

**GAYA BAHASA DALAM KOMUNIKASI INTERPERSONAL SESAMA K-POPERS
(Studi Kasus Pada Komunitas Army Yeoja Mojosongo di Kampung Tegal Mulyo
Mojosongo RW.4 Jebres Surakarta)**

Oleh:

(Nur Fitri Dwi Pramuwardani, Dra. Buddy Riyanto, M.Si., Drs. Siswanto, M.Si.)

ABSTRAK

Gaya bahasa merupakan suatu cara yang digunakan seseorang untuk menyampaikan pikiran atau gagasannya melalui pemakaian bahasa yang khas sehingga akan menimbulkan kesan dan efek tertentu. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memberikan deskripsi bagaimana gaya bahasa dalam komunikasi interpersonal pada sesama anggota k-pop komunitas AYMJ. Penelitian ini merupakan deskriptif dengan metode kualitatif. Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini yakni teori komunikasi Interpersonal menurut Sinambela, teori komunikasi interpersonal menurut De Vito, dan gaya bahasa menurut Sudjiman, serta imitasi menurut Tarde. Hasil dalam penelitian adalah komunikasi interpersonal dalam komunitas Korea AYMJ terdapat umpan balik atau *feedback* sesama anggota dan bersifat pribadi serta hanya dimengerti oleh komunitas AYMJ. Komunikasi interpersonal pada komunitas AYMJ terjalin dengan baik, mampu menyampaikan pesan dengan bahasa yg mudah dimengerti dan dipahami oleh semua anggota serta berjalan akrab sesama anggota komunitas AYMJ karena pembahasan mengenai topik pembicaraan yg mereka sukai. Gaya bahasa yang ada pada komunitas AYMJ adalah gaya bahasa campuran yg unik yakni pencampuran bahasa Indonesia Jawa dan juga Korea baik secara verbal dan non-verbal yang mereka tiru dari member idol kpop BTS yang digunakan pada interaksi sehari-hari komunitas kpopers AYMJ menjadi lebih efektif. Adapun gaya bahasa dengan menggunakan beberapa istilah-istilah Korea sekaligus merupakan identitas komunitas tersebut, tidak hanya gaya bahasa, adapun bahasa simbol baik secara verbal maupun non-verbal yang mereka gunakan untuk berkomunikasi sesama anggota AYMJ.

Kata Kunci: Komunikasi Interpersonal, Gaya Bahasa, Imitasi, Komunitas AYMJ

ABSTRACT

Language style is a way that a person uses to convey his thoughts or ideas through the use of distinctive language so that it will create certain impressions and effects. The purpose of this study is to find out and provide a description of how language style is used in interpersonal communication among members of the AYMJ k-pop community. This research is descriptive with qualitative methods. The theory used in this study is the theory of interpersonal communication according to Sinambela, the theory of interpersonal communication according to De Vito, and style according to Sudjiman, and imitation according to Tarde. The results of this study are that interpersonal communication in the AYMJ Korean community has feedback from fellow members and is personal and only understood by the AYMJ community. Interpersonal communication in the AYMJ community is well established, able to convey messages in language that is easy for all members to understand and understand and walks well among members of the AYMJ community because of discussions on topics of conversation they like. The style of language that exists in the AYMJ community is a unique mixed language style, namely mixing Indonesian, Javanese and Korean both verbally and non-verbally which they imitate from the kpop idol BTS members which are used in the daily interactions of the

AYMJ kpopers community to become more effective. The style of language by using several Korean terms as well as the identity of the community, not only the style of language, the language of symbols both verbally and non-verbally that they use to communicate with fellow AYMJ members.

Keywords: *Interpersonal Communication, Language Style, Imitation, AYMJ Community*

PENDAHULUAN

Fenomena kemunculan K-Pop mengalir cepat diseluruh berbagai seluruh negara termasuk indonesia. Berawal dari *soundtrack* drama, penonton drama biasanya melakukan pencarian lebih dalam tentang musik Korea, hingga akhirnya menemukan musik Korean pop atau biasa disebut dengan musik K-pop. Musik K-pop dianggap menarik karena penyajiannya disajikan dengan tarian-tarian modern ataupun kontemporer ditambah lagi dengan penyanyi-penyanyi yang memiliki paras menawan baik laki-laki ataupun perempuan yang menjadikan daya tarik bagi masyarakat tertentu.

