

Gaya Hidup Komunitas Dance Cover di Kota Makassar : Dampak Dari Korean Hallyu

Nurul Hermadya Syahrudin¹, Idham Irwansyah Idrus², Supriadi Torro³

^{1,2,3} Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Makassar

E-mail: Nurulhermadyash307@gmail.com

Article History:

Received: 23 Februari 2024

Revised: 11 Maret 2024

Accepted: 12 Maret 2024

Keywords: Dance cover, Korean Hallyu, Lifestyle

Abstract: Penelitian ini bertujuan menganalisis gaya hidup komunitas dance cover di Kota Makassar sebagai dampak dari Korean Hallyu. Sebanyak 134 anggota komunitas dance cover digunakan sebagai sampel dari 191 populasi. Hipotesis diuji dengan menggunakan *t-test* dengan memanfaatkan regresi linear. Hasil penelitian memberikan bukti bahwa alasan responden mengimitasi Korean Hallyu disebabkan karena budaya korea tersebut memiliki keunikan tersendiri bagi komunitas dance cover sehingga menarik dan juga memberikan kesan atau image positif yang menjadi dasar ketertarikan mereka, dengan efek kontribusi pemodelan sebesar 66,60% (cukup kuat), bahwa lifestyle komunitas dance cover mengimitasi Korean Hallyu.

PENDAHULUAN

Korean Wave (pop Korea) atau *Hallyu* merupakan suatu fenomena globalisasi yang terjadi di seluruh dunia termasuk di Indonesia. Produk budaya pop Korea ini memiliki banyak jenis, di antaranya; film dan drama (K-Drama), musik (K-Pop), kosmetik dan skincare (K-Beauty), makanan dan minuman (K-Food), trend mode pakaian (K-Fashion), serta bahasa dan aksara Korea (Hangul). Penyebaran *Korean Wave* (pop Korea) ini dipicu dengan akses teknologi (internet) yang saat ini dapat dikonsumsi oleh semua manusia melalui *soundtrack* dalam drama Korea (Dwiyanti et al., 2023). Era globalisasi seperti saat ini berdampak pada keterbukaan suatu negara terhadap bahasa, sosial, ekonomi dan budaya, terdapat beberapa budaya yang sangat populer dan atau sebagai budaya yang sangat digemari oleh banyak orang, salah satu diantaranya diperlihatkan melalui budaya populer asal Korea Selatan yang dikenal dengan istilah *Korean Wave* atau *Hallyu* yang merupakan istilah terhadap pengaruh budaya modern Korea Selatan ke negara-negara lain, termasuk Indonesia.

Penggunaan istilah *Hallyu* dalam bahasa Korea, *hal* (韓) + *lyu* (流), kata “*lyu*” tidak hanya merujuk tren budaya populer, tetapi juga gelombang besar yang terjadi dari ideologi politik ekonomi sehingga mengalami perubahan terhadap paradigma kebudayaan, pemerintah Korea ingin menghapus citra bangsa mereka yang tradisional dengan membuat citra nasional yang lebih baru dan modern (Fella & Sair, 2021). *Korean Wave* (pop Korea) atau *Hallyu* merupakan suatu fenomena globalisasi yang terjadi di seluruh dunia termasuk di Indonesia. Produk budaya pop Korea ini memiliki banyak jenis, di antaranya; film dan drama (K-Drama), musik (K-Pop), kosmetik dan skincare (K-Beauty), makanan dan minuman (K-Food), trend mode pakaian (K-Fashion), serta bahasa dan aksara Korea (Hangul). Penyebaran *Korean Wave* (pop Korea) ini

dipicu dengan akses teknologi (internet) yang saat ini dapat dikonsumsi oleh semua manusia melalui *soundtrack* dalam drama Korea (Dwiyanti et al., 2023).

K-pop dirancang untuk menarik pasar domestik serta panggung internasional, dan dapat dinikmati oleh semua khalayak umum, dari yang muda hingga yang dewasa. Penulisan lagu tidak harus dilakukan oleh artis di industri K-POP, seperti boy band NCT yang berasal dari *SM Entertainment boy band* yang seharusnya hanya mempromosikan sebuah lagu yang diciptakan oleh komposer tetapi bisa juga berkontribusi dalam pembuatan lagu ataupun koreografi. Metode yang digunakan dalam desain untuk menarik pasar musik internasional adalah dengan menggabungkan beberapa budaya asing untuk mencapai kinerja di mana tema/konsep yang berbeda ditampilkan secara totalitas (Mukhlis et al., 2023). Kondisi tersebut menyebabkan penggemar tidak hanya menyukai musiknya saja, tetapi juga tarian *role-playing* yang dibawakan oleh berbagai grup dari negeri ginseng tersebut. *Dance cover* adalah tindakan mengikuti gerakan penari asli dalam hal kostum dan penampilan sebagai bentuk nyanyian K-Pop (Adi, 2019).

