

PENGARUH BUDAYA POPULER KOREA TERHADAP PERILAKU *MODELING* SISWA MADRASAH ALIYAH NEGERI

Ari Abi Aufa¹, Miftahul Mufid², Firda Rizka Rachma Wahdani³

Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri Bojonegoro

Email: kingari@gmail.com¹, miftahulumufid@unugiri.ac.id², firda.wahdani@gmail.com³,

Abstract: This study aimed to examine the existence of Korean popular culture on the modeling behavior of class XI students at MAN 1 Bojonegoro. The research approach used is quantitative with the correlation method. The sampling technique used is purposive sampling. Data were collected using a questionnaire distributed to 100 students of class XI MAN Bojonegoro. The data that has been obtained is then processed using the Pearson Product Moment formula through SPSS Version 25 for Windows. Based on the results of a simple linear regression analysis with the t-test, it can be seen that the t-value of the popular culture variable is 21.849, while the t-table value is 2.01174. The calculated t value is more significant than the t table, so it can be concluded that the popular culture variable (X) significantly affects the modeling behavior variable (Y).

Keywords: Korean popular culture, modeling, MAN 1 Bojonegoro

PENDAHULUAN

Proses globalisasi identik dengan kepentingan-kepentingan kaum kapitalis. Oleh karena itu, penyebaran informasi yang banyak mengandung nilai-nilai budaya luar di media saat ini tidak dapat dihindarkan. Hal tersebut lambat laun akan mempengaruhi budaya asli suatu negara (D, 2008). Fenomena tersebut secara tidak langsung dapat membentuk sebuah budaya baru, yaitu budaya populer. Keberadaan budaya populer tidak terlepas dari peranan Amerika Serikat. Negeri Paman Sam tersebut telah menebar benih industri budaya populer dan berhasil tumbuh subur di berbagai negara. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya *Music Television*. Budaya populer Korea telah berhasil menghipnotis semua orang, khususnya kalangan remaja. Para penggemar *boyband* dan *girlband* Korea memiliki idola kesayangan, mereka menyebutnya dengan istilah "bias". Grup musik tersebut berhasil memikat hati para pemirsa, karena mampu menyuguhkan gerakan yang kompak dengan dipadukan konsep musik yang bagus. Selain itu, *Korean Wave* juga memberikan peningkatan dalam industri fashion. Produk fashion yang sangat diminati oleh semua kalangan, meliputi industri konveksi dan kecantikan. Berbagai faktor penyebaran *Korean Wave* mengakibatkan banyak remaja antusias untuk mempopulerkan budaya Korea, dibandingkan dengan budaya bangsanya sendiri. Dzakkiyah Nisrina, dkk. dalam penelitiannya menyatakan bahwa penyebaran *Korean Wave* yang sangat cepat ini didukung oleh adanya jaringan internet. Para remaja saat ini yang disebut sebagai generasi milenial sangat mudah menjangkau berbagai informasi, termasuk tentang hal-hal yang berkaitan dengan budaya Korea. Di sisi lain, hal tersebut dapat menyebabkan remaja untuk bersikap konsumerisme. Mereka gemar mengoleksi berbagai

jenis barang yang berkaitan dengan boyband/girlband dan artis Korea idolanya, seperti album CD, poster, *photocard*, dan lain sebagainya, sehingga tidak dapat mengontrol pengeluaran.

Secara umum, Korean Wave memberikan dampak negatif bagi generasi milenial (Putri L. A., 2020) Di antaranya, yaitu membuang-buang waktu untuk hal yang tidak produktif, pemicu sikap boros dan mempengaruhi gaya berpakaian, terutama untuk perempuan. Siswa MAN 1 Bojonegoro pun tak luput dari pengaruh budaya populer Korea. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, motif utamanya adalah untuk menghilangkan kejenuhan. Hal tersebut ditimbulkan karena jadwal pelajaran yang padat, sehingga waktu istirahat dan jam kosong dihabiskan untuk menikmati musik *K-Pop*, menonton drama Korea, ataupun mencari kabar terbaru bintang idolanya melalui instagram dan media sosial lainnya. Siswa yang duduk dibangku MAN 1 Bojonegoro tergolong dalam remaja awal. Remaja awal adalah bentuk transisi dari dari anak-anak menuju kedewasaan yang hampir sempurna. Menurut Erikson, pada masa remaja akan timbul perasaan baru yang berkaitan dengan identitas diri. Hal tersebut menyebabkan timbulnya gaya hidup yang baru untuk menempatkan dirinya, agar tetap diketahui keberadaannya, meskipun telah mengalami perubahan, baik pada dirinya, maupun kehidupan sehari-harinya (Yulia, 2008). Remaja awal lebih suka menirukan perilaku orang lain, seperti orang tua, tokoh idola, dan lain sebagainya. Namun, agama Islam melarang umat Muslim untuk meniru dan berperilaku menyerupai orang non-muslim

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ida Ri'aeni dengan judul "Pengaruh Budaya Korea Terhadap Remaja di kota Cirebon" menjelaskan bahwa produk budaya Korea banyak sekali jenisnya, misalnya lagu, film, gaya hidup dan produk-produk industri yang sudah familiar dan menjangkit ke kalangan remaja (Ri'aeni, 2019).

Selain itu ada juga penelitian dengan judul "Menjadi Korean di Indonesia: Mekanisme Perubahan Budaya Indonesia-Korea" oleh Kiki Zakiah dkk. Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa pengaruh budaya Korea sangat luar biasa dampaknya bagi kalangan remaja. Bahkan dengan adanya tayangan-tayangan yang berasal dari Korea, misalnya musik, film drama, gaya penampilan mampu menghipnotis kalangan remaja. Nyarisnya bagi remaja yang sudah terjangkit virus Korea ini memberi julukan pada komunitasnya sebagai Korean. Ada sisi negatif dan positif dari peristiwa ini. Sisi negatifnya adalah terkadang remaja menjadi boros untuk membeli produk yang berbau Korea karena dengan alasan ingin meniru idolanya. Sisi positifnya kalangan remaja akan lebih hidup hemat untuk menabung dengan alasan ingin membeli produk seperti yang dipakai idolanya (Zakiah, 2019).

Melihat fenomena demikian, maka peneliti merasa perlu melakukan penelitian dengan sasaran objek penelitian adalah siswa Madrasah. Sebab jika selama ini yang kita jumpai para remaja Korean identik dengan siswa sekolah umum. Tidak ada salahnya jika meneliti siswa yang

berada di Madrasah. Sebab jika seseorang sudah mengidolakan sesuatu atau idolanya, maka segala hal akan dilakukan supaya keinginannya bisa tercapai.

