

2. Penelitian kedua dilakukan oleh Grace Rafaela Wangke, Jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara pada tahun 2021. Dengan judul penelitian **“Konsep Diri Penggemar *K-Pop* di Kalangan *Generasi Millennial dan Post Millennial* Indonesia (Fenomena *K-Pop Role Player* di Media Sosial *Twitter*).”** Penelitian ini menggunakan teori Interaksionisme Simbolik (George Herbert Mead). Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui konsep diri para *K-Pop role player* yang merupakan penggemar *K-Pop* di kalangan generasi Y dan Z.

3. Penelitian yang ketiga dilakukan oleh Gina Gilang Gantina, Jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Pasundan pada tahun 2020. Dengan judul penelitian **“Fenomena *Korean Roleplayer* di Media Sosial *Twitter*”** Penelitian ini menggunakan teori Fenomenologi, adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui identitas *virtual* pelaku *roleplayer* di media sosial Twitter, serta ingin mengetahui bagaimana interaksi yang dilakukan para *korean roleplayer* di media sosial Twitter.

Tabel 2.1 1 *Review Penelitian Sejenis*

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Teori Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
	Destevia Nurul Ghassani, Rini Rinawati	Konsep Diri <i>Korean Role Play</i> (Studi Fenomenologi pada <i>Korean Role Player</i> dalam Dunia <i>Virtual Role Play World</i> di Media Sosial <i>Twitter</i>)	Konsep Diri (William D.Brooks) dan Media Baru.	Kualitatif	Penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Role play world</i> dimaknai oleh <i>Korean role player</i> sebagai tempat dimana mereka dapat mengisi waktu luangnya	Peneliti ingin mengetahui mengenai konsep diri dari pelaku <i>korean role play</i>	Peneliti sebelumnya menggunakan studi fenomenologi, serta melakukan penelitian korean role player di media sosial Twitter. Sedangkan penelitian ini menggunakan studi interaksi simbolik (George Herbert Mead) dan juga penelitian ini melakukan

					<p>karena sedang tidak memiliki kesibukan juga, mereka juga dapat memiliki teman baru dengan melibatkan perasaannya yang nyata ketika bermain, berinteraksi dengan sesama penggemar mereka dapat saling bertukar</p>		<p>penelitian <i>korean roleplayer</i> di media sosial Telegram.</p>
--	--	--	--	--	--	--	--

					informasi melalui proses komunikasi secara sekunder, motif awal mereka masuk kedalam permainan peran tersebut dikarenakan penasaran apa yang ada di dalamnya dan ingin mencoba hal baru tersebut dan berpresepsi bahwa <i>role</i>		
--	--	--	--	--	--	--	--

					<p><i>playworld</i></p> <p>merupakan sebuah tempat yang menyenangkan untuk memberikan hiburan tersendiri bagi dirinya saat waktu senggang. Harapan mereka dalam bermain peran ini tidak hanya untuk mendapatkan sebatas teman,</p>		
--	--	--	--	--	--	--	--

					<p>tetapi seseorang yang dapat mengerti dirinya dan bisa ia percaya. Hanya saja harapan tersebut hanyalah suatu hal yang dapat menghiburnya di dunia maya, alasan lainnya mereka juga menginginkan informasi mengenai karakter</p>		
--	--	--	--	--	--	--	--

						artis yang diperankannya.		
2	Grace Wangke Rafaela	Konsep Diri Penggemar <i>K-Pop</i> di Kalangan <i>Generasi Millennial dan Post Millennial</i> Indonesia (Fenomena <i>K-Pop Role Player</i> di Media Sosial <i>Twitter</i>).	Interaksi Simbolik (George Herbert Mead)	Kualitatif	Penelitian ini menunjukkan bahwa pemain <i>K-Pop role play</i> pada generasi Y dan Z mengkonsepkan diri mereka seperti idola yang sesungguhnya lebih nyaman berperan sebagai	Peneliti ingin mengetahui konsep diri penggemar <i>K-Pop</i> khususnya pada penggemar yang ikut berpartisipasi	Pada penelitian sebelumnya menggunakan media <i>Twitter</i> , sedangkan penelitian ini menggunakan sosial <i>Telegram</i> sebagai media nya	

					<p>idola laki-laki, dikarenakan generasi Y merasa lebih diapresiasi dan lebih banyak memperoleh teman. Hal ini disebabkan karena perempuan cenderung berpikir bahwa idola laki-laki pasti diperankan oleh laki-laki juga,</p>	<p>si ke dalam <i>korean role player</i>. Dan juga menggunakan teori yang sama yakni teori interaksi simbolik (George Herbert Mead).</p>	
--	--	--	--	--	---	--	--

					<p>padahal kenyataannya berbeda. Generasi Y memaknai konsep diri mereka layaknya <i>muse</i> atau karakter idola yang diperankannya. Sebagai perempuan mereka juga berusaha untuk tidak terbawa perasaan berlebih dikarenakan</p>		
--	--	--	--	--	---	--	--

					mereka berperan sebagai idola laki-laki. Sedangkan untuk generasi Z, mereka memaknai konsep diri mereka sebagai idola K-Pop dalam dunia role player sebagai hal yang fleksibel dan seimbang antara kehidupan nyata dan kehidupan <i>role</i>		
--	--	--	--	--	--	--	--

					<p><i>player. Generasi Z cenderung lebih nyaman memerankan karakter idola perempuan, tetapi salah satu informan mengatakan bahwa dirinya merasa nyaman memerankan keduanya (idola laki-laki dan idola perempuan). Hal</i></p>		
--	--	--	--	--	---	--	--

					yang mendasari generasi Y dan Z dalam bermain peran sebagai idola <i>K-Pop</i> berdasarkan dari prinsip bentuk apresiasi terhadap idolanya.		
3	Gina Gilang Gantina	Fenomena <i>Korean Roleplayer</i> di Media Sosial <i>Twitter</i>	teori Fenomenologi	Kualitatif	Penelitian ini menunjukkan bahwa alasan pemain <i>roleplay</i> disini adanya penguat perilaku. Penguat	Peneliti ingin mengetahui latar belakang atau alasan	Penelitian sebelumnya menggunakan teori Fenomenologi serta menggunakan sosial media <i>Twitter</i> sebagai medianya.

