

**PERILAKU KOMUNIKASI DAN IMITASI KOMUNITAS BLINK
TERHADAP EKSISTENSI BUDAYA LOKAL DI KOTA MAKASSAR**

OLEH:

AURELLIA ADDIE ZEEVA THERIADY

E021171502



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2021**

**PERILAKU KOMUNIKASI DAN IMITASI KOMUNITAS
BLINK TERHADAP EKSISTENSI BUDAYA LOKAL DI KOTA
MAKASSAR**

OLEH:

AURELLIA ADDIE ZEEVA THERIADY

*Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Departemen Ilmu Komunikasi*

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2021

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Perilaku Komunikasi Dan Imitasi Komunitas BLINK
Terhadap Eksistensi Budaya Lokal Di Kota Makassar

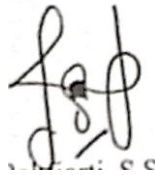
Nama Mahasiswa : Aurellia Addie Zeeva Theriady

NIM : E021171502

Makassar, 31 Mei 2021

Menyetujui,

Pembimbing I,



Dr. Tuti Bahfiarti, S.Sos., M.Si.
NIP 197306172006042001

Pembimbing II,



Dr. Kahar, M. Hum.
NIP 195910101985031005

Mengetahui,



HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

Telah diterima oleh Tim Evaluasi Skripsi Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan dalam Departemen Ilmu Komunikasi Konsentrasi Broadcasting Pada hari Kamis tanggal sepuluh bulan Juni tahun dua ribu dua puluh satu.

Makassar, 11 Juni 2021

TIM EVALUASI

Ketua : Dr. Tuti Bahfiarti, S.Sos., M.Si



(.....)

Sekretaris : St. Murniati Muhtar, S. Sos., M. I. Kom.




(.....)

Anggota : 1. Dr. Kahar, M. Hum.



(.....)

2. Andi Subhan Amir, S. Sos., M.Si.



(.....)

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aurellia Addie Zeeva Theriady
NIM : E021171502
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan Saya yang berjudul:

**“Perilaku Komunikasi Dan Imitasi Komunitas BLINK Terhadap Eksistensi
Budaya Lokal Di Kota Makassar”**

adalah karya tulisan Saya sendiri dan bukan merupakan pegambilalihan karya tulis orang lain dan skripsi yang Saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya Saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini adalah hasil karya orang lain, maka Saya bersedia untuk menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 11 Juni 2021

Yang menyatakan,



Aurellia Addie Zeeva Theriady

KATA PENGANTAR

Semoga kesejahteraan selalu ada pada Anda.

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa dan atas perlindungan Sang Tiratana sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Perilaku Komunikasi dan Imitasi Komunitas BLINK Terhadap Budaya Lokal di Kota Makassar. Skripsi ini merupakan tugas akhir untuk memperoleh gelar kesarjanaan Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar tanpa adanya pengorbanan, dukungan maupun bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-sebesarannya kepada:

1. Kedua orang tua penulis yaitu Bapak Herry Thedy dan Ibu Privily Thenata yang telah merawat, membimbing dan menyekolahkan penulis hingga saat ini. Terima kasih atas pengorbanan, dukungan, serta kasih sayang tanpa batas yang telah diberikan kepada penulis.
2. Pembimbing akademik penulis yaitu Ibu Dr. Tuti Bahfiarti, S.Sos., M.Si. yang telah membimbing penulis dari awal penentuan judul, proposal, penelitian, serta penyusunan skripsi. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas pengetahuan, masukan, saran, dan bimbingan Ibu sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

3. Bapak Dr. Kahar, M. Hum. selaku pembimbing II penulis. Terima kasih atas waktu, saran, masukan dan bantuan Bapak dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Dosen, staf maupun pegawai Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin yang telah membimbing, memberi saran, serta membantu penulis untuk mengurus berkas hingga selesai.
5. Adik penulis yang tercinta, Nanditama yang sering mengantar penulis ke kampus untuk bimbingan, mengurus berkas, proposal, dan lain-lain dari awal pengajuan judul hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga studinya juga dilancarkan hingga selesai.
6. Para informan serta admin Komunitas BLINK Makassar yang telah meluangkan waktu dan membantu penelitian penulis hingga skripsi ini dapat selesai.
7. Sahabat penulis yaitu Catherine dan Lana yang selalu mendukung, membantu, dan memotivasi penulis selama penyusunan skripsi ini. Semoga tugas akhirnya juga dilancarkan terus.
8. Gabstel, Fiorena, Adi, dan Affan sobat seperjuangan penulis dari awal kuliah. Terima kasih untuk suka duka dan kebersamaannya selama hampir 4 tahun ini.
9. Teman-teman dari Geng Dadakan. Terima kasih Yustin, Tina, Lili, dan Gadis yang telah menemani dan mendukung penulis hingga di titik ini. Semoga skripsinya juga bisa cepat terselesaikan.
10. Teman-teman CAPTURE 2017 yang sudah membantu dan mendukung penulis.

11. Seluruh anggota BLACKPINK yaitu Jisoo, Jennie, Rose, dan Lisa yang telah menjadi motivasi penulis untuk mengangkat penelitian ini. Terima kasih atas lagu-lagu populer dan karya-karya kalian yang selalu menemani dalam proses penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini secara langsung maupun tidak langsung. Penulis juga memohon maaf sebesar-besarnya apabila dalam proses penyusunan skripsi ini penulis pernah melakukan kesalahan. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi para pembaca maupun para peneliti selanjutnya. Sekian dan terima kasih.

Makassar, 29 Maret 2021

Penulis

ABSTRAK

AURELLIA ADDIE ZEEVA THERIADY. *Perilaku Komunikasi dan Imitasi Komunitas BLINK Terhadap Eksistensi Budaya Lokal di Kota Makassar (Dibimbing oleh Tuti Bahfiarti dan Kahar).*

Tujuan penelitian ini adalah: (1) Untuk mengkategorisasi perilaku komunikasi verbal dan nonverbal komunitas BLINK di Kota Makassar; (2) Untuk mengkategorisasi perilaku imitasi komunitas BLINK di Kota Makassar; (3) Untuk mengkategorisasi dampak dari budaya populer Korea terhadap budaya lokal.

Penelitian ini dilakukan di Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Informan ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive*. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi partisipan dan wawancara mendalam.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa terdapat perubahan pada perilaku komunikasi BLINK yang dilakukan secara verbal maupun nonverbal. Perubahan perilaku secara verbal antara lain mempelajari bahasa Korea, mulai mendengarkan lagu-lagu dari BLACKPINK, dan menonton semua acara-acara BLACKPINK. Perubahan perilaku secara nonverbal yang dilakukan antara lain yaitu mengikuti gaya berpakaian BLACKPINK, mengikuti tarian yang ditarikan oleh BLACKPINK, meniru cara foto, hingga meniru simbol-simbol yang digunakan oleh anggota BLACKPINK. Perilaku komunikasi nonverbal ini termasuk dalam jenis pesan kinesik dan artifaktual. Perilaku imitasi verbal terdiri dari mengikuti dan mendengarkan *playlist* lagu anggota BLACKPINK serta mengikuti cara bernyanyi dan berbicara anggota BLACKPINK. Perilaku imitasi nonverbal terdiri dari mengikuti tarian, cara berpakaian, warna rambut, serta cara foto. Perilaku imitasi verbal dan nonverbal ini terjadi secara langsung, tidak langsung, dan sekat laluan (dalam keadaan tertentu saja). Perilaku imitasi karena menyukai budaya populer tidak akan menghilangkan kecintaan terhadap budaya sendiri yang sudah ditanamkan sejak lahir. Eksistensi budaya lokal bisa terjaga dengan cara melestarikan budaya-budaya lokal.

Kata kunci: Budaya Populer, Perilaku Komunikasi, Imitasi, Eksistensi Budaya Lokal

ABSTRACT

AURELLIA ADDIE ZEEVA THERIADY. *Communication and Imitation Behaviours of the BLINK Community Towards the Existence of Local Culture in Makassar (Supervised by Tuti Bahfiarti dan Kahar).*

The aims of this research are: (1) To categorize the verbal and nonverbal communication behaviours of the BLINK community in Makassar; (2) To categorize the imitation behavior of the BLINK community in Makassar; (3) To categorize the impact of Korean popular culture on local culture.

This research was conducted in Makassar, South Sulawesi. This study utilized descriptive qualitative research method. Informants were determined using a purposive technique. Data collection was performed using participant observation and in-depth interviews methods.

