

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini berfokus pada analisis gaya komunikasi yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Penelitian ini diharapkan dapat melengkapi penelitian sebelumnya dan memberi pengetahuan kepada para pembaca tentang gaya komunikasi pada youtube channel Korea Reomit. Judul penelitian yang saya pilih yaitu “Gaya Komunikasi Jang Hansol Pada Youtube Channel Korea Reomit” untuk menunjukkan bahwa penelitian ini unik dan berbeda dari penelitian lain, berikut ini akan dipaparkan.

TABEL 1 PENELITIAN TERDAHULU

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Sumber	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Avilia Listya Wulansari, 2020, Gaya Komunikasi Jang Hansol Youtubers Korea Reomit Dalam Membentuk Karakteristik Jawa Timuran	https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/G31A/2016/G.311.16.0027/G.311.16.0027-15-File-Komplit-20200225103603.pdf	Kualitatif	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gaya komunikasi Jang hansol youtubers Korea dalam membentuk karakteristik Jawa. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data antara lain: observasi dan studi kepustakaan. Perbedaan

				<p>penelitian terdahulu dengan penelitian yang saya teliti yaitu akan lebih terfokus pada gaya komunikasi yang digunakan Jang Hansol dalam pembuatan konten video di youtube channel Korea Reomit seperti pilihan kata, nada bicara, penggunaan bahasa non-verbal serta topik dan tema.</p>
2.	<p>Anita Reta Kusuma Wijayanti, Afifah Mei Sunardi, 2022, Gaya Komunikasi Analisa Widyaningrum dan Efeknya Terhadap Publik</p>	<p>https://ejournal.unisablitlar.ac.id/index.php/translitera/article/view/2054/1227</p>	Kualitatif	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja efek yang dirasakan dan pesan yang diterima oleh penonton (viewers) setelah melihat konten Analisa Channel. Gaya komunikasi Analisa Widyaningrum dengan para trainer lainnya tentu memiliki perbedaan dan kekhasan agar menarik minat pemirsanya. Metode penelitian yang digunakan</p>

				<p>yaitu kualitatif dengan teknik pengumpulan data antara lain: (observasi) dengan sumber utama berupa video yang bersifat audio visual. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan saya teliti yaitu akan lebih terfokus pada perspektif penonton atau subscriber setelah menonton berbagai konten video yang dibuat oleh Jang Hansol pada youtube channel Korea Reomit dan memahami gaya komunikasi nya.</p>
3.	<p>Ester Priscilla Lady Padaga, Lamria Raya Fitriyani, 2021, Gaya Komunikasi PS. Christofer</p>	<p>https://scriptura.petra.ac.id/index.php/iko/article/view/23189</p>	Kualitatif	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gaya komunikasi Christofer Tapiheru dalam membentuk personal branding. Banyaknya jumlah pengikut yang</p>

	<p>Tapiheru Dalam Membentuk Personal Branding</p>		<p>bertambah setiap harinya di media sosial, tentunya ada sesuatu yang menarik dari gaya komunikasi yang ditampilkan dan personal branding yang terbentuk dari gaya komunikasi tersebut. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan teknik pengumpulan data antara lain: observasi dan wawancara. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan saya teliti yaitu bagaimana gaya komunikasi yang digunakan Jang Hansol pada youtube channel Korea Reomit untuk membentuk personal branding dengan penonton atau subscriber. Seperti penggunaan bahasa Indonesia dan Jawa yang</p>
--	---	--	--

				fasih dan akrab, selain itu kepribadiannya yang hangat dan otentik.
--	--	--	--	---

2.2 Pengertian Konsep Dasar Penelitian

A. Gaya Komunikasi

Cara seseorang atau kelompok menggunakan bahasa untuk menyampaikan pesan dan berinteraksi dengan orang disebut gaya komunikasi. Gaya komunikasi dapat mencerminkan kepribadian, emosi, dan tujuan pembicara serta dipengaruhi oleh konteks sosial dan budaya. Gaya ini juga membantu menyampaikan pesan dengan lebih efektif dan dapat membantu. Gaya ini mencakup pemilihan kata, struktur kalimat, intonasi, ekspresi wajah, dan gestur yang digunakan dalam berkomunikasi.