					<p>perilaku ini timbul saat seseorang mendapatkan konsekuensi atas perilaku yang dialaminya, maka mereka dapat berusaha mempertahankan bahkan meningkatkan kebiasannya tersebut dalam bermain <i>Roleplay</i></p>	<p>dari seseorang yang melakukan permainan peran ini atau sering disebut <i>roleplayer</i> khususnya pada penggemar <i>K-Pop</i></p>	
--	--	--	--	--	---	--	--

					karena mereka mendapatkan perasaan yang menyenangkan atas tindakan yang mereka lakukan.		
--	--	--	--	--	--	--	--

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan salah satu kegiatan dasar manusia, komunikasi juga bagian penting yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan makhluk hidup, terutama manusia yang disebut juga sebagai makhluk sosial yang tidak bisa hidup sendiri. Komunikasi ini berasal dari bahasa latin yakni '*communicare*' yang memiliki arti 'menyampaikan', bisa disimpulkan komunikasi adalah suatu aktivitas menyampaikan pesan dari individu ke individu lainnya secara langsung (*non-verbal*) maupun dibantu dengan adanya media (*verbal*) dan menimbulkan *feedback* atau timbal balik. Maka dari itu komunikasi ini sangat penting dalam kehidupan manusia. Dengan adanya komunikasi, manusia dapat saling terhubung dengan manusia lainnya. Pengertian komunikasi juga dikemukakan oleh **Effendy** dalam buku **Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi** ia berpendapat sebagai berikut :

Komunikasi berartiproses penyampaian pesan oleh komunikastor ke komunikan. Jika dianalisis pesan komunikasi terdiri dari dua asek, pertama isi pesan (*the content of the message*), kedua lamnbang atau symbol. Konkretnya isi pesan itu adalah pikiran atau perasaan, lambang adalah bahasa. (1993, Hal. 28)

2.2.2 Proses Komunikasi

Tentunya melakukan komunikasi teradapat proses didalamnya, Proses komunikasi dalam **buku Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi** milik **Effendy** di

kategorikan menjadi dua perspektif. Yakni Perspektif Psikologis dan Perspektif Mekanistik.

1. Proses komunikasi dalam Perspektif Psikologis

Dalam perspektif ini terjadi pada diri seorang komunikator dan komunikan. Ketika seorang komunikator hendak menyampaikan pesan ke komunikan, ia sudah memiliki niat untuk menyampaikan pesan tersebut, maka ia sudah memiliki suatu proses didalam dirinya sendiri. Sedangkan proses komunikasi dalam diri komunikan yaitu menerima pesan tersebut lalu memproses pesan apa yang dimaksudkan komunikator, apabila komunikan menangkap maksud isi pesan yang disampaikan komunikator, maka komunikasi tersebut berhasil terjadi. Sebaliknya jika komunikan tidak paham dengan apa isi pesan yang disampaikan, maka komunikasi tersebut tidak akan terjadi. Menurut **Walter Hagermann** hal tersebut dinamakan “das Bewustseinhalte”, yakni proses komunikasi ini diibaratkan “mengemas” atau “membungkus” yang dilakukan seorang komunikator disebut ‘*encoding*’ sedangkan komunikan disebut ‘*decoding*’.

2. Proses Komunikasi dalam Perspektif Mekanistik.

Dalam perspektif ini cukup rumit dikarenakan bersifat situasional atau bergantung pada situasi. Ada masa dimana komunikator tidak hanya berbicara pada satu komunikan yang biasa disebut dengan komunikasi *interpersonal*, komunikator juga dapat berinteraksi dengan sekelompok komunikan, atau bahkan seorang komunikator berinteraksi melalui media atau sarana yang memiliki komunikan lebih banyak. Situasi tersebut disebut dengan komunikasi massa.

Dalam prespektif ini proses komunikasi terbagi menjadi dua, secara primer dan secara sekunder.

a. Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses dimana komunikator menyampaikan isi pemikirannya kepada komunikan dengan menggunakan lambang atau simbol berupa gesture atau gerak tubuh, gambar, warna, dan lain sebagainya.

b. Proses komunikasi secara sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian suatu pesan dari komunikator ke komunikan dengan menggunakan lambang serta media atau sarana, biasanya hal ini terjadi dikarenakan komunikasi jarak jauh. Media yang digunakan yakni, telepon genggam, surat, radio, dan lain sebagainya.

c. Proses komunikasi secara linear

Linear berartikan lurus, dalam komunikasi secara linear yaitu proses penyampain pesan dari komunikator ke komunikan sebagai titik terminal. Komunikasi linear ini terjadi dengan baik dibandingkan sebelumnya, dikarenakan komunikasi linear terjadi secara bertatap muka dan memiliki dialog tersendiri. Misalkan tanya jawab seperti yang dilakukan seorang reporter televisi, seorang penyiar radio, atau syuting yang dilakukan oleh sutradara film.

d. Proses komunikasi secara sirkular

Sirkular berartikan bulat atau bundar, dalam komunikasi secara sirkular yaitu terjadinya umpan balik atau *feedback* yang dilakukan oleh komunikan, hal yang paling utama dalam komunikasi sirkular ini. Contohnya saat seseorang melakukan pidato di depan umum, maka yang diharapkan adalah tanggapan dari komunikan yang menontonnya, seperti bertepuk tangan setelah selesai berpidato atau adanya pengajuan pertanyaan pada seseorang yang berpidato tersebut, dan lain sebagainya. (1993, Hal. 31-41)

2.2.3 Fungsi Komunikasi

Dalam berkomunikasi tentunya kita memiliki beberapa fungsi serta tujuan dalam mencapai suatu tujuan. Seperti halnya yang di kemukakan oleh **Deddy Mulyana** dalam buku **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar**, dijelaskan bahwa fungsi komunikasi sebagai berikut :

1. Fungsi Komunikasi Sosial

Komunikasi sosial mengisyaratkan bahwa komunikasi ini penting dalam membangun konsep diri seseorang, aktualisasi diri, juga untuk keberlangsungan hidup untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari berbagai tekanan serta ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain. Dengan adanya komunikasi, kita dapat saling bekerja sama dengan orang-orang sekitar untuk mencapai tujuan bersama.

2. Fungsi Komunikasi Ekspresif

Komunikasi ekspresif ini menjadi instrumen untuk menyampaikan emosi kita, seperti perasaan sedih, marah, sayang, peduli, kecewa, rindu, takut, dan lain

sebagainya. Hal ini memang dapat dikomunikasikan atau disampaikan melalui kata-kata, tetapi lain halnya dengan disampaikan melalui perilaku non-verbal. Seperti halnya ketika seseorang teman sedang bersedih, kita memberikan rasa peduli atau simpati kita dengan cara memeluknya atau menepuk pundaknya. Melalui kata-kata juga dapat disalurkan melalui seni seperti puisi, cerpen, novel, dan sebagainya.

3. Fungsi Komunikasi Ritual

Komunikasi ritual ini biasanya dilakukan oleh suatu kelompok atau komunitas, biasanya sering dilakukan di hari-hari tertentu, seperti melakukan upacara-upacara adat, sebagai contoh seperti nikahan (*siraman, ijab qabul, sungkem*), upacara kelahiran, dan lain sebagainya.

