



**PERILAKU IMITASI *JAPANESE CLUB* SMAN 1 MATARAM PADA J-POP
(*JAPANESE POP*)**

Dina KHaerunnisa^{1)*}, Syafruddin²⁾, Imam Malik³⁾

¹²³Program Studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Mataram

E-mail: dinakhaerunnisa99@gmail.com*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mengetahui dan menganalisis proses imitasi pada J-Pop; (2) Mengidentifikasi dan menganalisis bentuk imitasi pada J-Pop; dan (3) Mengetahui dan menganalisis dampak imitasi pada J-Pop. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi dengan cara mengklasifikasikan, menginterpretasi, dan menguji keabsahan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Proses imitasi pada J-Pop berawal dari adanya tontonan J-Pop melalui acara Jepang di sekolah dan media sosial sehingga siswa mengingat apa yang ditontonnya; kemudian siswa melakukan peniruan yang mirip maupun tidak mirip dengan tokoh yang ditiru; kemudian siswa mendapatkan relasi dan rasa percaya diri dalam diri mereka sehingga siswa terus melakukan peniruan. 2) Bentuk imitasi J-Pop berupa mengenakan pakaian cosplay, harajuku, dan yukata; menggunakan logat dan aksen Jepang; serta menggolongkan diri sebagai wibu atau otaku. 3) Dampak imitasi J-Pop yakni adanya kerjasama dengan berbagai pihak terkait; penggunaan sapaan ala Jepang; adanya nilai ketekunan dan paham kebebasan dari Jepang, serta adanya kebendaan seperti pakaian khas Jepang, naruko, manga, dan origami.

Kata Kunci: Imitasi, *J-Pop*, Dampak, Perilaku

ABSTRACT

This study aims to: (1) Know and analyze the process of imitation in J-Pop; (2) Identify and analyze forms of imitation in J-Pop; and (3) Knowing and analyzing the impact of imitation on J-Pop. This study uses a qualitative approach with phenomenological methods by classifying, interpreting, and testing the validity of the data. The results of the study show that: 1) The process of imitation of J-Pop starts with watching J-Pop through Japanese programs at school and social media so that students remember what they watch; then students perform imitation that is similar or not similar to the character being imitated; then students gain relationships and self-confidence within themselves so that students continue to imitate. 2) Imitation of J-Pop in the form of wearing cosplay clothes, harajuku, and yukata; using Japanese dialect and accent; and classify themselves as wibu or otaku. 3) The impact of imitation of J-Pop, namely the collaboration with various related parties; use of Japanese greetings; there is a value of perseverance and an understanding of freedom from Japan, as well as the existence of materials such as Japanese clothes, naruko, manga, and origami.

Keywords: *Imitation, J-pop, Impact, Behavior*



PENDAHULUAN

Revolusi informasi dan komunikasi memudahkan akses budaya luar masuk melalui teknologi seperti media radio, televisi, maupun internet. Media-media tersebut menayangkan berbagai hal dan dapat dijangkau oleh semua elemen masyarakat. Tayangan-tayangan yang ditampilkan mulai dari film, musik, drama, berita, maupun olahraga. Berbagai tayangan yang ada di media mampu mempengaruhi bagaimana penonton ataupun pendengarnya berperilaku. Hal tersebut dikarenakan media merupakan elemen terpenting dalam mempengaruhi sikap dan sudut pandang masyarakat (Nurriszka, 2016).

Perkembangan revolusi informasi dan komunikasi memberikan efek bagi perilaku masyarakat. Dengan hanya menonton berbagai tayangan media yang ada, mampu memberikan dampak yang begitu besar bagi berbagai elemen masyarakat mulai dari anak-anak hingga dewasa. Hal ini dibuktikan oleh beberapa studi yang telah dilakukan. Berbagai film maupun music yang tayang di media selalu menayangkan hal-hal yang menarik untuk ditiru. Bahkan tidak jarang sebuah permasalahan seperti bunuh diri dilakukan oleh seseorang yang telah menonton film atau tayangan music melalui televisi maupun internet. Riset yang dilakukan terkait “Pengaruh Program Televisi Terhadap Bunuh Diri”, menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara tontonan televisi dan perilaku bunuh diri. Hal tersebut dikaitkan dengan perilaku imitatif yang ada pada penontonnya yang berusia remaja (Stack, 1990). Lebih lanjut, riset dilakukan di Austria terkait “Hubungan antara Preferensi Film dan Faktor Risiko Bunuh Diri”, hasil yang diperoleh berupa adanya keterkaitan secara langsung antara tontonan dengan perilaku bunuh diri. Film yang mempertontonkan kesedihan dan keputusan hidup berisiko menimbulkan perilaku bunuh diri (Till et al., 2014).