K-pop memiliki ciri khas musik yang dapat memberikan kesenangan tersendiri bagi para penikmatnya. Kesenangan yang dirasakan oleh penikmat K-pop membuat jenis musik semakin digemari dan dikonsumsi setiap harinya . Konsumsi dari K-pop pada akhirnya akan memunculkan komunitas K-Popers, Seperti di kampung Tegal Mulyo Mojosongo RW.4 Jebres Surakarta terdapat komunitas K-Pop yang mereka beri nama *Army Yeoja Mojosongo* (AYMJ) yang merupakan komunitas dari penggemar boyband K-Pop yaitu BTS (*Bangtan Sonyeondan*) atau disebut *Bangtan Boys* yang beranggotakan 7 member yaitu Kim Namjoon, Kim seok Jin, Min yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, Jeon Jungkok.

Seiring berjalannya waktu, AYMJ memiliki kurang lebih 12 anggota yang didominasi oleh para mahasiswi, di mana lokasinya cukup dekat dengan beberapa kampus antara lain USB, POLTEKKES, UTP, UNISRI sehingga menjadikan kampung ini sebagai wilayah kos untuk mahasiswi baik dari USB, POLTEKKES dan lainnya. Berawal dari hobby yang

sama, terkadang juga beberapakali mengadakan Nobar Konser dan juga menonton live streaming di waktu senggang mereka. Dalam komunitas ini terjadi interaksi dengan menggunakan gaya bahasa yang unik dan berbeda dengan gaya bahasa komunikasi orang pada umumnya. Terdapat beberapa penggunaan kalimat atau penggunaan bahasa yang cukup menarik dan sedikit berbeda yang para K-Popers gunakan dalam komunikasi, uniknya hanya para k-popers saja yang dapat mengerti istilah-istilah penggunaan kalimat tersebut, sedangkan bagi orang awam istilah tersebut akan sangat jarang atau bahkan tidak akan didengar dalam kegiatan berkomunikasi sehari-hari. Penggunaan kalimat yang hanya dimengerti oleh para k-popers ini tidak memberikan dampak yang negatif terhadap lingkungan sosial diwilayah Kampung Tegal Mulyo Jebres RW 4 berdasarkan dari apa yang saya rasakan dan lihat selama tinggal dilingkungan Kampung Tegal Mulyo RW 4, sebaliknya banyak anak-anak yang juga k-popers tertarik mengenai penggunaan kalimat dan arti dari kalimat tersebut. Hal ini menjadi sebuah ilmu baru bagi anak-anak yang senang dengan musik Korea dan drama Korea dan memudahkan mereka dalam memahami percakapan dalam setiap acara *boyband* dan *girlband* K-Pop.

Dalam percakapan yang biasa mereka gunakan sehari-hari menggunakan kalimat yang terkadang menjadi pengetahuan sekaligus gaya bahasa baru bagi mereka. Gaya bahasa yang hanya bisa dipahami antara fans Korea ini menjadi suatu perbedaan diantara percakapan layaknya pembicaraan secara umum. Gaya bahasa merupakan suatu cara yang digunakan seseorang untuk menyampaikan pikiran atau gagasannya melalui pemakaian

bahasa yang khas sehingga akan menimbulkan kesan dan efek tertentu. Dalam penelitian ini memfokuskan pada gaya bahasa komunikasi verbal. Gaya bahasa komunikasi verbal merupakan komunikasi yang menggunakan perangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol – simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas. Dalam definisi tersebut ia juga menekankan bahwa simbol dengan aturan ini merupakan bentuk paling sederhana dari bahasa (Mulyana, 2014), seperti penggunaan istilah yang digunakan para K-Popers dalam berinteraksi seperti kata “*saranghae, ommo, jinjja, daebak!!!, choaheyo*” selalu diucapkan para k-popers ketika sedang mengobrol dalam kesehariannya dengan anggota komunitas k-pop.

Dalam kalangan k-popers kata “*Ommo dan ootteokke*” memiliki banyak tafsiran tergantung pada topik pembicaraan apa yang sedang mereka bahas contohnya ketika mendengar penyanyi yang memiliki suara indah kata “*Ommo*” bisa digunakan dalam konteks “*Ommo ... ganteng banget*” atau dalam konteks lupa akan sesuatu kata “*Ommo*” biasa digunakan, dan contohnya lagi kata “*Ootteokke*” bisa digunakan untuk kalimat tanya bagaimana seperti “*yaampun aku lupa mengingatkan dia hal penting Ootteokke?*” dan kata “*Ootteokke*”, masih terdapat banyak penggunaan kata lain yang cukup menarik dan konteks tersebut biasanya hanya bisa dipahami oleh sesama k-popers. Dalam berkomunikasi seringkali K-popers menjumpai permasalahan atau noises yang mengakibatkan kesalahpahaman dalam menempatkan kata dalam konteks yang tepat. Permasalahan yang dijumpai oleh peneliti adalah seperti kesalahan interpretasi atau pemaknaan pesan, ketidakmampuan komunikator dalam menyusun kata-kata dalam bahasa Korea dikarenakan keterbatasan *vocabulary* dan sebagainya. Kesalahpahaman bahkan bisa berujung pada *fanwar*.

