

**DAMPAK K-POP PADA MEDIA *ONLINE YOUTUBE* TERHADAP
POLA KOMUNIKASI ANTAR INDIVIDU
DALAM KOMUNITAS BTS *ARMY* INDOMYSOLAR DI SOLO**
Arga Widi Utama¹, Maya Sekar Wangi², Siswanta³

¹²³Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Slamet Riyadi Surakarta

Abstrak

Bangtan Boys (BTS) adalah *boyband* asal Korea Selatan yang telah menarik banyak perhatian anak muda, hingga tidak jarang terbentuk komunitas-komunitas atas dasar kegemaran yang sama. Salah satu komunitas yang terbentuk yakni INDOMYSOLAR yang berbasis di Kota Solo. Cara para penggemar menikmati hasil karya BTS adalah dengan mendengarkan musik-musiknya melalui media *online* Youtube. Kegemaran ini akhirnya menimbulkan dampak, khususnya dalam pola komunikasi antar individu para anggota komunitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak K-Pop pada media *online* Youtube terhadap pola komunikasi antar individu dalam komunitas INDOMYSOLAR. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif yang bermaksud untuk menggambarkan pola komunikasi antar individu dalam komunitas INDOMYSOLAR. Guna memperoleh data untuk penelitian ini, peneliti menggunakan teknik observasi, dokumentasi, dan wawancara dengan teknik *purposive sampling*. Demi memberikan hasil penelitian yang relevan, peneliti menggunakan triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu yang dapat digunakan sebagai validitas data. Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis menggunakan metode analisis Miles dan Huberman. Hasil penelitian ini menjelaskan adanya dampak perubahan pola komunikasi para anggota komunitas INDOMYSOLAR. Dimana sebelum mengenal K-Pop para anggota berkomunikasi menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa. Kemudian setelah mengenal K-Pop, ada tambahan bahasa baru yaitu bahasa Korea dalam pola komunikasi para anggota. Dengan pola bahasa *code mixing* dan *outer mixing*, menjadikan penggunaan bahasa Korea sebagai ciri khas dalam proses komunikasi antar anggota komunitas INDOMYSOLAR.

Kata-kata Kunci: BTS, Perubahan Pola komunikasi, *K-Pop*

***THE IMPACT OF K-POP ON YOUTUBE ONLINE MEDIA
ON PATTERNS OF COMMUNICATION BETWEEN INDIVIDUALS
IN INDOMYSOLAR BTS ARMY COMMUNITY IN SOLO***

Abstract

Bangtan Boy (BTS) is a South Korean boyband that has attracted a lot of young peoples attention, so that it is not uncommon for communities to form based on the same hobbies. One of the communities formed is INDOMYSOLAR which is based in Solo City. The way fans enjoy BTS's work is by listening to their music via the online media YouTube. This hobby ultimately had an impact, especially in communication patterns between individual community members. This research aims to determine the impact of K-Pop on the online media YouTube on communication patterns between individuals in the INDOMYSOLAR community. In this research, researchers used descriptive qualitative methods which intended to describe communication patterns between individuals in the INDOMYSOLAR community. In order to obtain data for this research, researchers used observation, documentation and interviews with purposive sampling techniques. In order to provide relevant research results, researchers use source triangulation, technique triangulation, and time triangulation which can be used as data validity. The data that has been obtained is then analyzed using the Miles and Huberman analysis method. The results of this research explain the impact of changes in communication patterns of INDOMYSOLAR community members. Where before getting to know K-Pop, the members communicated using Indonesian and Javanese. Then after getting to know K-Pop, there was the addition of a new language, namely Korean, in the members' communication patterns. With code mixing and outer mixing language patterns, making the use of Korean a characteristic in the communication process between members of the INDOMYSOLAR community.

Keywords: *BTS, Change in Communication Pattern, K-Pop*

I. Pendahuluan

Industri hiburan Korea Selatan telah mengalami kemajuan yang sangat pesat, bahkan industri hiburan Korea Selatan mampu bersaing dengan industri hiburan ternama yakni Hollywood yang berada di Amerika. Perkembangan industri hiburan Korea Selatan di dunia dapat disebut "*Korean Wave*". Industri hiburan Korea Selatan juga berkembang pesat di Indonesia. Awal mula munculnya *Korean Wave* atau juga disebut *Hallyu* (Bahasa Korea) pada drama Korea yang berjudul "*What is Love All About*" yang disiarkan pertama kali oleh CCTV China pada tahun 1997 (Haviland, 2019). Istilah *Korean Wave* tidak hanya ditujukan untuk drama saja, namun juga dapat ditujukan untuk musik yang kemudian disebut *K-Pop* (*Korean Pop Music*). Pada awal tahun 2000 an musik *K-Pop* mulai masuk ke dunia musik internasional dengan grup musik seperti BTS, Black Pink, EXO, Girls Generations, dan lain lain, Menurut Rosy Dewi Arianti Saptoyo, BTS merupakan salah satu *Korean Boy Band* (grup musik pria) yang memiliki penggemar terbanyak di dunia pada tahun 2021