Fakta lapangan menunjukkan jika pengaruh Korean Hallyu terhadap gaya hidup remaja di Kota Makassar, termasuk pada komunitas *dance cover* ditandai dengan terpilihnya Korea Selatan sebagai tuan rumah Piala Dunia Sepak Bola dan menayangkan serial drama Korea di saluran TV swasta Indosiar pada tahun 2002, Korea Selatan juga memiliki dunia musik ringan yang menarik biasa dikenal dengan k-pop, terutama boy band dan girl band. Music pop korea adalah genre yang unggul dengan gaya suara, koreografi, dan ceritanya yang unik. Sebagai grup idol (idola) yang sebagian besar diikuti oleh penggemar Asia, K-pop terus meningkatkan kreativitasnya agar mampu menjangkau penonton di seluruh dunia. Budaya Korea telah berhasil menjejalkan kakinya di Indonesia selama 10 tahun terakhir melalui drama Korea yang banyak ditonton oleh masyarakat khususnya di Indonesia. Tayangan ini merupakan pintu masuk penyebaran budaya Korea di Indonesia dan *way of life* bagi anak muda Indonesia (Fitriah et al., 2023).

Demam budaya *Korean Hallyu* semakin eksis dengan kehadiran media social, melalui media sosial sesama penggemar budaya Korea saling berinteraksi hingga membuat komunitas *Korean Wave / Korean Hallyu* yang beranggotakan kawula muda pecinta budaya Korea. Mereka mengikuti trend budaya Korea dari mulai fashion, make up, gaya hidup hingga kuliner ala Korea dan peralatan rumah tangga, penyebaran budaya Korea pun berlanjut hingga merambah industri musik tanah air. Aliran musik Korea pun menjadi kiblat di kalangan industri musik tanah air, fenomena ini diamati oleh pelaku musik di tanah air. Kehadiran Boyband dan Girlband budaya populer adalah peluang bisnis bagi pelaku seni dalam dunia industri hiburan di Indonesia. Selera anak muda yang menggemari Boyband dan Girlband Korea menjadi dorongan bagi produser musik Indonesia untuk mengikuti selera pasar musik yang tengah gandrung dengan budaya populer, maka munculah Boyband dan Girlband yang identik dengan budaya Korea yaitu Smash, Cherrybelle dan 7icons, sehingga budaya korea saat ini dianggap sebagai bisnis yang menggiurkan (Cindrakasih, 2021).

Riset yang dilakukan Kurniasih (2023) yang menganalisis pengaruh fenomena Hallyu (*Korean Wave*) dengan menggunakan indikator panutan (*role model*), dan ekspresi dari pemujaan/idola (*expression of idolization*) memberikan bukti bahwa fenomena Hallyu (*Korean Wave*) berpengaruh positif signifikan terhadap gaya hidup remaja yang diukur dengan indikator aktivitas, minat dan opini, bahwa semakin besar pengaruh *Korean Wave*, maka semakin berdampak pada terjadinya perubahan gaya hidup remaja. Studi yang dilakukan Pandeinuwu et al., (2022) memberikan bukti bahwa sikap dan berpengaruh positif signifikan terhadap gaya hidup, namun perilaku menunjukkan hasil yang berbeda, bahwa perilaku berpengaruh positif namun tidak signifikan pengaruhnya terhadap gaya hidup remaja. Hasil berbeda ditunjukkan pada studi yang dilakukan Rahmawati (2014) yang menganalisis pengaruh tayangan Korean

Wave terhadap perilaku imitasi remaja, riset tersebut membuktikan bahwa lama menggemari (durasi) dan frekuensi melihat tayangan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap perilaku imitasi, sementara atensi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku imitasi.

LANDASAN TEORI

Imitasi

Santoso Slamet (2004) mengungkapkan bahwa berdasarkan *social learning theory* kata imitasi berasal dari kata *imitation* yang dapat diterjemahkan sebagai peniruan. Musabab dari hal ini adalah karena manusia pada dasarnya merupakan makhluk individualis. Tetapi manusia juga mempunyai kesanggupan untuk meniru dan memunculkan kehidupan sosial di dalam masyarakat, dibutuhkan beberapa persyaratan dalam melaksanakan imitasi, yaitu: adanya minat/perhatian terhadap hal/sesuatu yang akan diimitasi, sikap yang menjunjung tinggi atau mengagumi terhadap hal-hal yang diimitasi, dan adanya penghargaan sosial yang tinggi, serta pengetahuan dari individu.

Pada proses imitasi terdapat pula anggapan bahwa individu itu mencontoh yang lain (*imitation one person copies another*), sehingga individu memiliki peran pasif dalam hubungan dengan individu lain (*a passive role in relation*), sementara itu, ada pula anggapan yang menyatakan bahwa tingkah laku yang dihasilkan berasal dari individu lain (*imitation is to copy or produce action of another*). Berdasarkan pernyataan tersebut, maka imitasi dapat disimpulkan sebagai tingkah laku yang bersifat otomatis sehingga menimbulkan atau mengakibatkan tingkah laku yang seragam (Gerungan, 2004).

