PENGGUNAAN CAMPUR KODE DALAM BAHASA KOMUNIKASI PENGGEMAR *KOREAN DRAMA* (K-DRAMA)

(STUDI PADA AKUN X @kdrama_menfess)

SKRIPSI

Program Sarjana (S-1)

Program Studi Sosiologi



Disusun Oleh:

AGHINA RAGIL SUGESTA

2106026167

PROGRAM STUDI SOSIOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

2025

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : -

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

UIN Walisongo Semarang

di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengoreksi, dan memperbaiki sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa naskah skripsi saudara/i:

Nama : Aghina Ragil Sugesta

NIM : 2106026167

Jurusan : Sosiologi

Judul Skripsi : Fenomena Penggunaan Campur Kode Penggemar Korean Drama (K-Drama) (Studi Pada Akun X @kdrama_menfess)

Dengan ini telah saya setujui dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 21 Juli 2025

Pembimbing,

Wiwit Rahma Wati M.Pd

NIP. 199305242020122004

PENGESAHAN SKRIPSI

PENGGUNAAN CAMPUR KODE DALAM BAHASA KOMUNIKASI PENGGEMAR KOREAN DRAMA (K-DRAMA) (STUDI PADA AKUN X @KDRAMA_MENFESS)

Disusun Oleh:

Aghina Ragil Sugesta

(2106026167)

Telah dipertahankan di depan majelis penguji pada tanggal 11 Agustus 2025 dan dinyatakan **LULUS.**

Susunan Dewan Penguji

Ketua Sidang/Penguji	Sekretaris Sidang,
Wiwit Rahma Wati, M.Pd.	**Naili Ni'matul Illiyyun, M.A.**
NIP. 199305242020122004	NIP. 199101102018012003

Penguji Utama,

Prof. Dr. Misbah Zulfa Elizabeth, M.Hum.

NIP. 196201071999032001

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya pribadi saya sendiri yang dibuat secara jujur dan bertanggung jawab. Skripsi ini tidak mengandung karya yang telah diajukan oleh pihak manapun guna mendapatkan gelar sarjana di perguruan tinggi atau institusi pendidikan lain, kecuali pengetahuan dan informasi yang telah diperoleh melalui sumber-sumber yang sudah diterbitkan sebelumnya ataupun yang belum diterbitkan, yang semuanya telah dicantumkan sebagai referensi dan dijelaskan dalam isi dari tulisan serta daftar pustaka didalam ini.

Semarang, 10 Juli 2025



Aghina Ragil Sugesta

NIM. 2106026167

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur atas kehadirat Allah subhanahu wa taala, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul "**PENGGUNAAN CAMPUR KODE DALAM BAHASA KOMUNIKASI PENGGEMAR KOREAN DRAMA (K-DRAMA) (STUDI PADA AKUN X @kdrama_menfess)** hingga berjalan lancar dan sesuai dengan rencana dan tanpa kendala yang besar. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, yang merupakan suri tauladan bagi umat muslim. Adapun juga penyusunan kajian ini adalah sebagai syarat untuk menempuh gelar Sarjana Prodi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Pada proses penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa kajian ini jauh dari kata sempurna dan masih banyak hal yang harus diperbaiki karena keterbatasan dan kekurangan serta kemampuan yang dimiliki oleh penulis. Dengan begitu, adanya kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diperlukan guna memperbaiki skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nizar Ali, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis hingga dapat mengenyam pendidikan dan menyelesaikan studi di Fakutas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Prodi Sosiologi.
2. Bapak Prof. Dr. Imam Yahya, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan kesempatan dan dukungan untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Naili Ini'matul Illiyyun, M.A., selaku Kepala Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan kesempatan dan dukungan untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Endang Supriadi, M.A., selaku Sekretaris Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan kesempatan dan dukungan untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Wiwit Rahma Wati, M.Pd., selaku dosen pembimbing I skripsi ini yang telah memberikan dukungan dan membimbing dengan penuh kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak dan Ibu jajaran dosen dan segenap staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang, yang telah memberikan ilmunya serta membimbing penulis dalam proses belajar dan menyelesaikan kajian ini pada Program Studi Sarjana Sosiologi.
7. Bapak, yang telah lebih dulu pergi Alm. Sumarsono yang paling kurindukan, terimakasih atas segala pengorbanan, kasih sayang serta tanggung jawab atas kehidupan layak yang diberikan semasa bapak hidup. Terimakasih karena telah menjadi alasan penulis untuk tetap semangat untuk meraih gelar Sarjana. Walaupun berat harus melanjutkan kehidupan tanpa di dampingi oleh sosok bapak, rasa iri dan rindu yang seringkali muncul saat proses penulisan dilakukan. Semoga bapak bangga dengan usaha dan perjuangan ku dan bahagia di surganya Allah SWT, aamiin.
8. Pintu surgaku, ibu tercinta Gemar Kaban tidak ada kata yang sepenuhnya dapat menggambarkan rasa terima kasih dan rasa syukur ini. Namun, dengan penuh cinta dan ketulusan kuucapkan terimakasih atas segalanya, terimakasih telah melahirkan, merawat, dan membesarkan ku dengan penuh cinta, doa tulus yang selalu engkau panjatkan selepas sholat menyertai setiap pinjakan langkah kaki ini, terimakasih telah berjuang seorang diri sebagai ibu tunggal dalam mencari nafkah setelah kepergian suamimu, terimakasih telah mengorbankan banyak waktu, tenaga dan upaya, selalu berjuang untuk anak-anaknya menjadi tulang punggung keluarga. Kebanggaan luar biasa seorang penulis karena lahir dari wanita hebat yang selalu mendukung anaknya untuk mencapai cita-cita. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan ibu kesehatan, kebahagian, keberkahan dari segala sisi.
9. Kakak perempuanku Fitria Risci Sugesta dan Adik perempuanku Alemia Kitarina Sugesta walaupun terkadang sedikit menyebalkan terimakasih telah hadir di hidup penulis, dukungan dan doa secara tidak langsung diberikan, namun sangat berarti dan berkesan bagi penulis.
10. Keluarga Samandah Laki, Tigan, Tengah, Bapak Tengah, Uda, Bapak Uda, Mama Tua, Mami Tua, Mama Uda, Mami Uda, serta Abang dan Adik Sepupu dari penulis yang selalu memberikan dukungan dan doa dalam proses penulisan skripsi ini.
11. Sahabat semasa sekolah menengah pertama (SMP) penulis, Manyu terimakasih telah membersamai penulis selama lebih dari satu dekade menjadi tempat berkeluh kesah dan berbagi cerita tanpa pamrih.

12. Teman-teman seperjuangan yang telah menemani 4 tahun masa perkuliahan, Anggita Sofiyanti Ervinatarisa, Eni Faujiah Mailani, Tasya Kurnia, Syarifatul Aulia, Alfiani Anditarisa, Nova Riyanti, yang telah memberikan semangat.
13. Mahasiswa Sosiologi angkatan 2021 khususnya Sosiologi kelas E penulis ucapkan terimakasih karena menemani proses pembelajaran di kelas yang telah banyak memberikan banyak pengalaman.
14. Teman-teman KKN MIT Tahun 2024 Posko 124 Desa Gebanganom Wetan, Kecamatan Kangkung, Kabupaten Kendal. Terimakasih telah hadir dalam bagian dari memori penulis, meski singkat namun pertemuan yang direncanakan itu menjadi kesan dan cerita yang tidak akan terlupakan oleh penulis.
15. Terakhir dan tidak kalah penting, pada akun menfess @kdrama_menfess admin dan seluruh informan yang terlibat dalam proses penulisan skripsi ini, yang telah meluangkan waktu berharganya untuk menjadi bagian penting dari skripsi ini. Terimakasih sebesar-besarnya karna tanpa adanya informan skripsi ini tidak akan pernah tertulis dengan utuh.

Penulis mengucapkan terimakasih yang penuh ketulusan kepada seluruh pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung. Semoga segala bentuk kebaikan dan bantuan yang tersalur kepada penulis menjadi berkah dan ladang pahala bagi segala pihak dan dibalas berkali-kali lipat oleh Allah SWT. selain itu, penulis juga menyadari bahwa kajian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis memohon kritik dan saran yang dapat membangun dari pembaca guna perbaikan dari kajian ini.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Semarang, 17 Juli 2025

Aghina Ragil Sugesta

NIM. 2106026167

PERSEMBAHAN

Dengan mengucap syukur atas rahmat dan karunia Allah SWT. skripsi ini saya persembahkan kepada orang tersayang dan istimewa dalam hidup saya, kedua orang tua, Alm Bapak Sumarsono dan Ibu Gemar Kaban. Terimakasih telah senantiasa memberikan ridho dan selalu mendoakan setiap langkah kaki dari perjalanan saya menempuh cita-cita, terimakasih atas kepercayaan yang diberikan hingga saya dapat melakukan apa yang saya kehendaki. Semoga ibu dan bapak senantiasa diiringi kebahagiaan, kesehatan, dan keberkahan selalu.

Almameter Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

Semoga terus unggul dan menciptakan lulusan yang berkualitas

MOTTO

Kita menatap Tuhan dengan mata yang tertutup luka

sedang Tuhan menyambut kita dengan takdir yang terbuka.

(Syahid Muhammad)

Anyways, have a good friends around you have a good peers surround yourself

with good people cause you're a good person too.