The results of this study revealed that there were changes in BLINK's communication behaviours, both verbally and non-verbally. The changes in verbal behaviour included learning Korean, starting to listen to BLACKPINK's songs, and watching all BLACKPINK's programs. The changes in nonverbal behaviour included following BLACKPINK's fashion style and dances, imitating poses in photography and symbols used by BLACKPINK members. This nonverbal communication behavior was included in the type of kinesic and artifactual messages. The verbal imitation behaviour consisted of following and listening to BLACKPINK members' song playlists and following the way they sing and speak. The nonverbal imitation behaviour consisted of following the dances, fashion style, hair color, and poses in photography. This verbal and nonverbal imitation behaviours occurred directly, indirectly, and blocks passages (only in certain circumstances). The imitation behaviours caused by the preference to popular culture would not eliminate the love for local culture that has been introduced since birth. The existence of local culture can be maintained by preserving local cultures.

Keywords: Popular Culture, Communication Behavior, Imitation, The existence of Local Culture

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HASIL PENERIMAAN TIM EVALUASI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kerangka Konseptual.....	6
E. Definisi Operasional.....	13
F. Metode Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
A. Budaya Populer.....	19
B. Perilaku Komunikasi.....	22
C. Komunikasi Verbal.....	25

D. Komunikasi Nonverbal.....	26
E. Teori Imitasi.....	29
F. Teori Pembelajaran Sosial Bandura.....	31
G. Eksistensi Budaya Lokal.....	35
BAB III GAMBARAN OBJEK PENELITIAN.....	38
A. BLINK.....	38
B. BLINK Makassar.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Hasil Penelitian.....	42
B. Pembahasan.....	86
BAB V PENUTUP.....	93
A. Kesimpulan.....	93
B. Saran.....	94

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
4.1 Profil Informan.....	45
4.2 Perilaku Komunikasi Verbal.....	53
4.3 Perilaku Komunikasi Nonverbal.....	61
4.4 Imitasi Verbal.....	67
4.5 Imitasi Nonverbal.....	74
4.6 Eksistensi Budaya Lokal Tidak Terpengaruh Budaya Populer.....	84
4.7 Eksistensi Budaya Lokal Terpengaruh Budaya Populer.....	85

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
1.1 Kerangka Pemikiran.....	13
2.1 Konsep Determinisme Timbal Balik.....	33
3.1 BLINK.....	38
3.2 BLINK Makassar.....	41
4.1 Imitasi Nonverbal.....	73

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Globalisasi, pergaulan, dan sosial media sangat mempengaruhi kehidupan masyarakat di masa sekarang. Salah satu dampak dari globalisasi yakni perkembangan teknologi, perkembangan teknologi ini pun tampaknya semakin memudahkan kita dalam berbagai bidang terlebih dalam bidang telekomunikasi. Pesatnya kemajuan teknologi menyebabkan banyak perubahan yang terjadi dalam masyarakat. Perubahan itu terjadi sebagai akibat karena masyarakat mengalami proses perubahan dalam bermasyarakat.

Salah satu perubahan yang terjadi di masyarakat adalah kebudayaan. Kebudayaan merupakan konsep fundamental dalam disiplin ilmu antropologi. Kebudayaan meliputi pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, hukum, serta kapasitas dan perilaku lainnya yang diterima atau dipelajari oleh manusia yang adalah anggota masyarakat. Kebudayaan berkembang dan mengalami perubahan sesuai pola hidup masyarakat. Salah satu budaya yang tengah mempengaruhi berbagai negara adalah budaya populer Korea. Kebudayaan populer biasanya berkaitan dengan masalah keseharian yang dapat dinikmati oleh semua orang atau kalangan orang tertentu, seperti musik, film, fashion, dan lain-lain. Gelombang globalisasi ala Korea Selatan berkembang pesat hingga ke seluruh negara termasuk Indonesia melalui Industri hiburannya. Inilah yang dikenal sekarang sebagai *Korean Wave*. *Korean Wave* pada hakikatnya merupakan fenomena demam Korea

yang disebarakan melalui *Korean pop culture* ke seluruh penjuru dunia lewat media massa dan tersebar lewat jaringan internet dan televisi. Korean wave adalah istilah yang diberikan untuk tersebarnya budaya pop Korea secara global diseluruh dunia tidak terkecuali di Indonesia, yang secara singkat mengacu pada globalisasi budaya Korea Selatan. Hal ini dilihat dari banyaknya layar televisi, majalah, ataupun internet yang sedang berlomba-lomba menayangkan atau menginformasikan seputar berita-berita Korea.

Masuknya *Korean Wave* di Indonesia ini juga yang menyebabkan banyaknya penggemar di Indonesia sehingga terbentuklah komunitas K-Pop. Komunitas K-Pop terdiri dari beberapa macam, seperti komunitas penggemar, komunitas *dance cover* K-Pop, dan lain-lain. Di kota Makassar sendiri pun, terdapat beberapa komunitas K-Pop. Hal ini terlihat dari banyaknya acara seputar Korea seperti *dance cover* dan *sing cover* yang dilombakan beberapa tahun belakangan ini.

Komunitas K-Pop yang biasanya sering mengadakan *event* dan sering berkumpul bersama yaitu komunitas penggemar. Komunitas penggemar pun berdiri karena perkumpulan penggemar dari suatu tempat. Biasanya komunitas penggemar dijumpai di kota-kota besar. Makassar merupakan salah satu kota besar di Indonesia khususnya di Sulawesi. Tidak heran banyak komunitas penggemar yang berasal dari kota *daeng* ini. Komunitas penggemar sendiri pun terdiri dari berbagai macam tergantung artis yang digemari.

Kelompok *girlgrup* K-Pop yang cukup digemari saat ini yaitu BLACKPINK. Kelompok ini merupakan *girlgroup* asal Korea Selatan yang cukup

berprestasi dan sudah mendunia saat ini. Hal ini juga dikarenakan BLACKPINK merupakan grup K-pop perempuan pertama dan satu-satunya yang memasuki dan memuncaki tangga lagu Emerging Artists Billboard dan juga sudah melakukan kolaborasi dengan penyanyi papan atas seperti Dua Lipa, Lady Gaga, dan Selena Gomez. Selain itu, BLACKPINK juga banyak memenangkan penghargaan di acara musik.

Popularitas BLACKPINK yang semakin melejit menambah antusias penggemar K-Pop di berbagai belahan dunia. Penggemar K-Pop banyak yang mulai menggemari BLACKPINK. Penggemar BLACKPINK biasanya dipanggil dengan nama BLINK. BLINK sendiri merupakan singkatan dari Black dan Pink dari nama BLACKPINK. Di Makassar, para BLINK juga berkumpul dan membentuk suatu komunitas yang bernama komunitas BLINK Makassar. Komunitas ini dibentuk oleh para penggemar BLACKPINK di Kota Makassar.

Adanya para penggemar yang berkumpul bersama dalam suatu komunitas inilah yang menyebabkan terjadinya perilaku komunikasi. Salah satu bentuk perilaku komunikasi baik verbal maupun nonverbal yang biasa terjadi dalam suatu komunitas yaitu perilaku imitasi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online, Imitasi adalah tiruan atau bukan asli. Sedangkan mengimitasi adalah meniru. Perilaku imitasi adalah meniru perilaku dan tindakan orang lain dengan persis yang dilakukan orang lain. Perilaku imitasi atau meniru adalah salah satu pembelajaran yang dilakukan oleh masyarakat untuk dapat menyesuaikan tingkah lakunya sesuai dengan peran sosial yang telah dipelajarinya. Syarat dalam proses terjadinya imitasi adalah adanya minat dan perhatian yang cukup besar terhadap hal

yang akan ditiru, adanya sikap mengagumi, dan hal yang ditiru cenderung mempunyai penghargaan sosial yang tinggi. Pengimitasian ini dapat beralih pada hal positif dan juga negatif tergantung para penggemar dalam menyikapinya.

Imitasi yang terjadi pada para anggota komunitas K-Pop ini juga dapat berpengaruh pada kebiasaan dan kebudayaan lokal itu sendiri. Proses imitasi tersebut juga dapat berpengaruh pada sesama anggota atau orang-orang di sekitarnya. Ditambah dengan adanya perkembangan teknologi dan informasi, proses imitasi akan berjalan lebih mudah. Imitasi yang dilakukan anggota komunitas ini ditakutkan dapat menyebabkan hilangnya kesadaran masyarakat untuk mencintai kebudayaannya sendiri. Selain itu, pengimitasian juga bisa menyebabkan hilangnya nilai-nilai asli dari budaya lokal. Masyarakat dikhawatirkan malah melupakan budayanya karena proses imitasi yang terjadi. Hal inilah yang membuat penulis mengangkat penelitian yang berjudul **“Perilaku Komunikasi dan Imitasi Komunitas BLINK Terhadap Eksistensi Budaya Lokal di Kota Makassar”**.

Penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini adalah penelitian oleh Frulyndese K. Simbar (2016) dengan judul “Fenomena Konsumsi Budaya Korea Pada Anak Muda Di Kota Manado” yang menjelaskan faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya fenomena konsumsi budaya Korea.