Masing-masing gaya komunikasi merupakan kombinasi tindakan yang digunakan untuk mendapatkan tanggapan atau respons tertentu dalam situasi tertentu. Kesesuaian gaya komunikasi bergantung pada tujuan pengirim dan keinginan penerima. Setiap orang pada umumnya menggunakan gaya komunikasi yang berbeda-beda ketika mereka sedang merasakan gembira, marah, sedih dan bosan. Begitu juga dengan seseorang yang berbicara dengan orang terdekatnya, orang yang baru dikenal dan anak-anak yang berbicara dengan gaya mereka sendiri yang berbeda. Gaya komunikasi yang digunakan oleh beberapa faktor juga sangat dinamis dan sulit untuk ditebak. (Herlina, S., Boer, R. F., Fasadena, N. S., Sos, M., Kede, A., Kahfi, M. A. M., ... & Deryansyah, 2006)

Norton (1983) dan Kirtley Weaver (1999), yang dikutip oleh Liliweri (2011:309), membahas tentang konsep dan gaya komunikasi dalam konteks komunikasi antarbudaya. Mereka

berfokus pada bagaimana komunikasi dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti budaya, kepribadian, dan konteks sosial, serta bagaimana faktor-faktor tersebut berkontribusi pada perbedaan dalam cara orang berkomunikasi di berbagai situasi. Penelitian ini akan menyoroti pentingnya memahami perbedaan komunikasi untuk menghindari kesalahpahaman dalam interaksi antarbudaya. Berbagai gaya komunikasi yang digunakan oleh para youtubers juga berbeda untuk membentuk karakteristik tiap individu dalam pemikiran orang.

Gaya komunikasi menurut Robert W. Norton (Allen dkk 2006) merupakan cara seseorang berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain yang mencerminkan sikap, kepribadian dan karakteristik mereka. (Febriani, 2020)

Norton mengidentifikasi ada sepuluh gaya komunikasi yang berbeda, yang masing-masing menunjukkan pola perilaku komunikasi yang khas. Diantaranya yaitu:

1. *Animated Expressive*: Gaya ini ditandai dengan penggunaan ekspresi wajah, gerakan tangan, dan intonasi gaya hidup. Individu dengan gaya ini sering kali terlihat antusias dan ekspresif dalam menyampaikan pesan.
2. *Attentive* (Perhatian): Gaya ini menunjukkan kesediaan untuk mendengarkan dengan penuh perhatian. Orang yang menggunakan gaya ini cenderung memberikan umpan balik balik non verbal yang menunjukkan bahwa mereka mendengarkan dan memahami lawan bicaranya.
3. *Contentious* (Kontensius): Gaya ini cenderung suka berdebat dan menantang orang lain. Orang dengan gaya ini mungkin sering terlihat argumentatif dan berusaha untuk membuktikan pendapat mereka.
4. *Dominant* (Dominan): Gaya ini ditandai dengan keinginan untuk mengendalikan percakapan. Orang dengan gaya komunikasi dominan seringkali memimpin diskusi dan membuat keputusan,

5. *Dramatic* (Dramatis): Gaya ini menunjukkan kecenderungan untuk menggunakan bahasa yang berlebihan, humor, dan hiperbola dalam berkomunikasi. Orang yang menggunakan gaya ini seringkali mencoba menarik perhatian audiens melalui cara-cara yang mencolok.
6. *Friendly* (Bersahabat): Gaya ini menekankan pada sikap ramah dan hangat dalam berkomunikasi. Individu dengan gaya ini cenderung menunjukkan kepedulian dan kasih sayang terhadap orang lain.
7. *Impression Leaving* (Meninggalkan Kesan): Gaya ini berkaitan dengan kemampuan untuk membuat kesan yang kuat pada orang lain melalui komunikasi. Orang yang menggunakan gaya ini seringkali diingat karena cara mereka berkomunikasi.
8. *Open* (Terbuka): Gaya ini menunjukkan keterbukaan dan kejujuran dalam berkomunikasi. Individu dengan gaya ini cenderung berbicara dengan jujur dan transparan serta menerima pendapat orang lain.
9. *Precise* (Teliti): Gaya ini berfokus pada ketepatan dan kejelasan dalam berkomunikasi. Orang dengan gaya ini cenderung menggunakan bahasa yang jelas, langsung, dan terstruktur dalam menyampaikan informasi.
10. *Relaxed* (Santai): Gaya ini ditandai dengan sikap tenang dan tidak terburu-buru dalam berbicara. Orang yang menggunakan gaya ini cenderung terlihat santai dan tidak stres saat berkomunikasi.