(Mark Lee)

ABSTRAK

Peristiwa campur kode saat ini banyak dijumpai di media sosial, individu menghabiskan waktunya dengan *smartphone* seakan menjadi kebutuhan primer. Banyaknya pengguna di media sosial turut mempengaruhi pemilihan kata dan frasa yang digunakan, bahkan menciptakan bahasa baru. Keberadaan berbagai kode dalam media sosial membuat banyak orang merasa nyaman dan cenderung mengikuti penggunaan bahasa tersebut. Dalam penelitian ini, akun X @kdrama_menfess menjadi salah satu platform yang mewadahi anggotanya dalam praktik campur kode hingga akhirnya menjadi semakin menonjol. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bentuk-bentuk campur kode yang digunakan oleh penggemar *Korean drama* dan alasan penggunaan campur kode yang dilakukan oleh penggemar Korean drama dalam akun X @kdrama_menfess.

Jenis penelitian ini adalah digital dengan metode kualitatif dan pendekatan netnografi untuk mengetahui bentuk komunikasi dan interaksi yang digunakan dalam akun menfess @kdrama_menfess. Sumber data dalam penelitian ini, yaitu sumber data primer dari hasil wawancara pada admin serta penggemar K-Drama sebagai pengguna dan pengikut dengan jumlah 7 informan, observasi pada akun menfess @kdrama_menfess sedangkan sumber sekunder berasal dari media, buku, artikel jurnal, dan lainnya. Penelitian ini menggunakan teori interaksionisme simbolik George H. Mead untuk menganalisis bagaimana penggemar dalam akun @kdrama_menfess memproses pikiran (*mind*) melalui sebuah tindakan atau respon, memproses diri (*self*) melalui pengalaman dan aktivitas sosial, dan hubungan masyarakat (*society*) yang dilakukan individu dengan individu lain bersifat sosial yang membuat keterikatan makhluk hidup pada sebuah lingkungan atau situasi sosial dari sebuah interaksi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk-bentuk campur kode dalam akun @kdrama_menfess berdasarkan unsur serapannya yaitu, inner, outer, dan hybrid dikelompokkan berdasarkan tingkat kebahasaannya yaitu kata, frasa, dan klausa, pada penelitian ini, campur kode dihasilkan dari bahasa Korea-Indonesia dan Inggris-Indonesia. Dari penggunaan campur kode tersebut muncul alasan internal yaitu pengaruh kebiasaan dan paparan media juga kreativitas dan ekspresi perasaan yang terjadi oleh penggemar dalam akun @kdrama_menfess. Selain itu, alasan ekstenal yang mendukung penggunaan campur kode ada pada pengaruh lingkungan komunitas dan representasi budaya global yang didapat dari akun @kdrama_menfess.

Kata Kunci: Campur Kode, Bahasa Komunikasi, Penggemar, Drama Korea, Kdrama Menfess

ABSTRACT

Code mixing incidents are currently often found on social media, individuals spend their time with smartphones as if it is a primary need. The large number of users on social media also influences the choice of words and phrases used, and even creates new languages. The existence of various codes on social media makes many people feel comfortable and tend to follow the use of that language. In this research, the X account @kdrama_menfess became one of the platforms that accommodated its members in the practice of code mixing until it became increasingly prominent. The aim of this research is to find out the forms of code mixing used by Korean drama fans and the reasons for the use of code mixing by Korean drama fans in the X @kdrama_menfess account.

This research is a digital study employing qualitative methods and a netnographic approach to explore the forms of communication and interaction used in the @kdrama_menfess account. The primary data sources include interviews with the account administrator and K-Drama fans who are users and followers, totaling seven informants, as well as observations of the @kdrama_menfess account. Secondary data sources include media, books, journal articles, and others. This research uses George H. Mead's symbolic interactionism theory to analyze how fans on the @kdrama_menfess account process the mind through actions or responses, construct the self through social experiences and activities, and form society through interactions between individuals that create social bonds within specific environments or situations.

The research results show that the forms of code mixing in the @kdrama_menfess account are based on the absorption elements, namely, inner, outer, and hybrid, grouped based on language level, namely words, phrases, and clauses. In this study, code mixing was produced from Korean-Indonesian and English-Indonesian. From the use of code mixing, internal reasons emerge, namely the influence of habits and media exposure as well as creativity and expression of feelings that occur by fans on the @kdrama_menfess account. Apart from that, external reasons that support the use of code mixing are the influence of the community environment and global cultural representations obtained from the @kdrama_menfess account.

Keywords: Code-Mixing, Language of Communication, Fan, Korean Drama, Kdrama Menfess

DAFTAR ISI

NOTA PEMBIMBING ..... **ii**
PENGESAHAN SKRIPSI ..... **iii**
HALAMAN PERNYATAAN ..... **iii**
KATA PENGANTAR ..... **v**
PERSEMBAHAN ..... **viii**
MOTTO ..... **ix**
ABSTRAK ..... **x**
DAFTAR ISI ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
A. LATAR BELAKANG 1
B. RUMUSAN MASALAH 6
C. TUJUAN PENELITIAN 6
D. MANFAAT PENELITIAN 6
E. KAJIAN PUSTAKA 7
F. KERANGKA TEORI 13
G. METODE PENELITIAN 19
H. SISTEMATIKA PENULISAN 23
BAB II CAMPUR KODE, BAHASA KOMUNIKASI, PENGGEMAR, DRAMA, AKUN MENFESS X, DAN TEORI INTERAKSIONISME SIMBOLIK GEORGE H. MEAD **25**
A. Campur Kode dalam Bahasa Komunikasi 25
1. Campur Kode 25
2. Bahasa Komunikasi 28
B. Penggemar Drama Korea pada Akun Menfess X 29
1. Penggemar 29
2. Drama 31
3. Akun Menfess X 32
4. Penggunaan Bahasa Dalam Perspektif Islam 35
C. Teori Interaksionisme Simbolik George Herbert Mead 37
1. Konsep 37

2. Asumsi Dasar 40
3. Konsep Kunci 41
BAB III GAMBARAN UMUM AKUN X @KDRAMA_MENFESS 49
A. Media Sosial 49
1. Twitter (X) 50
2. Menfess 52
B. Profil Akun X @kdrama_menfess 53
1. Sejarah Akun Menfess @kdrama_menfess 55
2. *Rules* dan Tutorial Mengirim Menfess 58
3. Profil Informan 63
BAB IV BENTUK-BENTUK CAMPUR KODE YANG DIGUNAKAN OLEH PENGGEMAR K-DRAMA DALAM AKUN @KDRAMA_MENFESS 67
A. Campur kode ke dalam (*inner code mixing*) 67
1. Kata dalam Penyisipan Bahasa Daerah 68
2. Frasa dalam Penyisipan Bahasa Daerah 70
3. Klausa dalam Penyisipan Bahasa Daerah 73
B. Campur kode ke luar (*outer code mixing*) 79
1. Kata dalam Penyisipan Bahasa Asing 79
2. Frasa dalam Penyisipan Bahasa Asing 81
3. Klausa dalam Penyisipan Bahasa Asing 84
C. Campur kode campuran (*hybrid code mixing*) 94
1. Kata dalam Penyisipan Bahasa Daerah dan Asing 94
2. Frasa dalam Penyisipan Bahasa Daerah dan Asing 97
3. Klausa dalam Penyisipan Bahasa Daerah dan Asing 99
BAB V ALASAN PENGIKUT DAN PENGGUNA DALAM AKUN @KDRAMA_MENFESS MELAKUKAN CAMPUR KODE 103
A. Alasan Internal Penggunaan Campur Kode 103
1. Kebiasaan dan Paparan Media 104
2. Kreativitas dan Ekspresi Perasaan 110
B. Alasan Eksternal Penggunaan Campur Kode 116
1. Lingkungan Komunitas 117
2. Simbol Budaya Global 121

BAB VI PENUTUP 127
A. Kesimpulan 127
B. Saran 128
DAFTAR PUSTAKA 130
LAMPIRAN 137
DAFTAR RIWAYAT HIDUP 141

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Top 10 Most Popular Shows on Netflix in Indonesia 2
Gambar 2. Salah Satu Pertanyaan Pra-Riset 3
Gambar 3. Salah Satu Pertanyaan Pra-Riset 4
Gambar 4. Beberapa Tweet Campur Kode pada Postingan Akun X @kdrama_menfess 4
Gambar 5. Profil Akun @kdrama_menfess 54
Gambar 6. Kontak Akun @kdrama_menfess 57
Gambar 7. Tutorial Cara Mengirim Menfess pada Akun @kdrama_menfess 61
Gambar 8. Rekomendasi Drama Korea dan Informasi Aktor/Aktris 62
Gambar 9. Campur Kode yang digunakan Pengguna Akun @kdrama_menfess 62
Gambar 10. Kata Dalam Campur Kode Ke Dalam 69
Gambar 11. Frasa Dalam Campur Kode Ke Dalam 71
Gambar 12. Klausa Dalam Campur Kode Ke Dalam 73
Gambar 13. Kata Dalam Campur Kode Ke Luar 79
Gambar 14. Frasa dalam Campur Kode Ke Luar 82
Gambar 15. Klausa dalam Campur Kode Ke Luar 84
Gambar 16. Campur Kode Ke Luar 91
Gambar 17. Kata dalam Campur Kode Campuran 95
Gambar 18. Frasa dalam Campur Kode Campuran 97
Gambar 19. Campur Kode Campuran 98
Gambar 20. Klausa dalam Campur Kode Campuran 99
Gambar 21. Top 10 Most Popular Shows on Netflix in Indonesia 105
Gambar 22. Bentuk Kreativitas dan Ekspresi Campur Kode 111
Gambar 23. Representasi Budaya Global 122
Gambar 24. Wawancara Admin 137
Gambar 25. Wawancara Informan @pawfectfru 137
Gambar 26. Wawancara Informan @hasslingjoe125 138
Gambar 27. Wawancara Informan fitrahaslam_ 138
Gambar 28. Wawancara Informan @aiu_aii 139
Gambar 29. Wawancara Informan @lavandula211 139
Gambar 30. Wawancara Informan @andhikahesel 140