METODE

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan spesifikasi penelitian bersifat korelasi. Studi korelasi yang dimaksud adalah mengenai keterkaitan antar dua variabel, bukan hanya sebab akibat, melainkan juga berupa timbal balik antara dua variabel.

Populasi pada penelitian terdiri dari seluruh siswa kelas XI Madrasah Aliyah Negeri 1 Bojonegoro yang berjumlah 354 siswa. Populasi tersebut terdiri dari kelas XI program jurusan IPA sebanyak 178 siswa, kelas XI program jurusan IPS sebanyak 143 siswa, dan kelas XI program jurusan Agama sebanyak 33 siswa. Adapun pada penelitian ini diambil 100 orang siswa untuk dijadikan sebagai sampel. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik non-probability sampling jenis purposive sampling. Oleh karena itu, peneliti menyusun beberapa indikator bagi subjek penelitian yang dinilai memenuhi kriteria tujuan penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala Likert. Skala likert di sini berfungsi untuk mengukur variabel budaya populer Korea dan variabel perilaku modeling siswa. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari observasi, kuesioner, wawancara, dan dokumentasi.

Analisis yang dimaksud adalah menguji hipotesis penelitian untuk membuktikan hipotesis yang telah diajukan. Data yang telah dikumpulkan, selanjutnya dikelompokkan dan diolah. Kemudian data dianalisis sesuai dengan bentuk dan jenisnya. Adapun uji prasyarat yang digunakan pada penelitian ini di antaranya adalah uji normalitas dengan teknik Kolmogorov Smirnov, uji regresi linier sederhana, dan uji hipotesis statistik dengan teknik Korelasional Product Moment Pearson.

Hipotesis Kerja (Ha) : Bahwa budaya populer Korea berpengaruh terhadap perilaku modeling siswa kelas XI di MAN 1 Bojonegoro.

Hipotesis Nol (H0) : Bahwa budaya populer Korea tidak berpengaruh terhadap perilaku modeling siswa kelas XI di MAN 1 Bojonegoro.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Budaya Populer Korea

Pada dasarnya, budaya populer terdiri dari dua kata, yaitu 'Budaya' dan 'Populer'. Budaya diartikan sebagai pikiran; akal budi; adat istiadat; sesuatu yang berkaitan dengan hasil karya budi (Pena, Kamus Bahasa Indonesia, 2011), Sedangkan populer diartikan sebagai segala hal yang digemari oleh masyarakat; dikenal dan diterima oleh masyarakat; sesuatu yang berhubungan

dengan kebutuhan banyak orang (Pena, Kamus Bahasa Indonesia , 2011) Jadi, budaya populer dapat didefinisikan sebagai budaya yang dihasilkan secara massal, menjadi ikon budaya massa, dan bersifat komersial. Adapun ciri khas budaya populer, meliputi Tren; Keseragaman produk; Adaptabilitas; Durabilitas; dan Profitabilitas. Korea Selatan telah berhasil merintis industri budaya populer sejak 1990-an. Remaja pada masanya akan berloba-lomba untuk mencari jati diri, mulai menjelajah segala informasi yang membuat dirinya penasaran. Termasuk dengan sesuatu hal yang menjadin idolanya (Angelicha, 2020).

Secara luas, popularitas globalnya dapat diamati dalam dua fenomena budaya utama, yaitu Hallyu (한류, 韓流), yang lebih terlihat di kawasan Asia; dan Fandom Kultus Film bergenre Korea, yang lebih terlihat di Barat. Korea sekarang ini mulai melebarkan sayapnya ke berabagai belahan dunia, tak terkecuali di negara Indonesia. Produk yang dihasilkan dari Korea mampu menghipnotis masyarakat dunia, khususnya para remaja (Nisak, 2015).

Terjemahan literal Hallyu adalah "Gelombang Korea" dan istilah ini mengacu pada popularitas regional di Korea Selatan. Produk budaya Korea dapat dijumpai di bioskop, drama televisi, musik populer, dan fashion di Asia (Jung, 2011). Asal-usul Hallyu dapat dipeloppori oleh kesuksesan drama televisi yang bertajuk *What Is Love?*. Drama tersebut diputar pada CCTV (Chinese Central Television) di China, Juni 1997. Pangsa penontonnya mencapai rekor tertinggi yang diraih oleh serial drama asing yang akan disiarkan di Cina, yaitu sebesar 16,6%. Selain itu, Hallyu juga berkembang di bioskop dengan kesuksesan regional dari film Blockbuster *Shiri* (1999) di Asia. Di Jepang, *Shiri* menjual lebih dari 1,2 juta tiket. Di sisi lain, Hallyu juga terlihat dalam musik populer. BoA merupakan seorang penyanyi wanita Korea Selatan dan menjadi superstar regional di Asia setelah semua album dan sejumlah single-nya mencapai puncak tangga lagu Oricon Jepang. Namun, baru pertama kali diputar pada April 2003 drama *Winter Sonata* di NHK (Nippon Hoso Kyokai/Japan Broadcasting Corporation) (Prasanti, 2020). Hal tersebut menyatakan bahwa Hallyu menjadi fenomena budaya populer regional di Asia seperti saat ini. Secara umum, budaya populer Korea terdiri dari beberapa jenis, yaitu sebagai berikut.

1. Drama Korea

Drama Korea merupakan sebuah drama mini seri yang ditayangkan melalui siaran televisi dan diproduksi dalam bahasa Korea. Drama ini telah berhasil membius pemirsanya di seluruh kawasan Asia. Drama Korea dibedakan menjadi tiga macam. Pertama, jenis mengambil setelah pertunjukan barat yang pendek, penutup ceria, dan tanpa referensi seksual yang jelas sering ditemukan dalam dramatisasi barat. Drama ini umumnya menceritakan tentang pertikaian tawar-menawar uang, serta kasih sayang ibu dan anak. Kedua, sebuah drama yang menceritakan tentang cinta segitiga, di mana pemeran utama wanita biasanya jatuh hati pada seorang yang nakal dengan karakter utama menyerangnya. Tayangan tersebut berjalan dari 16 adegan hingga

lebih dari 100. Ketiga, jenis penting lainnya adalah Sa Geuk, pertunjukan sejarah Korea. Acara ini menceritakan kisah fiksi sejarah Korea.

