

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis peran *fashion* sebagai ekspresi komunikasi dalam komunitas S.One-C Dancer yang terinspirasi oleh budaya populer Korea Selatan, terutama K-pop. Penelitian menggunakan metode studi kasus yang bersifat kualitatif. Analisis penelitian ini juga menggabungkan beberapa pemikiran, seperti Pringle (2004) mengemukakan bahwa selebritas memengaruhi tren *fashion* dengan menciptakan bentuk-bentuk visual kuat. Hasil penelitian menegaskan relevansi konsep ini yang menunjukkan bahwa S.One-C berhasil dalam meniru penampilan *idol* K-pop, menciptakan identitas, dan bentuk-bentuk visual yang kuat dalam subkultur K-pop. Mereka merasa bangga ketika mirip dengan idola mereka, sejalan dengan pandangan Pringle (2004) tentang pentingnya citra selebritas dalam membentuk tren *fashion*. Pemikiran Oh (2020) tentang kontribusi praktik *fashion* dalam mengidentifikasi diri juga terkonfirmasi. S.One-C mengekspresikan diri melalui *fashion*, yang berdampak pada ekonomi digital dengan mempromosikan video klip yang mereka *cover*. Hal ini mendukung pandangan Kim (2021) tentang pengaruh selebritas K-pop dalam praktik *fashion*. Penelitian menunjukkan bahwa komunitas *cover dance* seperti S.One-C konsisten meniru penampilan idol K-pop, menciptakan kesamaan dan afiliasi yang kuat dengan budaya K-pop. Kesimpulannya, temuan penelitian ini mengonfirmasi bahwa konsep-konsep terkait dampak selebritas dan praktik *fashion* mereka berlaku signifikan dalam komunitas S.One-C. Dalam era digital, hubungan antara selebritas, komunitas penggemar, dan praktik *fashion* memiliki dampak berkelanjutan dalam menentukan tren dan citra dalam budaya populer.

Kata Kunci: *Fashion*, Komunikasi, Kaum Muda, S. One-C

ABSTRACT

This research analyzes the role of fashion as a communication expression within the S.One-C Dancer community inspired by South Korean popular culture, particularly K-pop. The study employs a qualitative case study method. The analysis of this research also incorporates various concepts, such as Pringle (2004), who suggests that celebrities influence fashion trends by creating strong visual forms. The research findings confirm the relevance of this concept, showing that S.One-C succeeds in emulating the appearance of K-pop idols, creating identity, and strong visual forms within the K-pop subculture. They take pride in resembling their idols, aligning with Pringle's view (2004) on the significance of a celebrity's image in shaping fashion trends. Oh's (2020) idea regarding the contribution of fashion practices to self-identification is also validated. S.One-C expresses themselves through fashion, which impacts the digital economy by promoting the video clips they cover. This supports Kim's (2021) perspective on the influence of K-pop celebrities in fashion practices. The study demonstrates that cover dance communities like S.One-C consistently emulate the appearance of K-pop idols, creating similarity and a strong affiliation with K-pop culture. In conclusion, the research findings confirm that the concepts related to the impact of celebrities and their fashion practices are highly relevant in the S.One-C community. In the digital era, the relationship between celebrities, fan communities, and fashion practices has a continuous impact on defining trends and images in popular culture.

Keywords: *Fashion, Communication, Youth, S.One-C*