hingga mencapai 90 juta orang (Saptoyo, 2021). Musik *K-Pop* yang di dengarkan oleh para penggemar BTS melalui media YouTube memiliki pengaruh terhadap pendengar musik tersebut, pengaruh yang terlihat adalah adanya rangsangan untuk mempelajari bahasa Korea yang didengarkan sehingga memiliki penambahan bahasa asing baru yang mereka pelajari dan pada akhirnya mereka terapkan untuk berkomunikasi terhadap sesama penggemar musik atau penggemar BTS. Para penggemar BTS dapat diidentifikasi memiliki rasa menyukai dan mengagumi *K-Pop* secara berkelanjutan, sehingga apa yang diucapkan dan dinyanyikan oleh BTS mendorong terjadinya akulturasi dalam kehidupan sehari-hari para *fandom*. Sebagai contoh, para penggemar memulai belajar Bahasa Korea dan hurufnya (*Hangul*) agar mengerti apa yang idola mereka katakan maupun nyanyikan. Secara spesifik para penggemar bahkan membiasakan komunikasi secara bilingual baik verbal maupun tulisan di dalam komunitasnya.. Maka dalam hal ini dibuktikan adanya bentuk komunikasi baru terhadap sesama penggemar BTS, yaitu komunitas INDOMYSOLAR yang melakukan komunikasi dengan menggabungkan bahasa asli Indonesia dengan bahasa asing Korea yang mereka pelajari sebagai bentuk hasil dari dampak budaya yang mereka terima. INDOMYSOLAR merupakan komunitas dengan kepanjangan Indonesia *ARMY* Solo Raya, yang aktif sebagai komunitas yang menggemari *boyband* BTS dengan melakukan kegiatan menonton konser bersama secara *online*, berbagi informasi tentang anggota BTS, dan lain lain melalui sosial media Instagram.

Berikut contoh komunikasi anggota komunitas INDOMYSOLAR. Alasan peneliti memilih judul “Dampak *K-Pop* Pada Media *Online* Youtube Terhadap Pola Komunikasi Antar Individu Dalam Komunitas BTS *ARMY* INDOMYSOLAR Di Solo ” karena peneliti menilai bahwa para penggemar BTS tidak hanya menyukai karyanya saja, namun juga ada ketertarikan untuk mengetahui serta mempelajari bahasa Korea. Dari sini dapat terlihat bagaimana BTS mampu mempengaruhi para penggemarnya melalui karya lagu-lagu mereka. Maka masalah dapat dirumuskan yakni bagaimana dampak perubahan pola komunikasi terhadap penggunaan bahasa Korea dan bahasa Indonesia sebagai pola komunikasi antar individu komunitas INDOMYSOLAR yang mereka pelajari melalui media *online* Youtube. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penggemar BTS terutama pada komunitas INDOMYSOLAR mengalami dampak perubahan pola komunikasi penggunaan bahasa Korea dan bahasa Indonesia sebagai bentuk komunikasi antar individu, yang mereka pelajari dari media *online* YouTube.

II. Kajian Pustaka

1. Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu proses yang melibatkan antara komunikandan dan komunikator pada proses penyampaian pesan agar terciptanya interaksi yang dapat menghasilkan kesamaan dan pemahaman bersama (Liliweri, 2011)

Dalam kamus lengkap Psikologi menyatakan bahwa “ *communication juga diartikan sebagai proses transmisi atau penerimaan tanda, sinyal atau pesan* ”(Chaplin, 2011).

Istilah komunikasi secara etimologi atau menurut asal katanya, komunikasi berasal dari bahasa Latin *communication* atau dari kata *communis* yang berarti sama atau sama maknanya atau pengertian bersama, dengan maksud untuk mengubah pikiran, sikap, perilaku, penerima dan melaksanakan apa yang diinginkan komunikator. Sedangkan secara terminologis komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. (Khairunnisa, 2019).

Hovland dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek dari Effendy, mengatakan bahwa komunikasi ialah : “Proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the procces to modify the behaviour of other individuals*).

2. Komunikasi Interpersonal atau Komunikasi Antar Individu

Komunikasi Interpersonal menurut Deddy Mulyana adalah komunikasi yang dilakukan oleh dua atau lebih, yang dilakukan secara tatap muka yang diantaranya dapat menangkap reaksi orang lain secara verbal maupun non verbal (Sohail Aslam, Maqsood Ahmad, 2021)

Reardon 1987 (Dewi S, Chandra & Tri Widiastuti, 2022) menyatakan ada 6 ciri ciri komunikasi antar individu :

1. Dilakukan berdasarkan dorongan berbagai faktor

2. Mengakibatkan dampak yang disengaja dan yang tidak disengaja
3. Seringkali berbalas-balasan
4. Mengisyaratkan hubungan antar individu dilakukan dengan minimal dengan dua orang
5. Dilakukan komunikasi secara verbal maupun non verbal

Komunikasi antar individu merupakan bentuk komunikasi dua arah yang dilakukan oleh dua orang atau lebih, yang memiliki daya timbal balik secara langsung berdasarkan dari hasil pemikiran yang berbeda setiap individu yang terlibat. Karena setiap individu memiliki karakteristik dan pemikiran yang berbeda-beda, maka komunikasi antar individu dapat menjadi penghambat dalam menciptakan berkomunikasi secara efektif dengan tanggapan sikap emosional secara berbeda.

3. Pola Komunikasi

Pola komunikasi menurut Effendy merupakan suatu proses yang dirancang untuk mewakili kenyataan keterpautannya pola hubungan antara komunikator dan komunikan yang dipengaruhi oleh faktor psikologis dan sosial dalam hubungan antara komunikator dan komunikan (Effendy, M. A., 2017).

Menurut Ngalimun (2018), pola komunikasi adalah suatu cara kerja dalam berkomunikasi yang mana mencari cara terbaik dalam proses dari penyampaian pesan oleh pemilik pesan kepada penerima pesan. Sehingga akan muncul feedback atau timbal balik dari proses komunikasi yang dilakukan.