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Peristiwa campur kode saat ini banyak dijumpai di media sosial, individu menghabiskan waktunya dengan *smartphone* seakan menjadi kebutuhan primer. Banyaknya pengguna di media sosial turut mempengaruhi pemilihan kata dan frasa yang digunakan, bahkan menciptakan bahasa baru. Keberadaan berbagai kode dalam media sosial membuat banyak orang merasa nyaman dan cenderung mengikuti penggunaan bahasa tersebut. Campur kode merupakan perbuatan mencampurkan dua bahasa atau lebih dalam suatu komunikasi atau interaksi, dimana bahasa menjadi kode utama atau kode dasar yang digunakan dan memiliki fungsi tersendiri. Peristiwa ini sering kali berkaitan dengan karakteristik penutur, seperti latar belakang sosial, tingkat pendidikan, serta kesukaannya terhadap suatu hal (Damayanti, dkk, 2024).

Kajian mengenai penggunaan campur kode pada penelitian Rufaidah, dkk. (2023) menjelaskan fenomena campur kode ada karena terjadinya penyisipan atau percampuran berbagai satuan dalam bahasa yang berupa, imbuhan, kata, frasa, dan klausa. Peristiwa campur kode merupakan pemakaian dua bahasa atau lebih yang saling menyisipkan unsur bahasa dari masing-masing bahasa tersebut antara satu dengan yang lain. Penyisipan unsur kata, frasa, dan klausa dalam campur kode yang dilakukan dalam penelitian ini memperlihatkan bahwa individu terbiasa karena lingkungan serta pengaruh dari pengetahuan bahasa yang dimiliki. Peneliti dalam kajian ini juga menyimpulkan bahwa penggunaan campur kode muncul karena adanya rasa keinginan untuk terlihat akrab dan dekat dengan orang-orang disekelilingnya. Selain itu, penggunaan campur kode ini dipengaruhi oleh keterbatasan padanan kata dan frasa dalam bahasa Indonesia yaitu bahasa keseharian atau bahasa utamanya dalam komunikasi sehari-hari.

Bahasa tercipta karena bentuk yang baik, komunikatif, dan efektif guna memudahkan penggunanya dalam berinteraksi. Bahasa bersifat heterogen dan tidak tunggal, memiliki berbagai macam ragam. Adanya keragaman dalam bahasa, muncul karena pengelompokkan bermasyarakat dalam kehidupan (Rohmah & Sabardila, 2022). *Korean drama* menjadi bagian dari produk *Hallyu* yang sangat populer dikalangan

masyarakat bahkan belahan dunia termasuk Indonesia, bahasanya yang menonjol membuat penikmatnya membentuk identitas sosial dalam bahasa dan budaya. Hal ini dibuktikan dari beberapa platform seperti Netflix yang memperlihatkan Top 10 ranking dimana 4 diantaranya merupakan serial drama Korea.

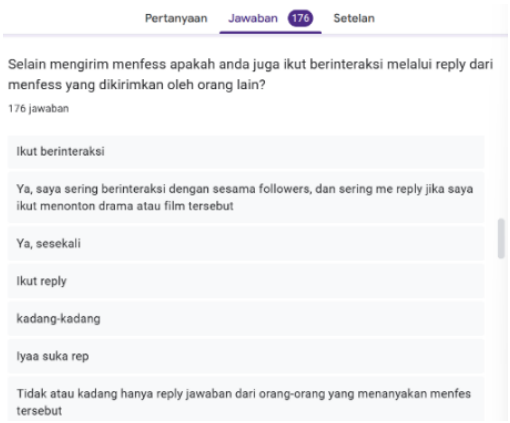
Gambar 1. Top 10 Most Popular Shows on Netflix in Indonesia



Sumber: *Netflix.com* April 2025

Campur kode (*code-mixing*) antara bahasa Indonesia-Korea mulai banyak sekali mereka gunakan dalam komunikasi sehari-hari khususnya di berbagai media sosial. Campur kode yang terjadi di media sosial merupakan bentuk campur kode tulis atau *written* dan terjadi pada situasi informal. Campur kode tulis (*written code-mixing*) seringkali terjadi karena penutur ingin mengekspresikan diri dengan lebih bebas, menunjukkan keakraban, atau mungkin karena kesulitan mencari pandanan kata dalam bahasa utama. Dalam Mustadi dkk (2021) disebutkan bahwa campur kode adalah sebuah penyisipan unsur-unsur bahasa asing ke dalam bahasa yang sering digunakan sebagai bahasa utama saat bertutur kata. Dalam penelitian lain juga menjelaskan terkait campur kode yaitu bentuk campuran dalam serpihan kata, frasa, atau klausa suatu bahasa ke bahasa lain (Windasari, dkk, 2020). Berkaitan dengan penelitian ini, peneliti melakukan pra-riset yang disebarkan pada pengikut dan pengguna akun X @kdrama_menfess hasilnya

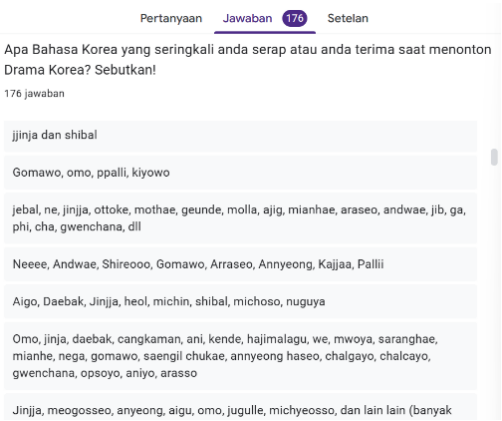
Gambar 2. Salah Satu Pertanyaan Pra-Riset



Sumber: Tangkapan Layar Form Pra-Riset April 2025

Hampir sebagian menjawab bahwa mereka sering melakukan interaksi dengan cara ikut berkomentar pada postingan-postingan yang diupload oleh akun X @kdrama_menfess yang dikirimkan oleh para penggemar *Korean Drama* itu sendiri. Interaksi biasanya terjadi saat para penggemar mencari informasi terkait drama Korea yang sedang mereka tonton atau yang sedang tren. Karena hal tersebut interaksi timbul dan memunculkan campur kode, hal tersebut lahir karena penyerapan bahasa yang dilakukan penggemar saat menonton *Korean drama.* Pra-riset yang telah dilakukan peneliti juga memperlihatkan hasil dari campur kode yang biasanya penggemar gunakan dalam interaksi di akun @kdrama_menfess. Beberapa contohnya yang seringkali digunakan, yaitu *daebak, hwaiting, aigo, heol, omo, jinjja, gwaenchana* dan lain sebagainya. Kata-kata tersebut tidak hanya sekedar ungkapan, melainkan bentuk dalam pengidentifikasian diri dengan budaya Korea dan kesukaan terhadap Korea drama yang ditonton.

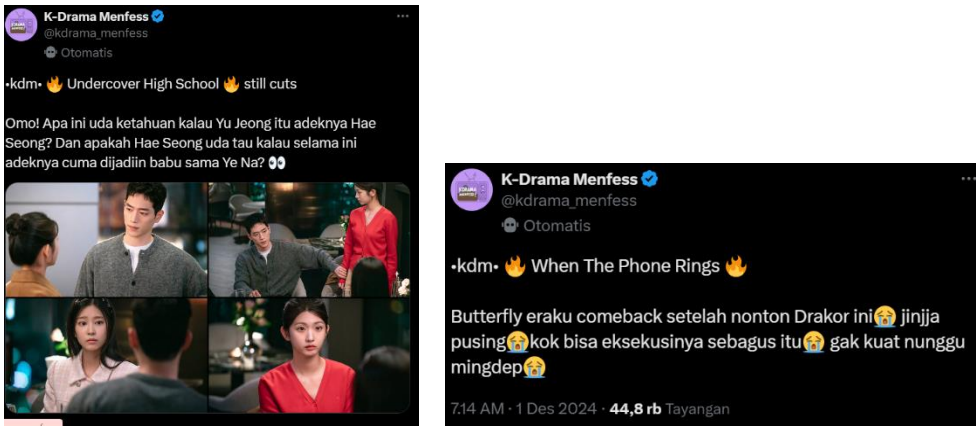
Gambar 3. Salah Satu Pertanyaan Pra-Riset



Sumber: Tangkapan Layar Form Pra-Riset April 2025

Penggunaan campur kode ini memperlihatkan terdapat perubahan dalam cara berkomunikasi di kalangan penggemar *Korean drama*, yang mulai mengintegrasikan bahasa Korea dalam percakapan sehari-hari. Budaya Korea memberikan pengaruh yang cukup besar pada sistem kebahasaan. Mulai dari interaksi di media sosial, percakapan antara teman, hingga dalam komunikasi *online* pada platform penggemar K-Drama, penggunaan campur kode ini semakin meluas dan meningkat secara popularitas. Kemudian akhirnya campur kode ini menjadi salah satu bentuk komunikasi diantara penggemar *Korean drama* itu sendiri sebagai bentuk keakraban dan kedekatan (Nibras, 2023). Hal inilah yang membangun bahasa sebagai sarana komunikasi menciptakan karakteristik dan identitas terhadap kelompok tertentu dalam masyarakat (Farhaeni & Martini, 2024).