Adanya Efek media yang begitu besar membuat berbagai negara berlomba-lomba menampilkan tayangan-tayangan yang kemudian ditonton oleh masyarakat luas atau yang dikenal dengan istilah Budaya Populer (Wahidah et al., 2023). Salah satunya adalah negara Jepang yang menyebarkan berbagai pengaruh yang berasal dari negara mereka melalui J-Pop (*Japanese Popular*). Pada zaman ini telah dikenal istilah weeaboo yang merupakan istilah dari seseorang yang terlalu mengikuti budaya Jepang sampai tidak memperhatikan budayanya sendiri. Wibu pada umumnya sangat terobsesi dengan kebudayaan Jepang. Mereka terlalu fanatik seakan-akan sangat mengerti dan berperilaku layaknya orang Jepang. Beberapa contoh perilaku seorang wibu adalah meniru perilaku idola mereka secara berlebihan. Perilaku-perilaku yang dianggap berlebihan misalnya seperti menggunakan bahasa Jepang tidak pada tempatnya, lebih suka mengikuti fashion ala Jepang, lebih menyukai makanan khas Jepang daripada makanan khas negara sendiri, dan suka berhalusinasi tentang idola mereka sendiri. Perilaku-perilaku tersebut muncul akibat pengaruh media yang menayangkan berbagai hal yang berbau Jepang yang kemudian ditiru oleh para penggemarnya (Najibah, 2018).

Wawancara awal dilakukan pada 17 Juni 2021 pada guru bahasa Jepang sebagai guru yang terlibat dalam Japanese Club. Menurutnya, perilaku imitasi pada siswa SMAN 1 Mataram berlangsung ketika pembelajaran bahasa Jepang dimulai. Guru menampilkan berbagai hal tentang Jepang termasuk J-Pop ketika pembelajaran berlangsung. Bentuk imitasi yang sering dilakukan oleh siswa SMAN 1 Mataram yakni dalam hal fashion cosplay yang berupa peniruan secara total artis J-Pop secara fisik, gerakan, maupun suara. Fashion Cosplay ini dilombakan dalam acara tahunan festival budaya Jepang di SMAN 1 Mataram. Siswa yang termirip dan tampil memukau akan menjadi juara dalam festival ini.

Perilaku imitasi J-Pop yang dilakukan oleh siswa SMAN 1 Mataram ini menarik untuk diteliti karena membahas tentang fenomena yang terjadi di tengah arus globalisasi di zaman



yang semakin modern ini. Seberapa kuat pengaruh luar khususnya Jepang dapat mempengaruhi generasi muda bangsa melalui budaya populernya dijelaskan melalui penelitian ini. Alasan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan perilaku yang ditimbulkan generasi muda di Mataram dalam hal ini SMAN 1 Mataram dalam menghadapi pengaruh media yang menyajikan berbagai informasi dan hiburan seperti J-Pop. Dalam penelitian ini, peneliti bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses, bentuk, dan dampak imitasi J- Pop pada siswa Japanese Club SMAN 1 Mataram.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode fenomenologi. Alasan peneliti menggunakan fenomenologi yaitu penelitian ini mencoba menggali informasi dari orang yang mengalaminya secara langsung. Lokasi penelitian bertempat di SMAN 1 Mataram. Penelitian dilakukan selama 3 bulan yakni dari bulan juli september 2022. Pada jenis data, data primer diambil melalui wawancara maupun observasi. Data sekunder diambil melalui literatur maupun internet. Pada sumber data, peneliti mencari subjek penelitian dengan cara menetapkan beberapa kriteria pada subjek penelitian (purposive sampling). Adapun kriteria subjek penelitian ini adalah siswa-siswi SMAN 1 Mataram yang tergabung dalam komunitas Japanese Club SMAN 1 Mataram, memiliki ketertarikan terhadap J-Pop, sering terlibat dalam acara jejepangan di SMAN 1 Mataram, dan pelaku imitasi J-Pop di SMAN 1 Mataram. Informan dalam penelitian ini adalah alumni, guru, dan pegawai SMAN 1 Mataram. Sedangkan informan kuncinya adalah guru bahasa Jepang dan ketua dari Japanese Club SMAN 1 Mataram. Dalam pengumpulan data, dilakukan wawancara semi terstruktur, observasi non-partisipan, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan teknik analisis data Creswell yang dimulai dari pengolahan data, klasifikasi data, dan interpretasi data. Data kemudian diuji keabsahannya dengan teknik triangulasi data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses imitasi J-Pop pada siswa berupa adanya pengamatan langsung dan tidak langsung; mengingat secara visual, audio, maupun kinestetik; melakukan inisiasi secara sempurna maupun tidak sempurna; dan mendapatkan penguatan yang positif maupun negatif. Bentuk imitasi siswa pada J- Pop berupa gaya berpakaian seperti pengenaan pakian harajuku, cosplay, dan yukata; gaya berbicara seperti menggunakan logat dan slang Jepang; dan adanya cara menyatakan diri berupa adanya siswa yang menggolongkan dirinya sebagai wibu