Budaya

Salah satu dari sekian banyak konsep budaya yang dikemukakan para pakar, yang paling terkenal adalah konsep budaya yang dikemukakan Koentjaraningrat (2013) bahwa budaya adalah sebagai seluruh total dari pikiran, dan hasil karya manusia yang berakar dari nalurnya setelah individu tersebut telah melewati proses belajar. Terdapat empat poin penting untuk menganalisis ekspresi sikap fanatisme remaja Generasi Z sebagai penggemar *Korean Wave*, yaitu: (1) Rasa suka dan kagum yang tinggi, rasa suka dan kagum yang tinggi tergambar dari bagaimana sikap serta antusiasme mereka terhadap objek fanatismenya tersebut, yaitu idolanya, (2) *Addiction*, dapat juga disebut dengan kecanduan (rasa suka yang berlebihan) dapat terlihat dari bagaimana intensitas mereka mengkonsumsi produk budaya *Korean Wave*, (3) Rasa ingin memiliki, perasaan ini tergambar dari bagaimana hasrat mereka untuk memiliki benda-benda material yang berkaitan dengan dengan objek fanatisme mereka, dan (4) Loyalitas merupakan ketertarikan terhadap *Korean Wave* melampaui tingkat biasa yang ditunjukkan dari bagaimana kesetiaan yang ditunjukkan oleh mereka terhadap idolanya atau kegemarannya terhadap *Korean Wave*.

Kekuatan penampilan, keahlian, kepribadian, profesionalitas selebritis Korea menjadi poin penting dalam menunjang keberhasilan *Korean Hallyu*, karena banyak diikuti dan disukai oleh orang di Indonesia, bahkan salah satu komoditi *Korean Wave* berhasil menjadi trend (Gustam, 2015). *Korean Wave* merupakan gelombang kebudayaan Korea yang berkisar dari drama televisi, film, musik K-pop, games, makanan, fashion, produk kecantikan, bahkan pariwisata (Lee & How, 2022). Kesuksesan *Korean Wave* tidak begitu saja lepas dari peran dan daya tarik yang dimiliki oleh bintang Korea. Penampilan bintang Korea menjadi standard kecantikan/ketampanan yang

Gaya Hidup

Berbagai gaya dan identitas ditampilkan oleh idola mereka akhirnya mempengaruhi para remaja dalam membangun identitas diri. Gaya hidup juga sangat berkaitan erat dengan perkembangan zaman dan teknologi. Semakin bertambahnya zaman dan semakin canggihnya teknologi, maka semakin berkembang luas pula penerapan gaya hidup oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari (Rifqiningsih, 2021).

Halik et al., (2022) Gaya hidup adalah cara seseorang hidup di dunia yang diekspresikan melalui aktivitas, minat dan pendapat. Gaya hidup didefinisikan sebagai cara hidup seseorang saat menggunakan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya (pendapat) (Setiadi, 2013). Gaya hidup adalah pribadi seseorang secara keseluruhan yang dilukiskan pada saat berinteraksi dengan lingkungannya (Kotler & Keller, 2016).

METODE PENELITIAN

Studi ini berjenis asosiatif kuantitatif. pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik total sampling. Populasi dari penelitian ini sebanyak 191 anggota komunitas Dance Cover Di kota Makassar. Sampel dari populasi diperoleh berdasarkan teknik total sampling, namun yang diisi hanya 173 kuesioner dan terdapat 34 diantaranya yang dianggap cacat sehingga menyisakan 139 set kuesioner.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Ketertarikan komunitas dancer di Kota Makassar terhadap *Korean Hallyu* bukan semata karena sosok artis K-Pop tetapi juga terdapat alasan, seperti gaya berbusana, gaya berkomunikasi, gaya rambut, seni peran yang mereka tampilkan melalui drama dan hal-hal lainnya termasuk gaya menari mereka. Responden yang memberikan penilaian (tanggapan) pada penelitian ini sebanyak 139 responden yang memiliki karakteristik, yaitu:

Tabel 1. Responden

Karakteristik		Frekuensi (N)	Persentase (%)
Gender	Pria	78	56.1
	Wanita	61	43.9
Interval Usia	16 - 18 Tahun	18	12.9
	19 - 21 Tahun	40	28.8
	22 - 24 Tahun	66	47.5
	25 - 27 Tahun	15	10.8
Jenjang Pendidikan Akhir	SMP (Setara)	27	19,4
	SMU (Setara)	35	25,2
	Diploma	27	19,4
	Sarjana	47	33,8

	Magister	3	2,2
Jenis Pekerjaan	Siswa / Mahasiswa	21	15,1
	Belum Bekerja	37	26,6
	Karyawan Swasta	50	36
	Pegawai Pemerintah (PPPK)	30	21,6
	PNS	1	0,7
Terafiliasi pada Dance Cover	< 1 Tahun	35	25.2
	< 2 Tahun	34	24.5
	< 3 Tahun	39	28.1
	< 4 Tahun	14	10.1
	> 5 Tahun	17	12.2

Gender atau jenis kelamin pada Tabel 1 menunjukkan jika dominan responden ditunjukkan dengan Pria = 78 orang atau sebesar 56,10%, sementara Wanita = 61 orang atau sebesar 43,90%. Hasil tersebut menjelaskan jika komunitas *dance cover* yang Terpapar korean Hallyu dalam penelitian ditunjukkan dengan jenis kelamin pria, hal ini diakibatkan karena Pria memiliki kecenderungan melakukan perilaku imitasi secara totalitas tidak hanya pada gaya komunikasi semata melainkan juga pada busana yang mereka kenakan dan potongan rambut serta gaya menari yang dimiliki oleh idola mereka sebagai dampak dari *Korean Hallyu*