4. Fungsi Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental ini memiliki beberapa tujuan umum menurut Effendy, yakni : **menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga menghibur**. Semua tujuan tersebut bisa disebutkan bahwa komunikasi instrumental ini bersifat persuasif. Komunikasi instrumental ini memiliki fungsi untuk mencapai tujuan-tujuan pribadi dan pekerjaan. Tujuan tersebut memiliki jangka endek seperti memperoleh pujian, memberikan kesan yang baik terhadap orang lain, dan lain sebagainya.

Adapun tujuan jangka panjang seperti berpidato. Mendiskusikan masalah, dan lain sebagainya yang bertujuan untuk mencapai keberhasilan dalam kariernya.

Dimisalkan untuk memperoleh suatu jabatan dalam pekerjaannya, atau kehormatan dari lingkungan sekitarnya.(2017, Hal. 5-38)

2.2.4 Tujuan Komunikasi

Sebelum melakukan komunikasi, tentunya seseorang memiliki tujuan-tujuan sehingga terjadinya komunikasi tersebut. Tujuan-tujuan nya pun tidak selalu sama, setiap individu memiliki tujuan berkomunikasi yang berbeda beda. Seperti halnya dalam buku Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi milik Effendy ini tujuan komunikasi terbagi menjadi 4, sebagai berikut :

1. Mengubah sikap (*to change the attitude*)
2. Mengubah opini/ pendapat/ pandangan (*to change the oppinion*)
3. Mengubah perilaku (*to change the behaviour*)
4. Mengubah masyarakat (*to change the society*)(2003, Hal. 55)

Tujuan-tujuan diatas adalah tujuan yang dikemukakan oleh **Effendy**, dapat ditarik kesimpulan bahwa terjadinya suatu komunikasi ditujukan untuk adanya perubahan dalam suatu hal.

2.2.5 Unsur-unsur Komunikasi

Dalam buku **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** milik **Deddy Mulyana**, **Harrold Lasswell** mendefinisikan komunikasi dengan, *Who, Says What In Which Channel, To Whom, With What Effect*. Hal-hal tersebut dapat disimpulkan menjadi sebuah unsur-unsur dalam komunikasi.(2017, Hal. 69)

1. *Who?*

Who atau siapa, dijelaskan siapa yang akan mengatakan atau menyampaikan pesan. Komunikator adalah orang yang memulai untuk melakukan komunikasi, ia akan menyampaikan pesan ke komunikan sampai pesan tersebut dapat tersampaikan dengan baik oleh komunikan. Komunikator dapat terdiri dari satu orang atau berkelompok seperti komunitas dan lain sebagainya.

2. *Says what?*

Says what atau apa yang akan disampaikan, tentunya yang akan disampaikan seorang komunikator ialah pesan. Pesan yaitu sekumpulan simbol-simbol berupa verbal ataupun non verbal yang mewakili gagasan ataupun perasaan dari komunikator, lalu disampaikan secara langsung (tatap muka) ataupun melalui media.

3. *In which channel?*

In which channel atau saluran media apa yang akan digunakan komunikator ke komunikan. Komunikator dapat menyampaikan secara langsung atau tatap muka, ataupun melalui media massa seperti telepon genggam, surat kabar, dan lain sebagainya.

4. *To whom?*

To whom, untuk siapa pesan tersebut disampaikan. Komunikan adalah seseorang atau kelompok yang akan menerima pesan dari komunikator. Komunikan juga dapat menjadi komunikator apabila menyebar luaskan pesan yang diberikan komunikator sebelumnya ke individu atau kelompok lain.

5. *With what effect?*

With what effect, efek atau pengaruh apa yang akan terjadi pada diri komunikan setelah mendapatkan pesan dari komunikator. Salah satu contoh efeknya dapat dilihat dari perubahan sikap yang didapat komunikan.

2.2.6 Sifat-sifat Komunikasi

Menurut **Effendy** dalam buku **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek** miliknya, menjelaskan bahwa komunikasi memiliki beberapa sifat-sifat. Sifat-sifat komunikasi ini sebagai berikut :

1. Tatap muka (*face-to-face*)

2. Bermedia (*mediated*)

3. Verbal (verbal)

-Lisan

-Tulisan

4. Non verbal (*non-verbal*)

- Gerakan/isyarat badaniah (*gestural*)

- Bergambar (*pictorial*)(2002, Hal. 7)

Dari beberapa sifat komunikasi diatas, bisa disimpulkan bahwa, seorang komunikator dapat menyampaikan pesan kepada komunikan dapat menyampaikannya secara *face-to-face* atau secara langsung tanpa menggunakan

berbagai media yang ada. Komunikator juga dapat menggunakan lambang yakni bahasa ataupun simbol-simbol komunikasi seperti *gesture* atau hal lainnya, disaat ia melakukan komunikasi dengan komunikan, komunikator juga dapat menyampaikan pesannya secara verbal (lisan dan tulisan) maupun non-verbal (isyarat badan atau *gesture* tubuh).

2.2.7 Prinsip-prinsip Komunikasi

Prinsip komunikasi menurut **Deddy Mulyana** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** mengemukakan prinsip komunikasi sebagai berikut :

1. Komunikasi adalah proses simbolik.

Kebutuhan simbolisasi atau penggunaan sebuah simbol adalah salah satu kebutuhan pokok manusia. Simbol yang digunakan untuk menunjukkan sesuatu makna yang di mengerti satu sama lain dikarenakan adanya kesepakatan sebelumnya mengenai makna sebuah simbol atau objek. Seperti halnya kita mengibarkan bendera merah putih di depan rumah saat menjelang hari ulang tahun kemerdekaan Indonesia sebagai rasa hormat pada negara.

2. Setiap perilaku mempunyai potensi komunikasi.

Tentunya seorang individu tidak bisa lepas dari komunikasi, hanya berdiam tanpa berkomunikasi dengan individu lain pun, orang lain bisa saja menafsirkan perilaku kita, seperti contohnya diam berarti marah atau menunjukkan kita adalah seorang yang pemalu.

3. Komunikasi punya dimensi isi dan dimensi hubungan.

Dimensi isi yaitu sesuatu hal atau pesan apa yang akan disampaikan atau dikatakan, sedangkan dimensi hubungan yaitu bagaimana cara komunikator menyampaikan pesan tersebut kepada komunikan.