Pola komunikasi menurut Effendy merupakan suatu proses yang dirancang untuk mewakili kenyataan keterpautannya pola hubungan antara komunikator dan komunikan yang dipengaruhi oleh faktor psikologis dan sosial dalam hubungan antara komunikator dan

komunikasikan (Effend, M. A., 2017). Devito dalam Permata (2013 :3-4), pola komunikasi memiliki beberapa macam yaitu (Gautama, 2020):

a. Pola Komunikasi Primer

Pola komunikasi yang proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan simbol sebagai media saluran dengan lambang verbal maupun non verbal.

b. Pola Komunikasi Sekunder

Pola komunikasi yang proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan menggunakan alat sebagai media kedua setelah menggunakan lambang pada media pertama, komunikator menggunakan media kedua karena yang menjadi sasaran komunikasi sangat jauh tempatnya dan berjumlah banyak.

c. Pola Komunikasi Linear

Pola komunikasi mengandung makna lurus yang berarti perjalanan dari satu titik ke titik lain secara lurus dengan penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik pusat atau berkomunikasi secara bertatap muka.

d. Pola Komunikasi Sirkular

Pola komunikasi yang terjadi umpan balik dari komunikator dan komunikan menjadi penentu keberhasilan dalam berkomunikasi

Dalam proses berkomunikasi terdapat pola Bahasa yang menggunakan campuran Bahasa atau disebut juga *bilingualisme*. Menurut Trudgill *bilingualisme* berarti seseorang yang memiliki kemampuan berbicara dengan menggunakan dua Bahasa atau lebih, Menurut Gumperz (1977:82), pencampuran kode adalah bagian dari satu Bahasa oleh seorang pembicara, sementara

pada dasarnya menggunakan Bahasa lain terdapat dua jenis pola campuran Bahasa yaitu *code mixing* dan *code switching* (Novedo & Linuwih, 2018).

a. *Code Mixing*

Code mixing merupakan penggabungan satu Bahasa dalam Bahasa lain oleh komunikator dalam proses komunikasi, sepenggal Bahasa mengacu pada kata atau frasa dalam satu Bahasa yang dicampur dengan Bahasa lain dengan konsistensi Bahasa yang tidak teratur.

b. *Code Switching*

Code Switching terjadi ketika Bahasa yang digunakan, berubah sesuai dengan situasi di mana pengguna menemukan dirinya. Para pembicara di sini mengganti satu kode ke kode lain atau mereka berbicara dalam satu Bahasa ke Bahasa lain dengan konsistensi Bahasa yang konsisten dan terencana.

Menurut Azka (2011:17), *code mixing* diklasifikasikan kedalam dua jenis yakni (Hana et al., 2019):

a. *Inner Code Mixing*

Adalah pencampuran kode yang bersumber dari Bahasa asli dengan segala variasinya. Misalnya, berkomunikasi dengan Bahasa Jawa, kemudian dicampur dengan Bahasa daerah lain.

b. *Outer Code Mixing*

Adalah pencampuran kode yang bersumber dari Bahasa asing. Misalnya, berkomunikasi dengan Bahasa Indonesia yang kemudian dicampur dengan Bahasa

asing.

4. Budaya

Williams (dalam Storey, 1992:2) “ Kebudayaan adalah konfigurasi dari tingkah laku yang dipelajari dan hasil tingkah laku yang unsur-unsur pembentukannya didukung dan diteruskan oleh anggota masyarakat tertentu” (dalam Sari 2018 : 14).

Menurut antropolog W.A Haviland difusi merupakan penyebaran kebiasaan atau adat istiadat dari kebudayaan satu ke kebudayaan lainnya. Hal ini berlangsung dengan menggunakan teknik meniru atau imitasi. (Sutardi,2007).

Difusi kebudayaan dapat dilakukan melalui cara penetrasi damai atau pasif penetration, merupakan proses masuknya suatu kebudayaan darisuat masyarakat tanpa disertai paksaan. Kebudayaan akan diterima apabila dianggap baik dan akan ditinggalkan apabila dianggap buruk bagi masyarakat setempat.

5. Budaya Korea

1) Sejarah Korea

“*Hallyu*” pertama kali muncul pada pertengahan tahun 1999 di Beijing Cina sebagai tanda peggatnya popularitas hiburan dan budaya di Cina, dan secara bersamaan budaya di Korea juga ikut meledak dan meningkat mencapai penetrasi aktif di berbagai belahan benua Asia. Kebudayaan *K-Pop* memiliki kekuatan budaya yang memiliki peranan penting bagi Korea, Asia, dan benua lainnya. Melalui daratan Cina, Eropa, Amerika, dan Afrika “*Hallyu*” menjadi pintu gerbang masuknya turis ke Korea. (Adi, 2019).

Pertumbuhan budaya *K-Pop* pada tahun 1980 memiliki peranan penting pada peningkatan perekonomian dalam sistem politik otoritarian. Peningkatan perekonomian di Korea meningkat

secara signifikan dengan tujuan pembelajaran negara pada kegiatan yang telah ditentukan, tetapi pada era ini Korea membatasi secara ketat industri perfilman yang meruopakan menjadi pilar utama perindustrian di Korea. Dan pada tahun 1987 terdapat perubahan terhadap kebebasan berekspresi bagi para pembuat film di Korea yang di tunjukan bahwa film domestik memiliki nilai jual dan memiliki pasar dengan fluktuasi "*Market Share*", yang bersaing dengan film asing di Korea.

Tahun 1990 industri musik di Korea mengawali karirnya sebagai industri independen yang sebelumnya bergabung dengan industri televisi, yang pada akhirnya memanfaatkan industri pertelevisian sebagai media untuk menyiakan konser musik, vidio musik, berita pembuatan album dan lain lain.

2) Budaya Populer Korea

Sara Leung (2011) menyatakan bahawa *K-Pop* telah dengan sukses menghasilkan konstruksi citra, seksualitas, femininitas, maskulinitas, dan moralitas yang baru pada masyarakat.

Budaya pop merupakan budaya yang berasal dari "rakyat", yang merupakan menjadi budaya otentik "rakyat". Budaya pop seperti halnya budaya daerah merupakan budaya dari rakyat untuk rakyat (Storey 19993: 17-18).

