

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Kajian Literatur

2.1.1. Review Penelitian Sejenis

Review penelitian sejenis diperlukan oleh peneliti sebagai dasar untuk peneliti agar penelitian ini bisa lebih baik kedepannya. Dari penelitian sejenis ini tentunya ada beberapa hal yang berkaitan dengan penelitian peneliti terutama tentang K-Pop. Inilah beberapa review penelitian sejenis, diantaranya:

1. Ratna Juwita, Universitas Pasundan dengan judul Fenomena “V Live” Di Tengah Maraknya K-Pop Di Kalangan Remaja Kota Bandung, Studi Fenomenologi Tentang Penggunaan “V Live” di Komunitas Dance Cover K-Pop Bandung. Penelitian ini menggunakan teori Fenomenologi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fenomena penggunaan aplikasi V Live pada kalangan remaja Kota Bandung.

Hasil dari penelitian ini adalah motif remaja Kota Bandung menggunakan aplikasi V Live karena sebagai bentuk totalitas mereka sebagai fans dan makna yang didapatkan dari pengguna aplikasi V Live yaitu terlalu fanatik dan perilaku sosial yang cenderung berkelompok, kompak serta mudah mengimitasi.
2. Jeane Aryandani, Universitas Pasundan dengan judul Pola Komunikasi Antar Budaya Pada Komunitas Korea Hansamo Di Bandung.

Penelitian ini menggunakan teori Anxiety / Uncertainty Management Theory (William Gudykunst). Penelitian ini bertujuan untuk bagaimana pola komunikasi antara orang asing dengan orang Indonesia di komunitas Hansamo.

Hasil dari penelitian ini adalah dari teori Anxiety / Uncertainty Management dibagi menjadi 6 yaitu ada:

- Konsep Diri : informan asing yaitu informan dari Korea Selatan lebih memilih mengambil sikap sebagai informan dikarenakan kurang mengerti bahasa Indonesia dan mereka masih berusaha dalam mempelajari bahasa Indonesia.
- Motivasi : informan Korea dan Indonesia berinteraksi tidak hanya karena pengenalan budayanya saja akan tetapi mereka mempunyai motivasi karena ingin sama-sama belajar mengenai bahasa satu sama lain agar mereka bisa berkomunikasi dan memahami komunikasi tersebut dengan baik.
- Reaksi : informan penelitian ini lebih berfokus pada interaksi pertama kali dan dari sinilah diketahui bagaimana sikap yang diambil para informan saat saling dihadapkan dengan orang asing untuk pertama kalinya.
- Kategori Sosial : informan Korea melihat Indonesia itu mempunyai keberagaman budaya dan tentunya ada sedikit budaya Korea Selatan yang ikut memengaruhi masyarakat Indonesia. Kemudian, menurut orang Indonesia sendiri melihat

budaya Korea mereka mempunyai anggapan bahwa budaya Korea Selatan tidak seberagam budaya dari Indonesia.

- Proses Situasional : untuk berkomunikasi pada pertama kalinya baik informan Korea maupun informan Indonesia lebih senang memulai pembicaraan dengan bahasa yang ringan saat berkomunikasi dengan orang asing.
- Koneksi : para informan bisa saling mengenal bermula dari komunitas Hansamo Bandung. Maka dari itu, Hansamo bisa dikatakan sebagai tempat informan yang berbeda latar budaya untuk saing mengenal satu sama lain.

3. Rifa Yunistia Raning, Universitas Pasundan dengan judul Fenomena Pengguna Aplikasi V Live Broadcasting Di Komunitas Korea Hansamo Bandung. Penelitian ini menggunakan teori Fenomenologi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fenomena penggunaan aplikasi V Live di kalangan komunitas Korea Hansamo Bandung. Hasil dari penelitian ini adalah ada motif yang mendorong para pengguna di komunitas Hansamo Bandung ini yaitu untuk mencari hiburan dan informasi, karena aplikasi V Live sendiri merupakan salah satu media sosial yang berbasis live streaming. Pengguna aplikasi V Live di komunitas Korea Hansamo Bandung melakukan tindakan tersebut karena mengikuti dan ingin mencari tahu kegiatan idola Korea Selatan favoritnya.

Tabel 2.1 Review Penelitian Sejenis Pertama

No	Skripsi	
1	Nama Peneliti	Ratna Juwita
	Judul Penelitian	Fenomena “V Live” Di Tengah Maraknya K-Pop Di Kalangan Remaja Kota Bandung
	Metode Penelitian	Kualitatif
	Teori	Fenomenologi
	Hasil Penelitian	<p>Penelitian ini menjelaskan bahwa motif remaja kota Bandung menggunakan aplikasi V Live karena sebagai bentuk totalitas mereka sebagai fans. Dan makna yang didapatkan dari pengguna adalah mereka terlalu fanatik serta perilaku sosial mereka cenderung berkelompok, kompak serta mudah mengimitasi.</p>
	Persamaan	<p>Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu sama-sama membahas mengenai K-Pop dan menggunakan metode penelitian yang sama yaitu kualitatif.</p>
	Perbedaan	<p>Perbedaan penelitian ini dengan yang peneliti lakukan adalah subjek dan objek penelitian yang berbeda dan juga teori yang digunakan peneliti adalah teori</p>

	Fenomenologi (Alfred Schutz) sedangkan penelitian peneliti menggunakan teori Identitas Sosial (Henri Tajfel).
--	---

