

ANALISIS *KOREAN FASHION* TERHADAP IDENTITAS DIRI KOMUNITAS EXO-L DI KOTA KENDARI

¹Resa Nanda Rahayu, ²Asmurti, ³Nana Adriana Hutari

^{1,2,3}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara

Email: ¹resanandarahyu58799@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Korean fashion* terhadap identitas diri komunitas Exo-L di Kota Kendari dengan menggunakan teori Komunikasi Identitas Michael Hecht. *Korean fashion* bukan hanya sekadar tren berpakaian, tetapi juga menjadi medium penting bagi generasi muda dalam mengekspresikan kepribadian, membangun rasa percaya diri, dan memperkuat ikatan sosial dalam komunitas fandom. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam terhadap sembilan informan, dan dokumentasi kegiatan komunitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Korean fashion* berperan signifikan dalam empat kerangka identitas: personal, enacted, relational, dan communal frames. Pada *personal frames*, *fashion* membantu individu mengenali dan mengekspresikan jati dirinya. Pada *enacted frames*, gaya berpakaian menjadi bentuk komunikasi nonverbal yang menunjukkan identitas mereka kepada orang lain. Pada *relational frames*, *fashion* menjadi jembatan dalam membangun relasi sosial antaranggota komunitas. Sedangkan pada *communal frames*, gaya Korea memperkuat rasa kebersamaan dan kebanggaan sebagai bagian dari komunitas Exo-L. Dengan demikian, *Korean fashion* tidak hanya memengaruhi penampilan luar, tetapi juga menjadi bagian penting dalam proses pembentukan identitas diri generasi muda di Kendari.

Kata Kunci: Korean Fashion; Identitas Diri; Komunitas EXO-L; Budaya Populer; Kendari

Abstract

This study aims to analyze the influence of Korean fashion on the self-identity of the Exo-L community in Kendari City using Michael Hecht's Communication Theory of Identity. Korean fashion is not merely a clothing trend but also serves as a vital medium for young people to express their personality, build self-confidence, and strengthen social bonds within their fandom communities. This research employs a descriptive qualitative method, collecting data through observation, in-depth interviews with nine informants, and community activity documentation. The findings indicate that Korean fashion plays a significant role in four identity frames: personal, enacted, relational, and communal frames. In the personal frame, fashion helps individuals recognize and express their identity. In the enacted frame, clothing style serves as a form of nonverbal communication that reflects their identity to others. In the relational frame, fashion acts as a bridge to build social relations among community members. In the communal frame, Korean fashion reinforces the sense of belonging and pride as part of the Exo-L community. Therefore, Korean fashion not only influences outward appearance but also plays an important role in shaping the self-identity of the young generation in Kendari.

Keywords: Korean Fashion; Self-Identity; EXO-L Community; Popular Culture; Kendari

PENDAHULUAN

Korea Selatan merupakan negara yang memiliki beragam kebudayaan yang banyak diminati masyarakat Indonesia. Kebudayaan ini banyak masuk melalui berbagai platform media yang ada. Secara global penyebaran budaya *pop* Korea ini sangat cepat dan terus meningkat. Indonesia merupakan salah satu negara yang banyak terpengaruh oleh budaya Korea karena adanya dampak globalisasi. *Korean wave* atau *hallyu* merupakan penyebaran budaya populer Korea melalui *fashion*, music, dan drama. *Korean fashion* menciptakan sisi yang positif bagi masyarakat Indonesia sehingga dapat memperkenalkan budaya Korea dengan baik. Budaya Korea juga banyak mempengaruhi gaya hidup masyarakat Indonesia khususnya kaum muda.

Budaya Korea masuk ke Indonesia sekitar tahun 2000-an, yang diawali dengan menayangkan serial drama Korea di televisi nasional. Serial drama ini disambut dengan baik oleh masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, budaya Korea mulai dikenal dan banyak diminati. Remaja yang menyukai budaya Korea, dari segala usia juga. Banyaknya drama Korea yang ditayangkan di televisi, secara otomatis tidak hanya alur ceritanya saja yang diperhatikan namun *fashion* yang para pemain gunakan juga ikut menjadi perhatian bagi penonton.