4. Komunikasi berlangsung dalam berbagai tingkat kesenjangan.

Komunikasi ini dapat berlangsung secara tidak sengaja maupun disengaja. Misalkan kita tidak sengaja menanyakan alamat kepada seseorang yang baru kita temui dikarenakan kita tidak tahu tempat tersebut. Lalu, komunikasi yang disengaja atau yang sudah direncanakan sebelumnya yakni saat kita berpidato dalam suatu acara dan kita sudah menyiapkan naskah atau kata-kata apa saja yang akan disampaikan pada acara tersebut.

5. Komunikasi terjadi dalam konteks ruang dan waktu.

Makna dari komunikasi juga dapat bergantung dalam waktu, sesuai dengan dimana mereka berkomunikasi dan kapan mereka berkomunikasi.

6. Komunikasi melibatkan prediksi peserta komunikasi.

Saat seseorang akan berkomunikasi, mereka dapat memprediksi efek apa yang akan mereka dapatkan saat mereka memulai berkomunikasi. Dimisalkan saat kita akan berkomunikasi dengan seseorang yang lebih tua atau seseorang yang sangat penting disekitar kita, seperti guru, dosen, atau bahkan mungkin seorang atasan yang tentunya haruslah bersikap sopan. Saat berkomunikasi dengan mereka tidak mungkin untuk berbicara yang tidak sopan seperti "*Heh lu*" otomatis kita

sudah dapat memprediksi apa respon dari komunikan, tidak sopan atau di cap kurang ajar.

7. Komunikasi bersifat sistematis.

Komunikasi melibatkan sistem internal yang mana sistem terjadi dalam diri seseorang, seperti halnya pola pikir, pengalaman yang di dapatkan, keinginan, dan sebagainya. Sedangkan sistem eksternal yaitu sistem yang terjadi diluar seseorang tersebut, seperti kata-kata apa yang akan dipilih saat berkomunikasi, penataan ruangan, situasi ruangan, dan lain sebagainya.

8. Semakin mirip latar belakang sosial-budaya semakin efektiflah komunikasi.

Tentunya komunikasi yang bisa disebut efektif yaitu komunikasi yang menghasilkan tujuan yang ingin dicapai, hasil yang sesuai dengan harapannya. Adanya kesamaan latar belakang sosial-budaya antara komunikator dan komunikan dapat menghasilkan komunikasi yang efektif karena kesamaan yang mereka miliki. Seperti dalam bahasa, agama, ras (suku), kegemaran, dan sebagainya.

9. Komunikasi bersifat nonsekuensial.

Komunikasi memiliki sifat dua arah, yakni terjadi dalam waktu yang bersamaan dimana komunikator ataupun komunikan sama-sama menyampaikan pesan.

10. Komunikasi bersifat prosedural, dinamis, dan transaksional.

Komunikasi ini merupakan proses yang sinambung, sama seperti waktu yang tidak akan ada habisnya, komunikasi tidak memiliki awalan dan tidak memiliki batas akhir. Mengenai sifat dinamis dalam komunikasi memberikan penekanan mengenai perubahan pada diri seseorang setelah mereka berkomunikasi. Dan mengenai transaksional yaitu adanya komunikasi antara komunikator dan komunikan di waktu yang sama dapat saling mempengaruhi dan terpengaruhi satu sama lain. Di waktu yang bersamaan seorang komunikator bisa menjadi komunikan, dan juga sama halnya dengan komunikan dapat menjadi seorang komunikator.

11. Komunikasi bersifat *irreversible*.

Yang dimaksud dengan *irreversible* pada sifat komunikasi ini, suatu pesan yang sudah kita sampaikan pada orang lain, pesan tersebut tidak dapat kita tarik lagi, kita juga tidak dapat mengendalikan pesan yang sudah disampaikan, pengaruh apa yang akan didapat saat pesan tersebut telah disampaikan, apalagi menghilangkan efek dari pesan tersebut.

12. Komunikasi bukan panacea untuk menyelesaikan berbagai masalah.

Komunikasi bukan satu-satunya cara permasalahan bisa terselesaikan, melainkan masalah dapat terselesaikan dengan permasalahan struktural yang harus diselesaikan, bukan hanya dengan melakukan sebuah komunikasi saja.

2.3 New Media

New media atau media baru adalah jenis media massa yang menggunakan teknologi digital seperti media sosial dan lainnya yang membutuhkan internet

untuk mengaksesnya. Media baru juga memiliki komunikasi yang sangat besar dibandingkan media massa lainnya, dikarenakan dapat diakses oleh siapa saja dan darimana saja ia berasal. Dengan adanya media baru, membuat khalayak lebih tertarik dibandingkan media lainnya, karena mereka dapat mengetahui informasi lebih mudah dan cepat, mereka juga dapat melihatnya kapanpun dan dimanapun. Tidak perlu menunggu siaran berita, hanya perlu membuka gadgetnya mereka langsung mendapatkan informasi yang mereka butuhkan.

Dennis McQuail menjelaskan mengenai ciri-ciri utama dalam media baru dalam buku **Teori Komunikasi Massa** dalam persepsi **Gina Gilang**, yakni :

- 1) Adanya saling keterhubungan (*interkonektivitas*).
- 2) Aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan.
- 3) Interaktivitasnya.
- 4) Kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka. 5) Sifatnya yang ada dimana-mana. (Dennis McQuail, 2011, h.43)

Media baru memiliki lima karakteristik utama, yaitu digitalisasi atau digitalisme, ciri utama dari media baru mengutamakan bentuk digital. Digitalisasi diperuntukan untuk mengartikan kondisi kehidupan masyarakat saat ini dalam budaya digital. Konvergensi, media baru menggabungkan media-media lama kedalamnya. Hal ini membuat khalayak lebih tertarik kedalam media baru, mereka dapat dengan mudahnya mencari suatu informasi. Adanya konvergensi

membuat industri media saling mencari peluang baru serta adanya ancaman setelah timbulnya konvergensi tersebut. Interaktivitas dengan adanya media baru yang memungkinkan untuk berinteraksi dengan orang-orang yang tak pernah kita jumpai dan kenal sebelumnya, membuat mereka menjadi terhubung satu sama lain. *Virtuality*, media baru juga memudahkan seseorang untuk menghubungi kerabat atau teman online nya secara virtual. Dan terakhir yaitu *Hypertextuality*, dapat menyampaikan pesan berupa tulisan dari perangkat satu ke perangkat lainnya. Informasi yang didapat juga dapat disimpan secara elektronik.

2.3.1 Media Sosial

Media sosial yaitu media *online* yang dimana mempermudah para penggunanya untuk dapat berinteraksi satu sama lain kapan saja, dimana saja. Media sosial juga dapat diakses oleh semua kalangan masyarakat. Media sosial juga menjadi acuan untuk mengali informasi secara mendalam. Dengan adanya media sosial, memungkinkan adanya sebuah komunitas yang memiliki kesamaan hobi atau menyukai sesuatu yang sama.