1. Proses imitasi siswa pada J-Pop

1.1 Proses Pengamatan

Pada pengamatan, terdapat pengamatan langsung dan tidak langsung. Pengamatan secara langsung dilakukan ketika menonton acara Jepang di SMAN 1 Mataram yakni acara Smansa Japanese Culture Day atau Hari Budaya Jepang Smansa. Pengamatan secara tidak langsung dilakukan melalui berbagai media sosial seperti YouTube, Joox, Spotify, TikTok, Instagram, Twitter, Website Anime, dan media sosial lainnya. Hal ini senada dengan teori Bandura (2004) yang mengatakan bahwa pengamatan terdiri dari pengamatan langsung dan pengamatan tidak langsung.



1.2 Mengingat

Pada aktivitas mengingat, ingatan siswa dibagi menjadi ingatan visual, auditori, dan ingatan kinestetik. Ingatan visual dilihat ketika siswa mampu mengingat penampilan artis J-Pop seperti pakaian yang cenderung mencolok, make up yang natural, pakaian yang tidak terlalu terbuka, dan pakaian yang juga cenderung casual di beberapa waktu. Ingatan auditori dilihat ketika siswa mampu mengingat irama J-Pop yang cenderung easy listening, memiliki melodi gitar yang khas, irama yang slow dan mendayu-dayu, serta irama musik yang ceria. Ingatan kinestetik dilihat ketika siswa mampu mengingat gerakan yang ditampilkan artis J-Pop ketika melakukan aksi panggung. Siswa mengingat berbagai gerakan yakni berupa gerakan tarian Yosakoi yang gerakannya seperti nelayan memancing ikan dan juga gerakan Picara dari Chibi Maruko Chan yang gerakannya berupa membentuk lingkaran bersama sambil menari. Hal ini senada dengan teori Bandura yang mengatakan bahwa dalam mengingat, terdapat ingatan audio, visual, dan kinestetik (Bandura, 2004). Hal ini didukung oleh pendapat Yanuardianto (2019) yang mengatakan bahwa orang belajar dari apa yang didengar, belajar melalui apa yang dilihat, dan belajar melalui gerak atau sentuhan.

1.3 Inisiasi

Inisiasi pada siswa ditandai dengan adanya inisiasi sempurna dan tidak sempurna. Inisiasi sempurna dilakukan ketika berkompetisi dalam lomba sehingga siswa berusaha menampilkan semirip mungkin dengan tokoh yang ditiru dari segi penampilan, suara, maupun gerak geriknya. Inisiasi tidak sempurna terjadi ketika siswa memiliki keterbatasan dalam meniru disebabkan harga kostum yang terlalu mahal sehingga kostum yang digunakan adalah kostum yang seadanya. Hal ini membuat peniruan tidak terlalu mirip dengan tokoh yang ditiru sehingga yang terjadi adalah inisiasi tidak sempurna. Hal ini senada dengan teori Bandura (2004) yang mengatakan bahwa inisiasi digolongkan menjadi inisiasi sempurna dan tidak sempurna. Setelah mengetahui dan mempelajari suatu tingkah laku, seseorang akan memproduksi sebuah perilaku yang terwujud dalam inisiasi (Isti'adah, 2020).