Berdasarkan penjelasan di atas maka, gaya bahasa komunikasi interpersonal antar sesama K-Popers menjadi sangat menarik untuk diteliti dikarenakan bagaimana gaya bahasa komunikasi dan penggunaan kalimat dalam melakukan komunikasi interpersonal memiliki perbedaan dengan komunikasi interpersonal orang-orang yang bukan k-popers, sehingga hal ini yang membuat peneliti untuk melakukan penelitian mengenai gaya bahasa yang ada pada salah satu komunitas K-pop yakni Army Yeoja Mojosoongo (AYMJ) di Kampung Tegal Mulyo Mojosoongo RW.4 Jebres Surakarta untuk mengetahui gaya bahasa yang digunakan.

KAJIAN PUSTAKA

1. Komunikasi Interpersonal

Hanani mengatakan bahwa komunikasi interpersonal adalah pesan yang dikirim oleh pelaku komunikasi dengan efek pesannya secara langsung. Dalam perkembangan komunikasi yang berkaitan dengan konteks komunikasi para ahli komunikasi menjelaskan teori komunikasi interpersonal atau antar pribadi (Hanani, 2017: 15). Adapun pengertian lain yakni komunikasi interpersonal adalah interaksi verbal dan non-verbal antara dua (atau kadang-kadang lebih dari dua) orang yang saling tergantung satu samalain. Komunikasi interpersonal tidak hanya tentang apa yang dikatakan dan apa yang diterima namun, juga tentang bagaimana hal itu dikatakan, bagaimana bahasa tubuh yang digunakan dan apa ekspresi wajah yang diberikan (Devito, 2013: 15).

Menurut DeVito dalam komunikasi interpersonal terdapat beberapa unsur atau elemen penting, yaitu:

- a) Sumber dan Penerima (*Source and Receiver*)
- b) Pesan (*Message*)
- c) *Encoding-Decoding*
- d) Media (*Channel*)
- e) Gangguan (*Noise*)

f) Umpan balik (*Feedback*)

g) Konteks (*Context*)

h) Etika (*Ethics*)

Tujuan Komunikasi

Interpersonal Komunikasi interpersonal merupakan suatu tindakan yang berorientasi pada tujuan tertentu. Adapun tujuan komunikasi interpersonal, menurut Suranto A. W. tujuan dari komunikasi interpersonal antara lain:

- Mengungkapkan perhatian kepada orang lain
- Menemukan diri sendiri
- Menemukan dunia luar
- Membangun dan memelihara hubungan yang harmonis
- Memengaruhi sikap dan tingkah laku
- Mencari kesenangan atau sekedar menghabiskan waktu
- Menghilangkan kerugian akibat salah komunikasi (Suranto, 2013: 19-22)

2. Gaya Bahasa

Gaya bahasa adalah cara menyampaikan ide atau gagasan melalui sebuah bahasa yang khas yang memperlihatkan jiwa kepribadian penulis atau pemakai bahasa (Keraf, 2010: 113). Menurut Sudjiman (1998: 13) menyatakan bahwa gaya bahasa dapat digunakan dalam segala bahasa baik ragam lisan, tulis, non sastra, dan ragam sastra karena gaya bahasa adalah cara menggunakan bahasa dalam konteks tertentu oleh orang tertentu untuk maksud tertentu. Akan tetapi, secara tradisional gaya bahasa selalu ditautkan dengan teks sastra, khususnya teks sastra tertulis. Gaya bahasa dalam komunikasi dapat dibedakan menjadi tiga yaitu:

- Gaya bahasa resmi
- Gaya bahasa tak resmi
- Gaya bahasa percakapan

3. Imitasi

Imitasi secara sederhana menurut Tarde (dalam Gerungan, 2010: 183) adalah contoh-mencontoh, tiru-

meniru, ikut-mengikuti. Dalam kehidupan nyata, imitasi ini berkaitan dengan kehidupan sosial, sehingga tidak terlalu berlebihan jika dikatakan bahwa seluruh kehidupan sosial itu terinternalisasi dalam diri seseorang berdasarkan faktor imitasi. Dengan demikian, secara umum imitasi adalah proses sosial atau tindakan seseorang untuk meniru orang lain melalui sikap, penampilan gaya hidup, pengucapan kata bahkan apa saja yang dimiliki oleh orang lain (Tarde, 2011). Beberapa konsep imitasi di atas selaras dengan pandangan Barlow (dalam Muhibbin, 2003: 119), yang mengatakan imitasi sebagian besar dilakukan manusia. melalui penyajian contoh perilaku (modeling), yaitu proses pembelajaran yang terjadi ketika seseorang mengobservasi dan meniru tingkah laku orang lain.