Dengan adanya media sosial memberikan kita dampak positif serta dampak negatif jika terlalu sering digunakan. Dampak positif yang kita dapatkan dengan menggunakan media sosial yakni kita dapat menambahkan wawasan kita dengan informasi-informasi yang di dapatkan dari media sosial tersebut. Tetapi jika kita terus-menerus menggunakan media sosial 24 jam *non-stop* dapat mengganggu aktivitas kita, membuat pola pikir kita terganggu serta kesehatan yang memburuk. Memang benar dengan adanya media sosial kita dapat berinteraksi dengan teman ataupun keluarga yang jauh, tetapi jika kita sibuk

menatap layar *handphone* kita secara terus menerus, kita dapat membuat orang-orang yang berada disekitar kita menjauh.

2.3.2 Telegram

Telegram adalah salah satu bentuk media sosial, Telegram aplikasi yang diperuntukan untuk bertukar pesan berbentuk teks, foto, video, audio, dokumen, *sticker*, dan lain sebagainya.

Awal mula adanya aplikasi Telegram ini berasal dari dua orang bersaudara dari Rusia bernama Nikolai dan Pavel Duriv pada tahun 2013. Telegram ini awal mulanya bernama V Kontakte tetapi mereka meninggalkannya dikarenakan diambil alih oleh Presiden Putin. Telegram diluncurkan pada tanggal 20 Oktober 2013, Telegram mendapatkan 100.000 pengguna aktif setiap harinya, dan terus menerus meningkat hingga hari ini Telegram sudah 1 Miliar kali ter-*download* di *Playstore*.

Keunggulan dari Telegram ini yakni sulit untuk diretas, tidak akan semudah itu Telegram memberikan data-data pribadi dari para penggunanya, sulit juga untuk ditelusuri oleh para penegak hukum dibandingkan dengan *dark web*. Tapi sayangnya hal ini sering kali di salah gunakan oleh oknum-oknum nakal.

2.4 Korean Roleplayer

Roleplay atau kerap kali disebut dengan *RP* merupakan permainan meniru *public figure* yang di idolakan dengan cara *online* melalui media sosial. Para pemain meniru seseorang mulai dari segi sikap, cara ia berbicara, kegemaran, hingga aktivitas keseharian dari idolanya tersebut. Pemain tidak diperbolehkan

untuk mengungkapkan identitas aslinya, mereka hanya akan berkomunikasi melalui teks atau audio.

Permainan *roleplay* ini sama dengan bermain drama, mereka akan berakting bersama teman-temannya, sama halnya yang dilakukan anak kecil jika bermain bersama teman-temannya, memainkan peran berpura-pura menjadi ibu dari boneka dan sebagainya. Bedanya disini, pemain *roleplay* ini kebanyakan anak remaja dan melakukan permainan peran melalui *gadget*.

Dalam permainan *roleplay* juga memiliki berbagai tema didalamnya serta aturan-aturan yang harus kita ikuti. Dalam *roleplay* kita diharuskan mengenal istilah-istilah seperti :

1. *Faceclaim* atau *Chara*

Sebelum para pemain memulai bermain *roleplay*, mereka harus menentukan karakter atau idol siapa yang akan digunakan. Contohnya seseorang akan memulai bermain dengan menggunakan idol Jennie *Blackpink*, maka ia akan menggunakan foto *profile* nya menggunakan foto Jennie lalu bertingkah laku sebagai Jennie dari sikap hingga kebiasaan Jennie.

2. *Open Agency*

Agensi bisa diibaratkan rumah bagi para *roleplayer*, tiap agensi memiliki berbagai aturan-aturan yang berbeda-beda, peraturan tersebut juga tentunya harus dipatuhi oleh semua anggotanya, dari agensi ini kita bisa saling mengenal pemain *roleplayer* lainnya.

3. *Event*

Event roleplayer ini biasanya diselenggarakan oleh suatu agensi atau *squad* (suatu grup komunitas roleplayer yang memiliki peraturan di dalamnya). *Event* ini berisikan *game-game* yang mereka adakan di grup guna mendekatkan diri dengan anggota grup, tetapi tak menutup kemungkinan juga untuk bersatu dengan agensi lain. Biasanya *event* ini diselenggarakan saat ulang tahun agensi, *squad*, akademi tersebut.

4. *Fams, Bestie, Couple*

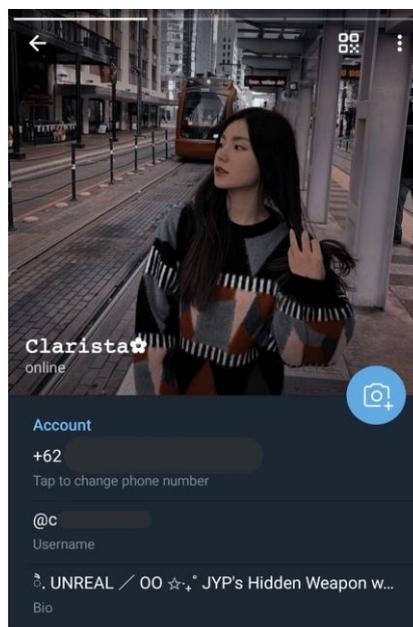
Fams diartikan dengan keluarga, *Bestie* diartikan dengan sahabat, lalu *couple* diartikan dengan pasangan . Dalam *roleplayer* juga kita bisa mendapatkan keluarga,sahabat, hingga pasangan seperti di kehidupan nyata, mereka akan membentuknya ketika mereka mulai merasa nyaman satu sama lain.

5. *Deactive, rest,leave*

Jika seseorang pemain *roleplay* ingin berhenti dalam bermain *roleplay* dikarenakan bosan atau mungkin suatu alasan di kehidupan nyatanya, mereka dapat melakukan *deactive* atau tidak aktif untuk sementara waktu. Jika mereka butuh waktu yang sangat cukup lama, mereka dapat melakukan *rest*. Sementara jika ia ingin benar-benar berhenti dari *roleplayer*, mereka dapat *leave* atau meninggalkan dunia *roleplayer* selamanya, mereka juga dapat mengungkapkan jati dirinya di sosial media.

2.4.1 Kategorisasi *Roleplayer*

Sebelum memutuskan untuk bergabung menjadi *roleplayer* dan menggunakan identitas sang idola, mereka harus membuat *username*, *display name*, dan *profile photo* yang sesuai dengan karakter yang nantinya akan mereka gunakan. Biasanya beberapa akun menggunakan nama yang tidak sesuai dengan nama asli dari idola, dimisalkan Yeji ITZY yang bernama asli Hwang Yeji digunakan sebagai akun *roleplay* yang bernama Clarista (nama samaran dari sang pemilik akun) Hal ini juga menjadi penunjuk bahwa mereka bukanlah idola tersebut, melainkan hanyalah seorang *roleplayer* biasa. Selain itu, hal ini juga menjadi pembeda jika ada orang lain yang menggunakan Yeji juga sebagai parodi dalam *roleplay* nya.