Budaya pop secara sosiologis merupakan budaya yang sedang tren, banyak diminati dan cepat berganti (Ri'aeni et al., 2019). Salah satu budaya yang tengah populer dan mempengaruhi diberbagai Negara yakni budaya pop Korea atau dikenal dengan sebutan *Hallyu* atau *Korean Wave*. *Hallyu* atau *Korean Wave* adalah istilah ini yang diberikan untuk budaya pop Korea Selatan yang tersebar secara global di berbagai negara di dunia, termasuk di Indonesia. *Fashion* Korea Selatan di tanah air mulai mendominasi dan perkembangan *fashion* Korea Selatan ini ditandai dengan adanya toko-toko yang menjual aksesoris, kosmetik, pakaian maupun lainnya. Belakangan ini tren menggunakan *fashion* Korea Selatan, dapat dilihat dalam bagaimana remaja begitu mengidolakan penampilan artis Korea Selatan yang memiliki wajah yang menarik, kulit putih dan bersih dan mempunyai badan yang tinggi sehingga meniru gaya *fashion* idola mereka. Lambat laun, budaya Korea Selatan akhirnya terbentuk dan dijadikan sebagai identitas diri mereka melalui *fashion* yang digunakan dalam menjalani kehidupan sehari-harinya (Widyanita et al., 2022).

Komunikasi merupakan hal penting yang tidak bisa lepas dari seluruh bidang kehidupan. Setiap manusia pasti pernah melakukan komunikasi, karena pada hakekatnya manusia adalah makhluk sosial yang selalu bergantung pada manusia lain (Menungsa, 2021). Seperti yang dijelaskan oleh (Rakhmat, 2018), identitas diri berkembang melalui pengalaman pribadi dan perubahan sosial di sekitar individu. Ketika remaja terpapar budaya Korea, mereka mulai menyesuaikan gaya hidup, selera *fashion*, dan bahkan cara bersosialisasi, yang bisa mempengaruhi proses pembentukan identitas mereka. Meskipun hal ini memberi ruang ekspresi dan kreativitas, penting bagi remaja Indonesia untuk tetap menyeimbangkan kecintaan mereka terhadap budaya Korea dengan penghargaan terhadap budaya lokal.

Kehadiran komunitas Exo-L mencerminkan dinamika fandom *K-Pop* yang modern menggabungkan budaya digital, solidaritas lintas negara, serta bentuk-bentuk ekspresi identitas melalui fandom. Dengan kekuatan sosial media, Exo-L mampu mengangkat nama EXO ke berbagai tangga lagu dan trending topic secara global, bahkan terkadang menunjukkan kekuatan kolektif untuk memengaruhi opini publik atau media. Komunitas seperti Exo-L juga mencerminkan bagaimana fandom bisa menjadi media untuk mengekspresikan identitas sosial dan digital. Aktivitas mereka menunjukkan bahwa budaya populer Korea tidak hanya dikonsumsi secara pasif, tetapi juga diolah dan dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari oleh para penggemar. Hal ini menjadikan *Korean fashion* dan komunitas K-pop bukan sekadar tren, tetapi bagian dari proses sosial yang memengaruhi cara remaja memahami dan membentuk jati diri mereka.

Secara perlahan pengaruhnya budaya pop Korea Selatan mengubah selera serta paradigma anak remaja di Kendari, dalam hal gaya hidup, musik, film hingga *fashion* itu sendiri. *Fashion K-Pop* yang mulai digemari dan menjadi referensi gaya berpakaian mereka yang tidak terlepas kesukaannya terhadap idola mereka yang menjadi *role model* gaya berpakaian mereka. Hal tersebut secara tidak langsung mengubah mengenai pemahaman atas identitas dirinya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, dengan memperoleh data langsung serta studi secara *offline* maupun *online* dan dipadukan serta dihubungkan untuk memecahkan masalah. Penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi tertentu, pengumpulan data, menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kualitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2020). Penelitian ini bersifat deskriptif, karena akan menganalisis tentang perilaku komunikasi sosial oleh pencinta *korean fashion*. Sebagaimana diketahui sifat penelitian deskriptif merupakan sifat penelitian yang menggambarkan suatu kondisi permasalahan di daerah tertentu.

Subjek dalam penelitian ini adalah komunitas Exo-L di Kota Kendari yang memiliki karakteristik sesuai dengan fokus dan tujuan penelitian. Dalam Penelitian ini untuk lebih mendapatkan informasi yang akurat, maka peneliti memilih 9 informan. Informan penelitian ini ditetapkan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang dibuat peneliti disesuaikan dengan tujuan penelitian serta dianggap mampu memberikan data dan informasi yang diharapkan peneliti. (Arikunto, 2016).