Drama semacam itu biasanya mencakup alur cerita yang rumit, pakaian, set, dan perangkat tambahan yang rumit pula. Seni bela diri, pertarungan pedang dan kuda poni secara teratur menjadi bagian besar dari dramatisasi sejarah Korea (K, 2016). Drama Korea biasanya sering menonjolkan mode-mode yang terkenal dan populer. Para artis pemain drama pun akan ditata dengan penampilan sesuai yang sedang trend di Korea (Putri D. , 2022). Menonton drama Korea biasanya akan menjadikan kecanduan bagi penontonya. Sering kali kita jumpai kalangan remaja rela untuk menunda makan ataupun istirahatnya hanya karena tidak mau ketinggalan episode drama Korea (Herpina, 2017).

Adapun faktor yang mempengaruhi intensitas atau rasa candu menonton drama Korea ini diantaranya rasa ingin tahu alur cerita yang seakan-akan sudah menghipnotis para penontonya. Secara sadar hal ini akan berdampak pada psikologis para penontonya yang rata-rata usia remaja. Dampak fenomena konsumenisme budaya Korea sangat terlihat jelas dari perubahan misalnya psikis, stylis, dan produk-produk yang dibelinya (Perdana, 2021).

2. Musik *K-Pop*

Gelombang Korea tidak terbatas pada drama TV. Korean Wave jenis baru dipelopori oleh grup idola wanita Korea yang terkenal seperti Girls generation, Kara, dan Wonder Girls. Korean Wave cukup menarik minat dan perhatian orang Asia. Saluran berbasis Hong Kong "V" mulai menampilkan Pop Korea video musik di akhir 1990-an. Kesuksesan H.O.T, Shinwha, NRG, dan girl band Baby Vox di Hong Kong, Taiwan, dan Cina muncul sebagai yang episentrum budaya pop yang berikutnya.

Penampilan grup boyband dan girlband cukup menarik perhatian dunia, khususnya bagi generasi muda. Sama halnya di negara-negara tetangga, remaja di Indonesia pun menyambut kehadiran grup musik Korea tersebut dengan sangat antusias. Setaip grup musik memiliki identitas penggemar yang berbeda-beda, misalnya Elf untuk penggemar Super Junior, VIP untuk penggemar Big Bang, ARMY untuk penggemar BTS, dan lain sebagainya. Komunitas penggemar grup musik Korea tersebut juga telah hadir di Indonesia.

Hal tersebut memberikan pengaruh dan dampak dalam kehidupan sosial. Setelah berhasil menghipnotis masyarakat dengan romansa Drama Korea, kemudian berkembang dalam dunia musik. Kondisi tersebut terus dipelajari oleh para pakar seni di Indonesia. Maraknya boyband dan girlband Korea membuka salah satu peluang bisnis besar dalam industri hiburan di Indonesia. Kecenderungan generasi muda yang menyukainya mendorong para pencipta musik Indonesia untuk mengikuti kecenderungan tersebut. Saat itu pula terbentuklah grup musik boyband dan girlband yang identik dengan budaya populer Korea. Berbagai karya seni dan musik

mulai dibawakan oleh artis-artis Indonesia dengan ide Korea, seperti Smash, Cherrybelle, dan 7icons (M, 2015).

3. *Fashion dan Korean Style*

Pada umumnya, cara berpakaian para entertainer drama Korea, para personil boyband dan girlband Korea sama halnya dengan penampilan orang-orang Asia, namun mereka lebih berani untuk mencetuskan kombinasi warna. Gaya berpakaian pria lebih feminin, tidak hanya dari jenis V-neck atau dengan potongan rendah, kosmetik dan penataan rambut pun tampil begitu anggun dan manis, bahkan sepatu yang mereka kenakan pun menampilkan warna dengan corak yang terang.

Sedangkan perempuan memiliki gaya penampilannya dengan nuansa stocking tipis setinggi paha, atau bahkan kaos kaki yang menggemaskan adalah hal wajib untuk dikenakan. Kemudian, dalam kehidupan sehari-hari, mereka mengenakan pakaian sesuai dengan musim. Satu hal yang menarik dari gaya penampilan wanita Korea adalah mengenakan atasan yang ditutupi dengan cardigan dan mini blazzer, meskipun dasarnya pendek dan sedikit terbuka (Astuti, 2013). Orang Korea gencar mempromosikan produknya melalui platform belanja online. Tujuannya tidak lain adalah agar pengaruh imitasi gaya busananya cepat terinternalisasi dalam gaya hidup remaja Indonesia (Hadiyani, 2021).

Remaja adalah seseorang yang dipandang sebagai orang dewasa. Remaja menurut negara-negara Barat disebut dengan istilah *adolescence* yang berasal dari bahasa Latin *adolescere*, artinya berkembang menjadi dewasa (Wulandari, 2019). Budaya Amerika menyebut pubertas sebagai periode *Storm and Stress*, ketidakpuasan dan penderitaan, masa yang bermasalah, masa penuh mimpi dan fantasi, utamanya mengenai dunia percintaan, dan sensasi larangan dari kehidupan sosial-sosial orang dewasa (Desnita, 2015).

Secara umum, remaja dibedakan menjadi tiga fase, yaitu: Remaja awal. Karakteristik remaja awal, yaitu kecenderungan bersifat negatif pada jasmani, mental, prestasi, serta sikap sosial. Hal tersebut disebabkan oleh pemikirannya yang kritis ketika melihat realita orang-orang beragama yang hipokrit; Remaja madya. Fase kedua ini remaja motivasi hidup seorang remaja mengalami peningkatan. Selain itu, mereka juga banyak teman yang memahaminya, serta membantunya dalam berbagai keadaan. Di samping itu, remaja madya merupakan masa pencarian jati diri yang dipandang bernilai dan pantas; dan Remaja akhir. Fase ini ditandai dengan keberhasilannya dalam menemukan pendirian hidup yang matang. Selain itu, jika seorang remaja mampu memenuhi tugas-tugas perkembangannya dengan baik, maka ia telah siap menuju fase kedewasaan. Pada fase ini, remaja lebih bersikap positif, disertai dengan kedewasaan intelektual. Selain itu, religiusitas remaja akhir juga mengalami peningkatan, mereka memiliki penghayatan rohaniyah yang tenang, setelah melalui proses pencarian jati diri. Ia mampu membedakan antara agama sebagai doktrin atau ajaran manusia.