Gambar 2.4. 1Salah satu akun*roleplayer* diTelegram

Sumber : Dokumentasi Peneliti

2.5 Kerangka Teoritis

2.5.1 Interaksi Simbolik

Dalam buku **Teori Komunikasi** karya **Little John** dijelaskan bahwa interaksi simbolis merupakan sebuah cara berpikir menai pikiran individu, diri sendiri, serta masyarakat yang telah memberikan kontribusi besar dalam tradisi sosiokultural dalam teori komunikasi. George Herbert Mead dianggap sebagai penggagas dari adanya teoriinteraksionisme simbolis. Interaksi simbolis mengajarkan bahwa manusia berinteraksi satu sama lain sepanjang hari dari waktu ke waktu, mereka berbagi artian mengenai sebuah istilah-istilah dalam berkomunikasi serta tindakan-tindakan tertentu dan memahami adanya fenomena-fenomena tertentu.

Diri sendiri merupakan salah satu objek sosial yang penting, dijelaskan serta dipahami dengan cara yang selalu berkembang dalam interaksi dengan orientational others. Konsep diri seseorang tidak lebih dari rencana tindakan terhadap dirinya sendiri, identitas, minat, harapannya, serta penilaian dirinya sendiri.

Dalam buku **Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi** karya **Effendy** menjelaskan bahwa **Interaksionisme merupakan pandangan terhadap realitas sosial yang muncul pada akhir dekade 1960-an dan awal dekade 1970, tetapi para pakar beranggapan bahwa pandangan tersebut tidak bida dikatakan baru.**

2.5.2 Interaksi Simbolik George Herbert Mead

Mead dianggap sebagai bapak dari teori Interasionisme Simbolik ini, dikarenakan pemikirannya mengenai interaksi simbolik yang luar biasa. Dia menyatakan bahwa pemikiran manusia dapat menafsirkan benda-benda bahkan peristiwa-peristiwa yang sudah dialami oleh dirinya sendiri, dapat menerangkan awal terjadinya serta meramalkannya.

Mead juga mengatakan bahwa konsep diri ini terbagi menjadi tiga yakni *Self* atau dapat diartikan dengan diri sendiri, *self* memiliki ciri serta status tertentu. Seseorang saat ditanya siapa dirinya, namanya, dan data dirinya yang lain, ia akan mengetahui jawabannya sendiri ia tahu siapa dirinya, namanya siapa, dan lain sebagainya. Lalu ada *mind* atau diartikan dengan pemikiran, bagaimana seseorang dapat mengartikan dirinya sendiri. Dijelaskan dalam buku **Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi** karya Effendy bahwa **Mead melihat mind (pikiran) dan dirinya (self) menjadi bagian dari perilaku manusia, yaitu bagaimana interaksi dengan orang lain. Interaksi itu membuat dia mengenal dunia dan dia sendiri. Mead mengatakan bahwa pikiran (*mind*) dan aku atau diri sendiri (*self*) berasal dari masyarakat (*society*) atau proses-proses interaksi.**(1993, Hal. 391-392)

Dalam buku **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** milik Deddy Mulyana, menjelaskan bahwa **George Herbert Mead mengatakan setiap manusia mengembangkan konsep-drinya melalui interaksi dengan orang lain dalam masyarakat dan itu dilakukan lewat komunikasi. Jadi kita mengenal diri kita**

lewat orang lain, yang menjadi cermin yang memantulkan bayangan kita.(2017, Hal.11)

2.5.2.1 Pengertian *Mind*

Mindyakni sebuah pemikiran yang muncul dan dapat berkembang secara sadar dalam diri individu melalui adanya sebuah interaksi dengan individu lainnya maupun dengan dirinya sendiri. Mead juga mengatakan bahwa *mind* adalah sebuah respon dalam dirinya bukan hanya untuk dirinya saja tetapi dapat juga memberikan respon pada lingkungannya.

Mead mengatakan bahwa proses sosial yang dapat memunculkan adanya diri, menurut Mead sebuah konsep diri seseorang terbentuk dari adanya proses-proses sosial terlebih pada proses komunikasi antar individu. Maka dari itu pemikiran dalam diri seseorang perlu berkembang agar mendapatkan diri atau konsep diri pada individu tersebut.

2.5.2.2 Pengertian *Self*

Self atau diri yakni sebuah ciri khas yang terdapat dalam diri manusia yang membedakan dirinya dengan makhluk sosial lainnya, *Self* juga dapat dikatakan sebagai pandangan orang lain terhadap kita, dalam pandangan tersebut dapat menimbulkan sebuah karakter atau ciri khas yang sebenarnya dalam diri individu tersebut.

Dari pandangan orang lain tersebut individu dapat mengetahui karakternya serta dari pandangan tersebut dapat membentuk dirinya menjadi seseorang yang lebih baik serta menjadi lebih positif untuk kedepannya.

2.5.2.3 Pengertian *Society*

Masyarakat menurut Mead yakni sekelompok individu dalam sebuah organisasi atau ruang lingkup yang kecil yang dimana tentunya terdapat interaksi dan menjadi salah satu yang berperan dalam sebuah proses komunikasi.

Menurut Mead, dengan adanya sekelompok masyarakat dapat membentuk adanya diri serta pikiran dalam diri seseorang, tentu dapat dikatakan bahwa peran masyarakat ini sangatlah penting dalam membentuk sebuah konsep diri. Dengan adanya interaksi dan ikut serta dalam kegiatan yang terjadi dalam masyarakat, masyarakat dapat menjadi sosok pendorong adanya perubahan dalam diri individu.

2.5.3 Konsep Diri

2.5.3.1 Pengertian Konsep Diri

Konsep diri menurut **William D. Brooks** dalam buku **Psikologi Komunikasi** milik **Jalaluddin Rakhmat**, yakni *“those physical, social, and psychological perceptions of ourselves that we have derived from experiences and our interaction with other”* (1974:40). Jadi bisa disimpulkan bahwa konsep diri yaitu pandangan mengenai perasaan kita tentang diri kita sendiri. Presepsi tentang diri ini dapat bersifat psikologi, sosial, juga fisik.

Konsep diri tentunya terdapat pada diri semua manusia. Konsep diri juga dapat mempengaruhi setiap orang mulai dari segi karakter diri, perilaku, potensi diri, sampai dengan tingkat kepuasan hidup yang dicapai. Semua hal tersebut

dapat berkembang seiring berjalannya waktu mempengaruhi berbagai bentuk kepribadian individu, dan juga bagaimana individu itu mengarahkan dirinya.