Tabel 2.2 Review penelitian Sejenis Kedua

No	Skripsi	
2	Nama Peneliti	Jeane Aryandani
	Judul Penelitian	Pola Komunikasi Antar Budaya Pada Komunitas Korea Hansamo Di Bandung
	Metode Penelitian	Kualitatif
	Teori	Anxiety/Uncertainty Management Theory (William Gundykunst)
	Hasil Penelitian	Penelitian ini menjelaskan bahwa ada 6 turunan yaitu: <ul style="list-style-type: none"> • Konsep Diri • Motivasi • Reaksi • Kategori Sosial • Proses Situasional • Koneksi
	Persamaan	Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu sama-sama membahas

	mengenai K-Pop dan menggunakan metode penelitian yang sama yaitu kualitatif.
Perbedaan	Perbedaan penelitian ini dengan yang peneliti lakukan adalah subjek dan objek penelitian yang berbeda dan juga teori yang digunakan peneliti adalah teori Anxiety/Uncertainty Management Theory (William Gudykunst) sedangkan penelitian peneliti menggunakan teori Identitas Sosial (Henri Tajfel).

Tabel 3.3 Review Penelitian Sejenis Ketiga

No	Skripsi	
3	Nama Peneliti	Rifa Yunistia Raning
	Judul Penelitian	Fenomena Pengguna Aplikasi V Live Broadcasting Di Komunitas Korea Hansamo Bandung
	Metode Penelitian	Kualitatif
	Teori	Fenomenologi (Alfred Schutz)
	Hasil Penelitian	Ada motif yang mendorong para pengguna di komunitas Hansamo Bandung ini yaitu untuk mencari hiburan dan informasi, karena aplikasi V Live sendiri merupakan salah satu

	media sosial yang berbasis live streaming. Pengguna aplikasi V Live di komunitas Korea Hansamo Bandung melakukan tindakan tersebut karena mengikuti dan ingin mencari tahu kegiatan idola Korea Selatan favoritnya
Persamaan	Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu sama-sama membahas mengenai K-Pop dan menggunakan metode penelitian yang sama yaitu kualitatif.
Perbedaan	Perbedaan penelitian ini dengan yang peneliti lakukan adalah subjek dan objek penelitian yang berbeda dan juga teori yang digunakan peneliti adalah teori Fenomenologi (Alfred Schutz), sedangkan penelitian peneliti menggunakan teori Identitas Sosial (Henri Tajfel).

2.1.2. Kerangka Konseptual

2.1.2.1. Komunikasi

Pengertian komunikasi secara etimologis berasal dari bahasa latin "*communicatio*". Istilah ini berasal dari kata "*Communis*" yang berarti sama makna atau sama arti. Komunikasi akan terjalin bila adanya kesamaan

pesan yang disampaikan antara komunikator dan komunikan. Pada hakikatnya komunikasi merupakan sebuah proses pernyataan antara manusia, dan pernyataan tersebut berupa sebuah pikiran ataupun perasaan dari satu orang kepada orang lainnya dengan menggunakan bahasa sebagai alat bantu. didalam komunikasi ada istilah seperti pernyataan yang diartikan sebagai sebuah pesan, lalu komunikator diartikan sebagai orang yang mengirim pesan, Komunikan merupakan orang yang mendapatkan pesan dari komunikator.

Kata *communicatuin* dalam bahasa Inggris berasal dari kata latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang merupakan istilah yang paling sering disebut sebagai asal-usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata lainnya yang mirip. Komunikasi yang menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama (Mulyana, Deddy 2007).

Komunikasi merupakan sebuah hubungan yang dapat menyambungkan kehidupan antara manusia, baik antara individu dengan individu maupun individu dengan kelompok ataupun kelompok dengan kelompok. Dalam kehidupan sehari-hari baik secara sadar atau tidak sadar komunikasi sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia. Orang yang hidup pasti akan melakukan komunikasi dari mulai ia bangun sampai tertidur kembali. Bahkan dari lahirpun manusia sudah melakukan komunikasi dengan lingkungannya seperti sebuah gerakan dan tangisan saat pertama kali dilahirkan. Manusia tidak mungkin tidak berinteraksi dengan manusia

lainnya karena manusia tidak dapat hidup sendiri dan pasti akan melakukan komunikasi dengan manusia lainnya karena manusia harus bisa mempelajari cara bersikap yang dipelajari pertama kalinya di rumah dan lingkungan keluarga kemudian dari lingkungan luar atau sekitarnya. Menurut Deddy Mulyana (2007) manusia yang tidak melakukan komunikasi dengan manusia lainnya pasti akan tersesat dan tidak memiliki kesempatan untuk menyusun dirinya di lingkungan sosial.

Dalam komunikasi terdapat beberapa komponen yang diperlukan untuk menjalankan suatu komunikasi yang baik. Laswell pun mengemukakan ada beberapa komponen komunikasi yaitu:

- Pengirim atau komunikator (*sender*) merupakan orang yang mengirim pesan untuk orang lainnya.
- Pesan (*message*) merupakan isi atau maksud tujuan yang ingin disampaikan oleh seseorang kepada orang lain.
- Saluran (*channel*) merupakan media yang menyalurkan pesan tersebut kepada si penerima. Bila dalam keadaan tatap muka maka mediana berupa udara yang menggetarkan nada dan suara.
- Penerima atau komunikan (*receiver*) adalah orang yang menerima pesan dari si pengirim.
- Umpan balik (*feedback*) merupakan balasan pesan dari si penerima dan disampaikan kembali ke si pengirim.