Gambar 4. Beberapa Tweet Campur Kode pada Postingan Akun X @kdrama_menfess



Sumber: Tangkapan Layar X.com April 2025

Penelitian dalam hal ini, fokus pada penggunaan campur kode yang digunakan penggemar dalam mengirim menfess yang diunggah di akun @kdrama_menfess.

Peneliti memilih media sosial X karena fitur-fitur yang diberikan oleh X juga menjadi salah satu faktor peneliti memilih platform yang dimanfaatkan untuk penelitian. X menawarkan fitur seperti *trending topics* yang memudahkan penggunanya untuk melihat apa yang sedang ramai dibicarakan, selain itu ada juga *retweet*, dan *quote* yang membantu penyebaran informasi lebih cepat dan luas.

Akun @kdrama_menfess adalah akun *autobase* yang menyediakan layanan bagi para *followers*-nya untuk mengirim menfess dengan topik drama Korea. Hasil dari wawancara yang dilakukan peneliti dengan admin dari @kdrama_menfess menyebutkan akun *autobase* @kdrama_menfess ini dibuat pada bulan Juni 2018 dengan *followers* yang telah mencapai 1,2 juta. Akun ini dibuat berawal dari ketidaksengajaan *founder* karena ingin memiliki banyak teman untuk berdiskusi terkait seputar industri perfilman Korea. Adanya akun ini membuat para penggemar dapat berbagi pikirannya terkait drama Korea dan informasi mengenai hal-hal yang sedang ramai dibicarakan seputar perfilman Korea.

Aktivitas yang terjadi pada akun ini adalah para pengguna bebas mengirim menfess seputar K-Drama sesuai dengan *rules* yang telah ditentukan agar dapat terunggah sebagai sebuah *tweet*. Rules dan tata cara mengirim menfess yang diciptakan oleh admin ada dalam akun X @kdrama_menfess dan terunggah dalam *kdramamenfess.carrd.co* yang disematkan pada bio akun tersebut. Beberapa rules yang disebutkan diantaranya, tidak menyinggung kelompok tertentu, tidak mengirim menfess yang keluar dari topik K-Drama, memberikan spoiler terhadap suatu drama, menggunakan bahasa yang sopan tidak menggiring opini negatif, dan sebagainya. Kebanyakan menfess yang dikirimkan oleh *followers* merupakan rekomendasi, *review*, seputar hal yang berkaitan dengan K-Drama dan *followers* lain dapat mengutarakan pendapatnya di kolom *reply* atau komentar.

Oleh karena itu, peneliti ingin mengulik lebih dalam dengan melakukan penelitian dengan judul *"Fenomena Penggunaan Campur Kode Penggemar Korea Drama (Studi pada Akun X @kdrama_menfess)"*. Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan ini, mengenai penggunaan campur kode oleh penggemar *Korean drama* pada akun X @kdrama_menfess, peneliti tertarik dalam kajian sosiologi bahasa dalam masyarakat. Khususnya dalam pengaruh budaya asing terhadap campur kode, dan cara berkomunikasi masyarakat. Selain itu, penelitian ini sebagai elemen penting

dalam budaya dan berperan dalam membentuk hubungan sosial di era perkembangan teknologi dan globalisasi. Melalui penelitian ini diharapkan dapat menjawab rumusan masalah yang telah dibuat oleh peneliti.

B. RUMUSAN MASALAH

Mengacu dari latar belakang yang telah ditulis sebelumnya, maka penulis mencantumkan sejumlah rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini.

1. Apa bentuk-bentuk campur kode yang digunakan oleh penggemar *Korean drama* (K-Drama) dalam akun X @kdrama_menfess?
2. Mengapa penggemar Korean drama dalam akun X @kdrama_menfess melakukan campur kode?

C. TUJUAN PENELITIAN

Setelah tersusunnya rumusan masalah yang akan dikaji mengenai fenomena penggunaan campur kode oleh penggemar K-Drama dalam akun X @kdrama_menfess. Maka, berikut adalah tujuan penelitian berdasarkan rumusan diatas.

1. Mengetahui apa saja bentuk-bentuk campur kode yang digunakan oleh penggemar *Korean drama* (K-Drama) pada akun X @kdrama_menfess.
2. Mengetahui alasan penggunaan campur kode yang dilakukan oleh penggemar Korean drama dalam akun X @kdrama_menfess.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat praktis
    a. Bagi mahasiswa, peneliti berharap bahwa hasil penelitian ini dapat menjadi sarana pengetahuan yang bermanfaat terkait pada fenomena penggunaan campur kode oleh penggemar *Korean drama*.
    b. Bagi masyarakat, peneliti berharap bahwa hasil penelitian ini memberikan wawasan baru dan pengetahuan dari tema yang dibahas sehingga bisa dijadikan sebagai sumber informasi terkait pada fenomena penggunaan campur kode oleh penggemar *Korean drama*.
2. Manfaat teoritis

    Peneliti berharap bahwa hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai tambahan referensi juga rujukan dengan fokus penggunaan campur kode untuk memperkuat teori dalam penelitian sosiologis, khususnya pada penggemar *Korean drama* yang

ada di lingkungan masyarakat dan ruang-ruang publik lain, salah satu fokus pada akun X @kdrama_menfess.

E. KAJIAN PUSTAKA

Kajian pustaka dalam penelitian ini dibagi dalam tiga tema guna melihat bagaimana kaitannya penelitian terdahulu dengan penelitian ini mengenai, campur kode, penggemar *Korean drama*, dan akun menfess X.

1. Campur Kode

Penelitian tentang tema campur kode yang telah dilakukan oleh Azzura dan Hijrah (2024), Septianah dan Nursalim (2021), Nova, dkk (2024), Soleha dan Ginanjar (2023). Pada penelitian yang dilakukan oleh Azzura dan Hijrah (2024) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa fenomena campur kode yang dibawa oleh pengaruh budaya populer K-Pop banyak ditemui di media sosial. Faktor besar terjadinya campur kode ini terjadi karena globalisasi, media sosial, pengaruh idol K-Pop itu sendiri, konten (tren dan viralitas), dan atau faktor identitas serta ekspresi. Hasil dari penelitian ini memperlihatkan 12 data yang diambil terdapat campur kode berkaitan dengan K-Pop digunakan secara signifikan. Penggunaan campur kode ini merupakan sebagai refleksi dari identitas pribadi dan kolektif penggemar K-Pop melalui bahasa (Azzura & Hijrah, 2024).

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Septianah dan Nursalim (2021) menghasilkan cukup banyak data yang mana data tersebut membuktikan bahwa percakapan dalam komunitas pencinta drama Korea di Facebook menggunakan campur kode dalam interaksi. Data terkumpul dari wujud campur kode berupa kata, frasa, dan klausa. Hal ini memperlihatkan bahwa penggunaan campur kode di media sosial dalam komunitas *online* membentuk identitas individu melalui budaya, nilai, dan interaksi yang dilakukan dalam komunitas oleh para anggota (Septianah & Nursalim, 2020).

Penelitian lain dalam Nova, dkk (2024) munculnya campur kode di pengaruhi pada fitur-fitur linguistik dalam kebahasaan. Dalam penelitian, peneliti memilih tiga Youtuber asal Korea yang sering membuat konten dengan menggunakan campur kode dan ketiga juga fasih menguasai bahasa Indonesia. latar belakang tersebutlah yang membuat peneliti dalam penelitian ini memperoleh data mengenai campur kode. Identitas dari campur kode ini akhirnya terbentuk, konstruksi dalam penuturan kata serapan dan istilah populer memberikan rasa emosional yang

akhirnya berpengaruh juga kepada penonton. Hingga akhirnya penggunaan campur kode yang dilakukan oleh ketiga Youtuber mencerminkan identitas baru terhadap variasi bahasa Korea dan Indonesia (Nova, dkk, 2024).

Penelitian oleh Soleha dan Ginanjar (2023) memperoleh data bahwa sebanyak 34 penuturan dalam 2 video Youtube Korea Reomit mengandung campur kode. Campur kode dari kanal Youtube Korea Roemit terdiri dari campuran bahasa Indonesia, Korea, Inggris, dan bahasa Jawa. Hal tersebut dilatar belakangi pemilik kanal Youtube yaitu Jang Hansol yang berasal dari Korea Selatan. Namun, pernah tinggal dan mengenyam pendidikan hingga SMA di Indonesia tepatnya di Malang. Begitu pun bahasa Inggris ia dapatkan karena pernah melanjutkan pendidikan di Singapur. Hal ini yang menjadi salah satu faktor penyebab terjadinya campur kode yaitu penutur dan mitra tutur berkomunikasi dalam situasi santai yang dilakukan Jang Hansol dalam pembuatan konten di kanal Youtube-nya (Soleha & Ginanjar, 2023).