HASIL PENELITIAN

Korean fashion memiliki peran signifikan dalam membentuk serta mengekspresikan identitas diri komunitas EXO-L. Bagi banyak penggemar EXO, mengadopsi gaya berpakaian khas korea bukan sekadar mengikuti tren, melainkan menjadi bentuk koneksi emosional dengan idol mereka. Gaya berpakaian menjadi medium untuk menunjukkan siapa diri mereka, baik kepada diri sendiri maupun orang lain.

Identitas dipandang sebagai hal yang ada pada diri individu, yang membedakan individu dengan individu yang lain. Identitas adalah esensi yang dapat ditandakan (*signified*) dengan tanda preferensi, kepercayaan, perilaku, dan gaya hidup (Barker, 2016). Konsep diri adalah mengenai diri sendiri, yang hanya bisa diketahui melalui informasi yang disampaikan oleh orang lain. Individu yang tidak pernah berkomunikasi dengan individu lainnya tidak mungkin mempunyai kesadaran bahwa dirinya adalah manusia. Melalui komunikasi seseorang belajar tidak hanya mengenai siapa dirinya, namun juga bagaimana ia merasakan dirinya (Mulyana, 2016).

Michael Hecht, dalam menguraikan Teori Komunikasi Identitas membuat empat kerangka pikir untuk memahami identitas berdasarkan kondisinya yakni *personal frames*, *enacted frames*, *relational frames*, *communal frames*. Keempat kerangka tersebut terhubung antara satu kerangka dengan kerangka yang lain.

1. Personal Frames

Lapisan pertama dalam teori komunikasi identitas Michael Hecht adalah *Personal Frames* yaitu suatu perasaan tentang eksistensi diri dalam suatu kondisi dan situasi sosial. Identitas tersebut kemudian terdiri atas bagian ide tentang siapa diri, serta siapa dan seperti apa dirinya. *Personal Frames* adalah ciri individu melihat dirinya secara keseluruhan berdasarkan persepsi sosial maupun individual.

Personal Frames yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bagaimana seorang *K-fashion* mendefinisikan dan memahami diri mereka sendiri melalui keterlibatan dalam budaya K-pop, yang mencakup nilai-nilai, pengalaman emosional, dan identitas sosial yang terbentuk dari kecintaan mereka.

Anggota komunitas Exo-L Kendari menunjukkan bahwa *fashion Korea*, terinspirasi dari idol seperti EXO, menjadi alat ampuh untuk membentuk identitas diri sesuai konsep *Personal Frames* dalam teori komunikasi identitas Michael Hecht, di mana perasaan tentang siapa saya dan seperti apa saya terbentuk melalui campuran persepsi pribadi dan sosial sehari-hari. Para informan seperti Ananda, Nurhaliza, Nurul, Iksan, Sesar, Nabila, Riko, Yogi, dan Nelsi mengalami transformasi nyata, dari merasa biasa, pemalu, atau cuek menjadi lebih percaya diri, kreatif, dan berani bereksperimen dengan gaya warna cerah, streetwear, atau detail minimalis yang mencerminkan kepribadian mereka, sehingga *fashion* bukan hanya pakaian tapi cermin emosional yang mendorong eksplorasi diri dan rasa hubungan di komunitas. Hal ini sejalan dengan ide Hecht bahwa identitas pribadi dinamis dan dipengaruhi budaya seperti K-pop, yang membawa manfaat positif seperti peningkatan kesehatan mental dan inklusivitas bagi pemuda Kendari, meskipun perlu diimbangi agar tidak hilang akar budaya lokal agar tetap autentik.

2. *Enacted Frames*

Enacted Frames dalam teori komunikasi identitas oleh Michael Hecht adalah bagaimana seorang individu menafsirkan identitas dari aktivitas dan kebiasaan sehari-hari yang dilakukan. *Enacted Frames* menekankan pada identitas yang ditampilkan dan disaksikan oleh orang lain berdasarkan apa yang dilakukan, yang dimiliki dan cara individu sebagai berikut.

Enacted Frames merujuk pada cara seseorang mengekspresikan identitasnya melalui tindakan yang dapat diamati oleh orang lain. Ini adalah bagaimana identitas seseorang diwujudkan dalam perilaku dan interaksi sosial. Secara ringkas *enacted frames* adalah cara berekspresi yang dilakukan oleh K-popers. Dan cara berekspresi tersebut mereka lakukan dengan mengikuti idola mereka.