1. Proses Komunikasi

Didalam buku Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi, Effendy yang merupakan salah satu tokoh teori komunikasi membagi proses komunikasi dalam dua tahap yaitu:

- 1) Yang pertama adalah proses komunikasi secara primer dimana proses ini merupakan bentuk menyampaikan sebuah pikiran ataupun perasaan seseorang dengan menggunakan media berupa lambang atau simbol, dimana dalam proses komunikasi lambang atau simbol ini diartikan sebagai sebuah pesan baik *verbal* (bahasa) atau *non verbal* yang berupa gerak tubuh, isyarat, gambar dan lain-lainnya yang dapat menerjemahkan pikiran dan perasaan komunikator kepada komunikan.
- 2) Kedua adalah proses komunikasi secara sekunder dimana proses ini merupakan penyampaian pesan yang dilakukan oleh komunikator untuk komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media.
(Effendy, 1993 : 33)

Komunikasi akan berjalan dengan baik jika adanya kesamaan makna dari pesan yang di terima oleh komunikan. Komunikasi merupakan suatu penyampaian pesan yang dapat bermanfaat baik bagi komunikator dan juga komunikan. Menurut Schramm, yang di kutip oleh Effendy dalam bukunya Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi, menyatakan bahwa:

Komunikasi ini akan berhasil jika pesan yang dikirimkan oleh komunikator sesuai dengan kerangka acuan (*frame of refence*), yaitu paduan pengalaman dan pengertian (*collection of experince and meanings*) yang bidang (*field of*

experince) merupakan faktor yang penting dalam komunikasi (Effendy, 1993, h.7).

Jadi kesimpulannya adalah komunikasi akan berjalan dengan efektif ketika pengalaman komunikator dan komunikan itu sama dan kebalikannya komunikasi akan berjalan tidak efektif bila pengalaman komunikator dan komunikan berbeda dan akhirnya akan sulit untuk bisa memahami satu sama lain.

2. Fungsi Komunikasi

Komunikasi mempunyai sifat yang luas, bahkan komunikan yang terlibat dalam suatu proses komunikasi pun sifatnya luas. Akhirnya bisa menimbulkan efek yang bermanfaat saat komunikasi sedang berjalan. Effendy dalam bukunya ilmu, teori, dan filsafat komunikasi, menyatakan bahwa fungsi komunikasi sebagai berikut:

1. Menyampaikan informasi

Adanya komunikasi pasti membantu komunikator dapat menyampaikan pesan kepada komunikan. Dan akan adanya pertukaran informasi dari komunikator terhadap komunikan.

2. Mendidik

Komunikasi mempunyai sarana untuk mendidik, yang artinya baik secara formal ataupun informal bisa memberikan pengetahuan. Fungsi dari mendidik ini bisa diartikan dalam bentuk berita dengan gambar atau artikel.

3. Menghibur

Komunikasi dapat menciptakan suasana yang dapat menghibur yang terjadi antara komunikator dengan komunikan.

4. Mempengaruhi

Komunikasi mempunyai upaya untuk bisa mempengaruhi bisa melalui isi pesan yang disampaikan oleh komunikator. Dan upaya mempengaruhi (persuasif) ini bisa membawa dampak positif ataupun negatif dan komunikan bisa menerima atau menolak tanpa adanya paksaan.

2.1.2.2. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara orang-orang secara langsung (tatap muka), yang memungkinkan orang-orang tersebut bisa menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Menurut Joseph A. Devito dalam bukunya yang berjudul "*The Interpersonal Communication Book*" (1989 : 4) komunikasi interpersonal ialah proses mengirim dan menerima pesan antara dua orang atau lebih (kelompok kecil) dan memberikan efek berupa umpan balik secara langsung. Komunikasi interpersonal memiliki bentuk khusus yaitu komunikasi diadik yang hanya melibatkan dua orang saja. Ciri-ciri dari komunikasi diadik adalah :

- Orang-orang yang berkomunikasi mempunyai jarak yang berdekatan.

- Orang-orang yang berkomunikasi secara spontan mengirim atau menerima pesan baik dilakukan secara verbal ataupun nonverbal.

Di komunikasi interpersonal, komunikasi secara dialogis lebih baik dilakukan daripada komunikasi secara monologis, karena bila dilakukan secara monologis komunikasi tidak akan bisa berjalan efektif. Monologis sendiri merupakan bentuk komunikasi dimana hanya seorang saja yang berbicara dan yang lainnya hanya mendengarkan. Sedangkan dialogis bisa lebih berjalan secara efektif karena adanya interaksi yang dilakukan oleh orang-orang agar adanya rasa saling pengertian satu sama lain (*mutual understanding*) dan juga menubuhkan rasa empati.

Keberhasilan komunikasi sendiri bergantung pada tanggung jawab orang-orang yang melakukan komunikasi. Jika ada kedekatan hubungan antara orang-orang yang melakukan komunikasi maka akan mencerminkan suatu jenis pesan ataupun respons non verbal dari komunikan, seperti halnya gestur berupa tatapan mata yang terlihat ekspresif dan mempunyai jarak fisik yang sangat dekat. Komunikasi interpersonal mempunyai potensi untuk mempengaruhi atau membujuk orang lain, karena pelaku komunikasi bisa menggunakan alat inderanya untuk bisa meningkatkan daya bujuk dari pesannya. Komunikasi interpersonal mempunyai peran yang penting sampai kapanpun selama manusia itu sendiri masih memiliki emosi. Faktanya komunikasi secara langsung memang bisa berjalan lebih efektif dibandingkan dengan komunikasi dari media massa seperti melalui televisi

ataupun melalui telepon genggam dan media massa lainnya karena dengan melalui media massa bisa membuat manusia menjadi terasing dalam kehidupan sosial.