Usia responden dikelompokkan pada 4 (empat) kelas interval, yang didominasi dengan responden dengan interval usia 22 – 24 Tahun = 66 orang atau 47,50%. Hasil tersebut menjelaskan bahwa komunitas *dance cover* yang terdampak oleh *Korean Hallyu* berada pada kelompok usia dewasa, hal ini menjelaskan jika mereka telah memiliki kemampuan untuk membedakan hal yang baik dan buruk dan memiliki kebermanfaatannya kepada mereka ataupun tidak. Pada umumnya sebagai idola mereka cenderung berperilaku baik sehingga komunitas *dance cover* dapat meniru hal – hal yang baik dari idola mereka sesuai dengan norma-norma atau kaidah-kaidah yang berlaku sehingga mereka (*dance cover*) dapat melakukan perbaikan pada perilaku dan keahlian mereka dari akibat mencontoh *Korean Hallyu* sehingga mereka dapat bermanfaat bagi lingkungan tempat mereka berada.

Jenjang (tingkat) pendidikan responden dimulai dari SMP (setara) hingga responden menyelesaikan pendidikan pada program strata dua Magister. Responden berdasarkan pendidikan akhir di dominasi dengan Sarjana strata satu = 57 orang atau sebesar 41,00%. Pada umumnya responden memiliki integritas kepribadian yang tinggi, terbuka dan tanggap terhadap perubahan dan kemajuan ilmu pengetahuan, dan masalah yang dihadapi. Responden memiliki pengetahuan yang cukup yang mereka peroleh dibangku perkuliahan, namun disebabkan karena adanya perubahan dan kemajuan ilmu pengetahuan maka menuntut mereka untuk menjadikan Korean Hallyu sebagai salah satu sumber pengetahuan untuk meningkatkan kemampuan dan keahlian serta pengetahuan mereka, salah satunya, melalui cara berbicara atau penguasaan bahasa asing (Korea) yang saat ini dibutuhkan dalam banyak bidang pekerjaan.

Berdasarkan pekerjaan, responden dalam penelitian ini dominan adalah karyawan swasta = 50 orang atau sebesar 36,00%. Hal ini diakibatkan karena karyawan swasta lebih fleksibel terhadap pekerjaan karena aturan yang mereka jadi pedoman selain Undang – undang ketenagakerjaan juga berfokus pada peraturan perusahaan, fleksibel yang dimaksudkan yaitu

pada beberapa kesempatan mereka dapat mendahulukan salah satu diantara kedua peraturan kerja tersebut, di sisi lain karyawan swasta pada umumnya lebih cenderung mengikuti ketentuan atau peraturan yang dibuat atasan langsungnya sehingga mereka sangat dinamis terhadap perubahan yang terjadi yang mengakibatkan mereka membutuhkan banyak hiburan dan melalui Korean Hallyu yang mereka peroleh sehingga mereka dapat menyesuaikan antara kegemaran (hoby) mereka dengan dunia kerja.

Terafiliasi dalam komunitas dance cover, ditunjukkan bahwa umumnya responden tergabung dalam komunitas dance cover di Kota Makassar < 3 Tahun sejumlah = 39 orang, hasil tersebut menunjukkan jika responden memiliki pengalaman dan pengetahuan yang cukup untuk membuat diri mereka senantiasa berperilaku imitasi (menggunakan Korean Hallyu) dalam aktivitas kesehariannya.

Normalitas Data

Pengujian normalitas bertujuan untuk menguji apakah sebaran data yang digunakan terdistribusi secara normal, berikut ditunjukkan:

Tabel 2. Kenormalan Data

Kriterium	Nilai
Test Statistic	.068
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c	.200 ^d

Analisis regresi sederhana mensyaratkan jika data yang digunakan memiliki kenormalan data, berdasarkan hasil pengujian normalitas dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan jika nilai t-statistik > 0,068 dengan p-value 0,200 > 0,05 sehingga data yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan berdistribusi secara normal.

Autokorelasi

Pengujian autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya).

Tabel 3. Autokorelasi Data

Model	R	R Square	Durbin-Watson
1	.816a	.666	1.695

Hasil pengujian membuktikan bahwa nilai DW (Durbin Watson) = 1,695 terletak antara batas atas atau Upper bound ($dU = \text{durbin Watson upper}$) = 2,2270 dan $(4 - dU) = 2,2626$ maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi. Hasil tersebut menunjukkan jika data yang digunakan terbebas dari gangguan autokorelasi

Heterokedastisitas

Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut *homoskedastisitas* dan jika berbeda disebut *heteroskedastisitas*, untuk itu hasil pengujian ditunjukkan sebagai berikut:

