



ANALISIS PENIRUAN TREND ASHOKA DALAM TIKTOK

Adinda Dyah Kumala

UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Savna Robica Salsabillah

UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Ahmad Aulia Rohman

UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Muhammad Rusydi Azmi

UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Pia Khoirotun Nisa

UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Alamat: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jkt, Jl. Ir H. Juanda No.95, Ciputat, Kec. Ciputat Tim., Kota Tangerang Selatan, Banten 15412
Korespondensi penulis: muhammadrusydiazmi16@gmail.com

Abstract. *This research aims to find out The rapid development of social media has brought unparalleled connectivity, but also presented new frontiers for identity theft and impersonation. The author will analyze the Asoka Make-Up Trend. Highlighting interesting phenomena in cultural changes and communication dynamics that occur on leading social media platforms today, especially on TikTok. The method used in this research is qualitative by means of literature study. The object of this research discusses the emergence of a trend regarding Asoka Kareena Kapoor's makeup. Many influencers are following this Ashoka trend. Regarding the film Ashoka, which was released in 2001, marked a new era in Bollywood cinema.*

Keywords: *Imitation, TikTok, Trends, Social Media*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pesatnya perkembangan media sosial telah membawa konektivitas yang tak tertandingi, namun juga menghadirkan batas baru untuk pencurian identitas dan peniruan. Penulis akan menganalisis terkait Trend Make-Up Ashoka. Menyoroti fenomena yang menarik dalam perubahan budaya dan dinamika komunikasi yang terjadi di platform media sosial terkemuka saat ini, khususnya di media TikTok. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan cara studi pustaka. Objek penelitian ini membahas munculnya trend tentang makeup Ashoka Karena Kapoor. Banyaknya influencer yang mengikuti trend Ashoka ini. Mengenai Film Ashoka yang dirilis tahun 2001 menandai era baru dalam perfilman Bollywood.

Kata kunci: Peniruan, TikTok, Trend, Media Sosial

LATAR BELAKANG

Di era pesona digital kita sama pentingnya dengan identitas kita di dunia nyata, ancaman peniruan identitas di media sosial membayangi interaksi online kita. Skenario ini bukan hanya sebuah plot tetapi terdapat di beberapa new media, ini adalah realitas yang berkembang bagi banyak orang di era digital, sehingga sangat penting untuk memahami dan memerangi penyamaran yang tak terlihat ini. Pesatnya perkembangan media sosial telah membawa konektivitas yang tak tertandingi, namun juga menghadirkan batas baru untuk pencurian identitas dan peniruan. Kehadiran online kita di media sosial, yang dulunya merupakan tempat perlindungan pribadi, sekarang menjadi target potensial. Karena banyaknya peniruan yang tanpa izin.¹

Peniruan identitas di media sosial dimulai dengan mengakses informasi pribadi. Peniru sering kali menjelajahi profil media sosial, mengekstrak detail seperti nama lengkap, ulang tahun, dan status hubungan. Mereka mengeksploitasi kelalaian keamanan, seperti daftar teman yang tidak dijaga atau unggahan yang dibagikan secara publik. Dengan data ini, mereka membuat profil yang meyakinkan, menenun persona digital yang hampir tidak bisa dibedakan dari yang asli. Proses ini, yang sering disebut penambangan data, sangat mudah dilakukan mengingat banyaknya informasi pribadi yang tersedia secara online.² Dari pengertian di atas dapat diketahui bahwa ada keterkaitan media dengan trend saat ini, yaitu seperti Trend Make-Up Asoka. Menyoroti fenomena yang menarik dalam perubahan budaya dan dinamika komunikasi yang terjadi di platform media sosial terkemuka saat ini, khususnya di media TikTok. Asoka, dalam konteks ini, merujuk pada karakter atau tren tertentu yang mungkin telah muncul atau menjadi viral di media TikTok. TikTok telah menjadi salah satu platform media sosial terbesar di dunia, memainkan peran penting dalam menyebarkan tren budaya dan mempengaruhi perilaku pengguna. Dengan jutaan pengguna aktif setiap hari, TikTok memiliki potensi besar untuk membentuk opini, memperkenalkan tren baru, dan memengaruhi identitas budaya.

