

## **II. TINJAUAN PUSTAKA**

### **A. Pengertian Pengaruh**

Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu, orang, benda, dan sebagainya, yang berkuasa atau berkekuatan gaib dan sebagainya (Nirmala dan Pratama, 2003:312). Dari uraian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pengaruh merupakan kekuasaan atau kekuatan yang mengakibatkan perubahan perilaku orang lain atau kelompok lain.

Kata pengaruh, terpengaruh, berpengaruh, atau mempengaruhi memang hampir sama, tetapi memiliki makna yang berbeda. Menurut Nirmala dan Pratama dalam bukunya *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (20003:312), mengatakan bahwa terpengaruh artinya dipengaruhi atau terkena pengaruh, berpengaruh artinya ada pengaruhnya, mempunyai pengaruh, atau berkuasa. Sedangkan mempengaruhi artinya berpengaruh pada seseorang.

### **B. Pengertian Komunikasi**

Komunikasi merupakan kebutuhan dalam hidup manusia, karena manusia adalah makhluk sosial. Manusia selalu membutuhkan orang lain untuk berbagi cerita, untuk menjawab rasa ingin tahu, untuk mengekspresikan diri, untuk menemukan jati diri, dan sebagainya.

Komunikasi merupakan ilmu pengetahuan yang netral, artinya bisa di aplikasikan dengan berbagai bidang, seperti ekonomi, agama, sosial, budaya, politik, dan sebagainya. Apapun yang dilakukan di dunia ini pasti diawali dengan komunikasi. Menurut Winarso (2005:1), semua orang memerlukan komunikasi dimana saja, kapan saja. Manusia perlu berkomunikasi, karena ingin menyampaikan pesan. Pesan dalam komunikasi tidak harus diucapkan melalui ucapan, ketika istri menunggu suami di depan rumah, maka saat itulah komunikasi terjadi, ketika manusia tersenyum, itu juga merupakan komunikasi.

Dalam bahasa komunikasi pernyataan dinamakan pesan (*message*). Orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator (*communicator*), sedangkan orang yang menerima pesan disebut komunikan (*communicatee*). Untuk tegasnya, komunikasi berarti proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan (Onong, 2003:28).

Menurut Onong (2003:28), Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.

Dari definisi-definisi yang diuraikan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi dalam bentuk informasi manusia yang saling mempengaruhi antara satu sama lain. Komunikasi akan dikatakan berhasil jika pesan yang disampaikan komunikator sama dengan pesan yang diterima oleh komunikan.

### **C. Komunikasi Massa**

Menurut Bungin (2009:71), komunikasi massa adalah komunikasi yang dilakukan melalui media massa yang meliputi surat kabar, radio, televisi, dan sebagainya. Komunikasi massa dapat menjangkau khalayak secara luas, karena pesan yang disampaikan oleh media massa pada umumnya untuk khalayak ramai. Dalam satu hari ada puluhan, ratusan, bahkan jutaan orang yang mendengarkan radio, membaca koran, atau menonton televisi.

Kebanyakan orang memilih menghabiskan waktu dengan media massa, karena melalui media massa dapat mengetahui informasi apa yang tidak diketahui. Pesan yang disampaikan dengan media massa itulah yang disebut dengan komunikasi massa. Menurut Winarso (2009:21), pesan yang dilakukan dengan komunikasi massa dikirimkan kepada penerima pesan secara tidak langsung menggunakan beberapa bentuk alat mekanis.

Alat mekanis komunikasi massa contohnya adalah televisi, radio dan sebagainya. Dalam komunikasi massa sumber dan penerima tidak secara fisik berada di tempat yang sama. Artinya antara penyampai pesan dan penerima pesan bisa berada di tempat yang berbeda, memiliki jarak, ruang, dan terkadang waktu yang berbeda.

## **D. Hasil Dari Komunikasi Massa**

Komunikasi massa dikatakan berpengaruh jika komunikasi itu mampu menggerakkan orang-orang. Komunikasi dapat menggerakkan orang-orang itu artinya komunikasi massa yang terjadi telah berhasil. Hasil dari Komunikasi massa ada tiga (John Vivian, 2008:462) :

### **1. Amplifikasi**

Amplifikasi merupakan menyebarkan satu pesan. Sasaran dari media massa adalah khalayak ramai, oleh sebab itu pesan yang disampaikan memiliki peluang besar untuk tersebar luas, tergantung bagaimana pesan itu menarik atau tidak bagi khalayaknya. Penulis majalah, atau pembawa berita di televisi memiliki peluang untuk menjangkau puluhan, ratusan, bahkan ribuan orang melalui media massa.

