

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era digital yang semakin modern seperti saat ini, platform media sosial sudah menjadi salah satu sarana komunikasi yang sangat populer dikalangan masyarakat. Yang sekarang ini sedang populer yaitu Youtube yang dimana para pengguna dapat membuat dan mengunggah konten video secara online. Diantara para konten kreator yang mendapatkan perhatian khusus adalah para Youtuber, termasuk Youtuber Korea. (Kurniati, 2022)

Youtube merupakan situs web yang sangat populer yang dimana pengguna dapat menonton, memahami dan berbagi klip video secara bebas. Youtubers merupakan seseorang yang dapat menggunakan youtube sebagai media online untuk berbagi video tentang dirinya sendiri, seperti film pendek, review, video klip lagu, daily vlog, dll. Sebagian besar, mereka disebut youtuber karena mereka menjadi sangat terkenal dan dapat menggunakannya sebagai media online untuk memperoleh uang terutama dari pengiklan seperti google AdSense. (Soelistyowati, 2018)

Menjadi seorang youtuber membuat seseorang mendapat wadah untuk berekspresi dan menunjukkan skill yang mereka miliki ke semua orang, siapapun tidak hanya untuk media-media raksasa saja. Oleh karena itu, seorang youtuber masih dianggap sebagai konten kreator yang menghasilkan karya menarik berupa video. Passion dan tujuan seseorang yang tersembunyi dan tidak tahu cara menyebarkannya kini dengan adanya youtube dapat disebarluaskan ke seluruh dunia. Misalnya, orang yang menyukai traveling dapat membuat video tentang tempat-tempat yang menarik yang pernah mereka kunjungi, selain itu para pecinta makanan dapat memberikan rekomendasi tentang makanan unik yang pernah mereka

coba dan berbagi pengetahuan dengan cara yang menyenangkan karena orang-orang di era modern lebih suka menonton video di youtube daripada membaca buku manual.

Dengan adanya youtube hal ini bisa menjadi peluang untuk mempromosikan usaha, dengan biaya yang murah memberikan dampak yang sangat menguntungkan. Meskipun setiap menitnya terdapat sekitar 100 jam video yang di unggah ke youtube, jumlah penonton di platform ini juga mencapai hampir 2.8 juta orang per menit. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak orang yang tertarik menonton youtube. Dalam beberapa tahun terakhir, menjadi seorang youtuber telah menjadi tren yang populer di kalangan generasi milenial. Tak sedikit pula para youtubers muda banyak yang menginspirasi generasi milenial di Indonesia, contohnya yaitu Jang Hansol dengan nama channel Korea Reomit pada tahun 2016 youtube channel tersebut dimulai dengan jumlah pemirsa yang relatif kecil dan tumbuh menjadi sekitar 2 juta subscriber pada tahun 2019 kini konten yang telah di buat khususnya membahas kebudayaan Jawa 455 post di channel youtubenanya. Jang Hansol adalah seorang youtuber asal Korea Selatan yang menjalankan channel korea reomit. Ia lahir pada tahun 1994 dan pindah ke Indonesia bersama keluarganya saat masih kecil. Hansol dibesarkan di Malang, Jawa Timur dan fasih berbahasa Indonesia dengan aksan Malang yang Khas.

Lewat channel youtubenanya ia membagikan cerita tentang budaya korea, pengalaman pribadinya dan berbagi isu terkini dalam bahasa Indonesia. Gaya komunikasinya yang unik dan kedekatannya dengan budaya Indonesia membuatnya populer di kalangan penonton Indonesia. Ia fasih berbahasa Jawa dan Indonesia. Setelah tinggal dan belajar di Malang, Jawa Timur, selama kurang lebih 14 tahun. Sebagian besar orang di wilayah Malang berbicara menggunakan dialek Surabaya, yang merupakan dialek bahasa Jawa. Jang Hansol sendiri menggunakan dialek Surabaya, dan dia menunjukkan ciri-cirinya, terutama dalam hal fonologi, morfologi, dan leksikal yang berasal dari penggunaan sehari-hari.. (Sari & Andriani, 2020)

Menurut Jang Hansol berbicara dengan bahasa Jawa itu tidak memalukan atau bukan hal yang jelek, justru ini adalah satu tali untuk memperkuat persatuan orang Jawa. Walaupun, beda keturunan, beda darahm beda kebangsaan, sesamanya orang yang bisa berbicara dengan bahasa Jawa akan lebih merekat dan bersatu, Jang Hansol berharap bahasa Jawa bisa menjadi media untuk menyatukan orang-orang yang bisa berbahasa Jawa. Jang Hansol yang mengulas tentang Indonesia khususnya kebudayaan Jawa 455 post di channel youtubnya (korea reomit). Channel youtube Jang Hansol mengulas tentang budaya Indonesia, budaya Korean, makanan, Men's Grooming. Detektif reomit, dan kegiatan sehari-hari. (Anggraini et al., 2021)