¹ Collins, F, "Menelusuri Penyamaran Digital: Memahami dan Memerangi Peniruan Identitas di Media Sosial", Ranktracker, 4 Februari 2024, diakses dari <https://www.ranktracker.com/id/blog/navigating-the-digital-masquerade-understanding-and-combating-social-media-identity-impersonation/>.

² Fanny Hendro Aryo Putro, *Perilaku Penggunaan Media Sosial Dan Identitas Diri*, Transformasi: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial, Vol.2 No. 32 (2017), h. 149.

Trend seperti Asoka di TikTok mencerminkan dinamika budaya yang lebih luas, termasuk pengaruh media massa terhadap cara kita memahami dunia dan diri kita sendiri. Dalam mata kuliah sosiologi komunikasi massa, penting untuk memahami bagaimana tren-tren ini muncul, menyebar, dan diadopsi oleh masyarakat sebagai bagian dari analisis komunikasi massa. Konsep Peniruan atau "mengikuti tren" adalah fenomena sosial yang telah lama menjadi fokus perhatian dalam sosiologi komunikasi massa. Dalam konteks TikTok Asoka, penting untuk mengeksplorasi bagaimana peniruan terjadi di media baru, apa yang memicu orang untuk meniru atau mengadopsi tren tertentu, dan bagaimana hal ini memengaruhi pembentukan identitas sosial dan budaya.

Implikasi dalam Analisis Komunikasi Massa tentang peniruan dalam new media pada tren TikTok Asoka akan memberikan wawasan yang berharga tentang cara individu dan kelompok menggunakan media sosial untuk berinteraksi dan membentuk identitas mereka. Ini juga akan memungkinkan kita untuk mengevaluasi dampaknya terhadap opini publik, pola perilaku, dan dinamika sosial secara lebih luas.

KAJIAN TEORITIS

Didalam bukunya yang berjudul *Social Learning and Imitation* Miller dan Dollard menjelaskan terkait perilaku yaitu kenyataannya bahwa pemimpin menentukan perilaku pengikutnya hanya dalam arti menimbulkan respons antisipatif terhadap tindakan pemimpin dengan tujuan tertentu. pengikut tidak mengulangi semuanya tindakan pemimpin, melainkan hanya ada tanggapan akhir.

Menurut Pandangan Miller dan Dollard dalam konteks peniruan adalah perilaku meniru paling mungkin terjadi pada kondisi-kondisi sosial yang dimana memang dapat diprediksi tampaknya. Secara umum, kondisi hirarki atau tingkatan sehubungan dengan keterampilan dan status sosial tertentu. mereka juga mengatakan bahwa terdapat empat kelas orang yang ditiru oleh orang lain diantaranya adalah :

1. Atasan dalam tingkat usia
2. Atasan dalam status sosial
3. Atasan dalam sistem peringkat intelijen
4. Atasan yang unggul dalam bidang apapun

Lalu, pada konteks penyalinan Miller dan Dollard mengambil hasil dari penelitian mereka yang dilakukan oleh anak yang ingin belajar musik adalah pelatihan intensif

ANALISIS PENIRUAN TREND ASHOKA DALAM TIKTOK

dalam menyalin dengan perhatian yang sering diarahkan melalui bahasa pada perbandingan diri mereka dengan orang lain, orang memperoleh kecenderungan untuk melihat perilaku dan pengaruh pribadi orang lain dan memperhatikan [perbedaan apapun yang mungkin muncul].³

Mischel juga menjelaskan teori perilaku memberi peran yang penting bagi Penguatan (*reinforcement*) dan Imbalan (*reward*) dalam sebuah proses belajar dari media, alasannya adalah Reinforcement dan perangsang telah ditunjukkan berulang kali sebagai pengaruh yang kuat dalam pilihan perilaku dan banyak situasi (*setting*). Pola perilaku juga tergantung pada harapan individu menyangkut hasil (*the outcomes*).