2. Bahasa Komunikasi

Tema kajian yang membahas mengenai bahasa komunikasi telah dibahas oleh Siregar (2023), Hasyim dan Soopar (2022), Setyawati (2014). Pada penelitian tersebut menyebutkan bahwa bahasa memegang peranan penting dalam kehidupan manusia karena bahasa merupakan alat komunikasi manusia dalam kehidupan sehari-hari. Demi menjamin kelancaran dalam transaksi perdagangan, selalu ada hal yang tidak dapat dipisahkan, yaitu pemahaman akan komunikasi bisnis yang baik. Seorang tenaga kerja dituntut untuk memiliki kemamuan berkomunikasi yang baik, dalam konteks ini adalah kemampuan berbahasa asing. Penelitian ini bertujuan menemukan bagaimana pebisnis dan karyawan memandang bahasa Inggris sebagai bahasa komunikasi untuk meningkatkan kesadaran komunikasi bisnis mereka. Penting bagi individu untuk mengembangkan kemampuan berbahasa Inggris guna menghadapi tuntutan komunikasi global yang semakin kompleks (Siregar U. D., 2023).

Kajian milik Hasyim dan Soopar (2022) menjelaskan bahwa media sosial telah mengambil ruang yang besar dalam kehidupan masyarakat, timbul kebimbangan mengenai impaknya terhadap bahasa komunikasi kita; terutamanya bahasa komunikasi para belia. Kajian ini merupakan satu usaha untuk menambahkan pemahaman bahasa komunikasi atas talian yang digunakan oleh belia di media

sosial. Bahasa komunikasi atas talian yang digunakan oleh pelajar universiti dalam suasana akademik di Facebook dan menentukan samada corak bahasa yang digunakan adalah berkesan dalam menyampaikan maklumat yang diperlukan. Dapatan kajian menunjukkan bahawa bahasa yang digunakan oleh para peserta di Facebook terdiri daripada campuran daripada penukaran kod, percampuran kod, kata-kata pengisi, emotikon, pengubahsuaian ejaan, perkataan bahasa asing dan bahasa pasar Bahasa Inggris.

Bahasa gaul berkembang seiring perkembangan zaman, dari masa ke masa mengalami perubahan. Kosakata bahasa gaul yang berkembang akhir-akhir ini sering tidak beraturan yaitu tidak ada rumusnya. Jejaring sosial merupakan media yang banyak digunakan para penutur bahasa untuk berkomunikasi jarak jauh melalui internet. Jejaring sosial yang banyak diminati oleh masyarakat, yaitu Facebook, Twitter, BBM, dan Whatsapp. Bahasa ini bersifat temporal dan rahasia, maka timbul kesan bahwa bahasa ini adalah bahasa rahasianya para pencoleng atau penjahat, padahal sebenarnya tidak demikian. Faktor kerahasiaan ini menyebabkan kosakata yang digunakan dalam bahasa gaul sering kali berubah (Setyawati, 2014).

3. Penggemar

Tema kajian yang membahas mengenai penggemar telah dibahas oleh Sa'diyah (2019), Wahidah, dkk (2020), Wardani dan Kusuma (2021). Pada penelitian tersebut menyebutkan bahwa penggemar merujuk pada suatu keadaan di mana seseorang menggemari sesuatu atau segala sesuatu yang meliputi budaya dan perilaku. Namun, tidak hanya itu aktifitas penggemar menciptakan gaya-gaya dan pilihan berpakaian, penggunaan musik, TV, majalah yang selektif dan aktif dan hiasan kamar mereka. Aktifitas penggemar juga bertransformasi pada penggunaan media dan internet atau yang sering disebut dengan *cyberfandom* dengan memproduksi sesuatu berupa pesan. Budaya penggemar di era digital mengalami pergeseran, dari yang sebelumnya dipenuhi dengan aktivitas di dunia nyata seperti penggunaan fashion ala idola, pembelian karya fisik idola, dan lainnya menjadi aktivitas yang terintegrasi melalui internet, yakni media sosial. Budaya penggemar juga menunjukkan bahwa penggemar tidak hanya berperan sebagai konsumsi teks media saja, melainkan juga produsen teks atau media melalui berbagai aktivitas partisipasinya di media sosial, yakni Twitter (Sa'diyah, 2019).

Penggemar mengikuti praktik trend untuk memenuhi hasrat agar terlihat mirip dengan idola atau artis kesukaannya. Trend kecantikan yang dikaji dalam penelitian ini memperlihatkan dampak dan memunculkan motivasi baru bagi penggemar yang kahirnya mendorong terbentuknya perilaku komsumtif. Pola konsumsi juga sermakin diperkuat karena penggemar merupakan sosok yang selalu memiliki hasrat untuk meniru sosok idolanya. Penggemar Korea di Indonesia sebagai bagian masyarakat modern saat ini lebih mengutamakan konsumsi tanpa esensi yang jelas. Rasa antusiasme yang tinggi menggeser manfaat, fungsi dari produk tersebut, bahkan konsumsi hanya pemenuh hasrat dan prestige mereka sebagai penggemar. Hal ini yang menyebabkan Pergeseran pola konsumsi dari trend kecantikan Korea di kalangan penggemar yaitu hasil dari konsumsi media yakni Korean Wave secara berulang (Wahidah, dkk, 2020).

Kajian yang dilakukan oleh Wardani dan Kusuma (2021) menyebutkan bahwa media sosial sebagai jembatan bagi penggemar untuk mendapatkan informasi mengenai idolanya. Salah satunya melalui media sosial yang cukup populer di kalangan penggemar yaitu, Twitter. Penggemar di media sosial Twitter menggunakan fasilitas untuk mencari dan berbagi informasi mengenai idolanya atau menjalin pertemanan dengan penggemar lain. dalam penelitian ini penggemar BTS mengarah kepada interaksi parasosial. Dalam melakukan kegiatan pengidolaan, seorang penggemar bahkan berinteraksi berlebihan dan mengacu pada fanatisme, tidak hanya menonton dan mencari informasi mengenai idolanya secara konsisten tapi bisa saja mengarah pada tindakan fisik dan psikologis seperti keinginan untuk bertemu, berfoto bersama, memeluk, mencium, atau menggigit idolanya (Wardani & Kusuma, 2021).

4. Drama Korea

Penelitian mengenai drama Korea yang dilakukan oleh Prasanti dan Dewi (2020), Riana dan Kholil (2024), Widana dan Hermanu (2021). Pada penelitian tersebut menyebutkan bahwa drama Korea merupakan salah satu hasil dari kebudayaan hallyu yang paling digemari oleh banyak masyarakat di dunia. Drama adalah karya sastra yang dirancang untuk dipentaskan dipanggung oleh para aktor dan aktris. Drama Korea sendiri merupakan budaya kesenian yang mengacu kepada drama televisi di Korea dalam sebuah format miniseri dan mengangkat kisah-kisah kehidupan manusia yang disajikan menggunakan bahasa korea sebagai bahasa

pengantarnya. Perkembangan teknologi yang menyebabkan kemajuan terhadap penyebaran drama Korea ke masyarakat di dunia. Banyak dari drama Korea yang menjadi populer di seluruh Asia dan telah memberi kontribusi pada fenomena umum dari gelombang Korea, juga demam drama di beberapa negara lain (Prasanti & Dewi, 2020).

Drama Korea telah menjadi salah satu budaya yang mendunia, menarik minat penonton dari berbagai belahan dunia. Tak hanya sekedar hiburan semata, drama Korea sering kali menjadi jendela bagi penonton internasional untuk memahami dan mengapresiasi budaya Korea. Dalam penelitian ini akun @kdrama_menfess menjadi objek penelitiannya, meruapakan sebuah autobase yang khusus menangani topik-topik terkait drama Korea, film, aktor dan aktris serta program televisi Korea lainnya. Hal inilah yang membuat para penggemar secara tidak langsung membentuk sebuah komunitas, bermula dari memiliki kesenangan yang serupa. Hasil diskusi yang terlihat dalam komentar di menfess tersebut terlihat bahwa penggemar K-Drama menunjukkan minatnya untuk mulai belajar lebih banyak tentang budaya Korea (Riana & Kholil, 2024).

Produk budaya Korea Selatan dipromosikan, didistribusikan, dan dikonsumsi melalui *new* media oleh seluruh industri hiburan dan para penggemarnya. Dalam hal ini, Dramafever adalah salah satu situs yang memungkinkan pemirsa untuk dapat menonton drama Korea secara gratis dan juga pemirsa dapat menulis ulasan dan menilai drama favorit mereka di situs (Web) tersebut. Drama Korea memiliki berbagai macam genre dan dengan beragamnya genre tersebut dapat memberikan banyak dampak, salah satunya adalah dampak positif yaitu *learning* dan *sociability* yaitu memiliki pengetahuan baru, cara mencari teman dan pekerjaan yang diperlihatkan dalam drama Korea, memahami bahasa Korea, dan memiliki motivasi untuk mendapat pendidikan yang bagus (Widana & Hermanu, 2021).

5. Akun Menfess X

Penelitian mengenai akun menfess X yang dilakukan oleh Febryani dan Maulitaya (2023), Silviana, dkk (2022), Amalia (2023). Pada penelitian yang dilakukan oleh Febryani dan Maulitaya (2023) menyebutkan bahwa akun menfess merupakan *autobase* yang mengirim pesan langsung melalui fitur *Direct Messege* yang hanya dapat dilakukan oleh para pengikut yang telah ter-*follback* oleh akun @collegemenfess dengan format yang telah ditentukan. Menurut peneliti akun menfess @collegemenfess sengaja dibuat untuk para mahasiswa agar dapat lebih

leluasa dalam menuangkan segala hal dengan bersifat anonim. Fenomena curhat anonim dalam penelitian ini banyak terjadi pada akun-akun menfess X dengan adanya unsur kesengajaan. Para pengirim menfess menjadikan akun @collegemenfess sebagai tempat curhat yang aman dan nyaman karena status anonim tersebut. (Febryani & Maulitaya, 2023).