2.1.2.3. Konsep Diri

William D. Brooks (Jalaludin Rakhmat, 2003, hl. 99) mengartikan konsep diri sebagai persepsi psikis, sosial, dan psikologis diri kita yang kita peroleh dari pengalaman dan interaksi kita dengan orang lain. Sedangkan menurut Anita Taylor (Jalaludin Rakhmat, 2003, hl. 100) menjelaskan bahwa konsep diri itu sebagai apapun yang dipikirkan dan dirasakan oleh seseorang tentang dirinya.

Konsep diri menurut Harlock adalah konsep seseorang dari siapa dan apa dia itu. Konsep ini merupakan suatu bayangan cermin, dan ditentukan sebagian besar oleh peran dan hubungan orang lain, serta apa yang kiranya reaksi orang terhadapnya. Kesimpulannya bahwa konsep diri merupakan persepsi seseorang tentang dirinya sendiri.

Kemampuan untuk bisa mempersepsikan dirinya sendiri tidak bisa muncul begitu saja pada seseorang tersebut. Karena seseorang tersebut akan terus berkembang sesuai kemampuannya. Konsep diri juga merupakan pandangan mengenai siapakah kita dan hal tersebut hanya bisa diperoleh dari informasi yang diberikan oleh orang lain terhadap kita melalui komunikasi dengan orang lain karena itu bisa memberikan kita

pembelajaran untuk lebih mengetahui diri sendiri dan juga merasakan dirinya.

Menurut Jalaludin Rakhmat ada dua faktor yang berpengaruh dalam perkembangan dan pembentukan konsep diri seseorang yaitu:

a) Orang lain

Hary Stack Sullivan (Jalaludin Rakhmat, 2003, hl. 101) menjelaskan bahwa ketika seseorang diterima orang lain, dihormati, dan disenangi orang lain maka ia akan mencintai dirinya dan berbanding terbalik ketika orang lain selalu meremehkan, menyalahkan, dan menolak seseorang tersebut, maka seseorang tersebut cenderung membenci dirinya sendiri. S. Frank Miyamoto dan Sanford M. Dornbusch (Jalaludin Rakhmat, 2003, hl. 101) dalam penelitian mengenai korelasi terhadap dirinya sendiri dan ditemukan hasil bahwa ketika seseorang yang dinilai baik oleh orang lain akan cenderung baik pula penilaian terhadap dirinya sendiri. Artinya, harga diri seseorang bergantung pada penilaian orang lain terhadap seseorang tersebut.

Tidak semua orang lain dapat memberikan pengaruh yang sama terhadap seseorang. Karena orang yang memiliki pengaruh paling kuat itu berasal dari orang-orang yang paling dekat dengan orang tersebut dan G.H Mead (Jalaludin Rakhmat, 2003, hl. 101) menyebutnya *significant others*. Ketika seseorang masih kecil maka orang terdekatnya yaitu orang tua, saudara, dan orang yang tinggal serumah dengan orang tersebut, dan Richard Dewey dan W. J Humber (Jalaludin Rakhmat, 2003, hl. 101) menyebutnya dengan *affective others*. *Affective others* adalah orang lain

yang memiliki hubungan dekat dengan seseorang tersebut dan mempunyai ikatan emosional. Dari orang-orang terdekatlah seseorang akan membentuk konsep diri. Senyuman, pujian, penghargaan, dan pelukan dari orang-orang terdekat tersebut menjadikan seseorang menilai positif dirinya sendiri. Sebaliknya ketika ejekan, cemoohan, dan hardikan dari orang-orang terdekat akan membuat seseorang menilai negatif terhadap dirinya sendiri. Dalam perkembangan signifikan others meliputi semua orang yang mempengaruhi perilaku, pikiran, dan perasaan seseorang. Mereka akan mengarahkan tindakan dan akan membentuk pikiran, dan perasaan seseorang, serta menyentuh seseorang secara emosional.

b) Kelompok rujukan (reference group)

Ketika seseorang menjadi anggota dari suatu kelompok dalam kehidupan sosial misalnya berada dalam suatu kelompok seperti kelompok kemasyarakatan, kelompok profesi, dan lain-lain. Setiap kelompok pasti memiliki aturannya masing-masing dan pastinya berbeda dengan aturan kelompok lain. Tetapi kelompok yang memiliki suatu emosi yang bisa mengikat seseorang maka tentunya akan ikut andil dalam memberikan pengaruh terhadap pembentukan konsep diri seseorang tersebut, dan hal ini disebut sebagai kelompok rujukan. Dengan melihat kelompoknya seseorang akan membentuk perilaku dan menyesuaikan dirinya dengan aturan dan ciri dari kelompoknya.