Adapun perilaku yang diimitasi menurut Soekanto (dalam Arif, 2005: 95) dapat berwujud penampilan (performance), sikap (attitude), tingkah laku (behavior), gaya hidup (life style) pihak yang ditiru. Namun, imitasi tidak terjadi secara langsung melainkan perlu adanya sikap menerima, dan adanya sikap mengagumi terhadap apa yang diimitasi itu (Arif, 2005).

Berdasarkan beberapa pengertian imitasi yang telah dikemukakan di atas maka dapat disimpulkan bahwa imitasi adalah perilaku yang dihasilkan seseorang dengan mencontoh atau melihat individu lain melakukan sesuatu, baik dalam wujud penampilan, perkataan, tingkah laku dan gaya hidup pihak yang ditiru.

- Tahap- Tahap dalam Melakukan Imitasi

Seperti yang telah dijelaskan, perilaku imitasi biasanya disebabkan oleh adanya minat, perbuatan, perhatian, ataupun sikap mengagumi pihak lain. Menurut Yolanda Bilqis Sherry

(2019: 73), terdapat beberapa faktor-faktor yang kemudian berkembang menjadi imitasi yang dilakukan dengan tahap-tahap sebagai berikut:

- 1) Atensi (*Attention*)
 - 2) Retensi (*Retention*)
 - 3) Pembentukan Perilaku
 - 4) Motivasi (*Motivation*)
- b) Macam-Macam Perilaku Imitasi
- Macam – macam perilaku imitasi menurut Gerungan dapat dilakukan dengan berbagai macam cara, seperti:
- a) Gaya berbicara
 - b) Gaya Berpakaian
 - c) Cara menyatakan diri

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

1. Komunikasi Interpersonal Pada Komunitas *Korean Poppers* AYMJ

Komunikasi interpersonal, disampaikan bahwa komunikasi yang bersifat khusus atau pribadi dan hanya dapat dimengerti oleh komunitas AYMJ atau komunitas *Korean popers* yang lain. Komunikasi interpersonal yang terjadi pada komunitas AYMJ cenderung bersifat informal seperti bahasa-bahasa Korea yang digunakan baik melalui media sosial maupun secara langsung dikarenakan. Adapun komunikasi interpersonal yang dilakukan secara formal tetapi hanya pada beberapa kegiatan tertentu seperti komunikasi dengan komunitas Korea yang lain. Komunikasi interpersonal pada AYMJ memiliki *feedback* dengan cepat, di mana adanya tanggapan kembali yang diberikan dari anggota yang lain sesuai dengan apa yang diinginkan. Komunikasi interpersonal pada AYMJ lebih vital atau bersifat pribadi yang hanya dapat dimengerti oleh komunitas AYMJ sendiri baik secara verbal maupun non-verbal di mana kita menggunakan simbol atau bahasa tubuh hingga mengucapkan kata atau kalimat dan hal tersebut langsung ditanggapi oleh anggota yang lain.

Komunikasi interpersonal AYMJ memiliki keunikan tersendiri. Dalam kesehariannya sesama anggota AYMJ melakukan percakapan menggunakan Bahasa campura seperti Bahasa Jawa, Bahasa Indonesia, serta Bahasa Korea. Seperti yang dikatakan De Vito (2011) bahwa karakteristik efektivitas komunikasi interpersonal berdasarkan pendekatan humanistik menunjukkan bahwa kualitas komunikasi interpersonal yang efektif ditentukan oleh 5 faktor, yaitu keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan. Keterbukaan antar sesama anggota komunitas AYMJ menjadikan mereka lebih akrab dalam menceritakan segala perasaan atau hal yang bersifat pribadi. Empati dan sikap mendukung mereka tunjukkan dengan lebih peka terhadap sesama anggota komunitas atau orang lain melalui kegiatan sosial. Sikap positif yang mereka perlihatkan antarlain memberikan support positif seperti saran yang lebih baik, dan loyal ilmu pengetahuan terhadap sesama anggota AYMJ, Kesetaraan antar komunitas K-Poppers AYMJ ini tidak pernah membeda-bedakan satu anggota dengan anggota lainnya mereka menganggap satu dengan yang lain itu sama entah dari status, atau pekerjaan orang tua mereka masing-masing, meskipun ada beberapa anggota yang memiliki selisih umur berbeda namun itu tidak menjadikan jarak dalam interaksi mereka dan tetap menghargai satu sama lain dalam segala aspek.