Neil Miller dan John Dollard dalam laporan hasil eksperimennya mengatakan bahwa peniruan (*imitation*) merupakan hasil proses pembelajaran yang ditiru dari orang lain. Proses belajar tersebut dinamakan “*social learning*” atau bisa disebut pembelajaran *social*. Perilaku peniruan manusia terjadi karena manusia merasa telah memperoleh tambahan ketika kita meniru orang lain, dan memperoleh hukuman ketika kita tidak menirunya. Adapun menurut Bandura, sebagian besar tingkah laku manusia dipelajari melalui peniruan maupun penyajian, contohnya seperti peniruan trend Ashoka tersebut.⁴ Teori peniruan menganggap bahwa kecemasan berbicara di muka umum dapat berkembang karena adanya imitasi dengan orang lain yang dialami individu dalam interaksi sosial Freimuth, dalam Barker. Jadi kecemasan ini dapat terjadi tanpa individu pernah mengalami bicara sendiri sebelumnya.⁵

Trend adalah segala sesuatu yang saat ini sedang di bicarakan, diperhatikan, dikenakan atau dimanfaatkan oleh banyak masyarakat pada saat tertentu. Dalam hal ini, tanda-tanda suatu objek sedang menjadi trend adalah jika disaat tersebut menjadi pusat pembicaraan, pusat perhatian dan sering sekali digunakan. Dan trend ini terjadi pada saat tertentu saja, karena trend mempunyai masa atau umur dimasyarakat.⁶ Menurut Maryati menyatakan trend adalah suatu gerakan (kecenderungan) naik atau turun dalam jangka panjang, yang diperoleh dari rata-rata perubahan dari waktu ke waktu. Rata-rata

³ Miller and Dollard. (1998) “*Social Learning and Imitation*”, The International Library of Sociology, h. 268.

⁴ Silviana Purwanti, “Korea, Remaja Dan Proses Peniruan”, Jurnal Psikostudia , Vol. 2, No. 1 (Juni 2013), h. 32.

⁵ Sharon, Bower, Public Speaking (Englewood Cliffs, N.J: Prentice-Hall, 1981), h. 67.

⁶ Sitti Maryam, “Analisis Busana Muslim sebagai Busana Populer Menolak Modernisasi Busana yang Erotis”, Jurnal Teknologi Kerumahtanggaan. 1(VIII), 2019, h.793.

perubahan tersebut bisa bertambah bisa berkurang. Jika rata-rata perubahan bertambah disebut trend positif atau trend mempunyai kecenderungan naik. Sebaliknya, jika rata-rata perubahan berkurang disebut trend negatif atau trend yang mempunyai kecenderungan menurun.⁷

Ashoka (Hindi: अशोक, bahasa Urdu: اشوک) adalah sebuah film drama sejarah epik India 2001 yang disutradarai dan ditulis oleh Santosh Sivan. Film tersebut merupakan versi yang didramatisasi dari kehidupan awal kaisar Asoka, dari dinasti Maurya, yang menguasai sebagian besar subbenua India pada abad ke-3 SM. Film tersebut dibintangi oleh Shah Rukh Khan, Kareena Kapoor, Ajith Kumar, Danny Denzongpa dan Hrishita Bhatt. Film tersebut diproduksi oleh Shah Rukh Khan, Juhi Chawla dan Radhika Sangoi. Permainan latarnya ditulis oleh Santosh Sivan dan Saket Chaudhary dan dialognya oleh Abbas Tyrewala. Film tersebut aslinya dirilis dengan judul Ashoka The Great di India. Judul perilisan Tamil adalah Samrat Ashoka. Film tersebut ditayangkan di Britania Raya dan Amerika Utara, dan juga terpilih untuk ditayangkan di Festival Film Venesia dan Festival Film Internasional Toronto, di mana film tersebut meraih sambutan positif. Namun, film tersebut gagal menarik hati para kritikus dan audien India.⁸