Manusia hidup membutuhkan interaksi dan untuk berinteraksi ke sesama makhluk hidup membutuhkan komunikasi agar pertukaran pesan bisa tersampaikan dengan baik. Interaksi seperti pengguna media sosial tidak akan terjadi tanpa komunikasi. Seperti youtubers bagaimana mereka bisa dikenal oleh banyak khalayak jika mereka tidak menggunakan komunikasi untuk memperkenalkan diri di media sosial, siapakah dirinya dan berusaha menunjukkan eksistensinya di media sosial. Komunikasi diperlukan untuk semua yang kita lakukan di dunia ini, kadang-kadang komunikasi terjadi hanya dengan menggunakan simbol atau tanda kepada orang lain. Susanne K. Langer (dalam Deddy Mulyana, 2016:92) menyatakan bahwa simbol merupakan alat utama yang digunakan manusia untuk berpikir dan berkomunikasi. Menurut Langer, simbol berbeda dari tanda karena simbol memiliki makna yang lebih luas dan kompleks, memungkinkan manusia untuk mengekspresikan ide, emosi, dan konsep abstrak. Dengan menggunakan simbol manusia dapat menyampaikan pengalaman subjektif dan interpretasi yang lebih dalam tentang realitas.

Pada dasarnya, orang menggunakan berbagai cara untuk berkomunikasi berdasarkan perasaan mereka, seperti senang, marah, sedih dan kecewa. Gaya komunikasi adalah cara seseorang atau kelompok berinteraksi dan menyampaikan pesan. Gaya komunikasi seseorang dapat

dilihat dari bagaimana dia menggunakan bahasanya. Ini termasuk bagaimana dia memilih kata, retorika dan bahasa tubuhnya, serta bagaimana dia menggunakan waktu, ruang, dan kata-kata.

Globalisasi mulai berdampak pada budaya Indonesia menjadi lebih modern. Budaya dari luar negeri mulai berdampak dan bersaing dengan budaya lokal, bahkan mulai mengubah budaya asli Indonesia. Istilah “Hallyu” atau “Korean Wave” yang digunakan untuk menggambarkan fenomena globalisasi budaya Korea Selatan, terutama melalui media seperti musik pop (K-Pop), drama televisi (K-Drama), film Korea, dan gaya hidup. Fenomena muncul di akhir tahun 1990-an dan awal 2000-an, dan popularitas drama televisi Korea di seluruh dunia. (Fazrian Noor Romadhon, 2019)

Jang Hansol seorang youtubers asli dari negara Korea Selatan ini sebaliknya dia sangat menyukai budaya di negara Indonesia yang sangat beragam serta mempelajari semua tentang Indonesia disaat banyak anak muda bangsa yang berkiblan di dunia K-Pop atau budaya Korea Selatan. Oleh karena itu peneliti bertujuan untuk meneliti gaya komunikasi Jang Hansol seorang youtubers Korea yang menggunakan logat medok khas Jawa Timuran dalam pembentukan karakteristik sehingga menjadi ciri khasnya dalam menyampaikan konten untuk menarik minat penonton. (Juwita Nuraini et al., 2022)

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dalam latar belakang yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Apa gaya komunikasi yang digunakan oleh Jang Hansol dalam menyampaikan konten di youtube channel Korea Reomit?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di sampaikan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menggambarkan gaya komunikasi yang digunakan oleh Jang Hansol dalam menyajikan konten di youtube channel Korea Reomit.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat dalam bidang komunikasi baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini nantinya dapat membantu para peneliti di bidang komunikasi, terutama dalam memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang gaya komunikasi youtuber Korea. Selain itu, diharapkan bahwa penelitian ini akan berkontribusi pada pengembangan pengetahuan tentang media sosial dan bagaimana hal itu mempengaruhi pembentukan hubungan antara pengikut dan konten kreator.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini nantinya dapat menjadi gambaran kepada para konten kreator bagaimana cara membangun hubungan yang baik antara pengikut dengan konten-konten yang telah dibuat.

3. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini nantinya dapat memperluas wawasan akademik dan mendukung perkembangan keilmuan di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Malang.