Budaya Populer merupakan pengembangan dari industri budaya yang dapat dilihat dari produk yang dihasilkan oleh budaya populer. Budaya dan gaya hidup korea (*Hallyu* atau *Korean Wave*) menjadi budaya populer yang menyebar ke berbagai negara termasuk Indonesia. *Hallyu* adalah fenomena mengalirnya budaya populer Korea yang berupa drama, film, dan musik (*K-Pop*) yang diawali dengan negara serumpun (Cina, Taiwan, dan Jepang) serta Vietnam yang akhirnya menyebar ke negara negara di Benua Asia Tenggara pada paruh pertama,

tahun 2000-an, kemudian menyebar ke negara di Benua Amerika Selatan, Amerika Timur, Amerika Tengah, dan sebagian Afrika pada paruh kedua tahun 2000-an, dan pada akhirnya terkenal ke seluruh dunia pada dekade pertama abad ke 21 (Ardia, 2014).

6. Dampak

Dampak merupakan benturan atau pengaruh yang mendatangkan akibat baik positif maupun negatif yang dapat membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang, yang dapat mempengaruhi suatu keadaan yang memiliki hubungan timbal balik atau sebab akibat antara yang dipengaruhi dan yang mempengaruhi. (Khairunnisa, 2019).

Dampak menurut Otto Soemarwoto dampak merupakan sebuah perubahan yang disebabkan karena adanya sebuah aktifitas. Aktifitas ini bisa dilakukan dengan banyak hal mulai dari aktifitas kimia, biologi, maupun aktifitas manusia. (Daniel, 2019).

Dari paparan diatas dapat diartikan bahwa dampak merupakan sebuah pengaruh yang dapat merubah sikap pola pikir, gaya, melalui aktifitas manusia yang memiliki hubungan timbal balik sebab akibat dan pada akhirnya akan berdampak pada dirinya yang memberikan dampak positif dan dampak negatif. Dampak yang diperoleh komunitas INDOMYSOLAR adalah mereka mendapatkan budaya asing yang secara tidak langsung mereka harus pelajari agar mereka merasa agar lebih dekat dengan idola mereka.

a. Dampak Positif

Dampak yang diperoleh adalah mereka dapat mempelajari budaya Korea melalui lagu, video klip, dan aktivitas sang idola yang dapat mereka lihat melalui sosial media dan internet, mereka juga dapat mempelajari Bahasa Korea sebagai bahasa asing yang dapat mereka kuasai yang pada akhirnya dapat berguna bagi mereka di masa yang

akan mendatang.

b. Dampak Negatif

Dampak negatif yang diperoleh adalah mereka melupakan jati diri mereka sebagai masyarakat Indonesia, dan pada akhirnya mereka ketergantungan menggunakan Bahasa Korea sebagai Bahasa kedua mereka untuk berinteraksi terhadap sesama komunitas atau sebagai kata sambung atau tambahan yang mereka gabungkan antara Bahasa Indonesia dengan Bahasa Korea.

7. Media Online

Media *Online* (*online media*) disebut juga *cyber media*, *internet media and new media*, yang tersaji secara *online* melalui sebuah situs web yang berada di internet, secara teknis media *online* merupakan media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet), yang berupa seperti portal website (blog, situs web, Facebook, Twiter, dll) radio *online*, TV *online*, email, *Youtube*, dll (M. Romli, 2015).

Karakteristik Meida *online* yang memiliki kelebihan dibandingkan dengan “media konvensional” adalah :

- a. Memlliki kapasitas luas *page web* mampu menampung naskahyang sangat panjang
- b. Pemuatan serta editing naskah mampu kapan saja dan dimana saja
- c. Jadwal penerbitan bisa kapan pun dan dimana pun
- d. Menjangkau seluruh dunia
- e. Pembaharuan informasi yang cepat

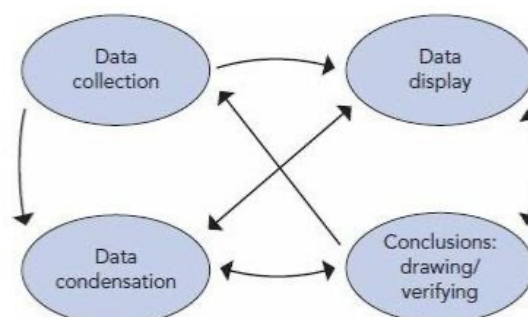
8. Youtube

Youtube merupakan situs web yang memungkinkan para pengguna untuk menyimpan, menyaksikan, dan membagikan video secara publik. *Youtube* menjadi tempat terbaik untuk berbagi video ke seluruh dunia yang berupa video pendek, tutorial, film pendek, video musik, animasi, edukasi, hiburan, dan lain lain yang dapat diakses kapan pun dan dimana pun melalui *smartphone* atau perangkat lainnya yang memiliki internet. (Dian Arifin, 2023).

III. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode deskriptif dengan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *post positivisme*, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah (sebagai lawannya eksperimen), dimana peneliti sebagai instrument kunci, pengambilan sumber data dilakukan secara *purposive*. Teknik validitas data triangulasi, analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian ini lebih menekankan makna dari pada generalisasi." (Hidayat, 2012).

Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan menggambarkan, menjelaskan, dan menerangkan secara rinci permasalahan yang diteliti dengan penjelasan berdasarkan apa yang telah diamati oleh peneliti secara langsung di lapangan. Pemilihan metode deskriptif kualitatif karena dapat menghasilkan data dan pemecahan permasalahan yang diteliti berdasarkan hasil dari yang diperoleh dari narasumber yang bersangkutan secara mendetail dan sadar dengan penjelasan yang sederhana dan dapat dimengerti dengan membangun kedekatan antara peneliti dengan narasumber sehingga menciptakan proses yang interaktif dan partisipatif.