Akhir-akhir ini Platform media sosial Tiktok menjadi pusat perhatian Dunia khususnya negara Indonesia. Berkat lagu San Sanana yang berasal dari negara India dan merupakan salah satu soundtrack dari film Ashoka. Banyak Influencer terkenal seperti Farra Jaidi, Tasya Farasya, Lenie Aycardo hingga Jharna Bhagnawi yang mengikuti trend makeup Ashoka Kareena Kapoor. Videonya pun viral di Tiktok bahkan sekarang sudah ditonton lebih dari 200 juta kali. Tentunya trend ini juga banyak diikuti oleh beberapa negara karena alur ceritanya menarik dan makeup Kareena Kapoor yang ikonik. Dengan segala Kreativitas dan Skill editing yang menarik, membuat para Viewers terpujau melihat hasil makeup transisi yang dilakukan oleh para pengguna Tiktok. Dengan lamanya edit video tersebut sekitar kurang lebih 14 jam makeup dan persiapan lainnya,

⁷ Maryati, 2010. Statistika Ekonomi dan Bisnis, Edisi Revisi Cetakan Kedua Yogyakarta (UPP) AMPYKPN, h. 129.

⁸ Sains, U. (2023). Ashoka (film). Retrieved May 10, 2024, from Stekom.ac.id website: <https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/A%C5%9Boka>

ANALISIS PENIRUAN TREND ASHOKA DALAM TIKTOK

membuat hasil video transisi tersebut menjadi viral di Tiktok.⁹

TikTok merupakan sebuah aplikasi jaringan sosial dan platform video musik asal Tiongkok yang diluncurkan pada September tahun 2016. Aplikasi tersebut dipergunakan para penggunanya untuk membuat video musik berdurasi pendek mereka sendiri. Berdasarkan data penelitian Fatimah Kartini Bohang, TikTok menjadi aplikasi paling banyak diunduh yakni 45,8 juta kali. Dilihat dari pengguna aktif TikTok sebesar 625 juta menjadikan TikTok sebagai sarana pemberian informasi yang cepat dan menarik saat ini. Aplikasi tersebut memberikan akses penggunaannya untuk berpartisipasi, berbagi dan membuat konten menarik mereka sendiri. Dilansir dari Beautynesia terdapat 5 jenis konten TikTok yaitu :

1. Konten hiburan
2. Konten Edukasi
3. Konten memasak
4. Konten Haul
5. Konten Tutorial

Saat ini aplikasi Tik Tok tidak hanya sebagai media hiburan tetapi juga bisa digunakan sebagai media edukasi salah satunya edukasi mengenai penyusunan tugas akhir/skripsi pada tingkat sarjana, ada banyak content creator yang menyajikan konten pengetahuan seputar penulisan tugas akhir Putry & Muassomah. Hal ini juga sependapat dengan jordy laksamana putra yang di dukung oleh Kemendikbudristek Republik Indonesia dalam program #SamaSamaBelajar yaitu TikTok sebagai media pembelajaran yang bertujuan untuk memberikan akses dan kesempatan yang sama kepada siapapun untuk belajar dan berbagi inspirasi pada masyarakat melalui konten edukasi pada TikTok.¹⁰ Tiktok merupakan aplikasi yang sangat memberikan peningkatan menakjubkan dan menarik perhatian orang yang hampir pasti dapat digunakan oleh klien aplikasi ini untuk membuat akun pendek keren yang dapat melihatnya, adanya Tik tok sekarang ini banyak sekali digunakan oleh masyarakat yang menjadikan munculnya

⁹ Andista, S. (2024). *Trend Ashoka Bikin Viral Dunia*, diakses pada 8 Mei 2024, dari <https://www.kompasiana.com/sindia80193/663a5880de948f0ea1452622/trend-ashoka-bikin-viral-dunia>.