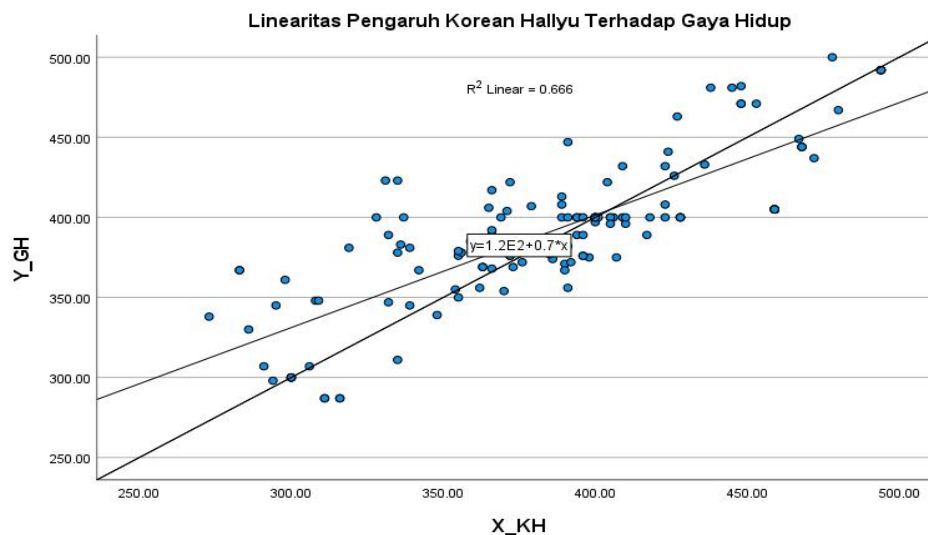
Tabel 3. Homogenitas Data

Kausalitas	B	Std.Error	T	Sig.
KH → GH	-.038	.025	-1.526	.129

Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil pengujian menunjukkan jika nilai t-statistik = $-1,526 < 1,96$ (t-tabel) dan nilai p-value (Sig.) = $0,129 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan jika pada data yang digunakan tidak terjadi Heteroskedastisitas (beragam) artinya bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini sifatnya seragam (homoskedastisitas).

Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel atau lebih yang diuji mempunyai hubungan yang linear atau tidak, untuk itu ditunjukkan pada gambar berikut:



Gambar 1. Kesearahan Kausalitas

Validitas

Pearson's Correlation yang terdapat pada program *SPSS 27.0 for Windows* untuk menghitung korelasi antara nilai yang diperoleh dari pernyataan-pernyataan. Apabila nilai *Pearson's Correlation* yang didapatkan memiliki nilai $r > 0,30$ dengan p-value $< 0,05$ (Ghozali, 2016).

Tabel 4. Validitas Instrumen

Indikator	Pernyataan (Simbol)	Pearson Correlation ($r > 0,30$)
Panutan (role model) (X_{11})	X_{111}	0,764**
	X_{112}	0,829**
	X_{113}	0,841**
	X_{114}	0,769**
	X_{115}	0,738**
	X_{116}	0,826**
	X_{117}	0,805**
	X_{118}	0,687**
	X_{119}	0,782**
Ekspresi dari pemujaan/ idola (X_{12})	X_{121}	0,594**
	X_{122}	0,668**
	X_{123}	0,758**

	X_{124}	0,819 ^{**}
	X_{125}	0,609 ^{**}
	X_{126}	0,681 ^{**}
	X_{127}	0,862 ^{**}
	X_{128}	0,862 ^{**}
	X_{129}	0,763 ^{**}
	X_{1210}	0,817 ^{**}
	X_{1211}	0,761 ^{**}
Aktivitas (Y_{11})	Y_{111}	0,726 ^{**}
	Y_{112}	0,807 ^{**}
	Y_{113}	0,808 ^{**}
	Y_{114}	0,813 ^{**}
Minat (Y_{12})	Y_{121}	0,777 ^{**}
	Y_{122}	0,705 ^{**}
	Y_{123}	0,794 ^{**}
	Y_{124}	0,810 ^{**}
	Y_{125}	0,777 ^{**}
Opini (Y_{13})	Y_{131}	0,775 ^{**}
	Y_{132}	0,845 ^{**}
	Y_{133}	0,732 ^{**}

Validitas variabel Korean Hallyu menunjukkan jika pada dimensi/indicator panutan (role model) (X_{11}) yang terdiri dari 9 (sembilan) item pernyataan menunjukkan jika ke 9 (sembilan) pernyataan dinyatakan valid (sah) karena memiliki nilai koefisien korelasi / *pearson correlation* ($r > 0,30$) dengan *probability value* p-value $> 0,05$. Pada indikator Panutan (*role model*) (X_{11}) nilai koefisien korelasi yang menunjukkan nilai validitas tertinggi diperlihatkan melalui responden yang sangat menyukai Idol K-Pop/Drama Korea (X_{112}) dengan nilai = 0,829, sementara pada indikator ekspresi dari pemujaan/ idola (X_{12}) diperlihatkan secara bersama-sama melalui tanggapan responden terhadap kesenangan responden untuk menyukai gaya rambut Idol K-Pop/Drama Korea (X_{127}) dan kebersetujuan responden jika idola mereka (K-Pop/Drama Korea) dijadikan menjadi pusat perhatian (skala prioritas) dengan nilai validitas (X_{128}) =0,862.