Akun @areajulid merupakan salah satu dari banyaknya akun *autobase* di media sosial X. Akun ini bertujuan untuk menyampaikan perasaan dan pemikiran para pengikutnya dengan kebebasan pendapat dan kritik yang dipublikasikan secara otomatis. Pada penelitian ini peneliti menyoroti proses komunikasi yang bergantung pada konten virtual dan pola interaksi terlihat dari kolom komentar di akun @areajulid. Peneliti menyimpulkan bahwa pola interaksi dalam akun @areajulid merupakan disosiatif yaitu berupa pertentangan dan konflik sosial yang terjadi. Hal tersebut terjadi karena adanya perbedaan pendapat antara individu satu dengan yang lain atau individu dengan kelompok. Sehingga terjadi pertikaian yang mana masih mempertahankan suara pribadi mereka melalui kolom komentar pada akun X @areajulid (Silviana, dkk, 2022).

Komunikasi virtual dan lahirnya sistem BOT yang digunakan sebagai perantara komunikasi dan interaksi dalam akun menfess @caratstalk. Pada penelitian ini peneliti menjelaskan mengenai fenomena komunikasi virtual dalam akun *autobase* X @caratstalk, akun ini berperan sebagai media pertukaran informasi bagi para penggunanya juga kepada fandom Seventeen yang dikenal dengan sebutan Carat. Pola komunikasi dalam penelitian ini memperlihatkan semua anggota yang dapat saling mempengaruhi satu sama lain tanpa interupsi dari pemilik akun, namun masih dalam pantauan dan kontrol. Peneliti menyimpulkan bahwa komunikasi yang terjadi pada akun menfess @caratstalk tidak terbatas dan pengikut dalam akun ini dapat berkomunikasi dengan siapapun dan saling menjalin hubungan interpersonal melalui interaksi yang terjadi dalam akun ini (Amalia, 2023).

Penelitian di atas menunjukkan bahwa akun menfess merupakan akun yang dapat diakses bebas oleh para pengikutnya dengan ketentuan dan *rules* yang dibuat oleh masing-masing admin atau pemilik dari menfess tersebut. Akun menfess yang dibuat sebagai wadah kebebasan dalam perpendapat dan kritik membuat penggunanya merasa lebih nyaman dan aman karena identitas mereka yang tidak diperlihatkan atau diunggah secara anonim. Perbedaan yang terlihat dari beberapa penelitian sebelumnya dengan penelitian ini ada pada objek dan tujuan yang

digunakan namun masih dalam satu rumpun yang sama. Jika penelitian sebelumnya memberikan kebebasan topik akun @kdrama_menfess yang digunakan pada penelitian ini membatasi topik yang bisa dibahas oleh penggunanya yaitu hanya membahas seputar drama Korea dan film Korea yang ditonton atau sedang menjadi *trending topics*.

F. KERANGKA TEORI

1. Definisi konseptual
   a. Campur Kode

      Menurut Muysken (2000) campur kode merupakan fitur gramatikal lebih dari satu bahasa atau lebih yang muncul dalam sebuah kalimat dan menyorot pada semua kondisi di mana terdapat unsur leksikal. Campur kode adalah penggunaan bahasa lebih dari satu dan terdapat unsur-unsur bahasa yang salaing berkaitan secara konsisten. Campur kode juga diartikan sebagai fenomena tercampurnya beberapa kombinasi variasi bahasa dalam satu klausa yang sama. Terdapat tiga hal yang menjadi faktor penyebab yang mendorong dilakukannya campur kode, yaitu (Irmayani, 2005):

      1) Identifikasi peranan
      2) Identifikasi ragam, dan
      3) Keinginan untuk menjelaskan dan menafsirkan

      Salah satu kajian disebutkan bahwa campur kode 3 jenis yang berdasarkan unsur serapannya, yakni campur kode ke dalam (*inner code mixing*), campur kode ke luar (*outer code mixing*), dan campur kode campuran (*hybrid code mixing*) (Soleha & Ginanjar, 2023). Kesimpulan definisi konseptual dari campur kode yaitu penuturan kata, frasa, dan klausa yang digunakan individu dengan penggunaan beberapa bahasa dalam berinteraksi juga berkomunikasi pada situasi dan kondisi tertentu.

   b. Bahasa Komunikasi

      Bahasa adalah sebuah sarana untuk berkomunikasi. Bahasa juga sebagai sarana untuk menyampaikan, pendapat, dan argumentasi kepada pihak lainnya. Karena itu, bahasa memiliki peran sosial penting dalam berkomunikasi dengan masyarakat luas (Keraf, 2007). Bahasa merupakan komponen terpenting dalam kehidupan manusia. Manusia tidak akan bisa melanjutkan hidup mereka dengan

baik dan teratur tanpa adanya bahasa. Mereka tidak bisa berinteraksi dengan mudah dan baik jika mereka tidak menguasai bahasa antara satu sama lain dan dengan tidak adanya kesinambungan tersebut mereka juga tidak dapat menangkap ekspresi kejiwaan maupun keinginan yang diutarakan oleh lawan komunikasinya. Bahasa sebagai alat komunikasi mempunyai peranan penting dalam interaksi manusia. Bahasa adalah salah satu bentuk perwujudan peradaban dan kebudayaan manusia, dalam kamus linguistik, bahasa adalah satuan lambang bunyi yang arbiter yang digunakan oleh suatu anggota masyarakat untuk bekerja sama, berinteraksi dan mengidentifikasi diri (Mailani, dkk, 2022).

c. Penggemar

Menurut Matt Hills (2002) penggemar adalah seseorang yang terobsesi dengan seorang bintang, selebriti, film, program TV, atau band tertentu, seseorang yang dapat menghasilkan banyak sekali informasi tentang objek fandomnya, dan dapat mengutip baris atau lirik, bab, dan syair favoritnya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) penggemar diartikan sebagai orang yang memiliki kesukaan terhadap seni, permainan, dan lain-lain. Seorang penggemar adalah individu yang senang akan sesuatu dengan semangat dan umumnya berkumpul dalam kelompok untuk membentuk komunitas atau *fandom.* Istilah *fandom* digunakan oleh penggemar untuk mencari berbagai informasi mengenai idola atau hal-hal lain yang relevan dengan minat mereka, sementara *fanbase* berfungsi sebagai tempat bagi anggota untuk berinteraksi dengan latar belakang minat yang serupa (Mihardja & Paramita, 2019).

d. Drama Korea

Drama merupakan bentuk dari karya sastra tulis yang diperankan oleh aktor pemain drama dengan berdialog dengan tujuan untuk penampilan. Adapun menurut Moulton (2002) drama diartikan sebagai bentuk dari gambaran kisah hidup seseorang berupa gerakan dalam drama. Inti dari arti drama yang disebutkan oleh kedua ahli menjelaskan tentang sebuah kisah seseorang yang diangkat menjadi sebuah pertunjukan dan diperankan oleh beberapa aktor dalam bentuk berdialog. Berkembangnya zaman, drama muncul melalui televisi dan berbagai media platform yang ada di internet, mengemas cerita secara bersambung dan memiliki beberapa series dan menghasilkan episode dalam drama. Tidak hanya budaya K-Pop yang membawa nama Korea Selatan melejit

tetapi juga K-drama sudah menjadi tontonan yang memberikan kesan menyenangkan kepada penontonnya diberbagai belahan Dunia (Hashian, 2022).

e. Akun Menfess X

Menurut Zukhrufillah dalam Naimawati (2022) menyebutkan media sosial X yang sebelumnya memiliki sebutan Twitter adalah situs jejaring sosial yang memberikan fasilitas kepada para penggunanya untuk membagikan postingan beruapa pesan yang disebut tweet dalam unggahannya dan dibatasi 280 kata setiap postingan. Menfess adalah sebuah istilah dalam media sosial X yang berasal dari gabungan antara *mention* dan *confess* yang secara harfiah memiliki arti "menyebut" dan "mengungkapkan". Menfess ini diunggah oleh pengikut dalam sebuah akun *autobase* yang pengirimnya merupakan anonim, topik yang dikirimkan atau yang akan diunggah berupa pertanyaan, pernyataan, ataupun sebuah curhatan. Lazimnya akun autobase ini memiliki admin sebagai pengelola dan kontroling akun tersebut (Tyas, 2021).

f. Penggunaan Bahasa Dalam Perspektif Islam

Komunikasi menjadi aktifitas utama manusia dalam bermasyarakat secara formal maupun non-formal. Interaksi lah yang membuat kegiatan manusia memiliki nilai-nilai dalam bahasa dan kebudayaan. Cara manusia dalam berkomunikasi, pemilihan dan penggunaan kata dan bahasa yang kita anggap sebagai sebuah etika, dapat berakibat menyenangkan juga menimbulkan masalah dan kesalahpahaman jika terjadi kesalahan (Dewi, 2019). Baik terhadap komunikasi secara verbal maupun non-verbal, dalam atau di luar kelompok, meskipun bahasa tubuh sekaligus bersifat universal walaupun perwujudannya berbeda-beda. Dalam perspektif islam, digunakan untuk mewujudkan hubungan secara vertikal dengan Allah Swt, juga hubungan secara horizontal dengan sesama manusia. Dalam Al-Qur'an terdapat ayat yang menekankan konsep berbahasa sebagai alat komunikasi utama dalam menyampaikan pesan, ilmu dan dakwah, yaitu:

Qs. Ar-Rum Ayat 22

وَمِنْ اٰيٰتِهٖ خَلْقُ السَّمٰوٰتِ وَالْاَرْضِ وَاخْتِلَافُ اَلْسِنَتِكُمْ وَاَلْوَانِكُمْۗ اِنَّ فِيْ ذٰلِكَ لَاٰيٰتٍ لِّلْعٰلِمِيْنَ

Artinya: "Dan diantara pertanda kekuasaan-Nya adalah pencipta langit dan bumi, perbedaan bahasamu dan warna kulitmu. Sungguh, pada yang

demikian itu benar-benar terdapat pertanda bagi orang-orang yang mengetahuinya".