Fashion berfungsi sebagai medium untuk membangun komunitas dan solidaritas di antara anggota Exo-L. Ketika mereka berkumpul untuk menonton bareng atau menghadiri acara formal dengan elemen *Korean style*, mereka tidak hanya mengekspresikan kecintaan terhadap K-pop, tetapi juga memperkuat ikatan sosial di antara mereka. Hal ini mencerminkan bagaimana *enacted frames* dapat menciptakan ruang bagi individu untuk merayakan identitas mereka dalam konteks yang lebih luas. Namun, seperti yang diungkapkan dalam wawancara, ada juga tantangan yang dihadapi, seperti tekanan untuk mengikuti tren tertentu agar diterima dalam komunitas. Ini menunjukkan bahwa meskipun *fashion* dapat menjadi alat untuk mengekspresikan identitas, ada risiko homogenisasi di mana individu merasa tertekan untuk menyesuaikan diri dengan norma-norma yang ada. Dengan demikian, analisis ini menunjukkan bahwa teori komunikasi identitas Hecht memberikan kerangka yang berguna untuk memahami bagaimana anggota komunitas Exo-L mengekspresikan dan membangun identitas mereka melalui praktik berpakaian, sambil tetap menghadapi tantangan sosial yang kompleks.

3. *Relational Frames*

Relational frames adalah teori komunikasi identitas menurut Michael Hecht adalah identitas diri yang terbentuk dalam proses interaksi antar individu. Identitas hubungan akan nampak jelas jika seseorang merujuk spesifik sebagai mitra hubungan. Dengan kata lain *relational frames* adalah bagaimana identitas seseorang dipengaruhi atau diekspresikan melalui hubungan interpersonal mereka.

Komunitas Exo-L membangun hubungan interpersonal dengan orang lain dengan interest serupa. Biasanya mereka mudah akrab dengan komunitas lain. Ini disebabkan

karena mereka mengidentifikasi diri sebagai bagian dari suatu komunitas unik dengan minat yang sama. *Relational frames* komunitas melibatkan interaksi sosial dan hubungan interpersonal yang memperkuat identitas mereka sebagai bagian dari komunitas. Identitas kolektif ini dibentuk dan diekspresikan melalui hubungan yang dijalin dengan sesama penggemar, yang memberikan dukungan emosional dan solidaritas dalam komunitas tersebut.

Teori komunikasi identitas yang dikemukakan oleh Michael Hecht, khususnya konsep *relational frames*, sangat relevan dalam memahami dinamika identitas anggota komunitas Exo-L di Kendari yang terpengaruh oleh *Korean fashion*. Menurut Hecht, identitas individu terbentuk melalui interaksi sosial dan hubungan interpersonal, di mana individu merujuk pada mitra hubungan mereka untuk mengekspresikan dan membangun identitas mereka. Dalam konteks komunitas EXO-L, anggota saling terhubung melalui minat yang sama terhadap K-Pop dan *fashion Korea*, yang menciptakan ikatan emosional dan solidaritas di antara mereka. Ketika anggota mengenakan pakaian yang terinspirasi oleh idola mereka, mereka tidak hanya mengekspresikan diri, tetapi juga memperkuat identitas kolektif sebagai penggemar K-Pop. Hal ini menciptakan ruang di mana mereka merasa diterima dan dihargai, yang sejalan dengan teori Hecht bahwa identitas dibentuk dan diekspresikan melalui hubungan interpersonal.

Teori komunikasi identitas Michael Hecht, khususnya konsep *relational frames*, memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana identitas anggota komunitas Exo-L di Kendari terbentuk melalui interaksi sosial dan hubungan interpersonal yang dipengaruhi oleh *Korean fashion*. Meskipun *fashion Korea* membantu memperkuat ikatan emosional dan memberikan rasa percaya diri, ada tantangan yang muncul terkait dengan ketergantungan pada penampilan luar dan tekanan untuk mengikuti tren. Oleh karena itu, penting bagi anggota komunitas untuk menemukan keseimbangan antara mengadopsi elemen dari budaya populer dan merayakan identitas lokal mereka, sehingga mereka dapat membangun konsep diri yang lebih autentik dan kuat.

4. *Communal Frames*

Communal frames dalam teori komunikasi identitas yang dikemukakan oleh Michael Hecht merujuk pada cara individu membangun dan mengekspresikan identitas mereka melalui hubungan dan interaksi dalam konteks komunitas. Dalam hal ini, *communal frames* menekankan pentingnya pengalaman bersama, nilai-nilai, dan norma yang dibagikan di antara anggota komunitas, yang membantu mereka merasa terhubung satu sama lain dan memperkuat rasa kebersamaan.