Hasil validitas testing pada variabel gaya hidup yang dicirikan melalui indikator aktivitas (Y_{11}) dengan 4 (empat) pernyataan, dan indikator minat (Y_{12}) dengan 5 (lima) pernyataan, serta indikator opini (Y_{13}) dengan 5 (lima) pernyataan. Keseluruhan item pernyataan dinyatakan valid (sah) karena memiliki nilai koefisien korelasi $r = > 0,30$ dengan *probability value* p-value $> 0,05$. Pengujian validitas tertinggi pada indikator aktivitas (Y_{11}) diperlihatkan melalui (Y_{113}) dengan nilai = 0,808, bahwa responden pada beberapa kesempatan berbelanja mencari beberapa barang yang bermotif K-pop/Drama Korea. Pada indikator minat (Y_{12}) ditunjukkan dengan (Y_{124}) dengan nilai = 0,810, bahwa responden sangat menyukai rumah/kamar yang menggunakan ornamen Korea. Validitas (keabsahan) pada indikator opini (Y_{13}) ditunjukkan jika nilai validitas tertinggi ditunjukkan dengan (Y_{132}) dengan nilai = 0,845, bahwa responden senantiasa membeli, memakai, dan mengkonsumsi segala sesuatu yang berbau Korea.

Reliabilitas

Reliabilitas atau keandalan suatu instrumen penelitian digunakan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya. Instrumen dikatakan reliabel untuk

mengukur variabel bila memiliki nilai Cronbach Alpha > 0,60 (Ghozali, 2016).

Tabel 5. Reliabilitas

Variable	Dimensi / Indikator	Cronbach's Alpha	N of Items
<i>Korean Hallyu</i> (X)	Panutan (role model) (X ₁₁)	0.919	9
	Ekspresi dari pemujaan/ idola (X ₁₂)	0.918	11
Gaya Hidup (Y)	Aktivitas (Y ₁₁)	0.792	4
	Minat (Y ₁₂)	0.829	5
	Opini (Y ₁₃)	0.687	3

Hasil pengujian keandalan variabel menunjukkan jika variable *Korean Hallyu* (X) yang diukur dengan dimensi / indicator Panutan (*role model*) (X₁₁) dengan sembilan pernyataan dan Ekspresi dari pemujaan/ idola (X₁₂) dengan sebelas pernyataan menunjukkan vasil yang handal (reliable) karena memiliki nilai *cronbach alpha* > 0,60. Pada variabel gaya hidup (Y) dicirikan melalui aktivitas (Y₁₁) dengan empat pernyataan, dan minat (Y₁₂) diukur dengan lima pernyataan serta opini (Y₁₃) yang dijelaskan melalui tiga pernyataan. Perolehan hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa Gaya Hidup (Y) dinyatakan memiliki keandalan (*reliability*) karena memiliki nilai *cronbach alpha* > 0,60. Variabel yang memiliki keandalan tertinggi adalah *Korean Hallyu* (X) pada indicator panutan (*role model*) (X₁₁) = 0.919, bahwa komunitas *dance cover* di Kota Makassar alasan menggunakan idola mereka sebagai panutan (*role model*) mereka karena mereka memandang jika artis korea dapat digunakannya sebagai teladan atau contoh, baik dari segi pola pikir, penampilan maupun perilaku mereka sehari-hari ketika diliput oleh media.

Anova

Anova atau seringkali juga disebut dengan Uji-F (*goodness of fit test*) digunakan untuk mengetahui keakuratan (kelayakan) dari suatu model regresi yang menguji pengaruh variabel independen (*Korean Hallyu*) terhadap variabel dependen (Gaya Hidup).

Tabel 6. Fisher Test

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	196.307.417	1	196.307.417	273.093	.000 ^b
	Residual	98.479.734	137	718.830		
	Total	294.787.151	138			

R-Square

Koefisien determinasi (R²) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dapat menjelaskan variabel variabel dependen. Dalam pengujian hipotesis koefisien determinasi dilihat dari besarnya nilai *R Square* (R²), untuk mengetahui seberapa jauh variabel independen (*Korean Hallyu*) berpengaruh terhadap variabel dependen (Gaya Hidup). Hasilnya dapat ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 7. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square
1	.816 ^a	.666

Nilai R^2 mempunyai interval 0 sampai 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Jika R^2 bernilai besar (mendekati 1) berarti variabel bebas dapat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen, sedangkan jika R^2 bernilai kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai $R^2 = 0,666$ atau dapat dinyatakan jika kemampuan variable *Korean Hallyu* dalam mempengaruhi gaya hidup komunitas dance cover di Kota Makassar = 66,60%, bahwa pengaruh *Korean Hallyu* terhadap gaya hidup komunitas dance cover di Kota Makassar cukup kuat.

T-Statistik

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan nilai t-statistik dan p-value, apabila nilai t-statistik > t-tabel (1,96) dan p-value < 0,05, maka hipotesis yang diajukan dinyatakan diterima (terbukti), sebaliknya apabila nilai t-statistik < t-tabel (1,96) dan p-value > 0,05 maka hipotesis yang diajukan dinyatakan ditolak (tidak terbukti). Hasil pengujian dapat ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 8. T-test

Model	B	Std. Error	Std. Beta	t	Sig.
1 (Constant)	120.463	16.604		7.255	.000
X_KH	.702	.043	.816	16.526	.000

Hasil tersebut menunjukkan jika nilai *Standardized Coefficients Beta* = 0,816 dengan arah positif dan nilai t-statistik 16,526 > 1,96 serta p-value = 0,000 < 0,05 sehingga temuan penelitian ini memberikan bukti bahwa *Korean Hallyu* berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup komunitas *dance cover* di Kota Makassar

Korean Hallyu atau *Korean Wave* merupakan penyebaran budaya Korea yang sangat identik dengan dunia hiburan seperti music (tarian), drama, dan variety shows yang dikemas secara apik menyajikan budaya-budaya Korea. Keterkaitan antara *Korean Hallyu* terhadap gaya hidup komunitas dance cover di Kota Makassar disebabkan karena pada awalnya dimulai dari keingintahuan atas budaya korea pada sisi dunia hiburan (seperti, music, tarian, drama), yang kemudian musik, tarian, drama korea mendunia (menjadi fenomena) menggiring mereka (komunitas dance cover) menjadi penggemar yang fanatic dan diperlihatkan melalui perasaan suka dan kagum yang tinggi, kecanduan (*addiction*), perasaan ingin memiliki dan loyalitas yang ditunjukkannya sebagai gaya hidup.