Tafsir Al-Misbah yang ditulis dan dipopuperkan oleh Prof. Quraish Shihab menjelaskan bahwa Qs. Ar-Rum Ayat 22 ini merupakan kelanjutan dari pembahasan mengenai bukti keesaan dan kebesaran Allah SWT dalam ayat ini, menyebutkan beberapa fenomena alam dan perbedaan antar sesama manusia sebagai tanda kekuasaan Allah SWT. Perbedaan dalam bahasa, warna kulit menunjukkan keanekaragaman yang diciptakan oleh Allah SWT. Perbedaan ini bukan sebagai ajang untuk dijadikan alasan perpecahan, melainkan sebagai sarana untuk saling mengenal dan memahami manusia satu sama lain. Hasil dari renungan ini menjadikan manusia mengenali keesaan dan kebesaran yang dimiliki oleh Allah SWT (Shihab M. Q., 2012). Makna yang dimaksud dari ayat diatas mengungkapkan bahwa perbedaan bahasa yang digunakan sebagai alat komunikasi sehari-hari dapat membuat manusia mampu dalam menciptakan dunianya masing-masing dengan khas, membangun dan berpikir dalam kemampuan bahasa yang dimiliki. Perbedaan bahasa yang dimiliki tiap orang bertujuan guna membedakan antara satu dengan lainnya.

2. Teori Interaksionisme Simbolik George Herbert Mead (2024)

   a. Asumsi Dasar Teori Interaksionisme Simbolik George Herbert Mead (2024)

      Teori interaksionisme simbolik muncul dari latarbelakang hubungan antar kelompok pada individu. Teori ini ada melalui teori aksi (*action theory*) yang dipeloppori Max Weber. Mead merupakan tokoh dalam bidang filsafat sosial dan psikologi di abad ke-20. Gagasannya mengenai pikiran (*mind*), diri (*self*), dan masyarakat (*society*) muncul dari proses komunikasi di antara organisme. Ide dasar Mead ada pada konsep behaviorisme sosial, pikiran adalah fokus individu dalam proses komunikasi di kehidupan masyarakat. Proses sosial yang dinamis dan berkelanjutan membuat terjalinnya mengenai pikiran (*mind*), diri (*self*), dan masyarakat (*society*) (Mead, Mind, Self, & Society: Pikiran, Diri, & Masyarakat (W. Saputra, Terjemahan), 2024). Asumsi dasar pada teori ini secara garis besar ada pada naturalisme empiris yang dibangun atas data dan sikap biologis, psikologis dan sosiologis pada individu dalam masyarakat. Data yang dimaksud meliputi pendidikan, estetika, logika, etika yang dipadukan dengan hubungan moral dan penilaian terhadap gestur individu.

Teori interaksionisme simbolik Mead (2024) menyebutkan bahwa interaksi dan komunikasi penting dalam membentuk *Mind, Self, and Society*. Pengertian ini merupakan sebuah pendekatan untuk mempelajari pengalaman yang dialami oleh individu dari sudut pandang dan perilaku seseorang. Mead menegaskan identitas diri dan makna sosial dibentuk melalui interaksi yang dilakukan individu dalam masyarakat. Mead menyoroti interaksionisme simbolik melalui tindakan yang dilakukan individu dalam psikologi juga sosiologi (Mead, Mind, Self, & Society: Pikiran, Diri, & Masyarakat (W. Saputra, Terjemahan), 2024). Konsep interaksionisme simbolik memusatkan perhatiannya pada hubungan yang terjadi secara natural dan alami antara diri manusia di dalam masyarakat juga pada simbol-simbol yang mereka ciptakan. Siimbol itu termasuk ke dalam gerak tubuh manusia antara lain, suara atau vokal, gerakan fisik, ekspresi tubuh atau bahasa tubuh, yang dilakukan secara sadar yang dapat mendatangkan respon (Arisandi, 2015). Teori ini mempelajari interaksi yang dilakukan oleh manusia sebagai kegiatan sehari-hari. Bagi Mead interaksi simbolik adalah pembentukan pikiran manusia (*Mind*), konsep diri seseorang (*Self*), dan interpretasi makna dalam kehidupan dalam bermasyarakat (*Society*) setelah terjadinya interaksi sosial.

b. Istilah Kunci Interaksionisme Simbolik George Herbert Mead (2024)

Mengenai teori interaksionisme simbolik Mead merumuskan beberapa istilah kunci, yaitu:

1) Pikiran (*Mind*), sebuah kemampuan dan proses berpikir seseorang dalam berdialog secara internal dengan dirinya sendiri. Proses berpikir itulah yang keluar dari individu sebagai simbol-simbol dan bahasa yang diinternalisasikan yang bermakna bagi individu dalam kelompok. Percakapan yang dihasilkan melalui interaksi dengan gestur eksternal dalam individu menjadi proses sosial atas esensi dari tindakan berpikir individu dengan simbol-simbol yang bermakna. Kaitannya dengan penelitian ini penggemar *Korean* drama menggunakan campur kode dengan menyisipkan kata atau frasa pada percakapan sehari-hari mereka di media sosial. Simbol ini mencerminkan identitas dan afiliasi mereka terhadap budaya Korea. Menurut Mead, makna dari simbol-simbol muncul karena adanya interaksi sosial dalam kelompok atau komunitas

dengan kata-kata yang dipahami dan disepakati bersama didalam komunitas itu sendiri.

2) Diri (*Self*), muncul dalam proses pengalaman dan aktivitas sosial, berkembang pada seorang individu sebagai hasil hubungan dan proses dengan individu lain secara keseluruhan. Konsep ini memiliki sifat yang dalam, diri (*Self*) menjadi sebuah objek bagi diri itu sendiri. Sifat tersebut itulah yang menjadi pembeda dengan semua objek lain dalam tubuh. Peneliti dalam penelitian ini, melihat penggemar Korean drama membentuk identitas mereka melalui interaksi dengan sesama melalui media sosial. Proses internalisasi norma-norma dalam komunitas dan respon penggemar dengan cara yang unik membuat identitas tersebut akhirnya muncul sebagai gaya hidup, misalnya dalam hal berbahasa yang menggunakan istilah-istilah Korea saat berkomunikasi.
3) Masyarakat (*Society*), konsep ini tidak akan ada tanpa pikiran (*Mind*), dan diri (*Self*). Hubungan yang dilakukan individu dengan individu lain bersifat sosial yang membuat keterikatan makhluk hidup pada sebuah lingkungan atau situasi sosial dari sebuah interaksi. Konsep ini terdapat sekelompok sifat kebaikan dan suka membantu dengan respons yang dibangkitkan seseorang kepada orang lain melalui sikap yang sama. Gaya hidup penggemar Korean drama tercermin dalam aktivitas sehari-hari mereka, seperti menonton, mengikuti berita, menggunakan produk dan bahasa dalam drama serta budaya Korea yang mereka serap. Aktivitas tersebut merupakan pilihan yang diambil oleh individu dari hasil interaksi simbolik dengan komunitas penggemar. Interaksi ini yang membentuk dan menegaskan identitas mereka sebagai bagian dari komunitas tersebut (Mead, Mind, Self, & Society: Pikiran, Diri, & Masyarakat (W. Saputra, Terjemahan), 2024).

Berdasarkan teori interaksionisme simbolik, penggunaan campur kode ini hadir karena penggemar yang secara konsisten melakukan kegiatan menonton serial drama Korea dan merealisasikannya melalui keanggotaan dalam kelompok sosial, faktor eksternal yang dimunculkan melalui budaya asing membuat gaya hidup penggemar mengalami perubahan dalam berkomunikasi dalam media sosial. Konsep pikiran (Mind), diri (Self), dan

masyarakat (Society) membuat penggemar menciptakan sendiri simbol, interaksi dan menginternalisasi norma, dan pembentukan identitas dalam interaksi di masyarakat.

G. METODE PENELITIAN

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian digital dengan metode penelitian kualitatif dan pendekatan secara netnografi. Jenis penelitian digital merupakan suatu penelitian yang memanfaatkan data dengan cara mengumpulkan, menganalisis fenomena sosial dengan cara yang modern termasuk media sosial, platform daring, dan big data (Kitchin, 2014). Metode kualitatif merupakan metode yang menghasilkan data deskriptif dari individu dan perilaku yang diamati dalam bentuk kalimat tertulis. Kajian kualitatif dalam hal ini bertujuan guna memberikan pemahaman yang utuh terhadap suatu fenomena yang ditemui dalam partisipan studi, seperti perilaku, persepsi, niat, dan tindakan (Moleong, 2006). Netnografi merupakan penelitian budaya yang dilakukan secara daring, umumnya mengamati sebuah komunitas *online* secara alami dan menganalis komunitas tersebut dengan melihat bagaimana mereka membangun identitas, nilai, serta interaksi dalam kelompok (Kozinets, 2010).