¹⁰ Putri Naning dkk, *Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Edukasi Di Era Generasi Z* : Jurnal Teknologi Pendidikan, Vol.11 No. 2 (31 Desember 2022), h. 403.

perilaku sosial yang berbeda-beda karena sesudah menggunakan teknologi perilaku sosialnya berubah, Perilaku sosial sendiri mempunyai arti bahwa suatu hubungan yang telah dilakukan oleh manusia dengan lingkungan sekitar mereka.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis metode kualitatif atau penelitian studi pustaka. Pengertian studi pustaka atau studi kepustakaan adalah kegiatan untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang menjadi objek penelitian atau topik cerita yang diusung ke dalam karya tulis non ilmiah (misalnya novel).

Penelitian ini menggunakan cara untuk mendapatkan data informasi dengan menggunakan penelitian terdahulu seperti jurnal, buku, media, dan artikel.

1. Sugiyono mengatakan bahwa kajian teoritis, referensi serta literatur ilmiah lainnya yang berkaitan dengan budaya, nilai dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Yang nantinya dijadikan sebagai sumber rujukan untuk tulisan yang disusun.¹¹
2. Perreault dan McCarthy mengungkapkan penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk menggali informasi secara dalam dan terbuka pada berbagai tanggapan. Penelitian ini mencoba untuk orang untuk mengemukakan berbagai pikiran mereka tentang suatu topik tanpa memberikan banyak pedoman atau arahan pada mereka.¹²

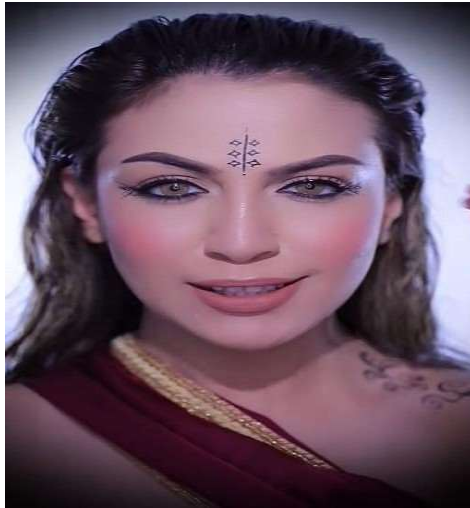
HASIL DAN PEMBAHASAN

Akhir-akhir ini munculnya trend tentang makeup Asoka Kareena Kapoor. Banyaknya influencer yang mengikuti tren seperti Farra Jaidi, Tasya Farasya, dan MUA terkenal di TikTok yakni Tegar. Mengenai Film Asoka yang dirilis tahun 2001 menandai era baru dalam perfilman Bollywood.

¹¹ Azis, A, (2023). " Studi Pustaka: Pengertian, Tujuan, Sumber dan Metode", diakses pada 19 mei 2024, dari <https://deepublishstore.com/blog/studi-pustaka/>

¹² Krisnan, 2021. "7 Pengertian Metode Penelitian Kualitatif Menurut Para Ahli", diakses pada 19 mei 2024, dari <https://meenta.net/pengertian-metode-penelitian-kualitatif/>

ANALISIS PENIRUAN TREND ASHOKA DALAM TIKTOK



TikTok: @farrajaidi diupload pada tanggal 12 Mei 2022 diakses pada tanggal 2 Mei 2024

Trend Ashoka pertama kali dibuat oleh beauty vlogger yang bernama Fara Jaidi, Fara Jaidi ini salah satu content creator yang memang sudah mempunyai bakat membuat transisi make-up yang membuat para penonton menjadi suka dengan hasil yang ia buat, lalu di share melalui tiktok dan selalu menembus viewers yang lumayan banyak ditonton oleh para khalayak. Trend ashoka sebelumnya sudah pernah dibuat oleh Fara Jaidi akan tetapi tidak banyak yang mengetahui dan belum banyak yang suka dengan trend ini. Karena trend ashoka disini, ia menggunakan pakain atau makeup- makeup seperti Kapoor. Ketika trend ashoka sudah viral di media sosial seperti tiktok, hal ini banyak sekali yang meminta Fara Jaidi untuk membuat trend tersebut dengan menggunakan pakaian india yang sudah tidak asing. Dengan hasil yang smooth, cantik, transisi yang tidak pernah gagal, dan mempunyai inspirasi yang begitu unik.