### **2. Tanggapan**

Komunikasi massa merupakan komunikasi yang terjadi dua arah, meskipun tanggapan atau *feedback*nya terkadang memerlukan waktu lebih lama dari pada komunikasi tatap muka. Biasanya penerima pesan, setelah memahami pesan yang akan memberikan respon. Proses inilah yang disebut umpan balik atau tanggapan atau bisa juga disebut *feedback*.

### **3. Efek**

Tujuan dari komunikasi atau proses penyampaian pesan adalah untuk menimbulkan efek. Tidak bisa dipungkiri, jika komunikasi dilakukan tanpa efek maka komunikasi tidak akan terjadi dengan baik. Seorang pelawak adalah

menyampaikan lawakannya berharap setidaknya penonton akan tersenyum, begitupun dengan film horor yang ditayangkan, pihak produksi berharap *audience* akan takut, tegang, dan ikut dalam alur cerita seolah-olah berada di tempat kejadian.

#### **E. Pengertian Kebiasaan**

Kebiasaan adalah perbuatan yang otomatis, sehingga merupakan perbuatan yang seperti mesin atau yang berbeda diantara intelektual yang tinggi dan yang ada hubungannya dengan yang terbaik dan yang termulya dalam pribadi manusia (Kamus Konseling, 1996:176).

Kebiasaan adalah perilaku tetap individu yang akan tampil setiap kali ia berada dalam situasi tertentu atau ketika menghadapi situasi tertentu (Ensiklopedia Nasional Indonesia, 1990:231).

Berdasarkan pendapat diatas, maka penulis menyatakan bahwa kebiasaan adalah perilaku tetap individu yang secara otomatis akan tampil saat dalam situasi tertentu, sehingga merupakan perbuatan yang seperti mesin ketika menghadapi suatu situasi tertentu.

#### **F. Pengertian Menonton**

Menonton merupakan salah satu kegiatan dengan menggunakan mata untuk memandang (memperhatikan) sesuatu. Sebagai salah satu aspek perhatian, menonton berusaha menggali informasi baik dari televisi maupun yang lainnya.

Adapun hal-hal pokok yang harus diperhatikan dalam menonton antara lain :

### 1. Minat

Slameto (2003:180) menyebutkan bahwa minat merupakan suatu rasa suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan.

Keegiatan yang diminati seseorang, diperhatikan terus menerus yang disertai dengan rasa senang. Jadi berbeda dengan perhatian, karena perhatian sifatnya sementara (tidak dalam waktu yang lama) dan belum tentu diikuti dengan perasaan senang. Sedangkan minat selalu diikuti dengan perasaan senang dan dari situ diperoleh kepuasan. Minat itu sendiri tidak dibawa sejak lahir, melainkan diperoleh kemudian.

### 2. Perhatian

Menurut Ghazali perhatian merupakan keaktifan jiwa yang dipertinggi, jiwa itu pun semata-mata tertuju kepada suatu obyek. Adapun macam-macamnya antara lain:

- a. Atas dasar intensitasnya, yaitu banyak sedikitnya kesadaran yang menyertai suatu aktifitas atau pengalaman batin
- b. Atas dasar cara timbulnya
- c. Atas dasar luasnya obyek yang dikenai perhatian.

### **G. Pengertian Tayangan**

Tayangan berasal dari kata tayang, menurut Nirmala dan Pratama (2003:462), tayangan adalah menayangkan, mempertunjukkan (film dan sebagainya). Artinya, tayangan adalah sebuah tontonan yang mempertontonkan suatu acara, film, atau musik, dan sebagainya. Sedangkan tayangan di televisi berarti sebuah tontonan, tayangan atau pertunjukkan, yang ditampilkan melalui media televisi.

### **H. Pengertian Televisi**

Televisi adalah sebuah media yang mampu memancarkan suara (*audio*) dan gambar (*visual*) sekaligus. Televisi menjadi pilihan utama keluarga sebagai sumber hiburan dan informasi (Surbakti, 2008:X). Dengan tayangan yang mampu memberikan gambar dan suara sekaligus, penggemar televisi semakin banyak. Dengan bertambahnya penggemar, maka televisi pun semakin berpengaruh terhadap *audiencenya*.