Pada penelitian Yessi Paradina Sella “Analisa Perilaku Imitasi Dikalangan Remaja Setelah Menonton Tayangan Drama Seri Korea di Indosiar” mengungkapkan terjadinya perilaku meniru remaja. Penelitian oleh Firly Hakiki Marbun, Alia Azmi (2019) dengan judul “Perilaku Imitasi Komunitas Penggemar

K-Pop di Kota Padang” Universitas Negeri Padang menggambarkan perilaku imitasi di Kota Padang. Hasil penelitian tersebut mengungkap faktor terbentuknya komunitas K-pop di Kota Padang, dan bentuk imitasi yang dilakukan oleh anggota komunitas tersebut.

Perbedaan dengan penelitian ini yaitu dari tujuan penelitian yang berfokus pada perilaku komunikasi dan proses imitasi secara verbal maupun nonverbal yang dilakukan oleh anggota komunitas penggemar BLACKPINK atau BLINK di Kota Makassar.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana perilaku komunikasi verbal dan nonverbal komunitas BLINK di Kota Makassar?
2. Bagaimana imitasi komunitas BLINK di Kota Makassar?
3. Bagaimana eksistensi budaya lokal terhadap budaya populer di Kota Makassar?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengkategorisasi perilaku komunikasi verbal dan nonverbal komunitas BLINK di Kota Makassar.
2. Untuk mengkategorisasi imitasi komunitas BLINK di Kota Makassar.
3. Untuk mengkategorisasi eksistensi budaya lokal terhadap budaya populer di Kota Makassar.

D. Kerangka Konseptual

1. Perilaku Komunikasi

Menurut KBBI, perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Menurut Kwick, perilaku adalah tindakan atau perbuatan organisme yang dapat diamati dan bahkan dapat dipelajari (Notoatmodjo, 2003). Kata perilaku juga disepadankan dengan sebutan perbuatan (Sarwono, 2010:8). Menurut Woodworth dan Marquiz (dalam Sarwono, 2010:10) perilaku dibagi menjadi tiga bentuk aktivitas, yaitu aktivitas motorik, aktivitas kognitif, dan emosional.

Perilaku komunikasi merupakan tindakan yang dilakukan oleh manusia dalam berkomunikasi atau melakukan interaksi dengan sesamanya. Perilaku komunikasi secara umum didefinisikan sebagai suatu perilaku yang lahir dari tiga integrasi keterampilan yang dimiliki oleh setiap individu sebagai makhluk sosial. Ketiga keterampilan tersebut terdiri dari keterampilan linguistik, keterampilan interaksi, dan keterampilan budaya (Kuswarno, 2008:166). Berdasarkan pada pengertian mengenai perilaku komunikasi tersebut, dapat ditarik suatu pemahaman, bahwa perilaku komunikasi menuntut adanya suatu bentuk penguasaan dari beberapa keterampilan dan kompetensi, baik dalam bentuk keterampilan linguistik atau bahasa, keterampilan berinteraksi, dan keterampilan budaya dalam berperilaku dari seorang penutur (Purwoko, 2008:4).

Perilaku komunikasi terdiri dari dua variabel, yaitu variabel yang perilaku komunikasinya dapat diukur dan variabel yang perilaku komunikasinya tidak dapat diukur. Variabel yang dapat diukur adalah semua gejala yang timbul dan dapat

diamati. Sedangkan, variabel yang tidak dapat diamati, dapat diberi contoh seperti sikap, persepsi, kecerdasan, makna, dan kepribadian. Perilaku komunikasi yang tampak disebut juga *overt behavior* dan perilaku yang tidak tampak disebut *covert behavior*.

Dalam perilaku komunikasi, terdapat juga bentuk perilaku komunikasi verbal maupun nonverbal. Komunikasi verbal (*verbal communication*) adalah bentuk komunikasi yang disampaikan komunikator kepada komunikan dengan cara tertulis (*written*) atau lisan (*oral*) (Kusumawati, 2016). Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Bahasa dapat juga dianggap sebagai sistem kode verbal (Mulyana, 2005). Komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang pesannya dikemas dalam bentuk tanpa kata-kata. Bentuk komunikasi nonverbal sendiri di antaranya adalah, bahasa isyarat, ekspresi wajah, sandi, symbol-simbol, pakaian seragam, warna dan intonasi suara (Kusumawati, 2016).

2. Budaya Populer Korea

Kebudayaan merupakan konsep fundamental dalam disiplin ilmu antropologi. (Simbar, 2016) Kebudayaan mencakup keseluruhan sistem gagasan, tindakan dan hasil karya manusia dalam kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan belajar (Koentjaraningrat, 2009:144). Kebudayaan terus berubah dan menjadi gaya hidup masyarakat.

Budaya Populer atau yang biasa disebut dengan budaya pop adalah salah satu jenis budaya yang berkembang di masa kini. Budaya pop adalah budaya yang

berasal dari “rakyat”. Budaya pop adalah budaya otentik “rakyat”. Budaya pop seperti halnya budaya daerah merupakan budaya dari rakyat untuk rakyat. (Storey, 1993: 17-18) Budaya pop ini berkembang dan muncul dari hal-hal yang sedang populer di masyarakat. Menurut Hall dalam Storey (2015:3) budaya pop sebagai sebuah arena konsensus dan resistensi. Sedangkan Williams mendefinisikan budaya populer menjadi empat makna, makna yang pertama yaitu banyak disukai orang; kedua, merupakan jenis kerja rendahan; makna ketiga adalah karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang; dan makna yang terakhir yaitu budaya yang budayanya memang dibuat oleh orang untuk dirinya sendiri (Williams, 1983: 237)

Budaya populer terdiri dari berbagai jenis, salah satu budaya populer yang cukup diminati yaitu budaya populer Korea yang juga dikenal dengan sebutan *Korean Wave*, *Hallyu*, atau gelombang Korea. *Korean Wave* pada mulanya hanya berkembang dan digemari di Asia pada awal tahun 1990-an. Seiring dengan berjalannya waktu dan kecanggihan teknologi, sekarang *Korean Wave* sudah digemari bahkan diminati oleh masyarakat di berbagai penjuru dunia. *Korean Wave* adalah istilah yang diberikan untuk tersebarnya budaya Pop Korea secara global di seluruh dunia tidak terkecuali Indonesia, yang secara singkat mengacu pada globalisasi budaya Korea Selatan (Ulfianti, 2011:1) *Hallyu* atau *Korean Wave* pada hakikatnya merupakan fenomena gelombang budaya Korea Selatan yang disebarkan melalui *Korean Pop Culture* ke seluruh penjuru dunia lewat media massa, dan yang terbesar lewat jaringan internet serta televisi. (Valentina, 2013)

Korean Wave ini bisa berkembang karena disebabkan oleh industri hiburan Korea Selatan yaitu K-Pop dan K-Drama. K-Pop sendiri merupakan musik yang

cukup banyak digemari oleh masyarakat. Banyaknya penggemar K-Pop sangat mempengaruhi berkembangnya budaya populer Korea di berbagai negara. Sedangkan K-Drama, atau yang biasa disebut dengan serial drama televisi Korea juga cukup banyak diminati sehingga Korea Selatan gencar memperkenalkan budaya Korea dari serial televisi ini. Mulai dari bahasa, cara berpakaian, mode, bahkan produk-produk kecantikan atau kosmetik.

3. Komunikasi Verbal dan Nonverbal

Menurut Nurudin (2016:120), komunikasi verbal adalah bentuk komunikasi yang disampaikan pengirim pesan atau sumber kepada penerima pesan atau komunikan yang menggunakan kata-kata baik secara lisan maupun secara tulisan. Perilaku menulis, berbicara, maupun mendengarkan juga termasuk contoh komunikasi verbal. Proses komunikasi verbal tidak hanya bagaimana kita menggunakan bahasa dan berbicara dengan orang lain, namun juga bagaimana cara kita berpikir dan mengembangkan makna kata-kata yang kita gunakan. (Aprianti, 2017)

Selain komunikasi verbal, adapula yang disebut dengan komunikasi nonverbal. Komunikasi nonverbal adalah jenis komunikasi yang tidak menggunakan kata-kata. Menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Porter komunikasi nonverbal mencakup semua rangsangan kecuali (rangsangan verbal) dalam suatu *setting* komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima.