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa *Korean Hallyu* berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup komunitas dance cover di Kota Makassar, dibuktikan dengan nilai *standardized coefficient* regresi sebesar = 0,816 dengan arah positif yang menjelaskan bahwa komunitas dance cover di Kota Makassar memiliki keterkaitan yang sangat tinggi pada *Korean Hallyu* sehingga menjadikannya sebagai gaya hidup dibuktikan dengan p-value = 0,001, bahwa tingginya kemampuan komunitas dance cover dalam mengimitasi *Korean Hallyu* berakibat nyata terhadap gaya hidup mereka sehari-hari.

Faktor penyebab positif dan signifikannya *Korean Hallyu* terhadap gaya hidup disebabkan karena tingginya keinginan komunitas dance cover untuk menyukai musik/mencontoh seni tarian, menyukai drama korea, gaya busana korea, gaya rambut, kuliner dan mengimitasi dandanan make-up (ketampanan / kecantikan) yang dimiliki dan diperlihatkan oleh idola mereka sehingga berdampak pada tingginya minat responden pada ketertarikan, kesukaan, kegemaran, dan skala prioritas mereka dalam kehidupan sehari-hari yang senantiasa mengadopsi hal-hal berbau korea pada saat bekerja kesukaan mereka pada ruangan (rumah/kamar) yang menggunakan ornamen

korea, makanan korea, menonton tayangan media yang menyajikan K-pop/Drama Korea dan imitasi pada beberapa kesempatan penting dengan meniru gaya pakaian, gaya rambut, pola hias, dan gerak serta cara berkomunikasi idola mereka.

Temuan penelitian ini juga menjelaskan jika komunitas dance cover sangat mengidolakan artis korea dan menjadikannya sebagai teladan atau contoh, baik dari penampilan maupun perilaku mereka sehari-hari, bahwa mereka sangat memuja idolanya sehingga melakukan *imitation* (peniruan) sebagai sumber inspirasi dalam melakukan segala sesuatu, dan memotivasi mereka untuk mencari tahu pada segala sesuatu yang sedang tren dan patut untuk mereka konsumsi. Pernyataan tersebut menegaskan bahwa mereka sangat senang apabila Idol Korea (K-Pop/Drama Korea) dijadikan panutan oleh banyak orang, ketertarikan mereka pada idola Korea merupakan sesuatu yang wajar sehingga menjadikannya sebagai panutan dan adanya keinginan mereka untuk meniru gaya berpakaian Idol K-Pop yang saat ini menjadi trend mode remaja di dunia dan adanya anggapan dari komunitas dance cover bahwa idola mereka dapat memberikan pengaruh yang baik sehingga memunculkan keinginan dari mereka untuk mendengarkan atau menonton K-pop/Drama Korea sebagai inspirasi atau untuk meringankan kegalauan (kesedihan) dan keinginan untuk mendengarkan atau menonton K-pop/Drama Korea sebagai media untuk menghilangkan stress, serta mencari beberapa barang yang bermotif K-pop/Drama Korea pada saat mereka berbelanja dan memilih lokasi/tempat liburan yang memiliki spot seperti yang terdapat pada visualisasi yang ditampilkan pada K-pop/Drama Korea.

Hasil penelitian ini mendukung temuan Kurniasih (2023) ; Aprillia & Listiani (2019) ; Ramadhan (2015) bahwa Korean Hallyu berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup remaja. Beberapa hasil penelitian terdahulu tersebut menunjukkan jika fenomena Korean Hallyu memberikan dampak yang nyata terhadap gaya hidup remaja, semakin tinggi keinginan remaja mengimitasi Korean Hallyu, maka semakin menunjukkan perubahan gaya hidup remaja yang semakin sering mengadopsi budaya Korea. Pada temuan peneliti lainnya diperoleh hasil yang berbeda, bahwa perilaku dalam mengimitasi Korean Hallyu berpengaruh positif namun tidak signifikan pengaruhnya terhadap gaya hidup remaja (Pandeinuwu et al., 2022). Peneliti lainnya, Rahmawati (2014) bahwa frekuensi melihat tayangan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap perilaku imitasi.