### **I. Pengaruh Tayangan di Televisi**

Banyaknya *audience* menjadikan televisi sebagai media yang sangat besar pengaruhnya terhadap kehidupan orang banyak. Menurut Michael Novak (dalam Vivian, 2008:225) :

“Televisi adalah pembentuk geografi jiwa. Televisi membangun struktur ekspektasi jiwa secara bertahap. Televisi melakukan itu persis seperti sekolah memberi pelajaran secara bertahap, selama bertahun-tahun. Televisi mengajari pemikiran yang belum matang dan mengajari mereka cara berpikir.”

Onong (2003:318), menyatakan bahwa dampak yang ditimbulkan acara televisi terhadap pemirsanya ada tiga, antara lain :

1. Dampak kognitif yaitu kemampuan seseorang atau pemirsa untuk menyerap dan memahami acara yang ditayangkan televisi yang melahirkan pengetahuan bagi pemirsa.
2. Dampak peniruan yaitu pemirsa dihadapkan pada *tren* aktual yang ditayangkan televisi.
3. Dampak perilaku yaitu proses tertanamnya nilai-nilai sosial bahwa yang telah ditayangkan acara televisi yang diterapkan dalam kehidupan pemirsa sehari-hari.

Dari pernyataan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa televisi dapat mempengaruhi pemikiran maupun sikap khalayaknya. Dengan melihat tayangan di televisi secara *continue* maka secara tidak langsung *audience* bisa terpengaruh untuk meniru apa yang mereka lihat. Dengan melihat, rasa penasaran kemungkinan akan muncul. Khalayak yang awalnya hanya ingin tahu, setelah melihat tayangan di televisi dapat berubah menjadi ingin mencoba.

Pengamat media, George Comestock menulis dalam bukunya yang berjudul

*Television in America* (Vivian:226) :

“Televisi telah menjadi faktor tak terelakkan dan tak terpisahkan dalam membentuk diri seseorang dan akan seperti apa diri seseorang itu nanti.” Artinya, dengan menonton tayangan televisi *audience* bisa saja terinspirasi kemudian meniru, sehingga hal itu secara tidak langsung telah mempengaruhi diri seseorang.

## **J. Frekuensi Tayangan Televisi**

Menurut Pratama dan Nirmala, frekuensi adalah kekerapan atau jarang kerapnya (2003:130). Maksudnya adalah jarak waktu dan jangka waktu terhadap sesuatu yang ditampilkan. Sedangkan tayangan menurut Pratama dan Nirmala, adalah menayangkan, membawa, atau mempertunjukkan (2003:462). Jadi, frekuensi tayangan di televisi adalah ukuran waktu sering atau tidak sebuah tayangan itu ditayangkan di televisi.

## **K. Pengertian *K-pop***

Menurut Yuanita dalam bukunya *Korean Wave dari K-pop hingga tampil gaya ala Korea* (2011:11), *K-pop* adalah kepanjangan dari *Korean pop* (musik pop Korea) yang artinya musik Korea populer yang berasal dari Korea Selatan. Sumber aliran *K-pop* adalah musik pop, *R&B*, *dance pop*, musik Korea, *new jack swing* atau *hip-hop*.

*K-pop* berciri khas lagu-lagu ceria dengan tempo cepat dan lirik bahasa Korea dicampur sedikit bahasa Inggris denan diiringi *modern dance*. Selain itu personil *K-pop* adalah orang Korea yang sebagian besar memiliki wajah yang cantik dan tampan, *modis*, dan performa yang maksimal (Yuanita, 2012:4).

*K-pop* atau Korean pop menjadi jenis musik yang sangat fenomenal saat ini. Jenis musik *K-pop* telah membius jutaan remaja Asia untuk setia menjadi *fans* setia *K-pop*. Sangat wajar jika *K-pop* menjadi begitu istimewa di hati penggemarnya, hal ini karena artis *K-pop* tidak hanya mengedepankan tampilan luar saja, tetapi juga sangat memperhatikan Kualitas vokal, dan Kekompakkan dalam menari (Fatma,

2012, <http://berita-258-fenomena-boyband-dan-girlband-indonesia.html>, diakses pada hari selasa, tanggal 13 agustus 2013, pukul 20.15 wib ).