Duncan dalam Rakhmat (2007:289) menyebutkan bahwa ada enam jenis pesan nonverbal.

a. Kinesik atau gerakan tubuh

Merupakan pesan nonverbal yang menggunakan gerakan tubuh. Pesan kinesik ini terdiri dari pesan parsial, pesan gestural, dan pesan postural.

b. Paralinguistik atau suara

Pesan paralinguistik adalah pesan nonverbal yang berhubungan dengan cara mengucapkan pesan verbal yang terdiri dari nada, kualitas suara, dan volume suara.

c. Proksemik atau penggunaan ruang personal dan sosial

Merupakan penyampaian pesan melalui pengaturan jarak dan ruang.

d. Olfaksi atau penciuman

Merupakan proses penyampaian pesan yang termasuk pesan nonverbal nonvisual dan nonvokal.

e. Sensitivitas kulit

Pesan nonverbal seperti sentuhan maupun bebauan.

f. Faktor artifaktual

Merupakan proses penyampaian pesan yang diungkapkan melalui penampilan tubuh dan kosmetik.

4. Teori Imitasi

Imitasi dalam kehidupan sehari-hari biasa dikenal dan digunakan untuk barang tiruan. Namun, imitasi juga bisa dikenal dengan perilaku meniru. Perilaku

imitasi merupakan perilaku yang dihasilkan setelah melewati banyak proses dan biasanya berkiblat pada artis idola dan kebanyakan peniru itu adalah kaum remaja yang masih mencari jati diri dewasanya. (Lathifah, 2018) Imitasi juga suatu bentuk pembelajaran sosial yang membawa pada perkembangan tradisi dan pada akhirnya menjadi budaya individu. (Barida, 2016)

Imitasi melalui suatu proses hingga respon muncul berdasarkan model yang diimitasi. Proses imitasi terdiri dari 4 tahapan yaitu proses memperhatikan, proses mengingat, reproduksi motorik, serta proses reinforcement dan motivasional. (Bandura 1971: 6-8) Selain itu, terdapat 5 jenis-jenis imitasi atau peniruan yang dijelaskan oleh Albert Bandura dalam teori pembelajaran sosial, yaitu:

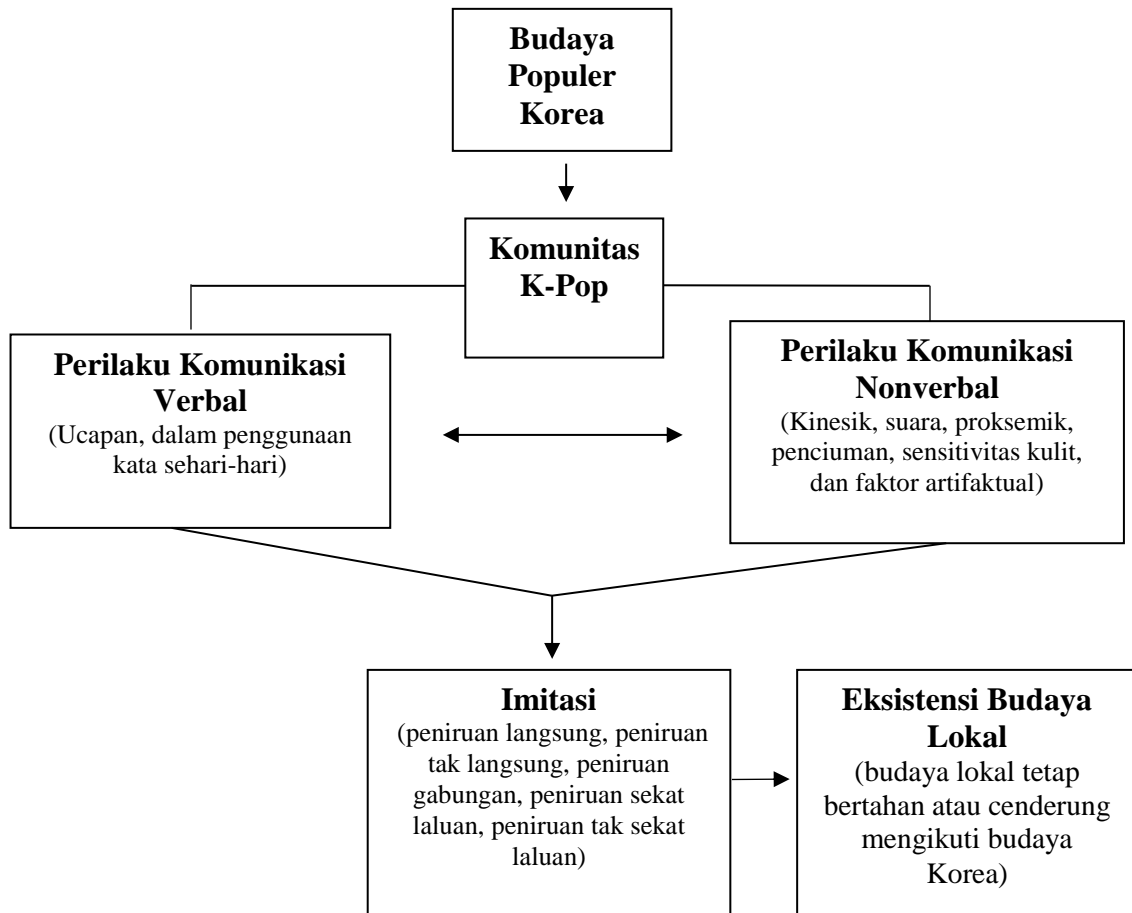
- a. Peniruan langsung: Pembelajaran langsung dikembangkan berdasarkan teori pembelajaran sosial dari Albert Bandura. Pembelajaran langsung adalah model pembelajaran yang dirancang untuk mengajarkan pengetahuan deklaratif dan pengetahuan prosedural yang diajarkan setahap demi setahap.
- b. Peniruan tak langsung: Peniruan jenis ini adalah melalui imajinasi atau pemerhatian secara tidak langsung.
- c. Peniruan gabungan: Peniruan jenis ini adalah dengan cara menggabung tingkah laku yang berlainan yaitu peniruan langsung dan tak langsung.
- d. Peniruan sekat laluan: Tingkah laku yang ditiru hanya disesuaikan dengan situasi tertentu saja.
- e. Peniruan tak sekat laluan: Tingkah laku yang ditiru boleh diperlihatkan dalam situasi apapun. contoh : seorang anak meniru gaya bahasa sopan dari orang tuanya.

Menurut Sarwono, imitasi dapat terjadi apabila seseorang menaruh minat dan kekaguman terhadap hal atau sesuatu yang akan diimitasi. Seseorang ini juga harus memberikan penghargaan sosial yang tinggi dan memiliki pengetahuan tentang sesuatu atau hal yang akan diimitasi tersebut. Dengan kemajuan teknologi, seseorang bisa mencari informasi terkait objek yang akan diimitasi dengan sangat mudah. Teori peniruanlah yang dapat menjelaskan mengapa media massa begitu berperan dalam menyebarkan mode-berpakaian, berbicara, atau berperilaku tertentu lainnya (Rakhmat, 2007: 216).

Menurut Gerungan (2004 : 68) perilaku imitasi dapat di lakukan dengan berbagai macam cara, antara lain :

- a. Gaya berbicara : Proses peniruan yang dilakukan karena memperhatikan orang yang dikagumi lewat gaya bicaranya.
- b. Gaya Berpakaian : Pada proses peniruan ini tidak hanya meliputi gaya berbicara, namun juga gaya berpakaian atau busana seseorang yang dikagumi lewat panca indera.
- c. Cara menyatakan diri : Cara menyatakan diri meliputi beberapa aspek seperti cara memberi salam, dan kebiasaan seperti yang dilakukan orang yang di idolakan.

Berdasarkan konsep-konsep di atas, adapun kerangka penelitian seperti berikut ini:



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

E. Definisi Operasional

Batasan-batasan istilah yang digunakan dalam penelitian dijelaskan dalam definisi operasional ini untuk menghindari terjadinya ambiguitas. Beberapa istilah tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Perilaku Komunikasi

Tindakan atau perilaku komunikasi yang dilakukan oleh anggota komunitas BLINK di Kota Makassar baik secara verbal maupun non verbal. Verbal yang

dimaksud adalah cara berbicara atau cara menggunakan bahasa dalam kegiatan sehari-hari maupun kegiatan dalam komunitas. Non verbal yang dimaksud adalah cara menggunakan simbol-simbol yang dilakukan dalam kegiatan sehari-hari maupun kegiatan dalam komunitas.

2. Imitasi

Perilaku meniru atau mengikuti hal-hal yang dilakukan oleh BLACKPINK dalam kegiatan sehari-hari maupun kegiatan dalam komunitas secara verbal maupun nonverbal.

3. Budaya Populer

Budaya yang populer di kalangan masyarakat masa kini yaitu budaya Korea atau K-Pop.

4. Komunitas BLINK

Komunitas penggemar BLACKPINK yang berdomisili di Kota Makassar.

5. Budaya Lokal

Budaya lokal adalah budaya yang sudah menjadi kebiasaan masyarakat Indonesia pada umumnya.