a. Gaya berbicara

Berbicara merupakan tindakan menggunakan kata-kata dan suara untuk mengkomunikasikan pikiran, perasaan, ide, atau informasi kepada orang lain. Ini melibatkan penggunaan bahasa verbal seperti intonasi, kecepatan, volume, dan ritme suara. (Henry Guntur Tarigan, 2008:16) berbicara didefinisikan sebagai kemampuan untuk mengucapkan kata-kata atau suara untuk mengkomunikasikan, menyatakan, menyampaikan perasaan, ide, dan pikiran seseorang.

b. Gaya Berpenampilan

Dalam proses berkomunikasi cara seseorang berpakaian, merias diri, dan mempresentasikan dirinya sebagai secara fisik saat berinteraksi dengan orang lain. Penampilan ini termasuk pakaian, aksesoris, tata rias, gaya rambut, dan bahasa tubuh. Gaya berpenampilan dapat mempengaruhi persepsi orang lain terhadap kita, seperti kesan profesionalisme, kepribadian, dan kepercayaan diri. Dalam komunikasi, penampilan yang sesuai dan menarik dapat memperkuat pesan yang disampaikan dan membangun hubungan yang lebih baik dengan audiens.

Menurut Dianne Hofner Sapphire, 2005:53 ada tujuh faktor pendukung gaya komunikasi, antara lain:

1. Kondisi Fisik

Kondisi fisik tempat seseorang berkomunikasi juga sangat mempengaruhi gaya komunikasinya. Misalnya, jika komunikasi dilakukan secara fisik tanpa kemampuan untuk bertatap muka, itu akan menyebabkan ketidaknyamanan dan ketidakpastian antara orang yang mengirim dan menerima pesan.

2. Peran

Peran komunikator dan peran diri sendiri tentu mempengaruhi cara interaksi yang sedang berjalan. Setiap orang memiliki harapan yang berbeda terhadap peran mereka sendiri dan orang lain, jadi mereka sering berkomunikasi satu sama lain.

3. Konteks Historis

Dalam gaya komunikasi merujuk pada bagaimana peristiwa sejarah, norma, dan nilai-nilai sosial yang berkembang dalam suatu periode waktu tertentu akan mempengaruhi cara orang berkomunikasi. Misalnya, perkembangan media cetak, radio, televisi, dan internet telah

mengubah gaya komunikasi dari formal dan berstruktur ke arah yang lebih informal dan langsung. Konteks ini juga mempengaruhi terminologi, bahasa tubuh, dan ekspresi yang digunakan dalam berkomunikasi.

4. Kronologi

Merujuk pada perkembangan dan perubahan cara komunikasi yang terjadi seiring berjalannya waktu. Gaya komunikasi dapat berubah berdasarkan beberapa faktor tertentu, dipengaruhi oleh teknologi, budaya, norma sosial, dan peristiwa penting yang membentuk pola komunikasi. Misalnya, pada zaman dulu komunikasi lebih banyak dilakukan secara langsung atau melalui tulisan tangan. Akan tetapi, seiring perkembangan teknologi, gaya komunikasi beralih ke media digital seperti, media sosial dan email, yang cenderung lebih cepat dan kurang formal.

5. Bahasa

Jika seseorang berbicara dalam bahasa Korea Selatan, orang yang terbiasa berbicara menggunakan bahasa Korea Utara tidak dapat memahami sepenuhnya, dan hal ini akan menghalangi mereka untuk sepenuhnya berpartisipasi dalam diskusi dan mempengaruhi topik yang dibahas

6. Hubungan

Seberapa banyak seseorang tahu tentang masalah orang lain, dan seberapa banyak seseorang menyukai atau percaya pada hal yang sama dan sebaliknya. Hal itu, merupakan faktor yang mempengaruhi cara seseorang berkomunikasi. Selain hubungan tertentu berkembang dari waktu ke waktu yang sering mempengaruhi interaksi selanjutnya antara mitra relasional.

7. Kendala

Youtubers akan menghadapi berbagai tantangan dalam berkomunikasi. Misalnya, meniru gaya komunikasi yang sangat spesifik untuk menarik audiens yang lebih besar atau yang memiliki preferensi berbeda.