Dalam musik *K-pop*, *audince* juga akan mengenal istilah *boyband* atau *girlband*. *Boyband* atau *girlband* berbeda dengan *K-pop*. *Boyband* atau *girlband* adalah grup musiknya, sedangkan *K-pop* adalah jenis aliran atau tipe musik serta gayanya (Yuanita, 2012:3).

Istilah *boyband* atau *girlband* adalah grup vokal/musik yang memadukan lebih dari satu suara menjadi sebuah harmoni musik/nyanyian. *Boyband* atau *girlband* sebenarnya sudah ada sejak tahun 90-an. Seperti *AB three* (trio-wanita), *trio libels* (trio-pria), *Lingua* (trio-campuran), *Elfa's Singers* (kwintet-campuran), *warna* (kwintet-campuran), *Kahitna*, dan masih banyak lagi. Meskipun demikian *boyband* atau *girlband* yang berasal dari Korea atau *K-pop* berbeda dengan *boyband* atau *girlband* Negara lain, yang membedakannya adalah artis *K-pop* personilnya orang Korea, selain itu *K-pop* dikenal dengan kualitas *dance* dan suara yang bagus, *K-pop* tidak hanya mengedepankan tampilan luar saja, untuk menjadi artis *K-pop* masyarakat Korea harus dilatih terlebih dahulu oleh perusahaan yang merekrut calon artis *K-pop* selama beberapa tahun. Calon *K-pop* dilatih mulai dari umur yang masih belia (sekitar umur 12-17 tahun), diseleksi dengan ketat, dan diajari bagaimana seharusnya *attitude* seorang artis di depan publik untuk menjaga nama baik perusahaan agensi tersebut (Liem, 2013, <http://heyitsreality.blogspot.com/2013/05/fashion-guide-k-pop-styles.html>, diakses pada hari selasa, tanggal 13 agustus 2013, pukul 20.35 wib ).

*K-pop* berciri khas lagu-lagu ceria dengan tempo cepat dan lirik bahasa Korea dicampur sedikit bahasa Inggris dengan diiringi *modern dance*. Selain itu personel *K-pop* adalah orang Korea yang sebagian besar memiliki wajah yang cantik dan tampan, *modis*, dan performa yang maksimal (Yuanita, 2012:4).

*Tren* berpakaian ala Korea saat ini menjadi panutan bagi para remaja. Ada beberapa hal yang menjadi ciri khas dari busana Korea ini adalah pemakaian warna yang mencolok, motif yang bertabrakan, *style* yang feminin, dan modifikasi yang unik. *K-pop* juga dikenal sering memakai aksesoris unik, baju dengan model garis-garis, kaos *big size*, model rambut lurus panjang berponi, model rambut panjang ikal bagian bawah, atau model rambut bergelombang (gebyarandyono, 2012, <http://mengapa-trend-fashion-kpop-mewabah-di-indonesia.html>, diakses pada hari rabu, tanggal 14 agustus 2013, pukul 17:00 wib). Sedangkan menurut Yuanita (2012:9), *fashion* Korea terlihat sederhana namun tetap *fashionable*. Contoh gambar pakaian berwarna terang, kaos *big size*, kaos garis-garis, pakaian motif bertabrakan, dan model rambut *K-pop* bisa di lihat pada lampiran.

#### **L. Sejarah *K-pop***

Berkembangnya *K-pop* dalam kehidupan bermasyarakat tidak datang dengan sendirinya. Ada latar belakang dibalik fenomena *K-pop* yang cenderung terjadi pada remaja. Menurut Yuanita (2012:12), *K-pop pra-modern* pertama kali muncul pada tahun 1990 akibat masuknya musik pop Jepang yang juga turut mempengaruhi unsur-unsur awal musik pop di Korea. Pada tahun 1960 pengaruh musik yang diadakan oleh pangkalan militer Amerika Serikat di Korea Selatan.

Tahun 1992 menandakan awal mula datangnya musik *K-pop modern*, yang memberikan warna baru dengan aliran musik *rap*, *rock*, dan *techno* Amerika. *Tren* musik *K-pop* tahun 1992 banyak menghasilkan grup musik dan musisi yang berkualitas. Sasaran *audiencenya* adalah remaja.