Secara umum konsep diri dibedakan menjadi dua yaitu :

1) Konsep diri positif

Konsep diri positif adalah perasaan harga diri seseorang yang positif, ketika seseorang menghargai dirinya dan menerima harga dirinya sendiri dengan positif maka akan terbentuk konsep diri yang positif. Menurut Hamacheck (Jalaludin Rakhmat, 2003, hl. 106) menyebutkan bahwa ada sebelas karakteristik orang yang mempunyai konsep diri positif. Kesebelas karakteristik tersebut adalah sebagai berikut:

1. Seseorang akan tetap bertahan dalam meyakini suatu nilai atau prinsipnya walaupun berhadapan dengan kelompok yang kuat. Namun, jika pengalaman tersebut salah maka orang tersebut akan mengubahnya.
2. Seseorang yang bertindak berdasarkan penilaian yang baik dan tidak akan menyesali tindakannya walaupun orang lain tidak setuju.
3. Tidak akan menghabiskan waktu untuk mengkhawatirkan hal apapun yang akan terjadi, yang telah terjadi dan yang sedang terjadi.
4. Punya keyakinan dan kemampuan untuk mengatasi suatu permasalahan, bahkan ketika menghadapi kegagalan dan kemunduran.
5. Merasa sama dengan orang lain, tidak pernah merasa tinggi ataupun rendah walau terdapat perbedaan.
6. Bisa menerima dirinya sendiri sebagai orang yang bernilai bagi orang lain.
7. Dapat menerima pujian tanpa adanya sifat pura-pura rendah hati dan dapat menerima penghargaan tanpa rasa bersalah.
8. Akan menolak orang lain ketika orang lain mendominasinya.

9. Mampu untuk mengakui dirinya kepada orang lain bahwa ia mampu merasakan berbagai dorongan dan keinginan.
10. Bisa menikmati dirinya sendiri secara utuh dalam berbagai kegiatan.
11. Peduli terhadap kebutuhan orang lain dan tidak akan bisa bersenang-senang dengan mengorbankan orang lain.

2) Konsep diri negatif

Konsep diri negatif adalah ketika seseorang tidak menghargai dirinya, membenci dan tidak menerima dirinya sendiri maka akan terbentuk konsep diri yang negatif. Menurut William D. Brooks dan Philip Emmert (Jalaludin Rakhmat, 2003, hl. 105) menyebutkan ada lima karakteristik orang yang mempunyai konsep diri negatif. Lima karakteristik tersebut adalah:

1. Peka terhadap kritik

orang yang punya konsep diri negatif pasti tidak akan pernah tahan dengan adanya kritikan yang dikatakan orang lain kepada orang tersebut dan orang tersebut akan mudah marah. Orang yang punya konsep diri negatif akan menganggap bahwa kritikan itu adalah bentuk usaha untuk menjatuhkan harga dirinya.

2. Responsif terhadap pujian

Orang yang punya konsep diri negatif akan sangat senang ketika ada orang lain yang memberikannya pujian. Dan apapun bentuk pujian akan merasa itu bisa menunjang harga dirinya dan menjadi pusat perhatiannya.

3. Bersikap hiperkritis

Selalu bersikap kritis terhadap orang lain. Selalu mengeluh, mencela, atau meremehkan apapun dan siapapun. Seseorang yang mempunyai konsep diri negatif tidak sanggup untuk menghargai dan mengakui kelebihan orang lain.

4. Cenderung merasa tidak disenangi orang lain

Selalu merasa tidak diperhatikan oleh orang lain, karena itu seseorang tersebut selalu menganggap orang lain sebagai musuh. Akhirnya tidak pernah terbentuk tali persahabatan atau menjalin hubungan baik dengan orang lain. Orang tersebut juga tidak akan pernah menyalahkan dirinya sendiri, dan selalu menganggap dirinya sebagai korban dari sistem sosial yang salah.

5. Bersikap pesimis terhadap kompetisi

Seseorang akan merasa tidak ingin untuk bersaing dengan orang lain dalam membentuk prestasi karena merasa tidak mampu dan tidak berdaya melawan persaingan yang dapat merugikan dirinya.

2.1.2.4. *Korea Wave* atau *Hallyu*

Korea wave ataupun *Hallyu* kini menunjuk pada popularitas hiburan dan budaya Korea baik di Asia maupun di dunia. *Korea wave* sendiri muncul pada pertengahan tahun 1990 an setelah Korea mengadakan hubungan diplomatik dengan Tiongkok pada tahun 1992, kemudian drama Korea dan Musiknya mendapatkan popularitas di antara komunitas berbahasa China. *What is love* merupakan salah satu drama Korea yang mendapatkan popularitas, drama ini tayang pada tahun 1997 dan mendapatkan rating

sebesar 4,5% atau setara dengan 150 juta penonton Tiongkok. Setelah dramanya terkenal di Tiongkok kemudian disusul dengan *boyband* nya yaitu H.O.T yang memperkenalkan musik pop Korea dengan sukses di Tiongkok. Dari situlah akhirnya muncul artikel dari *Beijing Youth Daily* yang menjelaskan suasana konser tersebut dengan istilah *Hallyu* atau *Korea Wave* (Gelombang Korea) yang akhirnya istilah tersebut dikenal sampai sekarang. Gelombang Korea atau *Korean Wave* meliputi kesadaran global akan berbagai aspek kebudayaan Korea termasuk film, drama, musik, dan makanan. Menurut ilmuwan politik Joseph Nye menginterpretasikan *Korean Wave* sebagai “semakin populernya segala hal mengenai Korea, mulai dari *fashion* dan film hingga musik dan masakan”.