2.5.3.2 Jenis-jenis Konsep Diri

Konsep diri terdiri dari konsep diri yang negatif dan konsep diri yang positif, konsep diri yang positif yakni individu dapat mengenali dirinya dari kelebihan serta kekurangan yang mereka miliki, mereka juga sadar akan potensi yang mereka miliki, jika mereka memiliki masalah, mereka dapat mengatasi masalah tersebut dengan baik. Sedangkan konsep diri negatif memiliki hal yang terbalik. Mereka tidak dapat mengenali dirinya sendiri, mereka juga tidak dapat mengatur emosi yang mereka miliki, serta tidak dapat mengetahui potensi yang mereka miliki, dan lagi individu yang negatif memiliki pemikiran yang cenderung buruk, seperti berfikir bahwa mereka tidak berharga, mereka selalu pesimis dengan apa yang mereka pilih, mereka juga tidak tahan dengan saran dan kritikan yang diberikan orang-orang sekitar padanya. Secara umum, konsep diri memiliki beberapa komponen seperti :

1. Self image

Self image, atau citra diri atau gambaran diri ini yaitu perilaku atau sikap individu itu sendiri secara fisik, dilakukan secara disadari maupun tidak disadari. Citra diri mencakup persepsinya mengenai masa lampau atau masa kini, mengenai ukuran, bentuk fisiknya, dan kemampuan dirinya.

2. Ideal diri

Ideal diri yaitu persepsi individu tentang perilaku atau sikap yang seharusnya ia berperilaku dengan standar yang dibuatnya terkait dengan cita-citanya, keinginannya, atau sesuatu yang sesuai yang diharapkannya. Pembentukan ideal diri ini sudah dimulai sejak individu tersebut berada pada masa kanak-kanak, ideal diri juga dapat dipengaruhi oleh orang-orang yang ada disekitarnya.

3. *Self esteem*

Self esteem atau Harga diri, yakni persepsi individu mengenai hasil yang telah dicapainya dengan menganalisis banyaknya kecocokan tingkah laku dengan ideal dirinya. *Self esteem* dapat diperoleh melalui diri sendiri ataupun orang lain. *Self esteem* ini terbentuk sejak kecil dikarenakan adanya penghargaan, perhatian, kasihani, serta penerimaan dari orang-orang sekitarnya. Semakin banyaknya hasil yang berkesesuaian berdasarkan kenyataan dengan ideal dirinya atau sesuai dengan harapannya, maka akan semakin tingginya rasa harga diri individu tersebut, tetapi sebaliknya jika semakin banyaknya ketidaksesuaian fakta dengan ideal dirinya, maka akan semakin rendah juga rasa harga dirinya.

4. Peran diri

Peran diri adalah pola tingkah laku, sikap, nilai, dan tujuan yang diharapkan oleh suatu individu maupun suatu kelompok sosial mengenai peran atau fungsi individu atau kelompok tersebut di dalam masyarakat. Setiap individu tentunya memiliki kesibukan dengan berbagai macam peran yang terkait dengan posisinya.

5. Identitas diri

Identitas diri yaitu kesadaran seseorang akan dirinya sendiri yang dihasilkan dari peninjauan dan penilaiannya mengenai dirinya sendiri. Dan mulai menyadari bahwa ia memiliki perbedaan-perbedaan dengan orang lain yang ia temui. Identitas diri memiliki beberapa komponen seperti berikut :

1). Komponen kognitif

Komponen kognitif atau komponen *self image* (citra diri) yakni komponen yang berkaitan dengan pemikiran. *Self image* ini memiliki beberapa aspek yaitu rasa percaya diri, percaya diri, daya tarik, tujuan hidup, peran sosial, dan kesukaan penilaian orang lain pada dirinya.

2). Komponen afektif

Komponen afektif atau *self esteem* (harga diri) yakni komponen yang berkaitan dengan keerataan dengan perasaan. Memiliki beberapa aspek seperti, perasaan individu, penyesuaiannya di lingkungan, pujian, penghargaan, serta penerimaan diri.

Seseorang individu dapat mengembangkan konsep dirinya menjadi salah satu diantara negatif atau positif, mereka perlu mengintropeksi diri untuk mengetahui hal tersebut.

2.5.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsep Diri

Dalam pembentukan konsep diri pada seseorang, terdapat beberapa faktor pendorong yang akan membentuk konsep diri itu sendiri, tertulis dalam buku

Psikologi Komunikasi karya **Jalaluddin Rakhmat**, faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsep diri yakni :

1. Orang lain

Harry Stack Sullivan (1953) menjelaskan bahwa jika kita diterima orang lain, dihormati, dan disenangi karena keadaan diri kita, kita akan cenderung bersikap menghormati dan menerima diri kita. Sebaliknya, bila orang lain selalu meremehkan kita, menyalahkan kita dan menolak kita, kita akan cenderung tidak akan menyenangi diri kita.

Faktor pengaruh pembentukan konsep diri ini tidak hanya dibentuk dari orang-orang yang kita temui diluar (teman, dosen, guru, dan lain sebagainya), tetapi hal yang lebih sering kita jumpai bahkan sejak kita terlahir ke dunia. Yakni keluarga kita sendiri juga dapat mempengaruhi pembentukan konsep diri ini, seperti yang dikatakan oleh **George Herbert Mead (1934)** menyebut mereka **significant others** –orang lain yang sangat penting. Ketika kita masih kecil, mereka adalah orangtua kita, saudara-saudara kita, dan orang yang tinggal satu rumah dengan kita.

Selain hal itu juga seseorang yang sudah tiada, dapat mempengaruhi perkembangan konsep diri seseorang dalam perilaku, pikiran serta perasaan. Mereka dapat mengarahkan tindakan seseorang, contohnya yakni pahlawan kemerdekaan, bintang film, dan lain sebagainya. (2020, Hal. 99-102)

2. Kelompok Rujukan (*Reference Group*)

Dalam pergaulan pun dapat membentuk konsep diri seseorang, dimisalkan ketika kita memasuki salah satu komunitas. Komunitas memiliki berbagai aturan-aturan, norma-norma yang berbeda-beda. Peraturan-peraturan yang sudah terbentuk patutlah kita untuk menaatinya. Contohnya kita masuk komunitas olahraga basket yang mengharuskan kita untuk datang setiap hari minggu dan setiap pukul delapan pagi sudah ada di lapangan, jika hal itu tidak dilakukan maka akan ada hukuman untuk yang melanggarnya. Dari peraturan tersebut seseorang akan membentuk dirinya menjadi seseorang yang selalu tepat waktu.