Pada tahun 2000 artis *K-pop* pendatang baru mulai bermunculan, dari *boyband* sampai *girlband*, yang menjadi daya tarik *K-pop* adalah lagu-lagu yang bagus, para penari, dan efek panggung yang membuat hati penonton terpesona.

### **M. Pengertian Penampilan**

Penampilan adalah sebuah proses, cara, atau perbuatan yang menampilkan sesuatu kepada orang lain (<http://www.artikata.com/arti-380122-penampilan.html>, diakses pada hari rabu, tanggal 14 agustus 2013, pukul 19.00 wib). Sedangkan dalam buku Kamus Lengkap Bahasa Indonesia karangan Nirmala & Pratama (2003:453), tampil artinya menampilkan, manampakkan diri, ke muka atau melangkah maju, dan ke depan.

Dari definisi tersebut maka dapat diambil kesimpulan bahwa penampilan adalah perbuatan yang menampilkan sesuatu dengan didorong rasa percaya diri sehingga seseorang mampu menunjukkan sesuatu kepada orang lain.

### **N. Pengertian Remaja**

Istilah yang berkembang untuk remaja berasal dari istilah asing antara lain *puberteit* adalah masa antara 12-16 tahun, dan *adolescentia* adalah usia sesudah pubertas, yakni antara 17-21 tahun (Singgih Gunarsa, 1990:6).

Menurut Soerdjono Soekanto (1987:50) remaja adalah suatu masa dimana anak berada pada usia 14-17 tahun. Sedangkan menurut Zakiyah Derajat (1974:35) remaja adalah suatu usia manusia yang paling banyak mengalami perubahan sehingga membawa perubahan dari masa kanak-kanak menuju dewasa dan usia anak tersebut anatar 13-23 tahun.

Remaja merupakan usia seorang individu telah meninggalkan usia anak-anak yang lemah dan penuh ketergantungan, akan tetapi belum mampu keusia yang lebih kuat dan penuh tanggung jawab baik terhadap dirinya maupun terhadap masyarakat. Banyaknya masa transisi ini tergantung pada keadaan tingkat sosial masyarakat dimana ia hidup. Semakin maju masyarakat, semakin panjang usia remaja karena ia harus mempersiapkan diri di dalam masyarakat yang banyak syarat dan tuntutan (Drajat dalam S.Willis, 1981:22).

Masa remaja menjadi suatu pertentangan dan pemberontakan, karena terlalu menitik beratkan ungkapan-ungkapan bebas dalam remaja dan dari ketidak patuhan seperti model penampilan, pakaian yang nyentrik, bacaan, film, sinetron, musik, dan penerangan media lainnya sering menggambarkan perilaku remaja yang secara umum sering dinilai kemungkinan berakibat sensasional. Sedangkan menurut Stanley Hall masa remaja penuh gejolak emosional dan ketidak seimbangan.

Menurut pendapat diatas, maka penulis menyatakan bahwa remaja adalah suatu masa peralihan atau transisi dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa, yang diikuti oleh tingkat psikologis dan emosionalitas yang dapat mempengaruhi tingkah laku yang bersangkutan.

## 1. Batasan Usia Remaja

Batasan usia remaja dapat ditentukan saat kita melihat adanya suatu proses yang dialami seorang remaja, dimana seorang remaja yang sedang beranjak dari masa peralihan atau transisi antara masa kanak-kanak menuju masa dewasa akan cenderung untuk dapat mengontrol diri mereka sendiri.

Batasan remaja menurut Mappire (1992:10) membagi remaja awal dan remaja akhir. Remaja awal adalah usia 12-17/18 tahun, remaja akhir adalah usia 18-21 tahun. Sedangkan menurut Soerdjono Soekanto (1990:5) menyatakan bahwa remaja merupakan suatu masa dimana anak berada pada usia 11-17 tahun.

Sarlito Wirawan Sarwono (2000:14) mendefinisikan remaja untuk masyarakat Indonesia sama sulitnya menetapkan definisinya remaja secara umum. Masalahnya adalah karena Indonesia terdiri dari berbagai suku, adaptasi, dan tingkat sosial-ekonomi maupun pendidikannya. Walaupun demikian dapat menggunakan batasan usia remaja berkisar antara 11 sampai 24 tahun dikarenakan :

- a. Usia 11 tahun adalah usia pada umumnya ditandai seksual sekunder mulai tampak (kriteria fisik).
- b. Banyaknya masyarakat Indonesia usia 11 tahun dianggap akil baliq baik adaptasi maupun agama sehingga masyarakat tidak memperlakukan sebagai anak-anak (kriteria sosial).