Perilaku remaja yang timbul dalam kehidupan sehari-hari merupakan hasil dari adanya pengaruh oleh beberapa faktor. Adapun faktor-faktor tersebut di antaranya adalah sebagai berikut. Iklim keluarga, meliputi interaksi sosi-emosional dan perlakuan seorang individu dengan setiap anggota keluarganya. Jika dalam sebuah keluarga terjalin hubungan baik, harmonis, serta sikap perlakuan yang positif dari orang tua terhadap anaknya, maka remaja akan mampu mengembangkan identitasnya secara religius dan sehat. Sebaliknya, jika sebuah keluarga hubungannya penuh konflik, dan orang tua bersikap keras dan kurang memberikan kasih sayang, maka remaja akan mengalami penuh kebingungan, kegelisahan remaja, atau frustrasi. Hadis di atas menjelaskan tentang status fitrah setiap anak, baik anak seorang muslim, maupun anak orang non-muslim.

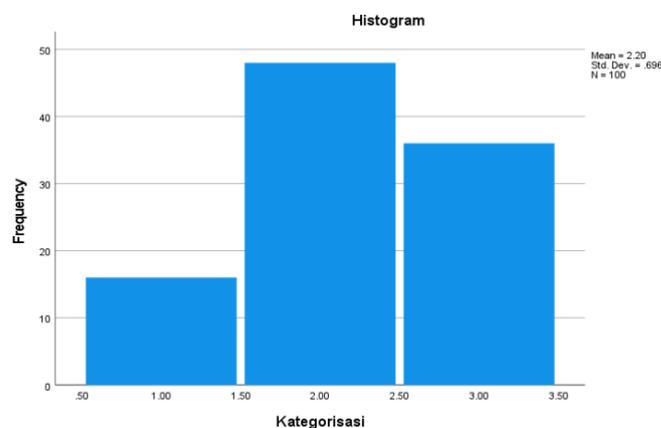
Hadis tersebut juga memperkuat bahwa pengaruh orang tua sangat dominan dalam membentuk kepribadian seseorang, dibandingkan dengan faktor-faktor lainnya. Kedua orang tua mempunyai tanggung jawab yang lebih besar dalam mendidik anaknya. Seseorang yang berperan sebagai figur yang memiliki kedudukan istimewa menurut pandangan masyarakat disebut tokoh idola. Figur tersebut berasal dari kalangan selebritas, seperti penyanyi, bintang film, olahragawan, dan juga pahlawan. Di sisi lain, agama Islam mengajarkan bahwa seorang tokoh yang pantas dijadikan sebagai idola dan suri teladan adalah Nabi Muhammad SAW. sebab beliau memiliki kepribadian dan budi pekerti yang luhur. Empat tipe kepribadian yang dimiliki Baginda Nabi Muhammad SAW., yaitu pemikir, pekerja, seniman, dan jiwa yang selalu taat dalam beribadah. (Shihab, 2002) Peluang pengembangan diri. Pengembangan diri memberikan peluang bagi remaja untuk menguji kemampuan yang dimiliki dalam realitas kehidupan yang lebih konkret. Hal tersebut memacu remaja untuk menggali berbagai pengalaman, seperti menyampaikan gagasan, melakukan pekerjaan, dan berinteraksi dengan orang lain, sehingga dapat terbentuk karakter dan identitas bagi generasi remaja (Yusuf S. , 2011). Pengaruh sosial. Gaya interaksi yang positif ataupun negatif pada seorang remaja sangat dipengaruhi oleh lingkungan sosial yang mengelilinginya. Penyesuaian diri dan adaptasi sosial yang baik, maka akan menghasilkan perilaku yang baik pula. Remaja tidak menciptakan perilaku sosialnya secara spontan. Perilaku sosial dapat dipengaruhi oleh tipe-tipe perilaku yang dominan, baik dalam keluarga, teman sebaya, ataupun masyarakat. Perkembangan intelektual dan mental juga berpengaruh langsung terhadap perilaku sosial. Perilaku sosial remaja sangat dipengaruhi oleh lingkungan teman sebaya.

Permodelan atau modeling merupakan inti dari teori belajar sosial yang dipopulerkan oleh Albert Bandura. Teori tersebut menerima berbagai prinsip teori belajar yang lebih menekankan pada tanda-tanda perubahan perilaku dan proses mental internal. Teori ini menjelaskan tentang adanya perubahan perilaku yang diambil oleh seseorang disebabkan karena adanya pengaruh dari lingkungan sekitarnya. Bandura juga menyatakan bahwa banyak orang

yang melakukan proses belajar melalui tahapan pengamatan yang dilakukan dengan selektif dan membuka memori tentang tingkah laku orang lain (Isti'adah, 2020)

Modeling merupakan siklus yang berasal dari proses seseorang dalam memperhatikan orang lain. Modeling juga disebut sebagai peniruan atau imitasi, identifikasi, belajar observasional, dan vicarious learning. Tipe dasar modeling dibedakan menjadi tiga. Pertama, Overt Modeling, terjadi ketika satu orang atau lebih mendemonstrasikan perilaku yang akan dipelajari. Kedua, Live Model merupakan contoh hidup yang dapat berupa konselor profesional, guru, atau teman sebaya. Ketiga, Symbolic Modeling, merupakan permodelan yang melibatkan ilustrasi perilaku target melalui rekaman video atau audio. Tipe modeling ini memungkinkan konselor profesional untuk memiliki control yang lebih besar atas keakuratan demonstrasi perilakunya (Bradley, Teknik yang Harus diketahui Setiap Konselor, 2016).

Data variabel budaya populer Korea diperoleh melalui kuesioner yang telah divalidasi. Angket tersebut terdiri 19 pernyataan. Adapun hasil pengolahan data dengan bantuan SPSS Versi 25 menunjukkan bahwa nilai tertinggi sebesar 84, nilai terendah sebesar 19, rata-rata sebesar 56,1, median sebesar 58, modus sebesar 68, variansi sebesar 226,939, dan simpangan baku sebesar 15,06451. Dapat diketahui tingkat ketertarikan siswa terhadap budaya populer Korea kategori rendah sebanyak 16%, kategori sedang sebanyak 48%, dan kategori tinggi sebanyak 36%. Hal tersebut menunjukkan bahwa ketertarikan siswa kelas XI MAN Bojonegoro terhadap budaya populer Korea tidak tinggi dan juga tidak rendah, namun sedang. Data tersebut dapat dipresentasikan dalam bentuk histogram seperti di bawah ini.