2.6 Kerangka Pemikiran

Sebagai landasan dan dukungan dasar teori, maka peneliti memerlukan kerangka pemikiran yang relevan dengan topik penelitian atau fenomena yang akan diteliti nantinya, memiliki kemampuan untuk lebih memahami, serta menjelaskan perspektif yang telah difokuskan dalam penelitian ini.

Teori interaksi simbolik mengkonseptualisasikan bahwa manusia membentuk suatu makna akan dirinya sendiri dengan melalui proses-proses komunikasi. Teori ini juga berfokus pada pentingnya suatu konsep diri serta persepsi yang dimiliki setiap individu yang didukung dengan adanya interaksi dengan individu lainnya.

Teori Interaksi simbolik menurut George Herbert Mead ini mengemukakan bahwa teori interaksi simbolik tertarik dengan identitas sosial yang dimana identitas seseorang individu (*self*) ini berkaitan dengan pikiran (*mind*) serta dibantunya masyarakat (*society*), dengan adanya interaksi individu

dengan individu lain dapat membuatnya mengenal dirinya sendiri serta mengenal dunia. Teori interaksi simbolik menurut Mead ini juga dapat dikatakan sebagai ‘seni berperan’ yakni individu menempatkan dirinya di orang lain dan melihat dirinya sendiri.

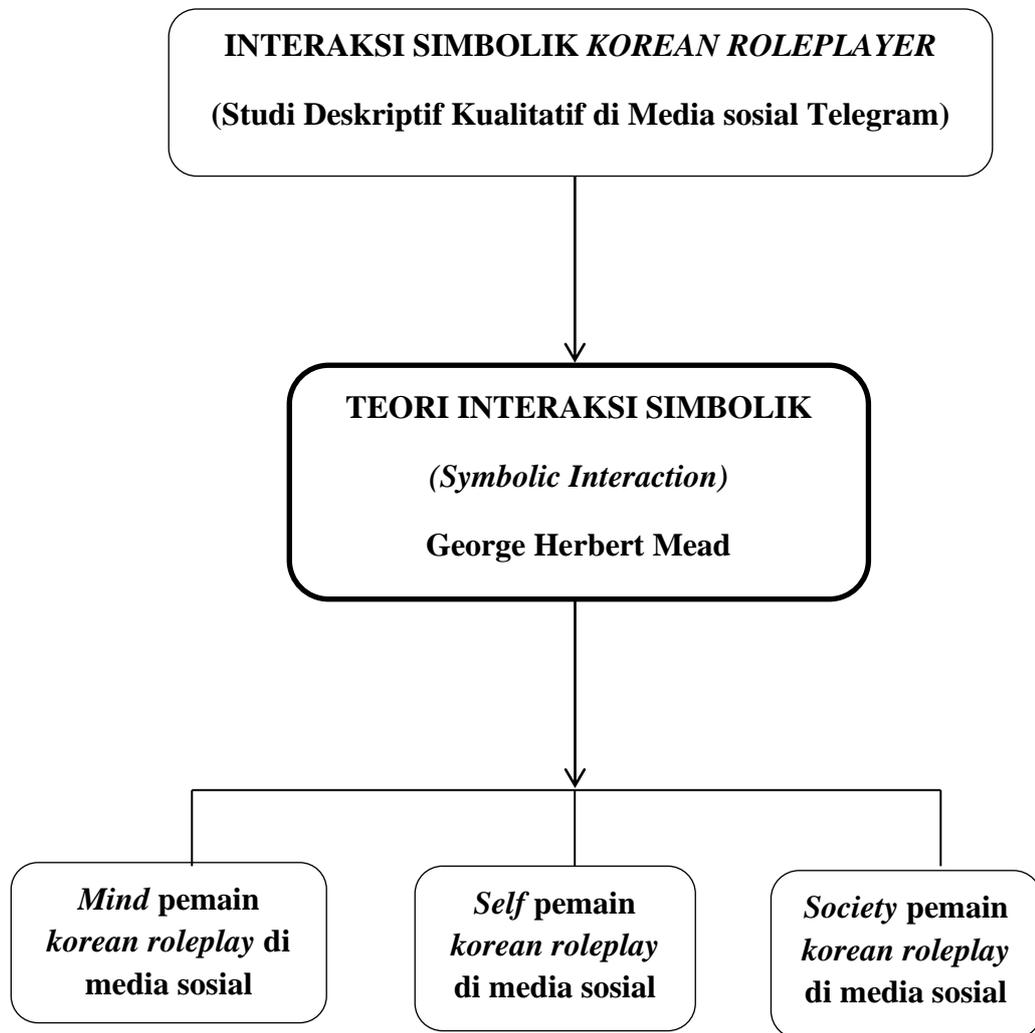
Menurut Mead pikiran banyak terlibat dalam suatu tindakan atau kegiatan yang akan dilakukan seorang individu, salah satunya dalam berinteraksi pikiran ikut terlibat, individu dapat merencanakan bagaimana cara ia akan melakukan interaksi dengan individu lainnya sebelum individu benar-benar melakukan interaksi tersebut. Setelah adanya interaksi dengan individu lain, seseorang dapat terpengaruhi untuk mengubah pola pikiran hingga dirinya sendiri.

Dari uraian diatas mengenai teori Mead yang mengatakan bahwa teori interaksi simbolik ini dikatakan sebagai teori seni berperan yang bersangkutan paut dengan roleplayer sendiri yang mempunyai kegiatan berperan sebagai orang lain, serta teori interaksi simbolik Mead memiliki sangkut paut dengan ilmu psikologi. Maka dari uraian tersebut terbentuklah suatu kerangka pemikiran yang berguna dalam melihat jalannya tahapan-tahapan yang akan dilakukan dalam penelitian ini berdasarkan dengan teori, konsep juga pemahaman-pemahaman dari para ahli. Dengan menggunakan teori interaksi simbolik menjadikan tolak ukur untuk memecahkan serta mendalami permasalahan yang ada pada penelitian ini yaitu Interaksi Simbolik *Korean Roleplayer* di Media Sosial Telegram.

Interaksi simbolik milik George Herbert Mead ini digunakan untuk dapat menjawab penelitian yang sejalan dengan dasar dari studi interaksi simbolik yaitu

sebuah upaya untuk menjawab berbagai pertanyaan mengenai *mind, self, society* dari para pemain *korean roleplayer* di media sosial Telegram.

Maka dari itu peneliti membentuk sebuah kerangka pemikiran seperti dalam kerangka pemikiran berikut :



Sumber : George Herbert Mead, modifikasi peneliti dan pembimbing, 2022.