Sumber : Miles, M.B., Hubberman, A.M, Johnny Saldana
2014

IV. Hasil Dan Pembahasan

4.1. Hasil

Dengan hasil penelitian yang didapat oleh peneliti, peneliti dapat menyampaikan apa saja yang di peroleh dari pembahasan hasil penelitian tersebut. Peneliti menemukan beberapa hal mengenai dampak *K-Pop* pada media *online* Youtube terhadap pola komunikasi antar individu dalam komunitas BTS "INDOMYSOLAR" di Solo. Dengan adanya dampak Bahasa Korea yang diperoleh anggota INDOMYSOLAR adalah penggunaan bahasa yang mereka gunakan sebagai bahasa komunikasi mereka terhadap sesama anggota INDOMYSOLAR, karena adanya ketertarikan dengan Bahasa Korea maka mereka mempelajari bahasa tersebut sebagai bahasa asing yang mereka kuasai untuk menambah wawasan dan sebagai alat komunikasi mereka.

1. Menyaksikan *K-Pop* di Youtube

Youtube merupakan sebuah *website* berupa konten vidio *online* yang di dalamnya berisi sebuah informasi, hiburan, edukasi, dan lain lain yang dapat diakses dengan internet. Melalui Youtube para pengguna dapat mencari apa yang mereka butuhkan seperti halnya yang dilakukan oleh anggota komunitas INDOMYSOLAR mereka mencari konten vidio berupa hiburan dan edukasi, dimana di dalam konten tersebut terdapat edukasi bagaimana cara mereka memperlancar Bahasa Korea yang mereka pelajari dan hiburan dari konten vidio BTS berupa *games show, talkshow, concert*, dan lain lain. Karena adanya ketertarikan

yang begitu besar terhadap BTS para anggota INDOMYSOLAR mempelajari Bahasa Korea yang berguna untuk menghormati dan sebagai bentuk cara mereka menyukai BTS, dengan menyaksikan berbagai macam konten pembelajaran Bahasa Korea yang di sediakan di dalam Youtube. Para anggota INDOMYSOLAR belajar Bahasa Korea dengan menggunakan penerjemahan bahasa yang tersedia di dalam konten vidio tersebut, dengan adanya penerjemahana bahasa yang disediakan dan sesuai dengan bahasa yang dikuasai mereka mampu mempelajari Bahasa Korea dengan mudah meskipun terkadang memiliki kendala dalam pengucapan Bahasa Korea atau penulisan dan ejaan huruf *Hangul*.

2. Pola Komunikasi Antar Individu Komunitas INDOMYSOLAR

Pola komunikasi antar individu merupakan bentuk penyampaian suatu pesan yang dilakukan untuk menyampaikan suatu informasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih. Para penggemar BTS di kota Solo memiliki pola komunikasi yaitu para penggemar BTS menggunakan bahasa daerah yang di padukan dengan Bahasa Indonesia, penggunaan dua bahasa tersebut sebagai cerminan mereka bahwa mereka berasal dari daerah dan merupakan masyarakat Indonesia. Di dalam komunikasi yang dilakukan melalui *Whatsap* maupun ketika berkomunikasi secara tatap muka, pembahasan yang sering mereka bicarakan adalah seputaran tentang BTS pembahasan mulai dari lagu lagu, para anggota BTS serta pembahasan tentang konten konten BTS yang mereka saksikan, bertukar informasi terbaru mengenai BTS membuat diri mereka semakin menjadi penggemar berat BTS dan merasa dekat dengan BTS. Dari informasi-informasi yang sering mereka obrolkan bersama inilah menjadikan mereka penggemar yang cinta mati dengan BTS, dalam bentuk pola komunikasi yang

dilakukan oleh para anggota INDOMYSOLAR, terdapat beberapa pola komunikasi

a. Pola Komunikasi Primer

Pola komunikasi yang proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan simbol sebagai media saluran dengan lambang verbal maupun non verbal.

Pada pola komunikasi primer komunitas INDOMYSOLAR melakukan komunikasi melalui media *chat* yaitu *Whatsapp* serta mereka juga melakukan komunikasi secara tatap muka, dalam acara-acara tertentu yang diselenggarakan oleh komunitas INDOMYSOLAR.

b. *Code Mixing*

Code mixing merupakan penggabungan satu bahasa dalam bahasa lain oleh komunikator dalam proses komunikasi. Dalam prosesnya, *code mixing* para anggota INDOMYSOLAR terlihat menggunakan model *outer code mixing*, dimana penggabungan bahasa yang mereka lakukan berasal dari Bahasa Indonesia, Bahasa Jawa dan Bahasa Korea.

3. Dampak Perubahan Pola Komunikasi Antar Individu Komunitas INDOMYSOLAR

Penggunaan Bahasa Korea yang digunakan merupakan bahasa sehari-hari yang mereka dengan atau mereka pelajari dari mereka menyaksikan sebuah konten di media Youtube. Pola komunikasi tersebut sangat menarik bagi mereka karena mereka sangat menyukai budaya Korea sebagai bentuk apresiasi mereka terhadap idola mereka. Penggunaa dua bahasa tersebut yang mereka lakukan berguna untuk mereka belajar cara pengucapan dan pemulisan huruf *Hangul* yang tepat karena ketika mereka berulang

kali mengucapkan dan menuliskan huruf Korea setiap hari mereka akan mudah cepat mengingatnya dan pada akhirnya akan menjadi sebuah kebiasaan yang mereka lakukan ketika mereka berkomunikasi.