B. Sosial Media

Media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan orang berinteraksi secara langsung dengan audiens mereka. Sosial media juga merupakan kombinasi dan kemajuan komunikasi teknologi. Menurut Van Dijk dalam Nasrullah (2015). Platform yang memungkinkan orang berinteraksi secara sosial satu sama lain. Media sosial memiliki karakteristik tertentu yang membedakannya dari bentuk media lainnya. Beberapa karakteristik utama media sosial antara lain:

1. **Interaktivitas:** Media sosial memungkinkan orang berinteraksi secara langsung melalui pesan, komentar, atau metode komunikasi lainnya.
2. **Keterbukaan:** Platform media sosial cenderung terbuka dan memungkinkan akses yang lebih luas bagi pengguna untuk berkontribusi dan berbagi informasi tanpa batasan geografis atau sosial.
3. **Partisipasi Aktif:** Media sosial dirancang untuk mendorong pengguna untuk secara aktif berpartisipasi baik melalui pembuatan konten, berbagi, atau memberikan umpan balik terhadap konten yang dibuat orang lain.
4. **Komunitas dan Jaringan:** Media sosial memfasilitasi pembentukan komunitas online dan jaringan sosial, dimana individu dengan minat yang sama dapat berinteraksi dan berbicara satu sama lain.

C. Gaya Komunikasi Melalui Media Sosial

Gaya komunikasi melalui media sosial, khususnya di Youtube dan platform lain seperti Instagram dan Tiktok, memiliki berbagai karakteristik yang kuat dan efektif dalam membangun hubungan dengan audiens. Dapat dilihat dari konten youtube channel Korea Reomit ada beberapa point penting tentang gaya komunikasi yang Jang Hansol gunakan. Diantaranya yaitu:

1. Komunikasi yang personal dan dekat dengan audiens
2. Penggunaan bahasa sehari-hari yang santai dan relatable
3. Pendekatan visual dan emosional di media sosial
4. Penggunaan humor dan kelucuan

Dengan munculnya media sosial sebagai komponen penting dalam berkomunikasi, popularitas media digital di Indonesia meningkat, tumbuh platform seperti blog dan situs jaringan sosial seperti Instagram dan Twitter. Youtube merupakan salah satu contoh bagaimana sebagian besar masyarakat di era modern tidak dapat lepas dari media sosial. Dengan munculnya media sosial sebagai elemen penting dalam komunikasi, popularitas media digital di Indonesia meningkat dan semakin tumbuh. Platform seperti blog dan situs jaringan sosial seperti Instagram dan Twitter serta Youtube merupakan salah satu contoh bahwa sebagian besar masyarakat di era modern tidak dapat lepas dari media sosial. Ciri khas atau gaya yang dimiliki setiap orang dapat mempengaruhi cara mereka menyampaikan dan menerima informasi.

Media sosial membantu mencapai tujuan individu dan kelompok dengan menyampaikan informasi dari seseorang atau kelompok orang. Media sosial merupakan sebuah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi, karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium

(fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. Para seseorang berkomunikasi dengan orang lain akan memiliki kedalaman yang berbeda-beda, dan gaya komunikasi yang digunakan setiap orang pasti berbeda dan unik.

Kognitif dan sosial merupakan dua cara yang dapat digunakan untuk menunjukkan gaya komunikasi personal. Cara seseorang berkomunikasi dengan orang lain akan memiliki kedalaman yang berbeda-beda dan gaya komunikasi yang digunakan setiap orang pasti berbeda dan unik. Adanya media sosial mempengaruhi cara pengguna berkomunikasi setiap hari.

D. Budaya Dalam Media Sosial

Semua nilai, norma, kepercayaan, kebiasaan, bahasa, simbol, dan praktik yang dimiliki dan diwariskan oleh suatu masyarakat atau kelompok dari satu generasi ke generasi berikutnya yang disebut budaya. Setiap aspek kehidupan manusia termasuk komunikasi, pakaian, makan, merayakan peristiwa penting, dan menjalankan ritual atau upacara. Komunikasi seseorang atau kelompok sangat dipengaruhi oleh elemen budaya mereka. Konteks, moral, dan preferensi dalam berinteraksi merupakan beberapa aspek budaya yang mempengaruhi cara seseorang berkomunikasi.