TikTok: @jharnabhagwani diupload pada tanggal 19 April 2024 diakses pada tanggal 2 Mei 2024

Jharna Bhagwani's, seorang content creator sekaligus beauty vlogger yang terkenal di Indonesia bahkan di negara lain pun juga menganali Jharna. Jharna salah satu beauty vlogger yang berhasil membuat masyarakat terpukau dengan transisinya, bahkan makeupnya pun sangat cantik dan bagus, dari trend Ashoka yang dibuat oleh Jharna sangat memikat kalangan netizen diluar sana karena Jharna adalah keturunan India Arab yang cocok dengan makeup Ashoka tersebut. Jharna berhasil meraih viewers sebesar 268,8 juta dengan like terbanyak 26,5 juta.

Menurut JP Chaplin yang diterjemahkan oleh Kartini Kartono Identifikasi adalah proses pengenalan, menempatkan obyek atau individu dalam suatu kelas sesuai dengan karakteristik tertentu, dan pengertian penyebab adalah hal yang menimbulkan terjadinya sesuatu sedangkan akibat adalah hasil dari adanya penyebab tersebut. Jika dalam bahasa Inggris, sebab dan akibat disebut juga sebagai cause (sebab) dan effect (akibat), sedangkan pengertian dari pengaruh ialah suatu daya atau kekuatan yang dapat timbul dari sesuatu, baik itu watak, orang, benda, kepercayaan dan perbuatan seseorang yang dapat mempengaruhi lingkungan yang ada di sekitarnya.

Studi kasus pada trend Ashoka ini akan dibahas melalui tabel tentang identifikasi dan penyebab serta pengaruh trend Ashoka terhadap masyarakat.

ANALISIS PENIRUAN TREND ASHOKA DALAM TIKTOK

Identifikasi	Penyebab	Pengaruh
<p>Pola Perilaku: Orang-orang di kota mulai menunjukkan minat yang luar biasa terhadap prinsip-prinsip non-kekerasan dan toleransi, seperti yang dikaitkan dengan Ashoka.</p>	<p>Inspirasi Sejarah: Meningkatnya minat pada sejarah dan kepemimpinan Ashoka.</p>	<p>Perubahan Sosial: Masyarakat menjadi lebih toleran dan berpikiran terbuka.</p>
<p>Trend Ashoka menggambarkan dinamika peniruan trend busana yang dipopulerkan oleh desainer India, Ashoka. Ini melibatkan pengamatan tentang sejauh mana gaya busana Ashoka ditiru oleh masyarakat urban.</p>	<p>Pengaruh Selebriti dan Media Sosial: Postingan dari selebriti dan influencer mode yang memakai busana Ashoka secara terbuka memengaruhi persepsi dan aspirasi masyarakat.</p>	<p>Perubahan dalam Gaya Hidup: Peniruan tren Ashoka dapat mengubah cara individu dalam memilih pakaian dan gaya hidup mereka, mencerminkan adopsi budaya yang berbeda-beda.</p>
<p>Penggunaan Motif dan Pola Tradisional: Desain busana Ashoka seringkali memasukkan motif dan pola tradisional India, seperti bunga, batik, atau brokat, yang memberikan sentuhan klasik pada pakaian.</p>	<p>Keunikan Desain: Gaya busana Ashoka menarik perhatian karena penggunaan yang kreatif dari elemen-elemen tradisional India yang disatukan dengan sentuhan modern.</p>	<p>Ekspresi Identitas: Bagi beberapa individu, memakai busana Ashoka menjadi cara untuk mengekspresikan identitas etnis dan budaya mereka.</p>

1. Bagaimana Peniruan Trend Ashoka dalam TikTok

Peniruan trend Ashoka dalam TikTok mungkin dapat dilakukan dengan berbagai cara kreatif. Ashoka adalah karakter dari serial televisi India yang populer, dan peniruan trendnya dapat menjadi hal yang menyenangkan bagi para penggemar atau pengguna TikTok yang ingin menghibur atau mengikuti tren. Berikut beberapa ide peniruan trend Ashoka yang telah dijelaskan pada studi kasus di atas.