1.4 Penguatan

Penguatan pada siswa ditandai dengan adanya penguatan positif dan negatif. Dalam hal ini penguatan positif siswa diperoleh dari adanya rasa senang dan puas ketika tampil meniru tokoh idolanya, tumbuhnya kepercayaan diri, dan bertambahnya teman sehibi. Penguatan negatif dilihat dari adanya rasa lelah dan kurangnya waktu belajar siswa karena harus berkumpul atau latihan terlebih dahulu agar menampilkan penampilan yang semirip mungkin dengan tokoh yang ditiru. Namun karena hal positif yang didapat lebih banyak dirasakan, maka penguatan negatif ini tidak menjadi penghalang pada siswa untuk berhenti melakukan imitasi terhadap idolanya. Hal ini sesuai dengan teori Bandura (2004) yang mengatakan bahwa dalam motivasi terdapat penguatan positif (reinforcement) dan penguatan negatif (punishment). Hal ini didukung oleh pendapat Rolina (2006) yang menyatakan bahwa penguatan menjadi penyebab seseorang melakukan sesuatu kembali.

2. Bentuk Imitasi Siswa pada J-Pop

2.1 Gaya Berpakaian

Gaya berpakaian pada siswa ditandai dengan penggunaan pakaian cosplay, pakaian harajuku, dan pakaian yukata. Cosplay adalah pakaian yang meniru artis J-Pop atau tokoh



jepang lainnya. Pada cosplay, semakin mirip pakaian yang dituru, semakin bagus pula penilaian orang-orang yang menonton cosplay. Gaya berpakaian selanjutnya yakni pakaian harajuku. Jika pakaian cosplay adalah pakain yang harus meniru pakaian tokoh, maka pakaian harajuku adalah sebaliknya. Pakaian harajuku tidak memiliki aturan tertentu seperti cosplay yang harus mengikuti pakaian tokoh. Pakian harajuku adalah pakaian bergaya bebas, unik, nyentrik, dan sesuai kreasi masing-masing.. Mode pakaian harajuku cenderung nyentrik dan unik karena pakaian ini adalah pakaian untuk fashion show. Namun, guru dan anggota Japanese Club di SMAN 1 Mataram memodifikasi pakaian tersebut dengan kain lokal seperti kain batik, kain sasambo, kain brokat, dan kain lokal lainnya. Kemudian yukata adalah pakain khas atau pakaian tradisional jepang yang berupa pakaian terusan. Pakian ini merupakan pakaian yang kerap kali ditampilkan dalam konten J-Pop. Hal ini membuat pakaian Yukata juga digunakan di SMAN 1 Mataram pada acara jejepangan. Siswa biasanya mengenakan Yukata sambil memakai jilbab jika ia beragama islam. Hal ini senada dengan teori bentuk imitasi dari Gerungan (2010) yang mengatakan bahwa gaya berpakaian merupakan salah satu bentuk dari imitasi. Hal ini didukung oleh pendapat Najjibah (2018) yang mengatakan bahwa terdapat adanya perubahan gaya berpakaian pada penggemar jejepangan yakni dilihat dari seringnya mereka dalam menirukan gaya berpakaian Jepang.

2.2 Gaya Berbicara

Gaya berbicara pada siswa ditandai dengan penggunaan logat jepang dan juga menggunakan slang yakni berupa bahasa gaul. Logat adalah penekanan dalam berbicara. Penggunaan logat sangat penting dalam bahasa jepaKemudian ng. Karena penekanan yang berbeda akan mempengaruhi artinya. Siswa mempelajari logat Jepang di kelas dan juga di anime atau animasi Jepang. Kemudian slang adalah bahasa yang digunakan oleh anak muda atau istilahnya disebut bahasa gaul. Dalam bahasa gaul ini, siswa biasanya mencampur istilah Indonesia dan jepang kemudian digunakan dalam bahasa sehari-hari. Misalnya seperti pemanggilan nama dari Dharma menjadi daru-kun. Siswa juga memanggil guru mereka dengan sebutan sensei, dan memanggil kakak kelas mereka dengan sebutan senpai. Hal ini sesuai dengan teori bentuk imitasi dari Gerungan (2010) yang menyatakan bahwa gaya berbicara merupakan salah satu bentuk dari imitasi. Hal ini juga didukung oleh pendapat Sholihat (2015) yang megatakan bahwa penggemar jejepangan sering menggunakan gaya berbicara ala jepang dalam keseharian sebagai wujud intrinsik dari kegemaran akan idola mereka dan membuat bahasa jepang terlontar secara alami.