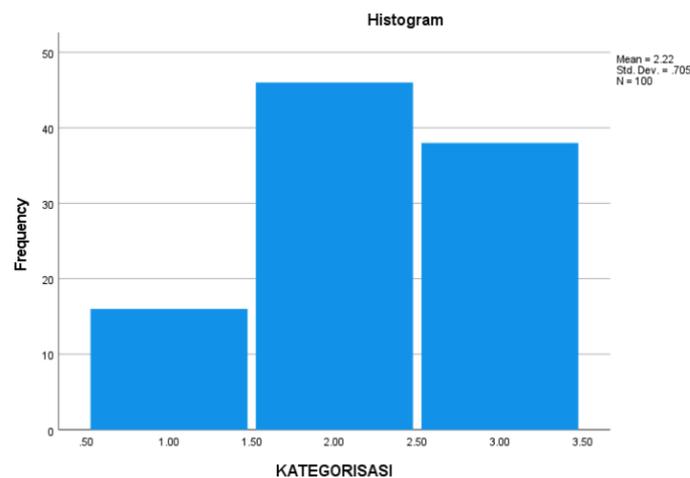


Gambar 1. Data Tentang Budaya Populer Korea

Data variabel perilaku modeling siswa MAN 1 Bojonegoro diperoleh dari responden sebanyak 100 siswa kelas XI, baik dari program peminatan/jurusan Agama, IPA, maupun IPS. Adapun hasil pengolahan data dengan bantuan SPSS Versi 25 dapat diketahui bahwa nilai tertinggi sebesar 121, nilai terendah sebesar 34, rata-rata sebesar 84,44, median sebesar 85,5, modus sebesar 80, variansi sebesar 401,784, dan simpangan baku sebesar 20,04456. Kemudian

data tersebut dibentuk beberapa kategori yang menunjukkan tentang intensitas perilaku modeling siswa terhadap budaya populer Korea.

Untuk persentase tertinggi terletak pada kategori sedang, yaitu sebesar 46%. Hal tersebut menyatakan bahwa intensitas perilaku modeling di MAN 1 Bojonegoro memiliki kecenderungan yang tidak tinggi dan juga tidak rendah, tapi tergolong sedang. Data tersebut dapat dipresentasikan dalam bentuk histogram seperti di bawah ini.



Gambar 2. Perilaku Modeling Siswa

Pada penelitian ini, taraf signifikansi yang digunakan adalah $\alpha = 0,05$ dengan sampel 100 siswa, maka diperoleh nilai r_{tabel} yang sebesar 0,195. Berdasarkan hasil perhitungan dengan *SPSS 25 for Windows* dapat diketahui bahwa dari 45 pernyataan tersebut memiliki nilai r_{xy} di atas dari r_{tabel} . Jadi, seluruh butir instrumen dinyatakan valid. Adapun hasil uji reliabilitas penelitian mendeskripsikan bahwa 19 butir instrumen pada variabel X memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,939. Sedangkan 26 butir instrumen pada variabel Y memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,955. Berdasarkan dasar pengambilan keputusan, maka butir instrumen penelitian pada variabel X dan Y dinyatakan reliabel dengan tingkat konsistensi yang kuat, sebab memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,7.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas *Kormogolov-Smirnov*

ONE-SAMPLE KOLMOGOROV-SMIRNOV TEST			
		<i>Unstandardized Residual</i>	
N		100	
NORMAL PARAMETERS		<i>Mean</i>	0
		<i>Std. Deviation</i>	8.2724164
MOST DIFFERENCES	EXTREME	<i>Absolute</i>	0.047
		<i>Positive</i>	0.046
		<i>Negative</i>	-0.047
TEST STATISTIC		0.047	
ASYMP. SIG. (2-TAILED)		.200	
MONTE CARLO SIG. (2-TAILED)^E		<i>Sig.</i>	0.848
		<i>99% Confidence Interval</i>	<i>Lower Bound</i> 0.839
			<i>Upper Bound</i> 0.857

Hasil uji normalitas penelitian yang telah dihitung menggunakan bantuan SPSS Statistic Versi 25 menunjukkan bahwa nilai signifikansi *Asymp. Sig. (2-tailed)* 0,200 lebih besar dari 0,05. Jadi, dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

Tabel 2. Koefisien Korelasi

Model Summary				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. The error of the Estimate</i>
1	.911 ^a	.830	.828	8.31452

a. Predictors: (Constant), Budaya Populer Korea

Nilai koefisien korelasi (*R*) sebesar 0,911 pada table di atas dapat diinterpretasikan bahwa kedua variabel memiliki hubungan atau korelasi. Sedangkan nilai koefisien determinasi (*R Square*) adalah sebesar 0,830. Hal tersebut dapat menyatakan bahwa pengaruh budaya populer Korea terhadap perilaku modeling siswa adalah sebesar 83%, sedangkan 17% perilaku modeling siswa dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti.

Tabel 3. Hasil Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a						
<i>Model</i>		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1	(Constant)	16.448	3.221		5.106	.000
	Budaya Populer Korea	1.212	.055	.911	21.849	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Modeling

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai t untuk variabel budaya populer adalah 21,849, sedangkan nilai t_{tabel} adalah 2,01174. Karena nilai t_{hitung} lebih menonjol daripada nilai t_{tabel} , maka dapat dikatakan bahwa variabel budaya populer (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku modeling siswa (Y). Kemudian angka-angka tersebut selanjutnya dimasukkan dalam persamaan regresi berikut ini.

$$\hat{Y} = a + bX$$

$$\hat{Y} = 16,448 + 1,212X$$

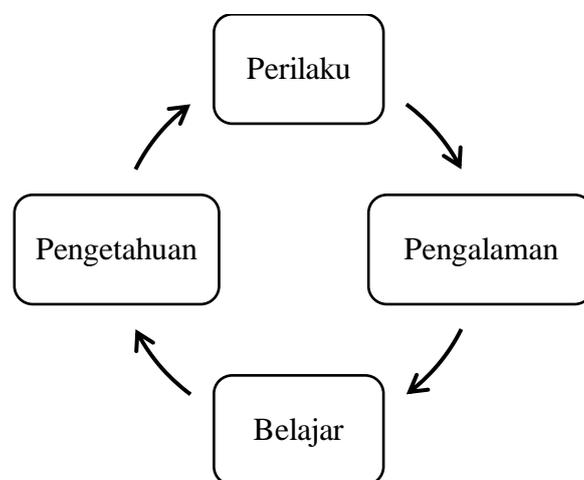
Dari persamaan regresi di atas dapat diketahui a merupakan angka konstan yang nilainya sebesar 16,448. Angka tersebut menyatakan bahwa jika tidak ada budaya populer Korea (X), maka nilai konsisten perilaku modeling siswa (Y) adalah sebesar 16,448. Sedangkan b merupakan koefisien regresi yang nilainya sebesar 1,212. Hal tersebut menyatakan bahwa setiap penambahan 1% tingkat ketertarikan budaya populer Korea, maka perilaku modeling siswa akan meningkat sebesar 1,212. Koefisien regresi bernilai positif, maka budaya populer Korea berpengaruh secara positif terhadap perilaku modeling siswa MAN 1 Bojonegoro.