F. Metode Penelitian

1. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan pada bulan Februari hingga April 2021 di Kota Makassar. Penelitian ini dilakukan di Kota Makassar karena menurut Kemendagri 2018, Kota Makassar merupakan kota terbesar kelima di Indonesia dan merupakan kota terbesar di Kawasan Timur Indonesia. Dalam Katalog BPS,

Statistik Daerah Kota Makassar 2020, menuliskan bahwa komposisi penduduk Kota Makassar didominasi oleh penduduk usia muda. Hal ini menjadi alasan pemilihan Kota Makassar sebagai lokasi penelitian karena K-Pop biasanya digemari oleh para generasi muda. Penelitian ini akan dilakukan pada Komunitas BLINK Makassar karena merupakan salah satu komunitas penggemar K-Pop yang ada di Kota Makassar. Selain itu, komunitas ini merupakan komunitas penggemar dari *girlband* ternama BLACKPINK yang anggotanya berdomisili di Kota Makassar.

2. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, yang menjabarkan fakta secara sistematis dan akurat tentang bentuk-bentuk perilaku komunikasi verbal maupun nonverbal yang dilakukan oleh anggota komunitas BLINK Makassar. Penelitian ini dilakukan secara kualitatif agar hasil dari data yang didapatkan lebih intens sesuai dengan pengalaman pribadi para informan.

3. Teknik Penentuan Informan

Teknik penentuan informan menggunakan teknik purposive. Hal ini dikarenakan informan harus menguasai dan memahami hal yang berhubungan dengan penelitian. Informan terdiri dari 11 orang dan harus merupakan anggota dari komunitas BLINK Makassar. Selain itu, informan juga memiliki beberapa syarat yaitu sudah menjadi BLINK sebelum atau pada tahun 2019, berusia 18-29 tahun, pernah mengikuti kegiatan yang diadakan oleh komunitas BLINK Makassar, dan

memiliki salah satu *marchandise* (seperti poster, *photocard*, album, atau *lightstick*) dari BLACKPINK.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi Partisipan

Penulis melakukan observasi partisipan, yaitu observasi yang dilakukan dengan turun langsung dan ikut serta mendaftar menjadi anggota komunitas. Penulis akan ikut serta dalam kegiatan “The Show” yang merupakan kegiatan nonton bersama konser BLACKPINK yang akan diadakan oleh komunitas BLINK Makassar dan melihat secara langsung bentuk-bentuk perilaku komunikasi yang dilakukan dalam komunitas.

b. Wawancara mendalam

Penulis telah melakukan wawancara mendalam dengan para informan yang dianggap memenuhi kriteria dan dapat membantu dalam proses penelitian. Hal ini dilakukan untuk mengetahui lebih lanjut mengenai perilaku komunikasi dan imitasi secara verbal maupun nonverbal yang dilakukan oleh anggota komunitas BLINK Makassar dan dampaknya terhadap eksistensi budaya lokal di Kota Makassar. Wawancara mendalam dilakukan secara virtual melalui *google* formulir dengan pertanyaan-pertanyaan mengenai perilaku komunikasi, imitasi, dan dampak terhadap eksistensi budaya lokal yang dijawab oleh informan menggunakan jawaban panjang atau esai. *Google* formulir ini disebarluaskan secara langsung dan personal

kepada masing-masing informan menggunakan media percakapan daring yaitu *WhatsApp*.

5. Teknik Analisis Data

Data yang telah diperoleh dari hasil wawancara akan disusun secara sistematis secara induktif. Induktif artinya menganalisis dari hasil atau data yang diperoleh, lalu dibuat menjadi sebuah hipotesis. Menurut Miles dan Huberman (2014), analisis data dibagi menjadi tiga alur kegiatan. Ketiga alur tersebut antara lain yaitu; reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan simpulan.

a) Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data yang muncul dari catatan-catatan lapangan (Patilima, 2004). Reduksi data merupakan teknik analisis yang dilakukan dengan cara menggolongkan, mengarahkan, dan mengorganisasi data sehingga dapat ditarik kesimpulan dari data yang diperoleh.

b) Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data dapat dilakukan dalam berbagai bentuk seperti uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowcard* dan sejenisnya. Penyajian data diperlukan untuk memudahkan dalam memahami proses pengambilan data sehingga penulis tidak akan kewalahan dalam penarikan kesimpulan.

c) Penarikan Simpulan

Penarikan simpulan adalah penarikan intisari dari hasil penelitian yang dilakukan. Simpulan harus relevan dengan fokus penelitian, tujuan penelitian dan temuan penelitian. Simpulan harus menghasilkan suatu temuan baru berupa hipotesis atau teori yang ditemukan dari penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Budaya Populer

Budaya Populer terdiri dari dua kata yaitu “budaya” dan “populer”. Raymond William mendefinisikan budaya ke dalam tiga bagian. Pertama, budaya dapat digunakan untuk mengacu pada suatu proses umum perkembangan intelektual, spiritual, dan estetis. Kedua, budaya berarti pandangan hidup tertentu dari masyarakat, periode, atau kelompok tertentu. Ketiga, budaya bisa merujuk pada karya dan praktik-praktik intelektual, terutama aktivitas artistik (Williams, 1983:90). William juga mendefinisikan populer atau pop menjadi empat makna, yaitu banyak disukai orang; jenis kerja rendah; karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang; dan budaya yang memang dibuat oleh orang untuk dirinya sendiri (Williams, 1983:237).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online, budaya pop adalah budaya yang diproduksi secara komersial, massal, dan menjadi ikon budaya massa. Budaya pop adalah budaya yang disukai banyak orang, budaya massa yang komersial dan membodohi orang banyak (Budiman, 2000:8). Menurut Burhan Bungin (2009: 77-78), budaya massa memiliki beberapa karakter yaitu sebagai berikut:

1. Nontradisional, yaitu umumnya komunikasi massa berkaitan erat dengan budaya populer

2. Budaya massa juga bersifat merakyat, tersebar di basis massa sehingga tidak merucut di tingkat elite, namun apabila ada elite yang terlibat dalam proses ini maka itu bagian dari basis massa itu sendiri.
3. Budaya massa juga memproduksi budaya massa seperti *infotainment* adalah produk pemberitaan yang diperuntukan kepada massa secara meluas, karena dapat dinikmati oleh semua orang dan kalangan sebagai hiburan umum.
4. Budaya massa sangat berhubungan dengan budaya populer sebagai sumber budaya massa.
5. Budaya massa (terutama yang diproduksi oleh media massa) diproduksi dengan menggunakan biaya yang cukup besar, karena itu dana yang besar harus menghasilkan keuntungan untuk kontinuitas budaya massa itu sendiri, karena itu budaya massa diproduksi secara komersial agar tidak hanya menjadi jaminan keberlangsungan sebuah kegiatan budaya massa namun juga menghasilkan keuntungan bagi kapital yang diinvestasikan pada kegiatan tersebut.
6. Budaya massa juga diproduksi secara eksklusif menggunakan simbo-simbol kelas sehingga terkesan diperuntukan kepada masyarakat modern yang homogen, terbatas dan tertutup. Syarat utama dari eksklusifitas budaya massa ini adalah keterbukaan dan ketersediaan terlibat dalam perubahan budaya secara massal.

Istilah “budaya pop” (*cultural popular*) dalam bahasa Spanyol dan Portugis secara harafiah berarti “kebudayaan rakyat” (*de la gente, del pueblo; da*

gente, do povo) (Ibrahim, 2007). Salah satu budaya populer yang cukup diminati saat ini yaitu budaya populer Korea atau yang biasa disebut gelombang Korea atau *Korean Wave*. *Korean wave* adalah istilah yang diberikan untuk tersebarnya budaya pop Korea secara global diseluruh dunia tidak terkecuali di Indonesia, yang secara singkat mengacu pada globalisasi budaya Korea Selatan (Ulfianti, 2011: 1). Menurut Wikipedia, film Korea, bersama drama TV dan musik pop, merupakan produk utama *hallyu* yang dinikmati tidak hanya di dalam negeri, namun juga di berbagai negara. Gelombang Korea, melambangkan pertumbuhan pesat industri budaya Korea dan ekspornya produk budaya di Asia terutama sejak tahun 1997 (Jin dan Yoon, 2017).

Gelombang Korea (*Hallyu* dalam bahasa Korea) mulai berkembang sejak adanya drama televisi atau drama Korea yang populer di berbagai negara khususnya di Asia Timur. Sejak saat itu, industri budaya Korea mulai mengembangkan musik populer (K-Pop), animasi, dan permainan digital untuk merambah pasar global secara bertahap (Jin & Yoon, 2017). Dampak gelombang Korea tidak hanya meresap ke dalam budaya populer tetapi juga menjadi tolak ukur gaya hidup positif bagi banyak orang Asia (Ryoo, 2008). *Korean wave* digunakan untuk menciptakan citra dan profil Korea Selatan agar lebih dikenal oleh negara-negara yang disasar sebagai pasar produk-produk Korea Selatan (Suryani, 2014).