Bahasa dianggap diwariskan secara genetis Bahasa juga termasuk bagian dari budaya yang tidak bisa dipisahkan dari diri manusia sehingga banyak orang cenderung menganggapnya diwariskan secara genetis. Menurut Deddy Mulyana dan Jalaluddin Rakhmat (2005:25) budaya didefinisikan sebagai keseluruhan cara hidup suatu masyarakat yang mencakup nilai-nilai, norma, adat istiadat, kebiasaan, artefak, bahasa, simbol, serta segala sesuatu yang dipelajari, dipraktikkan, dan diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Banyak aspek budaya yang ikut menentukan perilaku komunikatif dan unsur-unsur sosial budaya. Bahasa dianggap diwariskan secara genetis oleh banyak orang karena menjadi bagian integral

dari budaya manusia. Menurut Deddy Mulyana dan Jalaluddin Rakhmat (2005:25). Budaya merupakan keseluruhan cara hidup suatu masyarakat. Hal tersebut, mencakup semua hal yang dipelajari, dipraktikkan dan diwariskan dari suatu generasi ke generasi berikutnya, seperti nilai-nilai, norma, kebiasaan, artefak, bahasa, dan simbol. Perilaku komunikasi dan komponen sosial budaya dipengaruhi oleh banyak elemen budaya yang berbeda.

(Alo Liliweri, 2001:4) mendefinisikan kebudayaan sebagai semua ide, tindakan, dan hasil yang dibuat oleh manusia dalam kehidupan sosial yang dimiliki melalui belajar. Liliweri juga menyatakan bahwa kebudayaan terdiri dari tiga komponen utama yaitu:

1. Gagasan (Wujud Ideal): Dimana hal tersebut mencakup sistem nilai, kepercayaan, ideologi, norma, dan hukum yang dipegang oleh masyarakat.
2. Tindakan (Wujud Aktivitas): Dimana hal tersebut mencakup segala bentuk perilaku dan aktivitas manusia yang bersifat sosial dan berulang.
3. Hasil karya (Wujud Artefak): Dimana hal tersebut mencakup semua produk fisik yang diciptakan oleh manusia sebagai bagian dari aktivitas kebudayaan.

Berbicara tentang kebudayaan, Indonesia memiliki berbagai macam budaya karena menjadi negara kepulauan terbesar di dunia. Keanekaragaman budaya ini berasal dari 1.300 suku bangsa dan 17.000 pulau di seluruh Nusantara. Mereka menggunakan bahasa, adat istiadat, dan tradisi yang berbeda. Identitas suatu negara dapat ditingkatkan oleh keragaman yang luas. Keragaman yang luas dapat meningkatkan identitas suatu negara. Selain bahasa, keragaman budaya Indonesia ditunjukkan oleh beberapa elemen penting salah satunya arsitektur tradisional, yang sangat mencerminkan keragaman tersebut. Rumah-rumah joglo di Jawa dan rumah gadang di Minangkaba, bahkan digunakan sesuai dengan adat istiadat dan lingkungannya. Keanekaragaman budaya merupakan salah satu hal terbesar di Indonesia yang membuatnya unik di dunia.

Banyak kebudayaan Indonesia diakui oleh negara lain di era modern dan canggih ini. Hal ini terjadi karena Indonesia tidak memiliki kekuatan hukum yang kuat tentang budayanya, yang membuatnya mudah bagi negara lain untuk mengakui budaya asli Indonesia. Yang lebih memprihatinkan lagi yaitu bahwa banyak kesenian asli daerah yang dianggap sebagai representasi dari bangsa Indonesia. Sebagian besar warisan budaya yang ditinggalkan oleh nenek moyang sendiri telah hilang. Warisan budaya ini sangat penting untuk menghentikan keterpurukan Indonesia saat ini. (Winarno, 2009:25).

2.3 Teori Gaya Komunikasi

Studi ini menggunakan teori gaya komunikasi Kolb dan Griffith. Tiga dasar gaya komunikasi antara lain:

1. Gaya Pasif (*Passive Style*): komunikator dalam gaya komunikasi ini tidak mengatakan perasaan, ide, atau harapan mereka secara langsung.
2. Gaya Agresif (*Aggressive Style*): dalam gaya komunikasi ini, komunikator sering menyatakan pikiran dan keinginan mereka, tetapi sering mengabaikan hak dan perasaan orang lain.
3. Gaya Asertif/tegas (*Assertive Style*): gaya berkomunikasi ini adalah cara yang jelas dan penuh keyakinan untuk mengungkapkan pendapat, kebutuhan, dan keinginan seseorang tanpa melanggar hak orang lain.

2.4. Fokus Penelitian

Penelitian ini terfokus pada bagaimana gaya komunikasi Jang Hansol pada Youtube Channel Korea Reomit dalam membangun hubungan dengan para pengikut mereka melalui sebuah konten video.