Perilaku modeling yang dimaksud pada penelitian ini menunjukkan pada klasifikasi tipe *Symbolic Modeling*, yaitu permodelan yang diperoleh melalui video maupun audio. Siswa yang sering menonton drama Korea dan mendengarkan musik *K-Pop*, maka perilakunya akan mudah terpengaruh oleh budaya populer Korea. Perilaku modeling terhadap budaya populer Korea memiliki pengaruh yang signifikan, sebab responden memiliki atensi yang cukup tinggi pada drama Korea dan musik *K-Pop*. Mereka juga aktif mengikuti perkembangan budaya populer Korea, seperti menggali informasi terkait lagu *K-Pop* terbaru dan kabar terbaru mengenai bintang idolnya melalui instagram, YouTube, dan jejaring sosial lainnya. Di samping itu, para penggemar budaya populer Korea juga berusaha untuk mempelajari dan menirukan segala sesuatu mengenai budaya populer Korea, baik gaya bahasa, gaya berpakaian, bahkan makanan Korea yang dikenal dengan istilah *Korean Street Food*. Hal tersebut dilakukan karena adanya dorongan dan penguatan dari dalam dirinya, maupun dari pengaruh orang lain.

Akibat dari perilaku modeling yang mendapatkan retensi dan *reinforcement* dengan intensitas yang cukup tinggi, maka siswa menjelma menjadi penggemar budaya populer Korea yang fanatik. Mereka akan mengalami beberapa peristiwa psikis ketidaksadaran. Carl Gustav Jung membagi peristiwa yang tidak disadari menjadi dua jenis. *Pertama*, individu tidak menyadari, khususnya hal-hal berbeda yang diperoleh seseorang selama hidupnya (Suryabrata, 1983) Ketidaksadaran tersebut, meliputi berbagai hal mendesak, ingatan yang terlupakan, serta segala sesuatu yang dapat diamati, dipikirkan, dan dirasakan di bawah ambang kesadaran. Remaja yang sudah berlebihan mengidolakan budaya Korea dikhawatirkan memiliki sikap nasionalisme yang rendah. Jika hal ini terjadi maka sikap nasionalisme akan mudah pudar (Mufidah, 2021).

Hal tersebut ditunjukkan oleh perilaku siswa dengan melakukan ketidaksadaran secara pribadi melalui pengalaman-pengalaman pribadi, serta pikiran-pikiran yang didorong masuk menuju ketidaksadaran, sehingga tidak memperhatikan dampaknya. Ia merasa puas, jika telah melakukan dan meniru segala sesuatu yang berkaitan dengan budaya populer Korea. Perilaku modeling yang ditunjukkan oleh siswa MAN 1 Bojonegoro pada data di atas menunjukkan bahwa hal-hal yang diamati serta pengalaman pribadi yang didapatkan, seperti menirukan ungkapan dalam bahasa Korea, mengubah gaya penampilannya, mengonsumsi *Korean Street Food*, dan lain sebagainya. Sebaliknya, jika siswa tidak menirukan berbagai hal tentang budaya Korea, ia merasa tidak bersemangat dalam melakukan berbagai hal.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan guru BK MAN 1 Bojonegoro, maka dapat diketahui bahwa musik *K-Pop* dan serial Drama Korea merupakan tontonan yang bertujuan sebagai sarana hiburan dan rekreasi. Salah satu penyebab utamanya adalah penampilan dari artis Korea yang rupawan. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan beberapa siswa. Mereka mengaku bahwa terdapat banyak inspirasi dalam alur cerita yang disuguhkan, serta para pemeran yang rupawan, sehingga mereka mengalami kecanduan untuk selalu mengikuti perkembangan Drama Korea terbaru. Perilaku tersebut akan memicu gaya hidup mereka menjadi lebih konsumtif, sebab mereka membutuhkan lebih banyak kuota internet, mengoleksi berbagai atribut, dan mengonsumsi jajanan Korea. Hal tersebut sesuai dengan “Teori Belajar” yang dipopulerkan oleh salah satu penganut aliran Behaviorisme, Albert Bandura. Menurutnya, perilaku dilahirkan melalui sebuah pengalaman. Selanjutnya pengalaman membawa seseorang untuk melakukan proses belajar, sehingga dapat menghasilkan sebuah pengetahuan. Kemudian pengetahuan tersebut berperan penting dalam menentukan perilaku-perilaku manusia (Mahmud, 2010). Proses tersebut terjadi secara berulang-ulang, sehingga dapat digambarkan seperti siklus di bawah ini.



Gambar 3. Siklus Belajar Albert Bandura

Kedua, ketidaksadaran kolektif, yaitu ketidaksadaran yang mengandung isi-isi yang diperoleh selama pertumbuhan jiwa secara menyeluruh. Hal tersebut meliputi cara-cara reaksi manusia yang khas sejak zaman dahulu dalam menghadapi situasi ketakutan, bahaya, perjuangan, kelahiran, kematian, dan sebagainya. Ketidaksadaran kolektif yang diperoleh akibat perilaku modeling dapat ditunjukkan dengan adanya beberapa manifestasi, yaitu:

Pertama, perilaku *Symptom* Dan Kompleks. Perilaku-perilaku yang masih dapat disadari oleh penggemar budaya populer Korea ditunjukkan dengan adanya tanda bahaya yang memberitahu bahwa ada sesuatu dalam kesadaran yang kurang. Oleh karena itu, diperlukan adanya perluasan menuju alam ketidaksadaran, serta dapat menjadi perangsang agar lebih giat dalam melakukan suatu hal. Berdasarkan data di atas, dapat diketahui bahwa siswa yang telah melakukan perilaku modeling merupakan suatu tanda bahaya bahwa ada suatu kesadaran yang kurang, sehingga perlu perluasan menuju ketidaksadaran berupa seiring berjalannya waktu siswa mulai terbiasa dengan perilaku modeling, bahkan perilaku modeling dianggap sebagai suatu kebutuhan dan penyemangat hidup.