Kegandrungan akan musik K-Pop merupakan bagian yang tak terpisahkan dari Demam Korea (*Korean Wave*) di berbagai negara. Menurut Wikipedia, K-Pop atau *Korean Pop* (케이팝) merupakan jenis budaya populer yang berasal dari Korea Selatan. K-Pop dahulu hanya digemari dan disukai oleh masyarakat lokal Korea

saja, sekarang sudah menjadi genre musik global yang diproduksi dan diminati oleh orang Korea maupun orang-orang dari negara lain (Oh & Lee, 2013). K-Pop memiliki nilai produksi yang tinggi dan inovatif seperti koreografi yang mulus, pakaian yang modis, dan video musik yang apik (Park, 2013).

B. Perilaku Komunikasi

Perilaku manusia adalah semua kegiatan atau aktivitas manusia, baik yang dapat diamati langsung, maupun yang tidak dapat diamati oleh pihak luar (Notoatmodjo, 2003). Tingkah laku manusia juga dipengaruhi oleh kekuatan dari dirinya sendiri. Individu memiliki minat, *insight*, emosi, pikiran, dan motif yang mewarnai tindakannya. (Wardhani, 2005). Menurut KBBI, perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Kata perilaku juga disepadankan dengan sebutan perbuatan (Sarwono, 2010:8).

Perilaku atau tindakan tertentu muncul karena adanya faktor internal maupun faktor eksternal. Menurut Notoatmodjo (2003), Faktor internal mencakup pengetahuan, kecerdasan, persepsi, emosi, motivasi dan sebagainya yang berfungsi untuk mengolah rangsangan dari luar. Faktor eksternal meliputi lingkungan sekitar, baik fisik maupun nonfisik seperti iklim, manusia, sosial ekonomi, kebudayaan dan sebagainya. Kedua faktor ini menjadi sumber terjadinya perilaku.

Perilaku yang ditunjukkan individu tidak bisa muncul dengan sendirinya, tetapi muncul sebagai akibat dari adanya stimulus yang mengenai individu tersebut. Perilaku ini merupakan bentuk respon terhadap stimulus yang mengenainya

(Walgito, 1994). Dilihat dari bentuk respon terhadap stimulus, Skinner dalam (Notoatmodjo, 2003) membedakan perilaku menjadi dua jenis:

1. Perilaku tertutup (*covert Behavior*), yaitu respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk terselubung atau tertutup. Respon terhadap stimulus ini masih terbatas pada perhatian, persepsi, pengetahuan atau kesadaran, dan sikap yang terjadi pada orang yang menerima stimulus tersebut, dan belum dapat diamati secara jelas oleh orang lain.
2. Perilaku terbuka (*overt Behavior*), yaitu respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk tindakan nyata atau terbuka. Respon terhadap stimulus tersebut sudah jelas dalam bentuk tindakan atau praktik yang dengan mudah dapat diamati atau dilihat orang lain.

Perilaku komunikasi merupakan tindakan yang dilakukan oleh manusia dalam berkomunikasi atau melakukan interaksi dengan sesamanya. Berdasarkan pada pengertian mengenai perilaku komunikasi tersebut, dapat ditarik suatu pemahaman, bahwa perilaku komunikasi menuntut adanya suatu bentuk penguasaan dari beberapa keterampilan dan kompetensi, baik dalam bentuk keterampilan linguistik atau bahasa, keterampilan berinteraksi, dan keterampilan budaya dalam berperilaku dari seorang penutur (Purwoko, 2008:4). Nampaknya tingkah laku dan perilaku bisa dilihat dari interaksi manusia dengan sesamanya, terutama interaksi dalam kelompok. Bentuk tingkah laku yang tampak dari individu yang bergabung dalam kelompok menurut pengamatan Effendy (2009) antara lain:

1. Imitasi

Imitasi adalah bentuk tanggapan yang dipelajari atas hasil interaksi antara sesama anggota kelompok, media massa, serta pengaruh lingkungan. Imitasi tidak selalu bersifat positif, melainkan banyak tingkah laku yang tidak sesuai dengan norma-norma kebudayaan dan gaya hidup masyarakat sehingga dapat berpengaruh kepada kehidupan dan produktivitas kelompok. Contoh peristiwa yang dapat kita amati melalui perilaku meniru yang tampak dalam komunikasi antar pribadi lewat kata-kata dan istilah yang populer dalam kelompok sehingga mampu memengaruhi perbendaharaan kosakata tiap-tiap anggota kelompok. Sebaliknya adegan-adegan dalam film yang tidak sesuai dengan norma kebudayaan seperti perilaku agresi baik verbal maupun fisik akan memengaruhi pola interaksi komunikasi individu dalam kelompok.

2. Sugesti

Sugesti merupakan suatu kondisi yang diterima oleh seseorang dari orang lain yang mempunyai otoritas, prestise sosial yang tinggi atau ahli dalam lapangan kerja atau bidang tertentu, sehingga memengaruhi tingkah laku atau adat kebiasaan dari orang lain tanpa suatu pertimbangan. Itu artinya setiap orang yang bergabung dalam kelompok ada potensi untuk memiliki *role model* sebagai sosok yang ia hormati dan idolakan sehingga memengaruhinya dalam berinteraksi dengan sesama anggota kelompok yang lain.

3. Simpati

Simpati adalah bentuk ketertarikan perasaan seseorang dari orang lain. Perasaan simpati dapat muncul secara tiba-tiba atau lambat laun. Pada

prinsipnya, simpati timbul sebagai proses yang disadari berdasarkan penilaian perasaan, bukan atas dasar pemikiran yang logis dan rasional. Bentuk dorongan utama seseorang yang memiliki perasaan simpati adalah ingin mengerti dan ingin kerja sama dengan orang lain atau sebagai bentuk interaksi *mutual understanding* atau adanya pengertian bersama. Beberapa ragam bentuk simpati dalam kelompok antara lain terjadi antara sesama anggota kelompok dalam membentuk kesepahaman terhadap situasi yang dialami secara pribadi serta mampu menempatkan diri terhadap situasi pribadi yang dialami oleh anggota kelompok yang lain.

C. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan perangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas (Mulyana, 2005). Simbol-simbol komunikasi verbal biasanya adalah kata-kata, baik itu secara lisan maupun tulisan. Komunikasi verbal paling banyak dipakai dalam hubungan antar manusia, untuk mengungkapkan perasaan, emosi, pemikiran, gagasan, fakta, data, dan informasi serta menjelaskannya, saling bertukar perasaan dan pemikiran, saling berdebat, dan bertengkar.

Jenis-jenis perilaku komunikasi verbal yang biasa digunakan dalam kehidupan sehari-hari antara lain berbicara, menulis, mendengarkan dan membaca. Berbicara adalah komunikasi verbal vokal, sedangkan menulis adalah komunikasi verbal nonvokal. Mendengarkan melibatkan unsur mendengar, memperhatikan,

memahami dan mengingat. Membaca adalah satu cara untuk mendapatkan informasi dari sesuatu yang ditulis. Kata dan bahasa merupakan dua unsur penting yang harus ada dalam komunikasi verbal.

D. Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal adalah jenis komunikasi yang tidak menggunakan kata-kata atau tidak menggunakan bahasa secara langsung. Komunikasi nonverbal biasanya digunakan untuk memperkuat komunikasi verbal. Komunikasi nonverbal juga biasa disebut dengan komunikasi spontan. Karakteristik-karakteristik dari komunikasi nonverbal:

1. Komunikatif, yaitu perilaku yang disengaja/tidak disengaja untuk mengkomunikasikan sesuatu sehingga pesan yang ada bisa diterima secara sadar.
2. Kesamaan perilaku, yaitu kesamaan perilaku nonverbal antara 1 orang dengan orang lain. Secara umum bisa dilihat pada gerak tangan, cara duduk, berdiri, suara, pola bicara, kekerasan suara, cara diam.
3. Artifaktual, yaitu komunikasi nonverbal bisa juga dalam bentuk artefak seperti cara berpakaian, tata rias wajah, alat tulis, mobil, rumah, perabot rumah & cara menatanya, barang yang dipakai seperti jam tangan.
4. Kontektual, yaitu bahasa nonverbal terjadi dalam suatu konteks. membantu tentukan makna dari setiap perilaku non verbal. Misalnya, memukul meja saat pidato akan berbeda makna dengan memukul meja saat dengar berita kematian.