2. Gaya Bahasa Pada Komunitas *Korean Poppers* AYMJ

Gaya bahasa komunikasi dalam komunitas K-Poppers AYMJ ini adalah gaya bahasa baik bahasa tubuh maupun percakapan yang menggunakan bahasa campuran bahasa Jawa, bahasa Indonesia dan bahasa Korea yang diterapkan saat sedang berkomunikasi secara langsung bertatap muka dengan konteks yang tepat. Dalam komunitas

AYMJ, penggunaan gaya bahasa untuk berkomunikasi memiliki ciri khasnya tersendiri dengan segala istilah-istilah unik yaitu bahasa Korea yang dicampur dengan bahasa sehari-hari meliputi bahasa Jawa dan Indonesia yang biasa mereka pakai untuk mempermudah menyampaikan informasi kepada anggota *kpopers* komunitas AYMJ. Komunikasi yang terjadi pada anggota komunitas AYMJ dengan orang lain diluar komunitas menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa, Ketika komunitas AYMJ berbicara dengan teman sesama anggota komunitas akan berbeda ketika mereka berkomunikasi dengan orang-orang yang non-*Korean popers*. Mereka tidak membawa bahasa pergaulan dalam kelompok mereka keluar komunitas, hal ini dikarenakan orang yang tidak mengerti k-pop cenderung tidak mengerti topik pembicaraan dan gaya berbicara mereka yang sering kali menyelipkan bahasa Korea dalam komunikasi mereka.

Komunikasi dengan sesama anggota komunitas AYMJ menggunakan istilah unik yaitu bahasa Korea yang dicampur dengan bahasa sehari-hari meliputi bahasa Jawa dan Indonesia . biasanya mereka gunakan untuk penyampaian informasi dengan sesama anggota *kpopers* komunitas AYMJ, dengan penggunaan gaya bahasa *campuran*. Penggunaan bahasa Korea di dalam komunitas tidak sering digunakan, hanya pada saat-saat tertentu saja. Dikarenakan para anggota mengaku, kebanyakan dari mereka hanya mengerti bahasa Korea secara mendasar, walaupun ada juga dari mereka yang secara khusus mempelajarinya selain itu penggunaan bahasa Korea dapat membantu sesama anggota untuk melatih *public speaking* dalam bertemu sesama dan mengasah kemampuan kita dalam berbahasa asing salah satunya *bakor* (bahasa Korea) .

Selain gaya bahasa, Bahasa

Korea kental dengan Intonasi dan ekspresi/raut wajah yang beragam. Intonasi sendiri merupakan lagu kalimat atau kecepatan penyajian tinggi rendahnya nada kalimat, dalam bahasa Korea memegang peran penting, berbeda dari bahasa Indonesia intonasi dalam bahasa Korea dalam melakukan gaya bahasa beragam. Terkait gaya bahasa yang ada pada komunitas *Korean popers* AYMJ menggunakan gaya bahasa yang khas, yakni menggunakan bahasa Korea, meskipun tidak semua bahasa Korea digunakan layaknya orang Korea asli pada umumnya, namun terdapat beberapa kata dan kalimat khusus yang kami gunakan seperti *gamawoyo* yang artinya "terima kasih", *jinjhaa* yang artinya "benar kah?", *Uri, yorobun, naneun*, yang artinya "aku, kamu, dan kita semua". Adapun simbol-simbol atau bahasa verbal yang digunakan untuk menanggapi sebuah pertanyaan atau sebuah tanggapan, seperti "*double thumb*" atau mengacungkan dua jempol pada sesuatu yang dianggap enak (biasanya pada makanan) atau "*finger heart*" sebuah simbol dari jari yang membetuk "hati" untuk merespon sesuatu yang dianggap bagus atau menarik.

Bahasa Korea yang digunakan tidak hanya dilakukan secara langsung atau ketika berkumpul, melainkan juga melalui aplikasi seperti *Whatsapp*, di mana komunikasi yang dilakukan via *chattingan* dengan menggunakan aplikasi tersebut juga menggunakan bahasa Korea. Adapun fitur *keyboard* dalam bahasa Korea atau yang biasa disebut *Hangeul* yang digunakan untuk berkomunikasi dan memberikan informasi. Adapun intonasi atau naik turunnya nada atau dialek Korea dan ekspresi yang sesuai dengan dengan apa yang kita ucapkan. Adapun ekspresi dari bahasa verbal yang digunakan seperti panggilan kepada anggota namun berdasarkan usia. Apabila

kepada yang lebih tua, tentu ada bahasa verbal yang dilakukan begitu juga sebaliknya. Hal ini tidak hanya dilakukan antar sesama anggota AYMJ, melainkan juga pada komunitas k-popers yang berada di luar.