2.3 Cara Menyatakan Diri

Cara menyatakan diri pada siswa ditandai dengan adanya siswa yang menyatakan diri mereka sebagai golongan wibu dan ada juga yang menatakan diri mereka sebagai golongan otaku. Golongan yang meanggap diri mereka wibu adalah mereka yang menganggap diri mereka “gila jepang” atau fanatik terhadap hal-hal yang berbau jepang. Golongan wibu ini menyukai semua kebudayaan yang berasal dari Jepang. Golongan kedua yakni golongan yang menganggap diri mereka otaku. Golongan otaku ini menganggap diri mereka sebagai orang yang tidak terlalu fanatik dalam mengidolakan. Mereka hanya menyukai beberapa hal tentang jepang saja misalnnnya seperti lagu saja. Mereka tidak sampai pada tahap “gila jepang” seperti wibu. Hal ini senada dengan teori Gerungan (2010) yang menyatakan bahwa cara menyatakan diri merupakan salah satu bentuk dari imitasi. Hal ini juga didukung oleh pendapat Aditia (2019) yang menyatakan bahwa terdapat perbedaan antara golongan otaku dan wibu. Wibu



memiliki arti orang yang terobsesi dengan berbagai budaya Jepang. Istilah wibu ini berasal dari Wapanese atau Japanese Wannabe.

3. Dampak Imitasi Siswa pada J-Pop

3.1 Dampak Struktural

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak struktural yang terjadi berupa adanya dampak yang ditimbulkan pada interaksi dan komunikasi. Interaksi yang dilakukan berupa interaksi asosiatif seperti ada kerjasama baik sesama anggota (internal) maupun secara eksternal berupa kerjasama dengan komunitas jejepegangan lain maupun kerjasama sponsorship dengan produk-produk tertentu. Interaksi disosiatif terlihat dari adanya konflik kecil ketika evaluasi komunitas jika terdapat anggota yang kurang koordinasi. Selain itu juga terdapat perdebatan tentang idola siapa yang terbaik. Dalam hal komunikasi, siswa melakukan komunikasi secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi secara langsung ini dilihat dari cara mereka beretemu satu sama lain yaitu menggunakan sapaan jepang seperti “konichiwa” yang artinya selamat siang atau Ohayou yang artinya selamat pagi. Selain itu, siswa membungkukkan badan 90 derajat sebagai bentuk penghormatan satu sama lain sama seperti yang dilakukan orang Jepang. Hal ini sesuai dengan teori dari Syafruddin (2013) yang menyatakan bahwa dampak yang terjadi pada interaksi dan komunikasi merupakan suatu dampak yang berbentuk struktur.

3.2 Dampak Kultural

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak kultural yang terjadi berupa adanya dampak yang ditimbulkan secara material (kebendaan) ataupun immaterial (abstrak). Dampak kultural material ini bisa dilihat dari adanya berbagai bendaan seperti baju yosakoi, yukata, baju harajuku, baju komunitas, naruko (alat menari), manga (gambar tokoh yang dilukis), dan origami. Kemudian dampak kultural immaterial bisa dilihat dari adanya nilai dan paham yang muncul. melalui berbagai konten yang disebarluaskan. Oleh karena itu, muncul berbagai nilai yang diantaranya adalah nilai kedisiplinan dan ketekunan sehingga memunculkan motivasi siswa untuk belajar bermusik maupun dalam mengikuti olimpiade. Selain itu, juga ada paham kebebasan seperti LGBT yang disebarluaskan melalui konten Yuri atau Boys Love. Namun, paham negatif yang ada tersebut dapat disaring oleh siswa SMAN 1 Mataram khususnya anggota Japanese Club. Dengan pendampingan yang baik oleh guru atau sensei, komunitas ini menjadi komunitas yang mengembangkan minat dan bakat siswa dan bebas dari adanya pengaruh negatif. Hal ini sesuai dengan pendapat Syafruddin (2013) bahwa dampak kultural bisa dilihat dari bendaan atau material, dan juga immaterial yang berbentuk abstrak.