Dalam konteks komunitas penggemar *Korean fashion*, *communal frames* berfungsi untuk menciptakan identitas kolektif yang mengikat anggota komunitas. Ketika individu merasa menjadi bagian dari komunitas yang lebih besar, mereka tidak hanya mengidentifikasi diri mereka dengan minat yang sama, tetapi juga dengan budaya Korea yang lebih luas. Hal ini menciptakan rasa bangga terhadap identitas diri yang dipengaruhi oleh *Korean fashion*, di mana anggota komunitas saling mendukung dan menghargai satu sama lain dalam mengekspresikan diri mereka.

Teori komunikasi identitas yang dikemukakan oleh Michael Hecht menekankan pentingnya konteks sosial dan interaksi dalam pembentukan identitas individu. Dalam konteks ini, *Korean fashion* berfungsi sebagai salah satu elemen yang membentuk identitas kolektif di kalangan anggota komunitas seperti Exo-L. Ketika individu mengenakan pakaian yang terinspirasi oleh tren *fashion Korea*, mereka tidak hanya mengekspresikan selera pribadi, tetapi juga berpartisipasi dalam sebuah narasi budaya yang lebih besar. Hal ini menciptakan *communal frames*, di mana pengalaman bersama, nilai-nilai, dan norma yang dibagikan di antara anggota komunitas membantu mereka merasa terhubung satu sama lain. Dengan demikian, *fashion* menjadi medium yang

memperkuat rasa identitas kolektif, di mana setiap individu merasa menjadi bagian dari sesuatu yang lebih besar, sesuai dengan prinsip-prinsip yang diungkapkan dalam teori Hecht.

Korean fashion memainkan peran penting dalam pembentukan identitas kolektif di kalangan anggota komunitas seperti Exo-L, sesuai dengan teori komunikasi identitas yang dikemukakan oleh Michael Hecht. Melalui penggunaan pakaian yang terinspirasi oleh budaya Korea, individu tidak hanya mengekspresikan diri, tetapi juga terlibat dalam narasi budaya yang lebih besar, menciptakan rasa kebersamaan dan koneksi di antara mereka. Interaksi sosial yang terjadi dalam komunitas ini memperkuat identitas mereka sebagai penggemar K-Pop, namun juga menimbulkan tantangan terkait tekanan untuk conform. Oleh karena itu, penting bagi komunitas untuk menjaga inklusivitas dan menghargai keberagaman, sehingga identitas yang terbentuk dapat menjadi kuat, beragam, dan autentik.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang analisis *Korean fashion* terhadap identitas diri komunitas Exo-L di Kota Kendari, dapat disimpulkan bahwa *fashion* Korea tidak hanya berperan sebagai tren berpakaian semata, tetapi juga menjadi sarana penting dalam membentuk dan mengekspresikan identitas diri anggota komunitas. Melalui empat kerangka identitas menurut teori Michael Hecht *personal, enacted, relational, dan communal frames* terlihat bahwa gaya berpakaian ala Korea membantu individu mengenali jati dirinya, mengekspresikan kepribadian melalui penampilan, serta memperkuat relasi sosial dengan sesama penggemar. *Korean fashion* menjadi medium komunikasi nonverbal yang kuat, yang memungkinkan setiap anggota komunitas untuk menunjukkan siapa mereka, apa yang mereka sukai, dan nilai-nilai budaya yang mereka anut. Pengaruh *Korean fashion* juga menciptakan rasa kebersamaan yang kuat dalam komunitas Exo-L. Interaksi yang terbentuk melalui diskusi *fashion*, kegiatan komunitas, serta penggunaan gaya berpakaian serupa membangun ikatan sosial yang erat antaranggota.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2016). *prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Barker, C. (2016). *Cultural studies: theory and practice (5th ed)*. sage publications.
- Menungsa, A. S. (2021). *PERAN MEDIA MASSA DALAM MENCEGAH PAHAM RADIKALISME PADA KALANGAN REMAJA DI SULAWESI TENGGARA*. 1(2), 74–83.
- Rakhmat, J. (2018). *Psikologi komunikasi (edisi revisi)*. Simbiosis Rekatama Media.
- Ri'aeni, I., Suci, M., Pertiwi, M., & Sugiarti, T. (2019). *Pengaruh Budaya Korea (K-POP) Terhadap Remaja Di Kota Cirebon*.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. alfabeta. cv.
- Widyanita, A. R., Shabrina, S. R. N., & Sadewo, F. X. S. (2022). *ANALISIS TREND FASHION HIJAB DALAM KAJIAN BUDAYA POPULER DI KALANGAN GENERASI MILENIAL*.