Di Indonesia sendiri *Korea Wave* pertama kali diterima lewat drama Korea dan setelah itu muncul juga kegemaran pada musik pop Korea khususnya pada grup musik pria atau yang biasa disebut *boyband* dan salah satu *boyband* yang terkenal pada saat itu di Indonesia adalah grup *boyband* dari SM Entertainment yaitu Super Junior dan TVXQ. Dan selain itu juga ada penyanyi solo Rain yang mulai dikenal lewat dramanya yang berjudul *Full House* yang ditayangkan di stasiun televisi Indonesia. Dari sinilah fans *K-Pop* dan K-Drama mulai bermunculan. Saat itu RCTI merupakan pelopor pemutaran drama Korea pertama di Indonesia yaitu *Endless Love (Autumn in my heart)* yang menarik perhatian masyarakat. Dan akhirnya para sineas drama di Korea mulai menyadari daya jual drama Korea sangat tinggi di berbagai negara sehingga produksi serial mereka menjadi komoditas ekspor.

Dari tahun 2002-2005 drama-drama Korea yang populer di Asia termasuk Indonesia antara lain *Endless Love*, *Winter Sonata*, *Love Story in Harvard*, *Glass Slippers*, *Stairway to Heaven*, *All In*, *Hotelier*, *Something Happened in Bali*, dan *I'm Sorry, I Love You* yang merupakan serial drama melankolis. Drama komedi romantis muncul berikutnya, antara lain *Full House*, *Sassy Girl Chun Hyang*, *Lovers in Paris*, *Princess Hours*, *My Lovely Sam Soon*, *My Girl*, *Hello! Miss*, dan *Coffee House*. Genre drama berlatar belakang sejarah ikut mencetak rating tinggi, antara lain drama *Dae Jang Geum*, *Queen Seon Deok*, *Hwang Jini*, hingga *Jumong*. Tahun 2008-2009, drama Korea yang banyak mendapatkan perhatian adalah *Boys Before Flowers (BBF)*.

Ternyata efek dari *Hallyu* ini memberikan dampak besar pada pariwisata Korea. Lokasi syuting drama Korea yang terkenalpun banyak dikunjungi dan diminati para turis, yang pastinya dengan kedatangan para turis ini memberikan tambahan besar bagi devisa negaranya dan memberikan perasaan dekat dari segi emosi antara Korean dengan turis. Dan mulai banyak orang-orang yang merasa dekat dengan negara Korea dan akhirnya akan memunculkan rasa *sense of belonging*.

2.1.2.4.1. K-Popers

Kpopers adalah penggemar Kpop dan budaya Korea. Penggemar berasal dari kata “gemar” yang berarti menyukai atau suka sekali terhadap sesuatu. Sedangkan Penggemar adalah orang yang sangat menyukai

sesuatu, misalnya pada seni atau barang-barang tertentu yang memiliki suatu ciri khas yang dapat menarik hatinya. Penggemar dapat diklasifikasikan lagi dengan penggemar biasa atau penggemar fanatik. Penggemar biasa hanya menyukai sesuatu hal tanpa berlebihan, hanya memiliki rasa ingin berada didekat idolnya, tanpa melanggar batas-batas sebagai seorang penggemar. Sedangkan penggemar fanatik adalah penggemar-penggemar yang rela melakukan apa saja demi mendapatkan apa yang disukainya atau idolanya

Eliani (2018, h. 59-72) menyebutkan *K-Popers* sebagai fans idola *K-Pop*, menurut hasil temuannya fans idola *K-Pop* dengan fanatisme yang tinggi akan lebih agresif dalam berperilaku. Fanatisme menurut Widarti (2016, h. 12-18) bisa terpisah menjadi dua, yakni fanatisme yang masih bisa ditolerir oleh budaya lokal dan fanatisme yang tidak sesuai dengan budaya lokal. *Fashion* yang menutup aurat dan anggun, elegan serta menarik bisa dikategorikan dalam fanatisme golongan pertama.

Kemudian menurut hasil penelitian Etikasari (Etikasari, 2018, h. 190-202) mengungkapkan bahwa subjek penelitian yang merupakan *K-Popers* melakukan kegiatan mencari berita mengenai idola, *download* video dan lagu, menonton drama Korea, dan sebagainya. Etikasari menambahkan bahwa *K-Popers* memiliki kesulitan dalam mengendalikan perilaku dan emosi ketika ada seseorang yang mengejek sang idola, *K-popers* mampu mengolah informasi yang didapat tentang idola dengan bijak, dan bahwa *K-Popers* lebih mementingkan *K-Pop* dibandingkan dengan urusan lain.

Bahkan bertindak tidak disiplin dan mengabaikan keselamatan ketika menghadiri acara *K-Pop* hingga larut malam.

2.1.3. Kerangka Teoretis

2.1.3.1. Teori Identitas Sosial

Awalnya teori identitas sosial berasal dari teori perbandingan sosial (Social Comparison Theory) dari Festinger 1954, yang menyatakan bahwa individu akan selalu berusaha untuk melihat dirinya terhadap orang lain yang memiliki suatu perbedaan kecil atau serupa. Teori identitas (identity theory) secara eksplisit lebih fokus terhadap struktur dan fungsi identitas individual yang berhubungan dengan peran perilaku yang dimainkan di masyarakat.

Hogg memberikan penjelasan bahwa teori identitas sosial itu menjelaskan hubungan antara kelompok, proses kelompok, dan diri sosial. Asumsi dasar teori ini adalah bahwa identitas dibentuk berdasarkan keanggotaan kelompok. Menurut teori identitas sosial, individu dimotivasi untuk berperilaku dalam mempertahankan dan mendorong harga dirinya (*self esteem*).