5. Paket, yaitu bahasa nonverbal merupakan sebuah paket dalam satu kesatuan. Paket nonverbal jika semua bagian tubuh bekerjasama untuk komunikasikan makna tertentu. Harus dilihat secara keseluruhan (paket) dari perilaku tersebut.
6. Dapat dipercaya, Pada umumnya kita cepat percaya perilaku non verbal. Verbal & non verbal haruslah konsisten. Ketidak konsistenan akan tampak pada bahasa nonverbal yang akan mudah diketahui orang lain. Misalnya seorang pembohong akan banyak melakukan gerakan-gerakan tidak disadari saat ia berbicara.
7. Dikendalikan oleh aturan, seperti tata krama dan adat istiadat. Misalnya: Mempelajari penyampaian simpati (kapan, dimana, alasan) atau menyentuh (kapan, situasi apa yang boleh atau tidak boleh).

Terdapat enam jenis pesan nonverbal menurut Duncan dalam Rakhmat (2007:289) yaitu:

a. Kinesik atau gerakan tubuh

Merupakan pesan nonverbal yang menggunakan gerakan tubuh. Kinesik adalah gerakan-gerakan tubuh atau badan berupa gerakan dari sebagian atau seluruh tubuh maupun benda-benda yang digerakkan pelaku komunikasi (Putri, 2018). Pesan kinesik ini terdiri dari pesan fasial, pesan gestural, dan pesan postural.

a) Pesan fasial

Pesan fasial merupakan pesan yang dilakukan melakukan air muka atau biasa juga disebut dengan ekspresi. Berbagai penelitian menunjukkan

bahwa wajah dapat menyampaikan paling sedikit sepuluh kelompok makna: kebahagiaan, rasa terkejut, ketakutan, kemarahan, kesedihan, kemuakan, pengecaman, minat, ketakjuban, dan tekad (Putri, 2018). Selain itu, kontak mata juga termasuk dalam pesan fasial.

b) Pesan gestural

Pesan gestural menunjukkan gerak sebagai anggota badan seperti mata dan tangan untuk mengomunikasikan berbagai makna (Prameswari & Rochmaniah, 2016). Menurut Galloway, pesan gestural digunakan untuk mengungkapkan beberapa hal, yaitu: mendorong atau membatasi, menyesuaikan atau mempertentangkan, responsif atau tidak responsif, perasaan positif atau negatif, memperhatikan atau tidak memperhatikan, melancarkan atau tidak reseptif, menyetujui atau menolak.

c) Pesan postural

Pesan postural berkaitan dengan postur tubuh saat mengungkapkan sesuatu.

b. Paralinguistik atau suara

Pesan paralinguistik adalah pesan nonverbal yang berhubungan dengan cara mengucapkan pesan verbal yang terdiri dari nada, kualitas suara, dan volume suara.

c. Proksemik atau penggunaan ruang personal dan sosial

Merupakan penyampaian pesan melalui pengaturan jarak dan ruang. Proksemik biasanya digunakan untuk mengatur keakraban kita dengan orang lain.

c. Olfaksi atau penciuman

Merupakan proses penyampaian pesan yang termasuk pesan nonverbal nonvisual dan nonvokal.

d. Sensitivitas kulit

Pesan nonverbal seperti sentuhan maupun bebauan. Sentuhan dengan emosi tertentu dapat mengomunikasikan: kasih sayang, takut, marah, bercanda, dan tanpa perhatian. Bau-bauan, terutama yang menyenangkan (wewenang) telah berabad-abad digunakan orang, juga untuk menyampaikan pesan, menandai wilayah mereka, mengidentifikasi keadaan emosional, pencitraan, dan menarik lawan jenis (Prameswari & Rochmaniah, 2016).

e. Faktor artifaktual

Merupakan proses penyampaian pesan yang diungkapkan melalui penampilan tubuh dan kosmetik. Hal ini termasuk penggunaan busana seperti pakaian atau aksesoris seperti kacamata, topi, tas, kalung, gelang, dan lain-lain.

E. Teori Imitasi

Imitasi adalah dorongan untuk meniru orang lain (Gerungan dalam Walgito, 2006:21). Menurut Davidoff, *imitation* atau imitasi disebut juga *modeling*, *observational learning*, atau *social learning* (Purawanta, 2012: 28). Perilaku imitasi merupakan perilaku yang dihasilkan setelah melewati banyak proses dan biasanya berkiblat pada artis idola dan kebanyakan peniru itu adalah kaum remaja yang masih mencari jati diri dewasanya (Lathifah, 2018). Pierce & Cheney (2004:

296) mendefinisikan imitasi bawaan atau spontan didasarkan pada evolusi dan seleksi natural atau karekteristik individu daripada pengalaman selama kehidupan individu.

Syarat utama terjadinya imitasi menurut Sarwono (2004: 40) yaitu harus menaruh minat terhadap sesuatu yang akan diimitasi. Imitasi tidak bisa berjalan apabila tidak ada minat pada objek yang akan diimitasi. Selain itu, individu juga harus mengagumi, memberikan penghargaan sosial yang tinggi, dan harus memiliki pengetahuan tentang pihak atau sesuatu yang akan diimitasi. Slamet (2009: 64) menyatakan bahwa terdapat beberapa faktor yang menyebabkan terjadinya perilaku imitasi, antara lain:

1. Adanya tokoh idola yang dijadikan sebagai model untuk ditiru
2. Keterpesonaan atau kekaguman akan tokoh yang di idolakan
3. Kepuasan untuk menjadikan diri seperti tokoh yang di idolakan.

Menurut Gerungan (2004: 68), proses imitasi dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti:

1. Gaya berbicara: Proses peniruan yang dilakukan karena memperhatikan orang yang dikagumi lewat gaya bicaranya.
2. Gaya Berpakaian: Pada proses peniruan ini tidak hanya meliputi gaya berbicara, namun juga gaya berpakaian atau busana seseorang yang dikagumi lewat panca indera.

3. Cara menyatakan diri: Cara menyatakan diri meliputi beberapa aspek seperti cara memberi salam, dan kebiasaan seperti yang dilakukan orang yang di idolakan.

F. Teori Pembelajaran Sosial Bandura

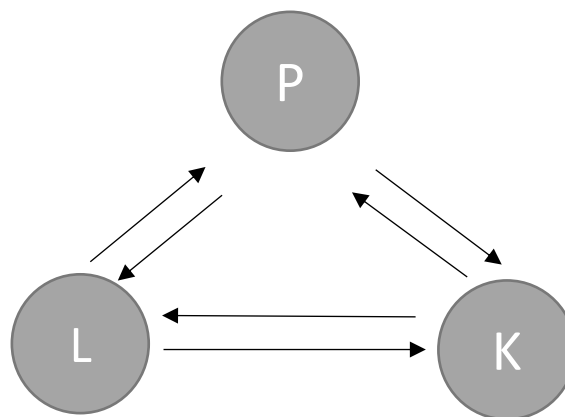
Teori pembelajaran sosial merupakan bagian dari teori belajar perilaku atau behavioristik. Teori ini dikembangkan oleh Albert Bandura (1986). Menurut Bandura, observasi memungkinkan seseorang untuk belajar tanpa mementingkan tingkah laku. Belajar melalui pemodelan adalah menambah atau mengurangi dari tingkah laku yang diobservasi dan menggeneralisasikan dari observasi yang satu ke observasi yang lain. Secara teoritis, Bandura membagi proses pembelajaran menjadi 4 bagian yaitu: (1) Pembelajaran yang berlangsung karena proses peniruan (*imitation*) atau permodelan (*modelling*). (2) Individu memiliki peran aktif dalam menentukan hal yang akan ditiru dari proses peniruan dan permodelan ini. (3) Proses peniruan dan permodelan merupakan jenis pembelajaran perilaku yang bisa dilakukan tanpa adanya pengalaman langsung. (4) Sering terjadi proses penguatan tidak langsung yang efektifitasnya hampir sama dengan penguatan langsung untuk menghasilkan peniruan pada proses peniruan atau permodelan. Penguatan tidak langsung pada individu menyumbangkan komponen kognitif tertentu (seperti kemampuan mengingat dan mengulang) pada pelaksanaan proses peniruan. (5) Terdapat mediasi internal dalam proses peniruan dan permodelan ini yang menjadi dasar pembelajaran dan perilaku dihasilkan.