SIMPULAN

1. Proses imitasi J-Pop pada siswa SMAN 1 Mataram yakni berupa pengamatan melalui acara Jepang di sekolah maupun di sosial media sehingga siswa mengingat irama, gerakan, maupun penampilan dari artis J-Pop. Selanjutnya siswa melakukan peniruan (imitasi) yang mirip dengan tokoh yang ditiru dan ada juga yang melakukan peniruan tidak mirip karena keterbatasan biaya dalam membeli kostum. Setelah melakukan imitasi tersebut, siswa mendapatkan feedback berupa penguatan positif yang berupa semakin luasnya relasi dan tumbuhnya rasa percaya diri dalam diri siswa. Penguatan negatif yang didapatkan berupa rasa lelah harus membagi waktu antara sekolah dan



acara komunitas Japanese Club. Namun, karena penguatan positif yang didapat lebih banyak daripada penguatan negatif, siswa terus mebgulangi perilaku imitasi pada J-Pop tersebut.

2. Bentuk imitasi J-Pop pada siswa SMAN 1 Mataram yakni berupa adanya penggunaan pakaian cosplay (pakaian meniru tokoh Jepang), harajuku (pakian nyentrik ala Jepang), dan yukata (pakian tradisional Jepang). Kemudian siswa meniru gaya bicara Jepang seperti penggunaan logat dan slang (bahasa gaul) ketika di sekolah dan di luar sekolah. Selain itu, siswa juga menggolongkan diri mereka sebagai golongan wibu (golongan yang “gila jepang”, suka berbagai hal tentang Jepang, dan ingin menjadi orang Jepang sungguhan), serta golongan otaku (golongan yang hanya menyukai beberapa hal tentang Jepang).
3. Dampak imitasi J-Pop pada siswa SMAN 1 Mataram dilihat dari adanya kerjasama dengan berbagai pihak yang terkait dengan Jepang, adanya konflik kecil antar siswa berupa perdebatan tentang idola masing-masing, ketika berkounikasi atau bertemu langsung menggunakan kata konichiwa dan membungkukkan badan 90 derajat ketika bertemu layaknya orang Jepang, menggunakan tulisan Jepang di sosial media mereka, adanya nilai ketekunan yang dianut siswa dan paham kebebasan yang diperoleh dari tontonan J-Pop, serta adanya kebendaan khas Jepang yang dimiliki seperti baju yosakoi, baju yukata, baju harajuku, baju cosplay, baju komunitas, naruko (alat menari), manga (gambar tokoh yang dilukis), dan origami (karya seni dalam bentuk lipatan kertas).

DAFTAR PUSTAKA

- Bandura, A. (2004). *Observasional Learning* (2nd ed.). Macmillian Reference USA.
- Isti`adah, F. N. (2020). *TEORI-TEORI BELAJAR DALAM PENDIDIKAN* (1st ed.).
- Najjibah, D. R. (2018). Pengaruh Pemberitaan Sisi Gelap Budaya Jepang di Media Online Japanese Station.com Terhadap Perilaku Imitasi Komunitas Jepang UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. In *Institutional Repository UIN Syarif Hidayatullah Jakarta* (Vol. 7, Issue 5). UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Nurriska, A. F. (2016). Peran Media Sosial di Era Globalisasi Pada Remaja di Surakarta Suatu Kajian Teoritis dan Praktis Terhadap Remaja dalam Perspektif Perubahan Sosial. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(April 2016), 28-37.
- Stack, S. (1990). The Impact of Fictional Television Films on Teenage Suicide, 1984- 85. *Social Science Quarterly*, 71(2), 21-23.
- Syafuruddin. (2013). *Perubahan Sosial Budaya*. FKIP Press Universitas Mataram.
- Till, B., Tran, U. S., Voracek, M., Sonneck, G., & Niederkrotenthaler, T. (2014). Associations between film preferences and risk factors for suicide: An online survey. *PLoS ONE*, 9(7), 1-8. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0102293>
- Wahidah, A., Nurbayani K, S., Purba, A. S., Aryanti, T., & Malik, I. (2023). Korean Beauty Product Branding Trough Men: A Prestige Fulfillment For Fans. *Ilomata International Journal of Management*, 4(2), 183-194. <https://doi.org/10.52728/ijjm.v4i2.701>