Memiliki harga diri yang tinggi merupakan suatu persepsi tentang dirinya sendiri, seperti seseorang yang menarik, kompeten, menyenangkan, dan memiliki moral yang baik. Atribut tersebut membuat individu lebih tertarik terhadap dunia sosial diluar dirinya yang membuat dia memiliki keinginan untuk menjalin hubungan yang positif dengan individu lainnya. Ketika seseorang tidak memiliki harga diri maka akan menyebabkan orang

tersebut menjadi terisolasi dari kelompok lain, maka hal ini penting untuk memahami prasangka. Pasalnya, setelah dua kelompok mengidentifikasi diri mereka sebagai saingan, maka para anggota kelompok juga akan menjaga harga diri mereka.

Menurut Jacobson (2003) teori identitas sosial fokus terhadap individu dalam mempersepsikan dan menggolongkan diri mereka berdasarkan identitas personal dan sosial mereka. Henry Tajfel merupakan salah satu tokoh teori identitas sosial, Henri Tajfel merupakan keturunan Yahudi. Menurut Henri Tajfel identitas sosial adalah perasaan seseorang tentang siapa mereka berdasarkan keanggotaan grup mereka. Tajfel (1997) mengusulkan bahwa kelompok-kelompok (misalnya: kelas sosial, keluarga, tim sepak bola, dan lain-lain) yang dimiliki orang-orang merupakan sumber kebanggaan dan harga diri yang penting.

Identitas sosial juga merupakan konsep diri seseorang sebagai anggota kelompok, identitas bisa berbentuk kebangsaan, etnis, ras, umur, agama, gender, dan lain-lain. Biasanya pendekatan dalam identitas sosial erat kaitannya dengan hubungan inter relationship, serta kehidupan alamiah masyarakat. Menurut teori identitas sosial, individu bukanlah individu mutlak dalam suatu kehidupan. Disadari atau tidak, individu merupakan bagian dari suatu kelompok tertentu. Dalam hal ini konsep identitas sosial adalah bagaimana seseorang itu secara sosial dapat didefinisikan.

Henri Tajfel mengusulkan bahwa stereotip (yaitu menempatkan orang kedalam suatu kelompok dan kategori) didasarkan pada proses kognitif normal : kecenderungan untuk mengelompokan berbagai hal. Dengan melakukan itu manusia cenderung melebih-lebihkan :

1. Perbedaan antar kelompok.
2. Kesamaan hal-hal dalam kelompok yang sama.

Hal di atas dikenal sebagai *ingroup* dan *outgroup*. Teori identitas sosial menjelaskan bahwa anggota kelompok dari suatu kelompok akan mencari untuk menemukan aspek negatif dari kelompok luar, sehingga bisa meningkatkan citra diri mereka. Dalam teori identitas sosial dapat menyebabkan diskriminasi ataupun rasisme, misalnya pandangan yang berprasangka antar budaya yang dapat menyebabkan rasisme, dan ada bentuk ekstrem dari rasisme tersebut yaitu bisa menyebabkan genosida, seperti yang terjadi di Jerman dengan orang-orang Yahudi di Rwanda antara Hutus dan Tutsi.

Menurut Henry Tajfel, teori identitas sosial memiliki tiga komponen utama yakni :

1) Kategorisasi Sosial

Komponen yang pertama adalah kategorisasi. Teori identitas sosial mengkategorikan objek untuk dapat memahami dan mengidentifikasi mereka. Dengan cara yang hampir sama, kita mengkategorikan orang (termasuk diri sendiri) untuk memahami lingkungan sosial. Kategori

sosial merupakan pembagian individu berdasarkan ras, agama, gender, dan lain-lain. Jika kita mampu menetapkan seseorang dalam kategori pekerjaan supir bus maka tidak akan berjalan normal tanpa menggunakan kategori dalam konteks bus. Kategorisasi dilihat sebagai sistem orientasi yang membantu untuk membuat dan menentukan tempat individu dalam masyarakat. Dengan kata lain, individu dikategorikan untuk lebih memahami saat berhubungan dengan mereka. Mengingat seseorang dapat menjadi anggota dari berbagai kelompok, maka individu memiliki identitas sosial untuk setiap kelompok.

2) Identifikasi Sosial

Pada tahap kedua adalah identifikasi, individu mengadopsi identitas kelompok yang sudah dikategorikan. Misalnya, ketika seseorang dikategorikan sebagai siswa maka orang tersebut akan mulai mengadopsi identitas sebagai seorang siswa dan mulai bertindak dengan cara-cara yang diyakininya sebagai tindakan seorang siswa. Ada makna emosional untuk identifikasi dengan kelompok dan harga diri seseorang akan menjadi terikat dengan keanggotaan kelompok.

3) Perbandingan Sosial

Pada tahap akhir adalah perbandingan sosial. Setelah seseorang dikategorikan sebagai bagian dari kelompok dan diidentifikasi dengan kelompok, selanjutnya akan ada kecenderungan untuk membandingkan kelompoknya dengan kelompok lain. Dan jika dalam kasus ada dua

kelompok yang sudah menganggap sebagai saingan maka para anggota tersebut akan menjaga harga diri kelompoknya.

Teori identitas sosial juga memperlihatkan bahwa individu menggunakan kelompok sosial untuk mempertahankan dan mendukung identitas mereka secara pribadi. Setelah bergabung dengan kelompok, individu akan berpikir bahwa kelompoknya lebih unggul daripada kelompok lain dan hal ini bisa meningkatkan citra mereka sendiri.

Dalam teori identitas sosial, identitas pribadi berasal dari frame klasifikasi diri yang didasarkan pada kesamaan dan perbedaan antar pribadi dengan anggota kelompok lainnya. Sedangkan identitas sosial berfokus pada struktur dan fungsi identitas yang berkaitan keanggotaan kelompok.