Berdasarkan gaya bahasa, adapun imitasi yang dilakukan oleh komunitas AYMJ. Berdasarkan teori, imitasi adalah perilaku yang dihasilkan ketika seseorang melihat model atau orang lain melakukan sesuatu dalam cara tertentu dan mendapatkan konsekuensi dari perilaku tersebut. Dalam proses mereka menonton drama Korea ataupun menonton acara streaming live BTS secara tidak langsung ketika mereka memperhatikan objek /model yang dikagumi yakni member BTS pada saat mengobrol setelah mereka mengamati mereka akan menyimpan memori mengenai model yang dilihat terutama dari percakapan, gesture tubuh yang menarik kemudian akan disimpan dalam ingatannya, dalam mengamati inilah akan membentuk perilaku beserta motivasi untuk menirukan.

Imitasi pada komunitas AYMJ. Imitasi tersebut berupa perilaku, tutur kata dan intonasi yang digunakan oleh AYMJ dalam berinteraksi secara pribadi dengan sesama anggotanya. Dalam proses penyampaian informasi atau pesan melalui whatsapp mereka menggunakan *Hangeul* (Huruf Korea) tetapi tidak semua anggota bisa dalam menggunakan *Hangeul* (Huruf Korea) membuat sebagian dari mereka hanya menggunakan huruf latin bila menulis pesan berbahasa Korea ke sesama anggota komunitas AYMJ.



Gambar 6.
Tangkapan Layar Chattingan Whatsapp Komunitas AYMJ

Seperti gambar tangkapan layar percakapan pada grup whatsapp komunitas AYMJ dalam keseharian berkomunikasi pada saat mengajak makan atau membahas hal lain di grup atau secara personal mereka selalu menggunakan campuran istilah bahasa Korea. Namun, apabila sedang berkomunikasi dengan non K-Popers, mereka akan lebih memilih untuk menggunakan bahasa yang lebih umum agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam menerima dan menyampaikan sebuah informasi. Terdapat hal positif dari penggunaan gaya bahasa dengan campuran istilah bahasa Korea ini, yaitu beberapa anggota AYMJ mengatakan bahwa hal ini juga membantu menambah pengetahuan bahasa asing terkhusus bahasa Korea agar mereka bisa melihat film atau drama Korea bahkan streaming video BTS tanpa menggunakan teks subtitle.

Komunitas AYMJ tidak begitu

fasih dalam berbahasa Korea kebanyakan dari mereka hanya mengetahui beberapa kata bahasa Korea karena sebagian besar mereka mengetahui dari meniru dialog atau percakapan drama Korea maupun dari beberapa percakapan yang dilontarkan oleh para idol sedang streaming atau melihat acara gameshow BTS, di mana terdapat beberapa video yang memberikan subtitle yang mengandung Bahasa Indonesia. Sehingga dari situ mereka mengetahui istilah-istilah yang digunakan dalam Bahasa Korea diartikan ke Bahasa Indonesiadan beberapa tutor yang mengajarkan Bahasa Korea dimedia sosial. Adapun imitasi dari komunitas AYMJ berupa istilah-istilah bahasa Korea yang mereka tiru dalam percakapan k-drama maupun dari interaksi idol BTS yang mereka lihat dan terapkan dalam komunikasi antar sesama anggota antara lain seperti:

- a) *Gomawoyo* (Terima kasih)
- b) *Jinjha* (Serius? atau Benarkah?)
- c) *Aigoo...*, (ya ampun)
- d) *Massiseoyo*, (Enak Banget)
- e) *Mulla* atau *oppso* (Tidak Tahu)
- f) *Anio dan Ne* (Tidak dan Iya)
- g) *We, otteoke, onje, odiso* (Kenapa, Bagaimana, Berapa)
- h) *Eoni, dongseng, makne, mahyung, soonbae* (Kakak Perempuan, Adik)
- i) *Uri, yorobun, naneun*, (Kita, Kalian Semua, Aku)

Intonasi dan ekspresi dalam gaya bahasa anggota AYMJ sesuai dengan ucapan kata istilah campuran bahasa Korea dan itu sendiri seperti pada waktu ada salah satu anggota minta maaf dia mengatakan kata “*mianhe ya eoni gak iso ngancani*” dengan intonasi suara pelan dan lembut disertai dengan ekspresi raut wajah memelas juga mendekapkan kedua telapak tangan, ada juga penekanan dengan ke Korean dicampur medok dan setiap kata juga mempunyai ekspresif khas seperti pengucapan “*waah...*

daebak masakanmu massiseoyo” yang mempunyai arti “wah..luar biasa masakanmu enak banget” istilah dengan ekspresi tercengang dan tepuk tangan dan memberikan jempol . Jika kita kesal “*jinjha Jjajeungna uri makne kos ki*”. Yang artinya “menyebalkan sekali anak baru kos ini” biasanya intonasi rendah diawal-tinggi diakhir dan ekspresi seperti tidak suka , disaat lagi heran “*aigoo*” yang artinya, “Ya ampun astaga” intonasinya datar tapi Panjang berekspresi datar dan memiringkan kepala. Biasanya mereka ketika masuk kedalam kos melihat para anggota AYMJ berkumpul mereka menyapa “*annyeong yorobun*” atau mereka mengatakan “*oo.. waseo?*” yang mempunyai arti “oo.. kamu baru nyampe?”.