- c. Pada usia tersebut mulai ada tanda-tanda penyempurnaan perkembangan jiwa seperti tercapainya segala identitas diri, tercapainya fase genital dari perkembangan psikoseksual dan tercapainya puncak perkembangan kognitif maupun moral.
- d. Batasan usia 24 tahun merupakan batas maksimal yaitu untuk memberikan peluang bagi mereka yang sampai batas usia tersebut masih menggantungkan diri pada orang tua, namun belum bisa memberikan pendapatan sendiri serta belum mempunyai hak sebagai orang dewasa.
- e. Status perkawinan juga sangat menentukan karena arti perkawinan masih penting dimasyarakat kita secara menyeluruh. Seseorang yang sudah menikah pada usia berapapun dianggap dan diperlakukan sebagai orang dewasa penuh baik secara hukum maupun dalam kehidupan masyarakat dan keluarga. Oleh karena itu definisi disini dibatasi khusus untuk yang belum menikah.

## **2. Perilaku Remaja**

Adanya suatu kesenjangan hubungan antara orang tua dan anaknya dapat berdampak pada suatu konflik baru didalamnya. Remaja biasanya dikenal dengan suatu khas yang penuh gejolak dan penuh dinamika, selain itu remaja juga selalu mudah untuk terpengaruh dengan suatu keadaan baru yang belum pernah ditemui sebelumnya. Gejolak tersebut menjadi suatu daya pikat bagi remaja itu sendiri untuk mencoba sesuatu yang baru dalam dirinya. Tingkah laku remaja itu biasanya banyak terpengaruh oleh lingkungan tempat tinggal ataupun orang-orang yang ada disekelilingnya.

Tindakan remaja biasanya adalah suatu tindakan *interpretatif* yang timbul dari dalam diri remaja itu sendiri. Ada beberapa hal mengenai ciri-ciri dari pada remaja menurut Ny. Singgih dan Singgih D. Gunarsah (1984:62-66), yakni :

- a. Kegelisahan; keadaan yang tidak tenang menguasai diri remaja. Mereka mempunyai banyak keinginan yang tidak selalu dapat dipenuhi.
- b. Pertentangan yang terjadi pada diri mereka menimbulkan kebingungan baik pada diri remaja maupun pada orang lain.
- c. Berkeinginan yang besar mencoba segala hal yang belum diketahuinya.
- d. Keinginan mencoba sering kali diarahkan pada diri sendiri atau orang lain.
- e. Keinginan menjelajahi alam sekitar pada diri remaja lebih luas.
- f. Mengkhayal dan berfantasi.
- g. Aktivitas kelompok keinginan untuk berkelompok itu tumbuh sedemikian besarnya dan dapat dikatakan merupakan ciri umum masa remaja.

### **O. Kerangka Pemikiran**

Televisi adalah sebuah media yang mampu memancarkan suara (*audio*) dan gambar (*visual*) sekaligus. Televisi menjadi pilihan utama keluarga sebagai sumber hiburan dan informasi (Surbakti, 2008:X). Pesan dalam media televisi akan didapat dari tayangan yang ditampilkan oleh televisi itu sendiri, dan tayangan dalam televisi sangat beragam, salah satunya adalah *K-pop*. *K-pop* atau Korean pop adalah jenis aliran atau tipe musik yang berasal dari Korea Selatan (Yuanita, 2012:3)

Maraknya fenomena kebiasaan remaja menonton tayangan *K-pop* disebabkan adanya suatu indikasi model kehidupan kapitalisme. Dimana adanya suatu kemajuan globalisasi dan berkembangnya gaya hidup modernisasi yang sulit dibendung masyarakat. Masyarakat merupakan komponen yang mudah untuk menerima suatu kemajuan dan perubahan yang ada dizaman yang telah modern saat ini.