Dari dampak Bahasa Korea tersebut terdapat bentuk komunikasi yang membentuk pola komunikasi primer dan pola bahasa *code mixing*, dan *outer mixing* dari dampak budaya Korea terutama dalam Bahasa Korea. Pola komunikasi primer yang terjadi antar anggota INDOMYSOLAR terjadi karena mereka berkomunikasi menggunakan media sosial *Whatsap* sebagai media perantara komunikasi mereka terhadap sesama anggota INDOMYSOLAR.

a. Sebelum mengenal K-Pop

Anggota komunitas INDOMYSOLAR sebelum mengenal *K- Pop* mereka berkomunikasi menggunakan Bahasa daerah ataupun Bahasa Indonesia sebagai Bahasa pengantar mereka melakukan berkomunikasi, terkadang mereka dalam berkomunikasi suka mencampurkan antara Bahasa daerah dengan Bahasa Indonesia tergantung dengan siapa dan daerah dari orang yang mereka ajak melakukan berkomunikasi.

Pencampuran kedua Bahasa antara Bahasa Indonesia dan Bahasa daerah ini mereka lakukan karena mereka berasal dari negara Indonesia dan mengunggulkan daerah mereka menggunakan Bahasa daerah mereka, Bahasa daerah biasanya mereka gunakan sesama dengan suku atau kota yang sama contoh adalah percakapan antar suku jawa yang menggunakan Bahasa jawa sebagai Bahasa pengantar mereka berkomunikasi.

b. Setelah Mengenal K-Pop

Adanya dampak yang mereka dapatkan ketika para anggota INDOMYSOLAR ini mempelajari Bahasa Korea

sebagai Bahasa asing yang mereka gemari, yaitu adanya Bahasa asing baru yang mereka dapatkan sebagai tambahan pengetahuan dan pengenalan Bahasa asing, selain itu, mereka mengaplikasikannya dalam bentuk berkomunikasi dengan sesama anggota INDOMYSOLAR sebagai salah satu bentuk mereka belajar dan lebih cepat menghafal dan mengingat Bahasa Korea. Dari pengucapan Bahasa yang termudah yang umum terlebih dahulu yang mereka pelajari seperti contoh :

- 1) *Gomawoyo* atau *Kamsahamida* yang berarti mengucapkan terimakasih kepada seseorang atau diberikannya sesuatu berupa barang atau jasa.
- 2) *We, Ottoke, Olmana* yang memiliki arti selamat menikmati maknannya.
- 3) *Massieoyo* yang memiliki arti ini enak sekali.
- 4) *Jinjha*, yang berarti serius? Atau benarkah?

4.2. Pembahasan

Hasil analisis penelitian ini mengungkapkan bagaimana dampak budaya *K-Pop* pada media *online Youtube* terhadap pola komunikasi antar individu komunitas INDOMYSOLAR Solo yang diperoleh peneliti sebagai berikut.

1. Menyaksikan *K-Pop* di Youtube

Anggota INDOMYSOLAR demi mendalami dan mempelajari Bahasa Korea yang mereka gunakan mereka mencari dan belajar Bahasa Korea melalui *Youtube* karena di dalam *Youtube* terdapat banyak konten yang menampilkan tutorial bagaimana cara mempelajari Bahasa Korea, serta juga melalui *Youtube* mereka mencari dan mendengarkan musik serta karya karya BTS, mendengarkan musik, serta mempelajari Bahasa Korea melalui konten konten yang tersedia. Mempelajari bahasa asing di *Youtube* mendapati kendala yaitu

penerjemahan bahasa apabila mempelajari melalui konten yang pembuatnya bukan dari Indonesia, terkadang di konten-konten tertentu menyediakan penerjemahan dari Bahasa Korea ke bahasa asing yang lain melalui penerjemahan teks yang disediakan oleh pembuat konten tersebut, karena adanya kesulitan menemukan penerjemahan bahasa terutama penerjemahan Bahasa Indonesia, maka akan menggunakan penerjemahan bahasa yang disediakan yaitu Bahasa Inggris setelah itu kemudian di terjemahkan ke Bahasa Indonesia secara manual. Terbatasnya penerjemahan bahasa asing ke Bahasa Indonesia terkadang membuat para penggemar BTS ini sedikit mengalami kesulitan dalam mengartikan Bahasa Korea ke Bahasa Indonesia karena mereka harus menerjemahkan lagi setelah Bahasa Korea ke Bahasa Inggris kemudian baru mereka menerjemahkan sendiri ke Bahasa Indonesia.

2. Pola Komunikasi Antar Individu Komunitas INDOMYSOLAR

Pola komunikasi yang diterapkan oleh anggota INDOMYSOLAR merupakan pola komunikasi campur kode atau pencampuran antara 3 Bahasa yaitu Bahasa Indonesia, Bahasa Korea dan Bahasa daerah sebagai bentuk komunikasi adanya mencampurkan Bahasa Indonesia dan daerah karena mereka tidak ingin meninggalkan ciri khas mereka sebagai orang Indonesia dan daerah mereka (Jawa).

Sehingga dalam komunitas INDOMYSOLAR ini terbentuk dua pola komunikasi yang terjadi antar sesama anggota INDOMYSOLAR yaitu :

a. Pola Komunikasi Primer

Terdapat beberapa bentuk pola komunikasi yang mereka lakukan secara verbal maupun non verbal melalui media sosial Whatsapp dan secara tatap muka, yaitu komunikasi verbal mereka menggunakan Bahasa Jawa, Bahasa

Indonesia, dan Bahasa Korea yang digabungkan dalam tulisan ketika berkomunikasi di *Whatsap* atau saat sedang bertatap muka sebagai bentuk mereka berkomunikasi, dan komunikasi non verbal yang mereka lakukan terkadang mereka menggunakan sticker sebagai bentuk tanggapan mereka ketika sedang melakukan komunikasi di *Whatsap* dan menggunakan gerakan ketika sedang melakukan komunikasi secara bertatap muka dengan sesama anggota INDOMYSOLAR.

b. Code Mixing

Pada pola komunikasi *code mixing* ini, para anggota INDOMYSOLAR terlihat menggunakan model *outer code mixing*, dengan menggabungkan Bahasa Indonesia, Bahasa Jawa dan Bahasa Korea dalam proses berkomunikasi.

