepsi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Terhadap Dakwah Melalui Instagram Ustadz@ Hanan_Attaki.” *Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2019*.

———. “Resepsi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Terhadap Dakwah Melalui Instagram Ustadz@ Hanan_Attaki.” *Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2019*.

———. “Resepsi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Terhadap Dakwah

Melalui Instagram Ustadz@ Hanan_Attaki.” Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2019.

Riyadi, Fahmi. “Resepsi Umat Atas Alquran: Membaca Pemikiran Navid Kermani Tentang Teori Resepsi Alquran.” *HUNAF: Jurnal Studia Islamika* 11, no. 1 (2014): 43–60.

Shafara, Larashinta Anindra. “Pengaruh Hallyu Terhadap Gaya Berpakaian Mahasiswa Bahasa Dan Kebudayaan Korea Universitas Indonesia Angkatan 2013= The Impacts of Hallyu towards the Fashion Style of Korean Literature and Culture Students University of Indonesia Batch 2013” (2017).

Simbolon, Maropen. “Persepsi Dan Kepribadian.” *Jurnal ekonomis* 1, no. 1 (2007): 52–66.

Sumartono, Sumartono, and Hani Astuti. “Terpaan Drama Korea Dan Perilaku Fashion Di Kalangan Mahasiswi Fikom Ubhara Jaya.” *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 10, no. 2 (2013).

Suryani, Any. “Analisis Resepsi Penonton Atas Popularitas Instan Video Youtube Keong Racun Sinta Dan Jojoe.” *Jurnal The Messenger* 5, no. 1 (2013): 39–45.

Tressia, Dara. “Daya Tarik Trend Fashion Korea Sebagai Budaya Populer Di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung.” Universitas Komputer Indonesia, 2013.

Tusnawati, Risa, and Devi Purnamasari. “Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Rokok U MILD Versi ‘Cowo Tau Kapan Harus Bohong.’” *Eprint. Dinus. Ac. Id* (2017).

Utami, R. I., and A. Herdiana. "Pemaknaan Pendengar Terhadap Iklan Testimoni Nutrisi Herbal Nariyah Di Radio Kasihku FM Bumiayu Dalam Teori Resepsi Stuart Hall." *Sadharananekarana: Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu* 3, no. 2 (2021): 509–520.

Wicaksono, Muhammad Alvin, and Dita Maryana. "Pengaruh Fenomena Tren Korean Wave Dalam Perkembangan Fashion Style Di Indonesia." *Jurnal Sosial-Politika* 2, no. 2 (2021): 74–85.

"Aspirazi Commers UINSA." *Medium*. Accessed December 27, 2022. <https://medium.com/@aspirazi.commers.uinsa>.

"ASPIRAZI UINSA (@aspirazi) • Foto Dan Video Instagram." Accessed December 27, 2022. <https://www.instagram.com/aspirazi/>.

"Indie Movie Community (@inviency_) • Foto Dan Video Instagram." Accessed December 27, 2022. https://www.instagram.com/inviency_.

"Intip Tren Fashion Korea Yang Diprediksi Akan Booming Di Tahun 2022, Yuk!" *Beauty Journal*. Last modified January 21, 2022. Accessed January 11, 2023. <https://journal.sociolla.com/lifestyle/tren-fashion-korea-booming-2022>.

"I-Radio." *Spotify*. Accessed December 27, 2022. <https://open.spotify.com/user/31atjvd7bkolwxeeii5e4xfpn4sm>.

"I-RADIO (@ilkomradio) • Foto Dan Video Instagram." Accessed December 27, 2022. <https://www.instagram.com/ilkomradio/>.

“Komunikasi Dan Penyiaran Islam.” Accessed December 27, 2022. <https://uinsby.ac.id/study/komunikasi-dan-penyiaran-islam>.

“KPI Corner (@kpicorner) • Foto dan video Instagram.” Accessed December 27, 2022. <https://www.instagram.com/kpicorner/>.

“Sebaran Matakuliah KPI | Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya | Building Character Qualities: For the Smart, Pious, Honorable Nation.” Accessed December 28, 2022. <https://uinsby.ac.id/pages/802/sebaran-matakuliah-kpi>.

“SPAN PTKIN.” Accessed December 28, 2022. <https://span-ptkin.ac.id/page>.

“Surah Al-Baqarah - سُورَةُ الْبَقَرَةِ | Qur'an Kemenag.” Accessed January 11, 2023. <https://quran.kemenag.go.id/surah/2/286>.

“Surah An-Nūr - سُورَةُ النُّورِ | Qur'an Kemenag.” Accessed January 11, 2023. <https://quran.kemenag.go.id/surah/24/31>.

“TV.COMMS (@tv.Comms) • Foto Dan Video Instagram.” Accessed December 27, 2022. <https://www.instagram.com/tv.comms/>.

UIN SUNAN AMPEL SURABAYA - Naufal, Mychild, Rizky - NEBENG (2022), 2022. Accessed December 27, 2022. <https://www.youtube.com/watch?v=mMu6MUbjfQA>.

“UMPTKIN 2022.” Accessed December 28, 2022. <https://um->

ptkin.ac.id/home/informasi.

“VISION COMMERS (@vis_commers) • Foto Dan Video Instagram.” Accessed December 27, 2022.
https://www.instagram.com/vis_commers/.

“VISION COMMERS (@vis_commers) • Foto Dan Video Instagram.” Accessed December 27, 2022.
https://www.instagram.com/vis_commers/.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A