Banyak artis dan kelompok musik pop Korea sudah menembus batas dalam Negeri dan populer di Manca Negara, tidak terkecuali di Indonesia. *K-pop* berciri khas lagu-lagu ceria dengan tempo cepat dan lirik bahasa Korea dicampur sedikit bahasa Inggris denan diiringi *modern dance*. Selain itu personil *K-pop* adalah orang Korea yang sebagian besar memiliki wajah yang cantik dan tampan, *modis*, dan performa yang maksimal. Hal inilah yang kemudian banyak membuat anak muda lain dari berbagai Negara di Asia, untuk meniru gaya *K-pop* (Yuanita, 2012:4). Untuk mengetahui bagaimana penampilan *K-pop*, khalayak dapat melihat tayangan *K-pop* di televisi, seperti video klip *K-pop*, kostum yang dipakai saat *dance*, atau tayangan *live show K-pop* di televisi.

*K-pop* atau Korean pop menjadi *genre* musik yang sangat fenomenal. *K-pop* mampu membius jutaan remaja untuk setia menjadi fans *K-pop* (Yuanita, 2012:3). Dari kalimat tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa sasaran utama tayangan *K-pop* adalah usia remaja, dan dari hasil *observasi* peneliti menemukan kecenderungan meniru penampilan *K-pop* pada mahasiswa dan mahasiswi Universitas Baturaja. Dalam *observasi* awal yang peneliti lakukan, pelajar tersebut ada yang meniru gaya rambut *K-pop* dan cara berpakaian *K-pop*.

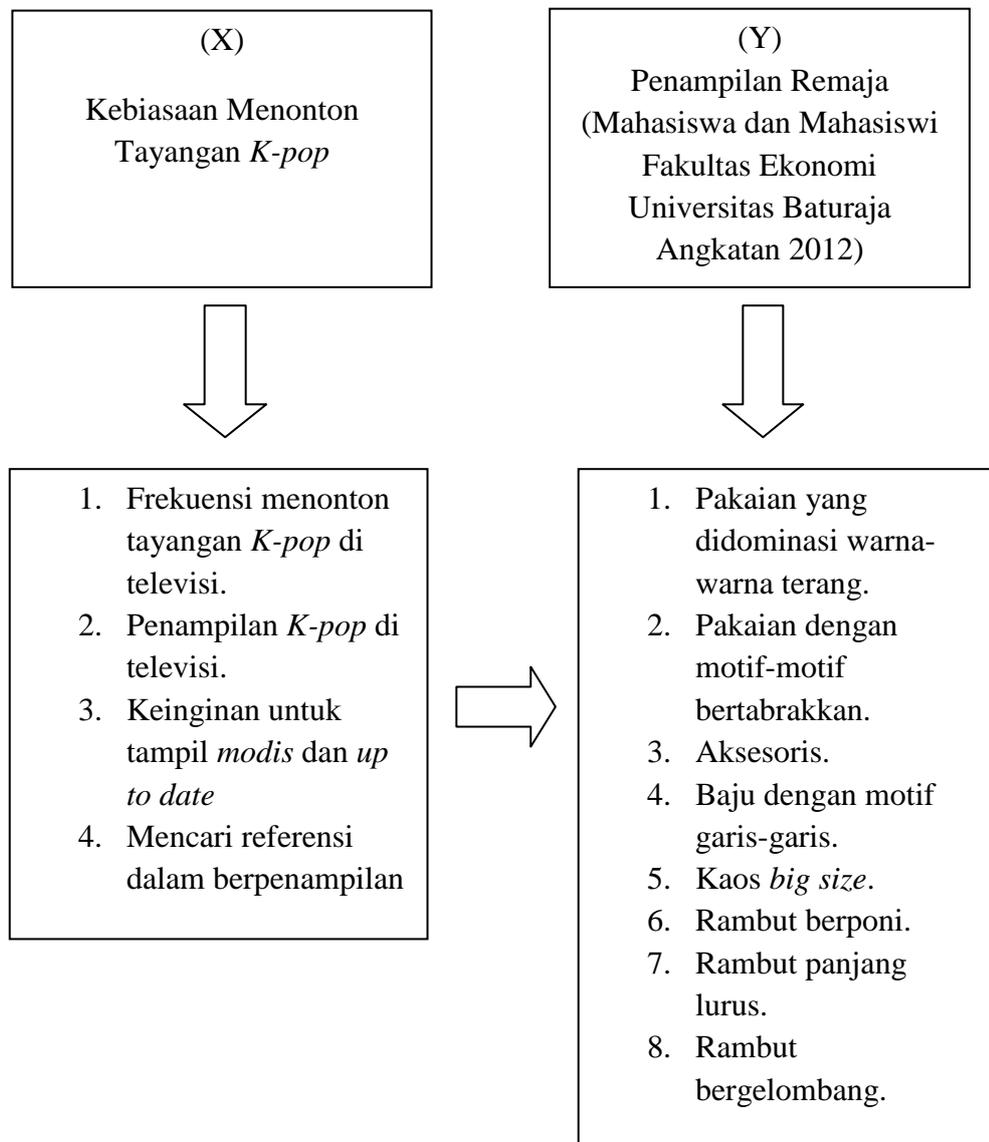
Menurut situs *K-pop* jadi Kiblat Dunia Fashion ada beberapa hal yang menjadi ciri khas dari busana Korea ini adalah pemakaian warna yang mencolok, motif yang bertabrakkan, *style* yang feminin, dan modifikasi yang unik. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa penampilan ala *K-pop* lebih berani memadukan warna dan gaya, sehingga terlihat lebih cerah dan menarik perhatian dengan warna-warna yang mencolok.