Challenges tematik: Membuat tantangan yang berhubungan dengan Ashoka, seperti menirukan gerakan atau ekspresi wajah karakter utama, atau bahkan menantang pengguna TikTok lainnya untuk melakukan rekreasi adegan favorit mereka. Seperti yang dilakukan oleh tiktokers farra jaidi dan jharnabaghwani mereka melakukan transisi dengan caranya masing-masing.

Makeup dan kostum: Pengguna TikTok yang ahli dalam seni rias wajah dapat mencoba untuk meniru tampilan karakter-karakter utama dari serial tersebut, seperti Ashoka sendiri atau karakter-karakter penting lainnya, dan membagikan proses pembuatan atau hasil akhirnya. Ide ini dicontohkan pada 2 tiktokers yang telah dijelaskan pada studi kasus di atas, dimana farra jaidi menirukan kostum yang digunakan oleh Kareena Kapoor sebagai aktor pada film Ashoka, sedangkan jharnabaghwani menirukan kostum selayaknya wanita India dengan aksesoris yang megah di bagian muka dan tangannya.

2. Apa Saja Bentuk Peniruan Trend Ashoka melalui TikTok

Trend Ashoka di TikTok telah menjadi sangat populer bahkan viral dimanamana, dan banyak content creator ini mencoba menirunya dengan berbagai cara yang sangat kreatif. Dimulai dari busana yang dipopulerkan oleh desainer India, Ashoka. Peniruan trend Ashoka dapat mengubah cara individu dalam memilih pakaian dan gaya hidup mereka, mencerminkan adopsi budaya yang berbeda-beda. Semua ini melibatkan pengamatan tentang sejauh mana gaya busana Ashoka ditiru oleh masyarakat urban. Biasanya peniruan trend Ashoka ini juga dilihat dari memerankan adegan atau momen dari film Ashoka. Dengan meniru gerakan, atau ekspresi wajah karakter-karakter utama di film Ashoka. Lalu content creator mencoba mengcosplay atau bahasa lainnya meniru busana India dari tokoh-tokoh dalam film Ashoka, kebanyakan yang membuat video Ashoka menyewa busana India.

ANALISIS PENIRUAN TREND ASHOKA DALAM TIKTOK

Dalam peniruan trend Ashoka pastinya ada “challenge” seperti mengikuti gerakan atau tarian yang ada di film Ashoka, dan ini menjadi tantangan untuk para creator. Pastinya tidak semudah itu, banyak sekali yang membuat video selama 8-12 jam pengerjaannya karena menghafalkan gerakan atau tarian yang tidak semudah itu. Selain menghafal tarian, biasanya para content creator atau masyarakat yang bermain TikTok melakukan lip-sing. Khalayak bisa meniru lagu-lagu terkenal dari film Ashoka dan melakukan lip-sing untuk menciptakan video yang bagus atau mengesankan.

Selain itu, Mereka dapat membuat video transisi yang membahas berbagai aspek dari film tersebut dengan mengubah busana dan make-up yang pastinya masing-masing creator mempunyai inspirasi tersendiri. Dan hasil video itu menarik perhatian penggemar lainnya. Biasanya beauty vlogger yang ahli dalam makeup mereka menias wajah mereka masing-masing, dan pastinya itu bisa menciptakan tampilan yang terinspirasi dari Ashoka. Mereka dapat menunjukkan langkah-langkah untuk mendapatkan tampilan yang mirip dengan karakter-karakter dalam film tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang dapat kita ambil dari teori peniruan sosial dalam media terkait studi kasus Trend Ashoka dalam TikTok adalah :

Peniruan khalayak pada trend ashoka ini meliputi pada identifikasi yang dimana pola perilaku orang-orang di kota mulai menunjukkan minat yang luar biasa terhadap prinsip-prinsip non-kekerasan dan toleransi, seperti yang dikaitkan dengan Ashoka. Hal ini berkaitan dengan modern membuat informasi lebih mudah diakses dan tersebar luas.