3. Dampak Perubahan Pola Komunikasi Antar Individu Komunitas INDOMYSOLAR

Terdapat perbedaan antar perubahan antara ketika para anggota INDOMYSOLAR mengenal budaya Korea dan sebelum mengenal budaya Korea Selatan terutama dalam dunia *K-Pop* dalam perubahan pola bahasa dalam mereka berkomunikasi antar individu:

a. Sebelum mengenal budaya K-Pop

Sebelum mengenal *K-Pop* para anggota INDOMYSOLAR melakukan komunikasi dengan menggunakan Bahasa Indonesia, Bahasa daerah (jawa). Dalam bentuk komunikasi yang dilakukan mereka melakukan proses pencampuran bahasa dalam berkomunikasi sesama anggota INDOMYSOLAR dan menggunakan bahasa non verbal maupun verbal.

b. Setelah mengenal K-Pop

Setelah mereka mengenal dan mempelajari Bahasa Korea maupun budaya dari Korea Selatan mereka merasa tertarik dengan budaya tersebut sebagai bentuk menghargai mereka terhadap *boyband* yang mereka kagumi, dalam proses mengenal dan mempelajari budaya Korea terutama Bahasa Korea Selatan para anggota INDOMYSOLAR belajar melalui banyak cara, salah satunya dengan belajar membaca kata dalam Bahasa Korea maupun huruf *hangul* lalu kemudian mereka ucapkan dan mereka terapkan dalam berkomunikasi kepada sesama anggota INDOMYSOLAR dengan menggabungkan Bahasa Indonesia, Bahasa Jawa, dan Bahasa Korea.

V. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan hasil analisis data yang telah dijelaskan di bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu penggemar *Korean Wave* atau *K-Pop* khususnya penggemar *boyband* BTS, mengalami dampak dalam perubahan budaya Korea salah satunya Bahasa Korea. BTS memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap para penggemarnya, hal ini disebabkan karena penampilan yang menarik dan juga cara berinteraksi aktif dengan *fandom ARMY* melalui media sosial dan selalu menjaga hubungan mereka dengan para penggemarnya. Melalui karya lagu serta aktifitas mereka, BTS tidak hanya mempopulerkan musik Korea tetapi juga memperkenalkan budaya Korea kepada penggemar mereka. Salah satu dampak yang sangat terlihat adalah para penggemar BTS memiliki minat yang tinggi dalam mempelajari Bahasa Korea melalui *Youtube*, melalui konten pembelajaran Bahasa Korea yang sangat beragam di *Youtube* sangat memudahkan penggemar BTS mempelajari Bahasa Korea dengan mudah serta cepat mengembangkan kemampuan berbicara, membaca, dan mengucapkan kata-kata dalam Bahasa Korea Selatan. Pola komunikasi dalam komunitas INDOMYSOLAR terdapat bentuk pola komunikasi yaitu pola komunikasi primer dimana para anggota

INDOMYSOLAR berkomunikasi menggunakan media *Whatsap* berkomunikasi secara tatap muka pada saat melakukan pertemuan dengan pola bahasa *code mixing* dimana adanya pencampuran. Bahasa Indonesia, Bahasa Jawa dan Bahasa Korea dengan klasifikasi pola bahasa *outer mixing* yaitu menggabungkan Bahasa Indonesia, Bahasa Jawa dengan bahasa internasional (Bahasa Korea). Dalam komunikasi tersebut anggota komunitas INDOMYSOLAR berkomunikasi saling bertukar informasi mengenai BTS mengenai rilis album, konser, kegiatan anggota BTS dan lain – lain dan menjadikan Bahasa Korea ciri khas komunitas INDOMYSOLAR.

Daftar Pustaka

Jurnal

Adi, G. K. H. (2019). Korean Wave (Studi Tentang Pengaruh Budaya Korea Pada

Penggemar *K-Pop* di Semarang). In *Universitas Diponegoro*.
<http://eprints.undip.ac.id/81034/>

Ardia, V. (2014). Drama Korea dan Budaya Populer. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(3), 1218. <https://ejournal.lppmunsera.org/index.php/LONTAR/article/view/337>

Chaplin, J. P. (2011). *Kamus Lengkap Psikologi* (K. Kartini (ed.); Edisi Keen). Raja Grafindo Persada.

Dewi S, Chandra., M. P., & Tri Widiastuti, H. M. P. (2022). Modul Pembelajaran Komunikasi Antarpribadi. In R. R. Rerung (Ed.), *Konsep Dasar Komunikasi Antarpribadi* (pp. 5–6). CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
[https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=DqRjEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=teori+komunikasi+antar+pribadi&ots=06S-Qb19vn&sig=WcTjfpngPZYRG94cbzTiAEOFLM8&redir_esc=y#v=onepage&q=teori komunikasi antar pribadi&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=DqRjEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=teori+komunikasi+antar+pribadi&ots=06S-Qb19vn&sig=WcTjfpngPZYRG94cbzTiAEOFLM8&redir_esc=y#v=onepage&q=teori+komunikasi+antar+pribadi&f=false)

Dian Arifin, R. (2023). *Pengertian Youtube Sejarah, Manfaat, Kelebihan, dan Kekurangan*. Dianisa.Com. <https://dianisa.com/pengertian-Youtube/>

Effend, M. A., P. D. O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi teori dan praktek* (T. Surjaman(ed.)). PT Remaja Rosdakarya.

Hana, M., Sarwiji, S., & Sumarwati. (2019). ALIH KODE DAN CAMPUR KODEDALAM INTERAKSI PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA DI SMA NEGERI 7 SURAKARTA Hana. *BASASTRA Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 07(02), 62–71.