Kedua, yaitu Mimpi, Fantasi, Khayalan. Siswa yang sering mengonsumsi budaya populer Korea memiliki keinginan atau angan-angan yang tidak dapat direalisasikan. Ia berkhayal telah memiliki hubungan spesial dengan personel grup *boyband/girlband* Korea. Selain itu, ia juga mengaku pernah bermimpi tentang bintang Korea idolanya yang datang untuk menemuinya. Bahkan, ia juga berangan-angan suatu saat bisa pergi ke Korea untuk menemui bintang Korea idolanya.

Ketiga yaitu *Archetypus* adalah bentuk pendapat instinktif beserta reaksinya terhadap situasi tertentu yang terjadi diluar kesadaran. *Archetypus* merupakan bawaan sejak lahir dan tumbuh pada ketidaksadaran kolektif selama perkembangan manusia. Oleh karena itu, perilaku dan reaksi yang ditimbulkan sama dengan yang telah dilakukan oleh leluhurnya. Siswa mewarisi perilaku yang sama oleh orang tuanya. Jika sejak awal orang tua gemar menonton serial drama Korea, maka secara tidak langsung anaknya akan meniru perbuatan tersebut dan menjadikannya sebagai *role model*.

Selain dua jenis ketidaksadaran seperti yang dipaparkan di atas, ada pula beberapa bentuk khusus isi ketidaksadaran yang dialami oleh siswa. Bayang-bayang terbentuk dari fungsi inferior serta sikap jiwa yang inferior. Siswa yang gemar menonton serial drama Korea atau video musik *K-Pop* dengan intensitas tinggi, sering dihadiri oleh bayang-bayang dengan mendatangkan keyakinan baru. Karena menganggap ada kekurangan yang tidak disadari, maka dengan pertimbangan moral atau pertimbangan lain dimasukkan ke dalam alam ketidaksadaran yang tidak serasi dengan kehidupan alam sadarnya. Sosok baru yang hadir tersebut mengisi kehidupan siswa dan menjadi bagian dari kepribadiannya. Proyeksi (*Imago*) yaitu diartikan dengan

menempatkan isi-isi batin sendiri pada objek-objek di luar dirinya secara tidak sadar. Jung menyebut isi kejiwaan yang diproyeksikan kepada orang lain dengan istilah “Imago”. Para penggemar musik *K-Pop* dan serial drama Korea menempatkan isi batin atau kejiwaannya dengan menempatkan pada pemain serial drama Korea dan personel *boyband/girlband* yang ditontonnya selalu muncul dalam pikirannya (Widana, 2021).

Selanjutnya *Anima* atau *animus* berkaitan langsung dengan persona. Persona menyesuaikan diri ke luar, sedangkan *anima* atau *animus* menyesuaikan diri ke dalam. Jadi, persona adalah fungsi perantara “aku” dan dunia dalam. Dengan demikian, tak heran jika mayoritas penggemar boyband Korea di antaranya adalah siswa berjenis kelamin perempuan. Hal ini disebabkan karena siswa laki-laki lebih cenderung menyukai lawan jenis seperti pada umumnya.

Perilaku Modeling Perspektif Agama Islam

Perilaku *modeling* dalam agama Islam disebut dengan istilah *Tasyabbuh*. Secara etimologi, *tasyabbuh* berasal dari bentuk *masdar*, *Tasyabbaha Yatasyabbahu* yang artinya menyerupai. Sedangkan secara terminologi, ulama klasik seperti Al-Munawi dalam kitabnya *Fayd al-Qadir Syarh al-Jami’ al-Saghir* mendefinisikan istilah *tasyabbuh* sebagai perbuatan yang menyerupai suatu golongan, baik dalam berpenampilan, perbuatan, maupun berperilaku. Mengikuti jalan dan petunjuk mereka dalam berpakaian dan sebagian perbuatan mereka. Jadi, hakikat *tasyabbuh* adalah seolah-olah telah sesuai dan meyerupai antara yang lahir dengan yang batin.

Di samping itu, ulama kontemporer seperti Khalid al-Sabt dan Nasir Al-‘Aql menyebut bahwa hakikat *tasyabbuh* merupakan mendemonstrasikan secara mutlak karakteristik siapa saja yang oleh syariat engkau diperintahkan untuk menyelisihinya, dan secara sengaja menyerupainya yang bukan termasuk karakteristiknya. Jika engkau mendemonstrasikan orang lain dalam perkataan, perbuatan, dan dalam seluruh perilakunya maka sesungguhnya engkau telah menyerupainya. Jika mendemonstrasikan apa saja yang menjadi karakteristik orang lain atau golongan lain di mana kita diperintahkan oleh Allah untuk menghindarinya, maka inilah yang disebut dengan *Tasyabbuh*, baik dilakukan dengan sengaja ataupun tidak sengaja. Adapun jika terkait perkara yang bukan menjadi karakteristiknya, maka hukumnya dikembalikan bagaimana niat dan tujuan pelakunya. Dalam kitab *al-Tanwir Syarh al-Jami’ al-Saghir* dan juga *Subul al-Salam* menyatakan bahwa makna *Man Tasyabbaha Bi Qaumin* adalah menyerupai mereka secara lahir, baik dalam berpakaian, maupun berperilaku. *Fahuwa Minhum*, yaitu ia termasuk golongannya. Jika golongan tersebut adalah golongan baik, maka ia termasuk bagian darinya. Namun sebaliknya, jika golongan tersebut adalah golongan yang buruk, maka ia termasuk bagian darinya.

Remaja harus memiliki filter untuk menerima pengaruh budaya asing. Seiring berjalannya waktu, budaya populer berpengaruh pada perilaku, akhlak, serta menimbulkan kebiasaan-kebiasaan baru pada seseorang. Remaja penggemar drama Korea dapat mengambil nilai-nilai moral yang tersirat di dalamnya, namun membuang hal-hal buruk yang tidak sesuai dengan syariat agama Islam (Aulia, 2011). Terkadang remaja yang sudah terlanjur menaruh hati untuk mengidolakan artis-artis Korea, kalau tidak diimbangi dengan keimanan bisa stress. Hal ini disebabkan terjadi ketegangan fisik dan psikologis.

Allah SWT. Menyerukan kepada hambanya untuk mengenakan pakaian yang bagus dan menutup aurat saat ke masjid, atau di manapun berada. Di samping itu, manusia juga harus memakan makanan yang halal, nikmat, dan bergizi, serta minum minuman apa saja, tidak memabukkan, dan mengganggu kesehatan. Allah SWT. juga berpesan untuk tidak berlebihan dalam segala hal, baik dalam hal beribadah dengan menambah cara atau kadarnya, demikian pula dalam hal makan, minum, berpakaian, dan lain sebagainya, sebab Allah SWT. tidak menyukainya, sehingga Dia tidak akan melimpahkan rahmat bagi orang-orang yang berlebihan.