Trend Ashoka ini banyak membawa dampak yang ditimbulkan, adanya keunikan desai busana dan make up yang bisa membuat ekspresi identitas menjadi beragam, dan pengaruh dari artis ataupun selebriti yang membuat trend Ashoka digemari masyarakat, serta perubahan dalam gaya hidup seperti peniruan trend Ashoka dapat mengubah cara individu dalam memilih pakaian dan gaya hidup mereka, mencerminkan adopsi budaya yang berbeda-beda.

DAFTAR REFERENSI

- Andista, S. (2024). *Trend Ashoka Bikin Viral Dunia*, diakses 8 Mei 2024, dari <https://www.kompasiana.com/sindia80193/663a5880de948f0ea1452622/trend-ashoka-bikin-viral-dunia>.
- Ayub, M. Sulaeman, S, F. (2022) *Dampak Sosial Media Terhadap Interaksi Sosial Pada Remaja: Kajian Sistematis Vol 7*. Jurnal Penelitian Bimbingan dan Konseling.
- Azis, A, (2023). "*Studi Pustaka: Pengertian, Tujuan, Sumber dan Metode*", diakses pada 19 mei 2024, dari <https://deepublishstore.com/blog/studi-pustaka/>.
- Chaplin, J. P. (2008). Kamus Lengkap Psikologi. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Collins, F, "*Menelusuri Penyamaran Digital: Memahami dan Memerangi Peniruan Identitas di Media Sosial*", Ranktracker, 4 Februari 2024, diakses dari <https://www.ranktracker.com/id/blog/navigating-the-digital-masquerade-understanding-and-combating-social-media-identity-impersonation/>.
- Creeber, G. and Martin, R., (ed). 2009. *Digital Cultures: Understanding New Media*. Berkshire-England: Open University Press.
- Hendro, F. (2017). *Perilaku Penggunaan Media Sosial Dan Identitas Diri*, Transformasi: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial, 2(32).
- Krisnan, 2021. "*7 Pengertian Metode Penelitian Kualitatif Menurut Para Ahli*", diakses pada 19 mei 2024, dari <https://meenta.net/pengertian-metode-penelitian-kualitatif/>.
- Maryam, Sitti. (2019). "*Analisis Busana Muslim sebagai Busana Populer Menolak Modernisasi Busana yang Erotis*", Jurnal Teknologi Kerumahtanggaan. 1(8).
- Maryati, (2010). *Statistika Ekonomi dan Bisnis*, Edisi Revisi Cetakan Kedua Yogyakarta (UPP) AMPYKPN.
- Miller and Dollard. (1998) "*Social Learning and Imitation*", The International Library of Sociology.
- Mondry, 2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.

ANALISIS PENIRUAN TREND ASHOKA DALAM TIKTOK

- Purwanti, Silviana. (2013). “*Korea, Remaja Dan Proses Peniruan*”, Jurnal Psikostudia, 2(1), 28-36.
- Putri Naning dkk. (2022). *Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Edukasi Di Era Generasi Z* : Jurnal Teknologi Pendidikan, 11(2).
- Sains, U. (2023). *Aśoka (film)*. Retrieved May 10, 2024, dari Stekom.ac.id website: <https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/A%C5%9Boka> (film).
- Wibisono, Gunawan. (2019). “*Media Baru Dan Nasionalisme Anak Muda: Pengaruh Penggunaan Media Sosial “Good News from Indonesia” Terhadap Perilaku Nasionalisme.*” *Jurnal Studi Pemuda*, 6(2).