Identitas sosial pastinya memiliki fungsi karena pada dasarnya setiap individu ingin mendapatkan identitas positif di mata kelompoknya, yang tentunya untuk mendapatkan sebuah pengakuan (*recognition*) dari orang lain (*the other*) karena nantinya individu tersebut akan mendapatkan persamaan sosial (*sosial equality*). Menurut Laker dalam keadaan dimana individu atau kelompok merasa identitasnya kurang berharga maka akan muncul fenomena *misidentification*, yaitu upaya mengidentifikasi identitas atau kelompok lain yang di pandang lebih baik.

Fenomena tersebut sudah di temukan di Amerika dimana anak-anak yang berkulit hitam cenderung merendahkan kelompoknya sendiri dan membandingkannya dengan kelompok kulit putih. Oleh karena itu, menurut Henri Tajfel (1982) dan John Turner (1986) mengemukakan identitas sosial

ditentukan oleh kelompok dimana ia bergabung. Turner dan Tajfel lebih lanjut mengamati bahwa seseorang berjuang untuk mendapatkan atau mempertahankan identitas sosial yang positif dan ketika identitas sosial dipandang tidak memuaskan, mereka akan bergabung dengan kelompok dimana mereka merasa lebih nyaman atau membuat kelompok dimana mereka sedang tergabung sebagai tempat yang lebih menyenangkan. Kesimpulannya, fungsi dari identitas sosial adalah untuk membantu dalam mencari jati diri dan rasa percaya diri yang lebih tinggi, dan membantu seseorang untuk lebih mengenal dirinya sendiri seperti darimana ia berasal dengan melalui cara berpikir dan bertindak.

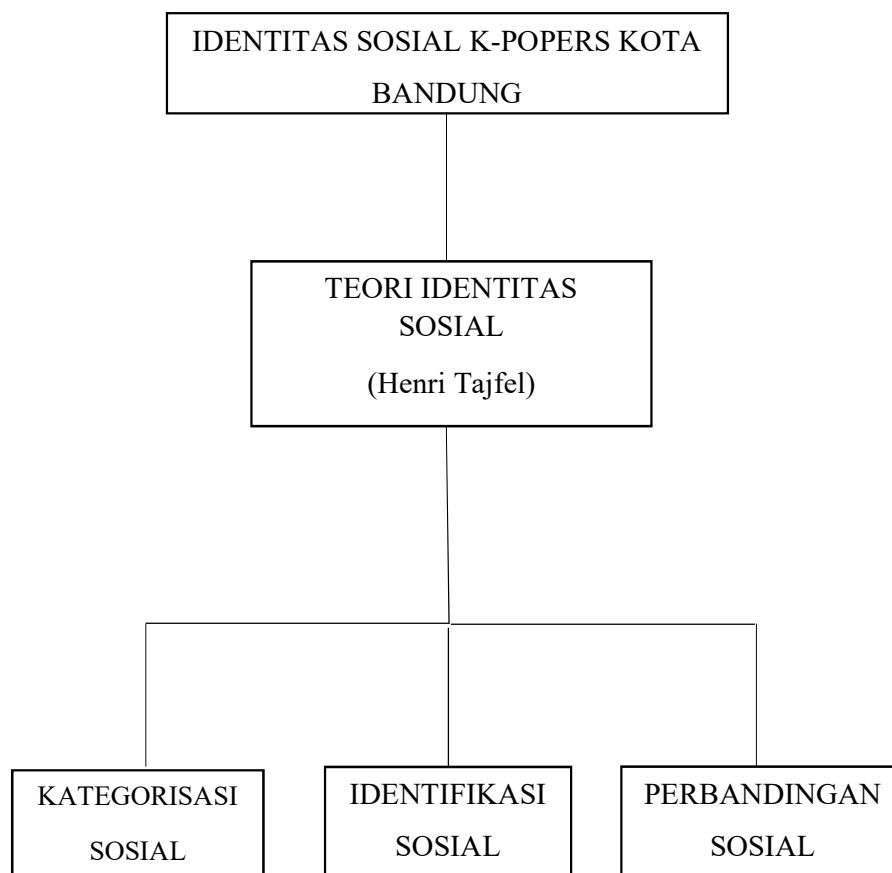
2.2. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah sebuah pemahaman yang melandasi pemahaman-pemahaman yang lainnya, sebuah pemahaman yang paling mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran atau suatu bentuk proses dari keseluruhan penelitian yang akan dilakukan. Kerangka pemikiran juga digunakan sebagai tempat untuk menjelaskan suatu metode ataupun teori yang digunakan dalam melakukan penelitian.

Hampir sebagian masyarakat pasti tergabung dalam suatu kelompok, dimana suatu kelompok akan mempunyai ciri khasnya masing-masing. Kelompok-kelompok yang terbentuk tersebut pastinya mempunyai tujuan, dan memiliki harga diri untuk mempertahankan identitas kelompok mereka di khalayak umum.

Maka dari itu, untuk memecahkan masalah ini peneliti memerlukan kerangka pemikiran yang merupakan teori atau pendapat dari para ahli yang berkaitan mengenai hal-hal penelitian. Penelitian ini menggunakan teori identitas sosial sebagai kerangka pemikiran yang akan menjadi acuan dalam membahas dan memecahkan masalah dari penelitian ini.

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



Sumber : Teori Henri Tajfel dan Modifikasi Peneliti dan Pembimbing