Dalam penelitian yang berjudul “Budaya POP dari Korea dan dampaknya di Indonesia” oleh Muhammad Daud Yusuf. Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa budaya populer yang sudah mendunia sudah menjadi idola anak muda diberbagai negara, termasuk di Indonesia. Dengan semakin mudahnya informasi tersebar memberikan jalan kemudahan para generasi muda mengakses informasi terkait budaya korea. Hal ini memberi dampak yang luar biasa bagi anak muda. Baik dampak positif ataupun negatif (Yusuf M. D., 2020).

KESIMPULAN

Budaya populer Korea dapat memberi pengaruh secara signifikan pada perilaku modeling siswa MAN 1 Bojonegoro. Responden yang merupakan penggemar budaya populer Korea secara fanatik hafal dengan ungkapan-ungkapan dalam bahasa Korea dan sering menirukannya, seperti *Daebak*, *aigo*, dan lain sebagainya. Selain itu, mereka juga bisa menulis huruf *Hangeul*, serta menirukan gestur khas Korea populer, seperti menyilangkan ibu jari dengan telunjuk yang dikenal dengan istilah *finger heart* sebagai ungkapan cinta, terima kasih, dan penghargaan. Namun, di sisi lain perilaku *modeling* siswa MAN 1 Bojonegoro terhadap budaya populer Korea memiliki pengaruh positif, seperti siswa memiliki motivasi yang tinggi dalam hal belajar bahasa asing, siswa dapat belajar bahasa Korea dengan mudah melalui musik *K-Pop*, dan siswa dapat mengambil pelajaran tentang nilai-nilai moral yang terkandung dalam serial drama Korea, seperti perjuangan dalam meraih mimpi, persahabatan, kekeluargaan, dan lain sebagainya.

Dengan demikian, peneliti berharap bahwa konsep belajar *modeling* dapat diadopsi dan dikembangkan dalam inovasi pembelajaran PAI, sehingga pembelajaran dapat berlangsung

dengan lebih efektif dan menyenangkan, serta materi pembelajaran dapat melekat dalam jangka waktu yang lebih lama pada memori ingatan siswa.

BIBLIOGRAPHY

- Angelicha, T. (2020). Dampak Kegemaran Menonton Tayangan Drama Korea Terhadap Perilaku Remaja. *EduPsyCouns: Journal of Education, Psychology and Counselling*, 154-159.
- Astuti, S. d. (2013). Terpaan Damma Korea dan Perilaku Fashion di kalangan Mahasiswa Fikom Ubhara Jaya. *Jurnal KOMunikologi*, 84.
- Aulia, P. (2011). *Konseling Kelompok untuk Menurunkan Tingkat Stress pada Remaja Pondok Pesantren*. Kota Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Bradley. (016). *Teknik yang Harus diketahui Konselor*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bradley. (2016). *Teknik yang Harus diketahui Setiap Konselor*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- D, S. (2008). *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Jakarta: Gunung Muria.
- Desnita. (2015). *Psikologi Perkembangan*. Bandung: Rosdakarya.
- Hadiyani, S. P. (2021). Penagruh Tayangan Drama Korea Itaewon Class terhadap Motivasi Menjadi Enterpreneurship. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 132-144.
- Herpina. (2017). Dampak Ketergantungan Menonton Drama Korea Terhadap {erilaku Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Syiah Kuala. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 1-13.
- Isti'adah, F. N. (2020). *Teori Belajar dalam Pendidikan*. Tasikmalaya: Edu Publisher.
- Jung, S. (2011). *Korean Masculinities and Transcultural Consumption*. Abarden : Hongkong University Press.
- K, F. (2016). Fenomena Konsumsi Budaya Korea pada Anak Muda di kota Manado. *Jurnal Holistik*, 02-03.
- M, H. (2015). Globalisasi Media dan Penyerapan Budaya Asing. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 60-61.
- Mahmud. (2010). *Psikologi Pendidikan*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Moleong, L. J. (2017).
- Mufidah, L. M. (2021). *Analisis Sikap Nasionalisme Penggemar Korean Wave di Kalangan Remaja di Kota Malang*. Kota Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Nisak, K. (2015). Tanggapan Komunitas Hansamo Bandung pada Pemeran Utama Drama The Heirs. *openlibrarypublication.telkomuniversity* (pp. 1-8). Bandung: Universitas Telkom .
- Pena, T. P. (2011). *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gitamedia.
- Pena, T. P. (2011). *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta.
- Perdana, A. (2021, Desember). Analisis Dampak Fenomena Konsumenisme Budaya Korea: K-Drama Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. pp. 1-8.

- Prasanti, R. P. (2020). Dampak Drama Korea (Korean Wave) terhadap Pendidikan Remaja. *Lectura: Jurnal pendidikan* , 256-269.
- Putri, D. (2022). Hubungan Intensitas Menonton Tayangan Drama Korea di Televisi dan Motiv Menonton Tayangan Drama Seri Korea di Televisi denagn Perilaku Berpakaian Remmaja. *Jurnal Interaksi Online*, 1-13.
- Putri, L. A. (2020). *Dampak Korea Wave Terhadap Perilaku Remaja di Era Globalisasi*. Jakarta: Rajagrafika.
- Ri'aeni, I. (2019). Pengaruh Budaya Korea Terhadap Remaja di Kota Cirebon. *Jurnal Communication*, 1-14.
- Shihab, M. (2002). *Tafsir Al Misbah*. Jakarta: Lentera Hati.
- Suryabrata, S. (1983). *Psikologi Kepribadian*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Widana, T. R. (2021). Faktor Menonton Drana Korea Melalui Media Online pada Remaja Putri. *Ganaya*, 400-419.
- Wulandari. (2019). *Perilaku Remaja* . Semarang: Mutiara Aksara.
- Yulia, S. D. (2008). *Psikologi Perkembangan Anak Remaja* . Jakarta: Gunung Muria.
- Yusuf, M. D. (2020). Budaya POP dan Korea dan dampaknya di Indonesia. *Journal Unfari*, 1-15.
- Yusuf, S. (2011). *Psikologi Perkembangan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Zakiah, K. (2019). Menjadi Koran di Indonesia: Mekanisme Perubahan Budaya Indonesia-Korea. *Jurnal Media Tour*, 90-101.



© 2022 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY NC) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).