Bandura yakin bahwa pembelajaran dengan mengamati jauh lebih efisien dari pada pembelajaran dengan mengalami langsung. Dengan mengamati orang lain, manusia mempelajari respons mana yang diikuti hukuman atau yang mana yang tidak mendapat penguatan. Dengan kata lain, pemodelan lebih pada mencocokkan tindakan-tindakan orang lain, dan secara simbolis mempresentasikan informasi dan menyimpannya untuk digunakan pada waktu yang akan datang (Bandura, 1986). Ada lima kemungkinan hasil dari *modeling* atau permodelan, yaitu:

1. Mengarahkan perhatian. Dengan melakukan permodelan melalui orang lain, kita bukan hanya belajar tentang berbagai tindakan, tetapi juga melihat berbagai objek terlibat dalam tindakan-tindakan tersebut.
2. Menyempurnakan perilaku yang sudah dipelajari. Permodelan menunjukkan perilaku mana yang sudah kita pelajari digunakan.
3. Memperkuat atau memperlemah hambatan. Permodelan perilaku dapat memperkuat atau memperlemah hambatan tergantung risiko yang dialami.
4. Mengajarkan perilaku baru. Dengan melakukan permodelan, kita bias saja menunjukkan perubahan maupun pembentukan perilaku-perilaku baru.
5. Membangkitkan Emosi. Orang dapat mengembangkan reaksi emosional terhadap situasi yang pernah dialami secara pribadi melalui permodelan atau *modelling*.

Permodelan atau *modelling* mencakup penambahan dan pencarian perilaku yang diamati, untuk kemudian melakukan generalisasi dari satu

pengamatan ke pengamatan lain. Permodelan bukan hanya proses meniru, karena melibatkan proses-proses kognitif sehingga terdapat penyesuaian diri dengan orang lain secara simbolis sebagai informasi untuk digunakan di masa depan. Manusia cenderung menyukai model yang memiliki status lebih tinggi daripada sebaliknya sehingga perilaku yang dimodelkan dapat menjadi efek bagi pengamatnya. Manusia juga memiliki kesadaran untuk memilih hal-hal apa saja yang bisa ditiru maupun yang tidak bisa ditiru dari model. Proses pembelajaran bukanlah merupakan proses sederhana di mana individu menerima suatu model dan kemudian meniru perilakunya, tetapi merupakan langkah yang jauh lebih kompleks di mana individu mendekati perilaku model melalui internalisasi atas gambaran yang ditampilkan oleh si model, kemudian diikuti dengan upaya menyesuaikan gambaran itu (Lesilolo, 2018). Hal ini sesuai dengan pola determinisme timbal balik atau *reciprocal determinism*. Pola ini menggambarkan tindakan manusia yang berasal dari interaksi tiga variable yaitu lingkungan, perilaku, dan kepribadian.



Gambar 2.1 Konsep Determinisme Timbal Balik

Proses mediasi (*meditational process*) atau pikiran yang mendahului imitasi ini terdiri dari 4 tahapan yaitu proses memperhatikan, proses mengingat, reproduksi motorik, dan motivasional.

1. Perhatian (*attention*). Seseorang tidak akan bisa menirukan kalau tidak memberikan perhatian kepada objek yang akan ditirunya.
2. Mengingat (*retention*). Subjek yang memperhatikan harus merekam peristiwa itu dalam sistem ingatannya. Seseorang harus mengingat-ingat apa yang akan ia tiru.
3. Reproduksi gerak (*reproduction*). Setelah mengetahui atau mempelajari sebuah tingkah laku, seseorang juga dapat menunjukkan kemampuannya atau menghasilkan apa yang disimpan dalam bentuk tingkah laku. Dengan kata lain, subjek tersebut mempraktekkan apa yang ia tiru dari objek yang ia tiru.
4. Motivasi (*motivation*). Motivasi juga penting karena merupakan penggerak individu untuk terus melakukan sesuatu. Subjek harus memiliki alasan untuk meniru perilaku yang telah dimodelkan.

Selain itu terdapat juga 5 jenis-jenis imitasi atau peniruan yang dijelaskan oleh Albert Bandura dalam teori pembelajaran sosial, yaitu:

1. Peniruan langsung: Pembelajaran langsung dikembangkan berdasarkan teori pembelajaran sosial dari Albert Bandura. Pembelajaran langsung adalah model pembelajaran yang dirancang untuk mengajarkan pengetahuan deklaratif dan pengetahuan prosedural yang diajarkan setahap demi setahap.

2. Peniruan tak langsung: Peniruan jenis ini adalah melalui imajinasi atau pemerhatian secara tidak langsung.
3. Peniruan gabungan: Peniruan jenis ini adalah dengan cara menggabung tingkah laku yang berlainan yaitu peniruan langsung dan tak langsung.
4. Peniruan sekat laluan: Tingkah laku yang ditiru hanya disesuaikan dengan situasi tertentu saja.
5. Peniruan tak sekat laluan: Tingkah laku yang ditiru boleh diperlihatkan dalam situasi apapun. contoh : seorang anak meniru gaya bahasa sopan dari orang tuanya.

G. Eksistensi Budaya Lokal

Eksistensi di artikan sebagai keberadaan. Di mana keberadaan yang di maksud adalah adanya pengaruh atas ada atau tidak adanya kita. Eksistensi ini perlu “diberikan” orang lain kepada kita, karena dengan adanya respon dari orang di sekeliling kita ini membuktikan bahwa keberadaan atau kita diakui (Sjafirah & Prasanti, 2016).

Budaya lokal adalah budaya meliputi kebiasaan dan nilai bersama yang dianut masyarakat tertentu. Budaya lokal yang hidup di tengah masyarakat biasanya lahir dari dorongan spritual masyarakat dan ritus-ritus lokal yang secara rohani dan material sangat penting bagi kehidupan sosial suatu lingkungan masyarakat desa (Setyaningrum, 2018). Budaya lokal adalah kekayaan dan juga identitas suatu bangsa (Arwansyah dkk, 2017).

Eksistensi budaya lokal adalah identitas atau keberadaan budaya lokal itu sendiri. Sebagai masyarakat, kita harus mempertahankan dan melestarikan budaya lokal agar eksistensinya tetap terjaga. Budaya lokal Indonesia terdiri dari berbagai ragam sesuai dengan daerahnya masing-masing. Indonesia memiliki wilayah yang luas, serta memiliki kekayaan budaya dan kearifan yang tersebar di seluruh pelosok tanah air di Indonesia. Perubahan kebudayaan yang berakibat pada perubahan pola pikir, gaya hidup, dan kebudayaan masyarakat yang berdampak pada perubahan kearifan lokal, terjadi pergeseran atau mulai ditinggalkannya kearifan lokal (Setyaningrum, 2018).

Budaya lokal memiliki beberapa fungsi penting antara lain:

1. Budaya lokal sebagai wadah titik temu anggota masyarakat dari berbagai latar belakang seperti status sosial, suku, agama, ideologi dan politik. Hal ini dapat dibuktikan dari berbagai upacara slametan yang terus berkembang di tengah deru modernisasi.
2. Budaya lokal seperti lembaga adat, tradisi dapat juga berfungsi sebagai norma-norma sosial yang memiliki pengaruh signifikan dalam mengatur sikap dan perilaku masyarakat.
3. Budaya lokal sebagai pengontrol sosial dari setiap anggota masyarakat. misalkan tradisi bersih desa bukan sekedar sebagai kegiatan yang bersifat gotong royong dan lingkungan tetapi juga memiliki makna bersih dosa setiap anggota masyarakat.

4. Budaya dapat berfungsi sebagai penjamin anggota pendukung budaya, sinoman dan sambutan misalnya memiliki nilai sosial ekonomis bagi anggotanya

Masuknya globalisasi menyebabkan kearifan dari budaya-budaya lokal Indonesia mulai berkurang. Kebudayaan asli bangsa Indonesia secara perlahan mengalami pergeseran nilai-nilai oleh masuknya arus globalisasi yang membuka peluang negara tanpa batas (Suparno, 2018). Kearifan lokal merupakan bagian dari kebudayaan yang bernilai tinggi, atau mengandung nilai-nilai yang luhur (Setyaningrum, 2018). Namun, substansi kebudayaan lokal Indonesia kini cenderung agak kurang dikenal oleh khalayak ramai, termasuk oleh generasi muda, hal ini terjadi dikarenakan masuknya budaya populer yang berkonotasi terkait sebagai bagian dari budaya global (Sedyawati 2007 : 6).

Masyarakat harus melestarikan dan tidak menghilangkan nilai-nilai budaya lokal. Pelestarian tidak akan dapat bertahan dan berkembang jika tidak didukung oleh masyarakat luas. Ketahanan Budaya diartikan sebagai kemampuan sebuah kebudayaan untuk mempertahankan jati dirinya, tidak dengan menolak semua unsur asing, melainkan dengan menyaring, memilih, dan jika perlu memodifikasi unsur-unsur budaya luar, sedemikian rupa sehingga tetap sesuai dengan karakter dan citra bangsa (Sedyawati, 2007). Pentingnya menanamkan kepada masyarakat terhadap kearifan lokal tidak hanya masalah fisik, akan tetapi juga nilai-nilai budaya luhur yang harus dilestarikan di dalam kehidupan masyarakat. Kesadaran masyarakat akan mengubah persepsi mereka terhadap kearifan lokal dan kesadaran terhadap keuntungan memiliki kearifan lokal (Setyaningrum, 2018).