Selain itu artis *K-pop* juga dikenal sering memakai beberapa aksesoris, baju dengan model garis-garis, Kaos *big size*, model rambut berponi, model rambut panjang lurus, atau model rambut gelombang (gebyarandyono, 2012, file:///F:/mengapa-trend-fashion-kpop-mewabah-di-indonesia.html, diakses pada hari minggu, 20 Mei 2012, pukul 17:00 WIB). Sedangkan menurut Yuanita (2012:9) fashion Korea terlihat sederhana namun tetap *fashionable*.

Setelah melakukan pengamatan langsung di lapangan, peneliti menemukan bahwa mahasiswa dan mahasiswi Universitas Baturaja memiliki kecenderungan meniru penampilan *K-pop* Tayangan *K-pop* tersebut. Baik itu cara berpakaian, model rambut, atau cara memadukan warna.

Dari uraian-uraian yang dijelaskan di atas, peneliti menarik kesimpulan yang dijadikan kerangka pemikiran yang lebih sederhana. Kerangka pemikiran dari uraian di atas adalah sebagai berikut :

### Bagan 1. Kerangka Pikir



Bagan kerangka pikir di atas menggambarkan tentang hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) untuk menjawab permasalahan yang akan diteliti. Selain itu kerangka pemikiran dalam penelitian ini dibuat untuk memudahkan peneliti, dan mengetahui kebenaran agar dapat dipertanggung jawabkan.

## P. Hipotesis

Hipotesis berasal dari 2 kata yaitu *hypo* yang artinya kurang, dan *thesis* yang artinya pendapat, jika digabungkan maka hipotesis artinya adalah pendapat yang kurang (Kriyantono, 2008:28), artinya hipotesis merupakan pendapat yang belum tentu kebenarannya. Masih dari sumber yang sama, *Webbster's New World Dictionary* menyebutkan bahwa Hipotesis adalah :

*“an unproved theory, proposition, etc, tentatively to explain certain facts or to provide a basis for infestigation, arguments. (hipotesis adalah teori, proposisi yang belum terbukti, diterima secara tentatif untuk menjelaskan fakta-fakta, atau menyediakan dasar untuk melakukan investigasi dan menyatakan argumen.”*

Menurut Rachmat (1995:14), hipotesis menghubungkan teori dengan dunia empiris. Supaya dapat diuji, teori harus dirinci menjadi proposisi-proposisi, dan proposisi seperti ini disebut hipotesis.

Dari penjelasan di atas, dapat di tarik kesimpulan bahwa hipotesis adalah dugaan sementara yang masih harus di uji dengan riset dan data empiris, dan hipotesis dalam penelitian ini adalah :

$H_0$  : “Tidak ada pengaruh antara Kebiasaan Menonton Tayangan Korean pop (*K-pop*) Terhadap Penampilan Remaja (Studi Pada Mahasiswa dan Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Baturaja Angkatan 2012).”

$H_a$  : “Ada Pengaruh antara Kebiasaan Menonton Tayangan Korean Pop (*K-pop*) Terhadap Penampilan Remaja (Studi Pada Mahasiswa dan Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Baturaja Angkatan 2012).