KESIMPULAN

Korean Hallyu memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap gaya hidup komunitas dance cover di Kota Makassar, hal ini diakibatkan karena tingginya keinginan komunitas dance cover untuk menyukai budaya korea utamanya pada music, tarian, drama korea, gaya busana, gaya rambut, kuliner dan penampilan dari idola mereka sehingga berdampak pada tingginya minat ketertarikan, kesukaan, kegemaran yang ditunjukkan dengan kesukaan mereka pada ruangan (rumah/kamar) yang menggunakan ornamen atau hal – hal yang berbau korea. Responden sangat mengidolakan artis Korea dan menjadikannya sebagai teladan atau contoh, baik dari penampilan maupun perilaku mereka sehari-hari, mereka sangat senang apabila Idol Korea (K-Pop/Drama Korea) dijadikan panutan oleh banyak orang.

Hasil penelitian ini menunjukkan jika dimensi atau indikator terendah dan saat ini penting untuk ditingkatkan dalam menampilkan gaya hidup yang dipengaruhi Korean Hallyu diperlihatkan melalui dimensi atau indikator opini karena belum baiknya pemahaman mereka terhadap budaya korea dan terbatasnya kemampuan atau daya beli mereka dalam menggunakan dan mengkonsumsi barang – barang bercorak (berbau) korea sehingga menjadi kendala dalam melihat penerapan Korean Hallyu secara menyeluruh. Hasil penelitian ini diharapkan dapat

dikembangkan oleh peneliti selanjutnya dengan menambah variabel lainnya selain Korean Hallyu yang mempengaruhi gaya hidup dan menganalisisnya bukan hanya pada kelompok kecil (komunitas dance cover) melainkan pada remaja generasi Z yang sangat rentan dengan hal-hal yang sifatnya fenomenal dan baru.

DAFTAR REFERENSI

- Adi, G. K. H. (2019). *Korean Wave (Studi Tentang Pengaruh Budaya Korea Pada Penggemar K-Pop di Semarang)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ilmu Budaya).
- Aprillia, N. H. P., & Listiani, E. (2019). Pengaruh Drama Korea Terhadap Perilaku Imitasi Remaja. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 340-350.
- Cindrakasih, R. (2021). Dinamika Globalisasi Budaya Korea di Indonesia dan Pola Konsumsi Remaja “Korean Wave” di Media Sosial Instagram. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 2(1), 17-28.
- Dwiyaniti, N. M. F. S., Pujaastawa, I. B. G., & Laksmiwati, I. A. A. (2023). Pengaruh Budaya Pop Korea terhadap Gaya Hidup Remaja di Kota Denpasar, Bali. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 2(2), 162-170.
- Fella, S., & Sair, A. (2021). “Menjadi Korea”: Melihat Cara, Bentuk dan Makna Budaya Pop Korea Bagi Remaja di Surabaya. *Journal of Urban Sociology*, 3(2), 7-19.
- Fitriah, N. L., Islam, M. H., & Diharjo, R. F. (2023). Dampak Korean Wave Terhadap Perilaku Konsumerisme Merchandise K-Pop Dikalangan Mahasiswa Probolinggo. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 5(2), 4427-4434.
- Gerungan, W. A. (2004). *Psikologi Sosial*, PT. Refika Aditama, IKAPI, Bandung.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gustam, R. R. (2015). Karakteristik Media Sosial dalam Membentuk Budaya Populer Korean Pop di Kalangan Komunitas Samarinda dan Balikpapan. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 224-242.
- Halik, J. B., Halik, M. Y., Latiep, I. F., Irdawati, & Balaba, E. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Uang Saku Mahasiswa Dalam Pengelolaan Keuangan Pribadi Pada Mahasiswa Universitas Kristen Indonesia Paulus Makassar. *Accounting Profession Journal (APAJI)*, 5(1)
- Koentjaraningrat. (2013). *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Rineka cipta
- Kotler, Phillip & Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1. & 2*. PT. Indeks: Jakarta.
- Kurniasih, Wais L. (2023). *Pengaruh Fenomena Hallyu (Korean Wave) Terhadap Gaya Hidup Remaja Army (Adorable Representative MC for Youth) BANYUWANGI* (Doctoral dissertation, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember).
- Mukhlis, K., Cangara, H., & Wahid, U. (2023). Analisis Resepsi Budaya Populer Korean Pop Dengan Perubahan Gaya Hidup Diaspora Indonesia di Penang. *Komunikasi: Jurnal Komunikasi*, 14(1), 10-15.
- Lee, C. G., & How, S. M. (2022). Hallyu tourism: impacts on inbound tourists to South Korea. *Current Issues in Tourism*, 25(9), 1361-1367.
- Pandeuwu, R. C., Lasut, J. J., & Zakarias, J. D. (2022). Pengaruh Sikap, Perilaku Dan Motivasi Dalam Menonton Korean Pop Terhadap Gaya Hidup Remaja Di Media Sosial Kota Manado. *JURNAL ILMIAH SOCIETY*, 2(3).
- Rahmawati, I. (2014). Pengaruh tayangan korean wave Di internet terhadap perilaku komunitas Korean beloved addict (KBA).

- Ramadhan, A. (2015). Pengaruh Terpaan Tayangan Korean Wave (Demam Korea) Terhadap Gaya Hidup Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Rifqiningsih, D. U. (2021). Konstruksi Identitas Gaya Hidup Selebgram di Media Sosial Instagram (Studi Kasus Selebgram @Ameliaelle). *Commercium*, 4(March), 77–91.
- Santoso, Slamet. (2004). *Dinamika Kelompok*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Setiadi, J. N. (2013). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana Preneda Media Group.