Handoyo, M. A. (2019). BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. 1–64. *Gastronomia Ecuatoriana y Turismo Local*, 1(69), 5–24.

HAVILAND. (2019). Fenomena Konsumsi Budaya Korea Pada Anak Muda Di Kota Manado Fruylyndese K. Simbar Nim 120817007. *Jurnal Holistik*, 10(12), 1–12.

Hurairah, A. (2020). *Kata Borahae dalam Bhasa Indonesia, Sering Diucapkan ARMY atau BTS Satu Sama Lain*. Tribunnews.
<https://sumsel.tribunnews.com/2020/07/09/arti-kata-borahae-dalam-Bahasa-indonesia-sering-diucapkan-army-atau-bts-satu-sama-lain?page=2>

Khairunnisa. (2019). Dampak Pola Komunikasi Awkarin melalui Vlog Karin Novilda terhadap Perilaku Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi. In *UIN Raden Fatah Palembang*. UIN Raden Fatah Palembang.

Latar, A., Book, P. U., Book, P. P., Pop, M., Book, P., Book, P. U., Pop, M., Book, U., Book, P. U., Book, P. U., Kunci, K., & Membaca, B. (2022). *PENGEMBANGAN BUDAYA MEMBACA ANAK MELALUI MEDIA PEMBELAJARAN POP UP BOOK* Ulfah Umurohmi , Muhtarom , EriPurwanti. 19–25.

Liliweri, A. (2011). *Komunikasi Serba Ada Makna* (K. Putra Utama (ed.); Edisi Pert). KENCANA PRENADA MEDIA GROUP.
books.google.co.id/books?id=MBZNDwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false

- M. Romli, A. S. (2015). *Jurnalistik Online Panduan Mengelola Media Online* (I. Kurniawan(ed.)). NUANSACENDIKIA. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=Df7_DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA5&dq=media+online+menurut+para+ahli&ots=qETzrSH1PB&sig=fwQ4ybgVFVzQH11kmPILgjtPLJE&redir_esc=y#v=onepage&q=media+online+menurut+para+ahli&f=false
- Margaretha, M. (2021). *Sejarah Transformasi dan Arti Logo BTS dari 2013*. Zigi.Id. <https://korea.zigi.id/sejarah-transformasi-dan-arti-logo-bts-dari-2013-1041>
- Novedo, N., & Linuwih, E. R. (2018). Code Switching and Code Mixing Used By Sarah Sechan and Cinta Laura in Sarah Sechan Talk Show. *Seminar Nasional Ilmu Terapan*, 1–8. <https://ojs.widyakartika.ac.id/index.php/sniter/article/view/94>
- Nursanti, M. I., Lukmantoro, T., & Ulfa, N. S. (2013). Descriptive analysis of *K-Pop* fans as media audience in consuming and constructing meaning. *InteraksiOnline*, 1(2). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/2259>
- Pricilla, A. A. (2021). *7 Kolaborasi BTS dengan Brand Ternama, dan Es Krim Hingga Mobil*. Hot.Detik.Com. <https://hot.detik.com/kpop/d-5541494/7-kolaborasi-bts-dengan-brand-ternama-dari-es-krim-hingga-mobil>
- Putra, F. D. (2021). *Jepang dan Korea Menjadi Raksasa Industri Media Hiburan, Indonesia Kapan?* Kumparan.Com. <https://kumparan.com/fahrul-dwi-putra/jepang-dan-korea-menjadi-raksasa-industri-media-hiburan-indonesia-kapan-1x3smANCGo0/3>
- Rubak Allo, G. L. (2021). *7 Lagu Kolaborasi BTS dengan Musisi International*. Kompas.Com. <https://entertainment.kompas.com/read/2021/11/09/160916166/7-lagu-kolaborasi-bts-dengan-musisi-internasional?page=all>
- Saptoyo, R. D. A. (2021). *Mengapa BTS Bisa Sangat Terkenal?* Kompas.Com. <https://www.kompas.com/tren/read/2021/06/13/090400365/mengapa-bts-bisa-sangat-terkenal?page=all#:~:text=Melansir Fresherslive.com%2Cjumlah Army,di+antaranya+penggemar+dari+Indonesia.>
- Sohail Aslam1, Maqsood Ahmad2, H. F. A. and S. E. (2021). 濟無 No Title No TitleNo Title. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 7(2), 1–18. http://www.joi.isoss.net/PDFs/Vol-7-no-2-2021/03_J_ISOSS_7_2.pdf
- Supratman, L. P., & Rafiqi, A. (2016). Kajian Etnografi Komunikasi Pada Gaya Berkomunikasi Komunitas Hansamo Modern Dance Boys Di Kota Bandung. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 4(1), 1–9. <https://doi.org/10.24198/jkk.vol4n1.1>
- Sutardi, T. (2007). *Antropologi Mengungkap Keragaman Budaya* (I. Rospita (ed.); EdisiKesa). PTSetiaPurnaInves. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=OrEMsPV8yQkC&oi=fnd&pg=PA1&dq=Menurut+antropolog+W.A+Haviland+difusi&ots=e5CuDwgf0J&sig=4fr8AX5pHYwAnfs2PjWvE44oh_U&redir_esc=y#v=onepage&q=Menurut+antropolog+W.A+Haviland+difusi&f=false
- Tokopedia. (2013). Fakta Unik BTS ARMY, Fandom Terbesar di Dunia *K-Pop*. *Tokopedia*. https://www.tokopedia.com/blog/profil-bts-army/?utm_source=google&utm_medium=organic

Wanto, A. H. (2018). Strategi Pemerintah Kota Malang Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik Berbasis Konsep Smart City. *JPSI (Journal of Public Sector Innovations)*, 2(1), 39.
<https://doi.org/10.26740/jpsi.v2n1.p39-43>