Tidak hanya dalam hal percakapan yang unik saja yang mereka tiru dari melihat drama atau menonton gestur BTS namun juga gesture tubuh yang mereka terapkan dalam kegiatan sehari-hari mereka satu sama lain seperti berikut:

1. Gerakan Mengacungkan Dua Jempol





Gambar 2.
Contoh gerakan mengacungkan ke 2 jempol dari informan anggota komunitas AYMJ

Dalam interaksi satu sama lain pada anggota komunitas AYMJ menerapkan gerakan seperti gambar 7 yang mereka tiru dari member idol BTS pada saat streaming live. Gerakan ini mereka gunakan ketika mengapresiasi anggota yang telah berusaha keras dalam segala hal seperti menyelesaikan tugas perkuliahan dan lain-lain dengan mengatakan istilah bahasa Korea yakni “*jallhaeseyo*”, dalam budaya orang Korea mempunyai sikap menghargai yang tinggi dalam hal apapun dan itulah yang mereka terapkan juga dalam komunitas ini. Namun, gerakan ini juga mereka terapkan pada saat berswa foto.

2. Gerakan *Finger Heart*



Gambar 3.
Gerakan Finger Heart Dari Foto Informan Anggota Komunitas K-Popers AYMJ

Gerakan Finger Heart ini merupakan salah satu gerakan yang sangat populer baik dikalangan k-popers maupun non k-popers. Gerakan ini digunakan oleh komunitas k-popers AYMJ sebagai ungkapan suka atau senang yang dalam istilah Korea yakni “*saranghae*” . Anggota komunitas AYMJ meniru gerakan ini dari melihat member idol BTS dalam video live streamingnya dan biasanya mereka menambahkan ekspresi raut wajah agar terlihat menggemaskan dengan cara masing-masing. Gerakan ini juga anggota komunitas AYMJ gunakan untuk berswa foto selfie dan juga mereka gunakan disaat mereka

berterimakasih dengan sesama anggota.

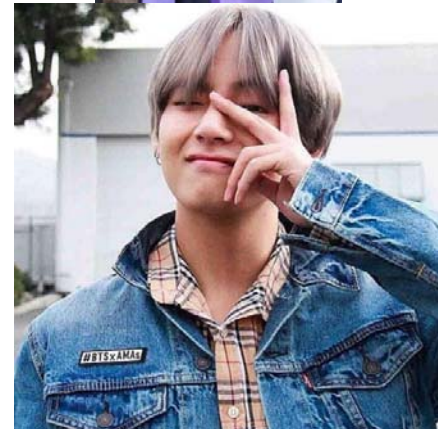
3. Gerakan Love apple chick (LAC)



Gambar 4.
Gerakan Love Apple Chick
(LAC) Foto Dari Informan
Anggota Komunitas K-Popers
AYMJ

Gerakan Love Apple Chick merupakan gerakan yang sering ditunjukkan oleh aktris atau aktor Korea hingga boyband/girlband di Korea Selatan untuk menunjukkan karakter imut menggemaskan kepada para fans k-popers. Gerakan ini ditiru oleh anggota komunitas k-popers AYMJ ketika berkomunikasi untuk meminta bantuan ke anggota lain, agar tidak bisa ditolak oleh anggota lain mereka menunjukkan ekspresi imut menggemaskan dengan gerakan love apple chick ini. Selain itu, gerakan ini juga mereka gunakan untuk pose berfoto selfi ala Korea.

4. Gerakan V sign



Gambar 5.
Gerakan V Sign Dari Informan
Anggota Komunitas K-Popers
AYMJ

Gerakan V sign merupakan Gerakan tangan jari telunjuk dan jari tengah yang membentuk huruf

V, yang dipopulerkan di dunia Korean Pop oleh member Kim Taehyung member BTS yang secara umum mempunyai makna kedamaian atau piece. Gerakan ini ditiru oleh anggota komunitas K-Popers AYMJ pada saat berpose untuk untuk pengambilan foto. Selain itu, V sign juga dapat digunakan ketika mereka menunjukkan rasa bangga terhadap sesuatu. Misalnya, kamu dipuji karena menjadi juara karena mendapat nilai yang bagus dalam ujian, kamu bisa menunjukkan tanda V sign ini untuk tanda “kemenangan”. Dalam menunjukan gerakan ini anggota komunitas K-Popers AYMJ mempunyai cara masing-masing ada yang berpose menjauhkan dari muka, ada juga yang berpose mendekati ke pipi dan juga sambil mengangkat tangannya

KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil analisis penelitian yang dilakukan tentang gaya bahasa dalam komunikasi interpersonal pada sesama anggota k-pop komunitas AYMJ, dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi interpersonal sesuai dengan teori di mana terdapat umpan balik atau *feedback* sesama anggota dan bersifat pribadi serta hanya dimengerti oleh komunitas AYMJ. Komunikasi interpersonal pada komunitas AYMJ terjalin dengan baik, mampu menyampaikan pesan dengan bahasa yg mudah dimengerti dan dipahami oleh semua anggota serta berjalan akrab sesama anggota komunitas AYMJ karena pembahasan mengenai topik pembicaraan yg mereka sukai.

Gaya bahasa yang ada pada komunitas AYMJ adalah gaya bahasa campuran yg unik yakni pencampuran bahasa Indonesia Jawa dan juga Korea baik

secara verbal dan non-verbal yang mereka tiru dari member idol kpop BTS yang digunakan pada interaksi sehari-hari komunitas kpopers AYMJ menjadi lebih efektif. Adapun gaya bahasa dengan menggunakan beberapa istilah-istilah Korea sekaligus merupakan identitas komunitas tersebut, tidak hanya gaya bahasa, adapun bahasa simbol baik secara verbal maupun non-verbal yang mereka gunakan untuk berkomunikasi sesama anggota AYMJ.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, E. H. (2014). *Komunikasi Antarpribadi (Perilaku Insani dalam Organisasi Pendidikan)*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Andi, & Misna. (2015). Formulasi Kebijakan Alokasi Dana di Desa Kandolo Kecamatan Teluk Pandan Kabupaten Kutai Timur. *Jurnal FISIP Mulawarman*.
- Andika, A. T. (2021). Gaya Bahasa Dakwah Istadz Das'ad Latif Dalam Video Youtube. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Arif, A. R. (2005). *Pengantar Ilmu Perhotelan dan Restoran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Barlow. (2003). *Social Learning Theory*. New York: Harper.
- De Vito, J. (2013). *The Interpersonal Communication Book 13th Edition*. USA: United State Press.
- Dewi, I. P. (2020). Pola Komunikasi Kelompok Dalam Komunitas K-Pop Dance Cover “Soulmate” Di Kota Samarinda. *Universitas Mulawarman*.

- Dewi, T. N. (2022). Perilaku Komunikasi Komunitas Kpopers Palangka Raya Dalam Loyalitas Pada Idola. *Jurnal UNMUL*.
- Emilie, T. (2012). Emergence of The Korean Popular Culture In The World. [Versi Elektronik]. *Jurnal of Sciences*.
- Franki, R. (2014). *Belajar dari K-Pop*. Kompas.
- Gerungan. (2010). *Psikologi Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Hanani, S. (2017). *Komunikasi Antarpribadi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Huberman, B., Miles, M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook*. USA: Sage Publication.
- Keraf, G. (2009). *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Muhibbin, S. (2003). *Psikologi Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2014). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar Cetakan ke-18*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mutialela, R. (2017). *Konsep Aplikasi Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Ohoirenan, F. F. (2017). Komunikasi Interpersonal Dalam Mahasiswa Difabel (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Mahasiswa Tuli Di Deaf Art Community (DAC). *Universitas Islam Sunan Kalijaga*.
- Ramadhani, A. R. (2019). Analisis Semiotika Gaya Bahasa Dalam Program Suara Rakyat Radio Prosalina FM Jember. *Jurnal Universitas Jember*.
- Sherly, Y. B. (2019). Hubungan Antara Celbrity Wordhip Dengan Perilaku Imitasi Pada Remaja. *Jurnal UIN*, 73.
- Sinambela, L. P. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sudjiman, P. (1998). *Bunga Ranpai Stilistika*. Jakarta: Pustaka Jaya.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suranto. (2011). *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Syah, M. (2003). *Psikologi Belajar*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Tarde, G. (2011). *Kearah Sumber-Sumber Psikologi Sosial*. Retrieved from <http://perilakuorganisasi.com>: <http://perilakuorganisasi.com/kearah-sumber-sumber-psikologi-sosial.html>.
- Wood, J. T. (2013). *Komunikasi Interpersonal dan Interaksi Keseharian*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Yuanita, S. (2012). *Korean Wave*. Yogyakarta: Idea Terra Media Pustaka.
- Zaini. (2017). Dinamika Perkembangan Musik K-Pop dalam Perspektif Industri Budaya. Makalah dalam Seminar Nasional Budaya Urban, Kajian Budaya Urban di Indonesia dalam Perspektif Ilmu Sosial dan

Humaniora: Tantangan dan
Perubahan. *UI Press*.