Tahapan dalam pendekatan secara netnografi dalam Kozinets (2010) meliputi beberapa proses, diantaranya:

a. Penentuan tema, tahapan ini menentukan tujuan dan fokus penelitian guna menggambarkan suatu fenomena, percakapan, dan situs tertentu.
b. Pengumpulan data, melakukan pencarian, seleksi, dan kemudian menyimpan data untuk nantinya diteliti kata kunci utamanya terletak pada menemukan data yang relevan. Data bersifat naturalistik yaitu, ikut partisipasi dalam kegiatan yang dilakukan komunitas.
c. Analisis dan interpretasi data, tahap ini guna mengitegrasi semua data yang didapat (arsip, observasi, hasil wawancara serta sebagainya) juga menggabungkan hasil investigasi, interaksi, dan imersi.
d. Etika penelitian, peneliti menjaga privasi anggota komunitas, mendapatkan izin jika dibutuhkan dan atau mengungkapkan identitas peneliti.

e. Validasi temuan, hasil awal pada penelitian jika memungkinkan dapat dikonsultasikan kepada anggota komunitas untuk memvalidasi interpretasi. Hal ini dilakukan guna meningkatkan kepercayaan dan kredibilitas.

f. Penyajian hasil penelitian, tahap terakhir ini adalah penyusunan laporan peneliti dalam penelitian secara transparan, reflektis, dan menghargai suara anggota komunitas. Penyajian dibentuk dengan memberikan gambaran yang adil dan tidak bias terhadap salah satu hal secara teliti (Kozinets, 2010).

2. Sumber dan Jenis Data

Data dalam penelitian dari metode kualitatif pada umumnya didapatkan dengan teks, foto, cerita, gambar, serta *artifact* dan bukan dengan angka yang dihitung (Pawito, 2007). Dalam penelitian ini sumber data didapatkan melalui:

a. Data Primer

Data primer adalah sebuah data yang didapatkan melalui objek penelitian secara langsung (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini data primer diperoleh dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumetasi. Peneliti melakukan observasi terhadap akun di media sosial X @kdrama_menfess. Selain itu, wawancara dilakukan dengan admin akun dan juga pengikut dan pengguna akun @kdrama_menfess sebagai informan dari penelitian ini. Dokumentasi berupa tangkapan layar yang relevan.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sebuah data yang diperoleh melalui sumber lain yang sudah ada, diantaranya: buku, skripsi (terdahulu), jurnal, dan juga website (Bungin, 2011). Data sekunder dalam skripsi ini adalah buku pengetahuan, karya tulis ilmiah, jurnal penelitian tentang penggunaan campur kode oleh pengguna akun @kdrama_menfessDrama serta dokumentasi.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam skripsi ini, peneliti memanfaatkan tiga teknik, diantaranya yaitu:

a. Observasi

Menurut Sugiyono (2013) observasi sebuah pengamatan menyeluruh pada latar belakang tertentu dari suatu peristiwa yang terjadi. Observasi melalui sebuah kajian adalah suatu pengamatan pada objek yang diteliti

guna mengetahui dan memahami keadaan (Herdiansyah, 2010). Menurut Yusuf (2014) observasi dibagi kedalam dua bagian yaitu, partisipatif dan non-partisipatif. Dalam hal ini, peneliti menggunakan observasi partisipatif yakni, terlibat secara langsung dalam kegiatan yang diamati dalam kelompok atau komunitas yang diteliti sebagai anggota. Peneliti melakukan observasi mengenai fenomena penggunaan campur kode yang dilakukan oleh penggemar pada akun X @kdrama_menfess.

b. Wawancara

Wawancara merupakan sebuah proses dalam komunikasi yang dilakukan secara dua arah oleh peneliti dengan informan. Percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang menjawab pertanyaan tersebut (Moleong, 2006). Wawancara memiliki dua jenis, wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur (Fadhallah, 2021). Penelitian ini peneliti menggunakan wawancara semi terstruktur dan mengajukan pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya, namun secara bebas dan tidak sesuai urutan. Wawancara dilakukan dengan admin dan penggemar pada akun @kdrama_menfess. Peneliti menggunakan teknik *purposive* sebagai acuan dalam proses wawancara. Teknik *purposive* adalah teknik memilih informan berdasarkan kriteria tertentu. Dalam hal ini, kriteria yang ditentukan oleh peneliti adalah:

1. Pengikut (tidak dapat mengirim menfess namun masih bisa berinteraksi melalui komentar) dan pengguna (dapat mengirim menfess sekaligus berkomentar) akun @kdrama_menfess minimal dua tahun serta penonton dan penikmat K-Drama
2. Laki-laki dan perempuan
3. Usia 18 – 35 tahun
4. Aktif dalam interaksi yang ada dalam akun X @kdrama_menfess

Karena peneliti menggunakan teknik purposive dalam memperoleh informan, maka peneliti menetapkan 8 narasumber yang sesuai dengan kriteria yang sudah disebutkan sebelumnya untuk diwawancarai. Pemiliki akun X yang akan diwawancarai antara lain:

Tabel 1. Data Informan

No.	Nama	Username X/Twitter	Usia	Jenis Kelamin	Status
1.	Puteri & Dimas	@kdmcrew	25	Perempuan & Laki-laki	Founder & Admin
2.	Ayu	@aiu_aii	28	Perempuan	Pengikut & Pengguna
3.	Kemal	@hasslingjoe125	27	Laki-laki	Pengikut
4.	Aslam	@fitrahaslam_	26	Laki-laki	Pengikut
5.	Erika	@pawfectfru	24	Perempuan	Pengikut
6.	Tuti	@lavandula211	32	Perempuan	Pengikut
7.	Hesel	@andhikahesel	29	Laki-laki	Pengikut

Sumber : Wawancara

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sebuah instrumen yang digunakan dalam penelitian ini. Film, video, foto, gambar, maupun catatan tertulis adalah bentuk data dokumentasi dalam proses mencari informasi (Moleong, 2006). Pada penelitian ini, teknik dokumentasi yang digunakan oleh peneliti yakni, cuitan-cuitan dalam akun @kdrama_menfess yang berkaitan dengan identitas sosial pada fenomena campur kode yang dilakukan oleh penggemar *Korean drama* pada akun X @kdrama_menfess.

4. Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan teknik analisis data yang dikemukakan oleh Kozinets (2010) yang memiliki lima tahap, yaitu:

a. *Data Collection* (Pengumpulan Data)

Pengumpulan data yang dimaksud adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, dan fokus pada elemen-elemen penting yang ada pada tema dan polanya. Data dikumpulkan melalui aktivitas *online* yang terjadi dalam komunitas seperti, postingan, komentar, percakapan, gambar, dan interaksi lain yang terjadi dalam komunitas.

b. Data Coding (Pengodean Data)

Pengodean data dapat dilakukan dengan menampilkan bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Pengodean data ini memudahkan peneliti untuk memahami apa yang terjadi dari tema yang diteliti dan merencanakan langkah selanjutnya dalam penelitian.

c. *Thematic Analysis* (Analisis Tematik)

Mengidentifikasikan tema-tema utama dari data yang telah ditemukan. Tema dapat berkaitan dengan identitas, nilai, perilaku, simbol komunitas, dan lain sebagainya.

d. *Interpretation* (interpretasi)

Tahapan ini, data yang telah dikumpulkan wajib dianalisis dan diinterpretasikan. Peneliti menginterpretasikan data yang telah dicari, dikumpulkan, dianalisis, dan diinterpretasikan dari admin dan pengikut akun X @kdrama_menfess.

e. *Member Checks* (Validasi Data)

Tahap akhir yaitu, melakukan umpan balik untuk memvalidasi hasil temuan yang sudak ditemukan oleh peneliti. Tujuannya guna meningkatkan kredibilitas dan keabsahan dari hasil penelitian dari akun X @kdrama_menfess.

H. SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika kepenulisan skripsi ini berguna untuk mempermudah dalam pemahaman isi skripsi dan memberikan gambaran yang komprehensif secara keseluruhan. Maka dari itu, skripsi ini terdiri kedalam beberapa bab, antara lain:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini mencakup pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II CAMPUR KODE, BAHASA KOMUNIKASI, PENGGEMAR, DRAMA, AKUN MENFESS X DAN TEORI INTERAKSIONISME SIMBOLIK GEORGE HEBERT MEAD (2024)

Bab ini mencakup pemaparan tentang pengertian istilah dan teori yang dibagi kedalam lima bagian, yaitu campur kode, bahasa komunikasi, penggemar, drama, akun menfess X dan teori interaksionisme simbolik George Herbert Mead (2024).

BAB III GAMBARAN UMUM AKUN X @KDRAMA_MENFESS

Bab ini menjelaskan gambaran secara umum mengenai objek dari penelitian, yaitu gambaran tentang media sosial X, akun @kdrama_menfess dengan meliputi sejarah, latarbelakang, dan mekanisme penggemar K-Drama.

BAB IV BENTUK-BENTUK CAMPUR KODE YANG DIGUNAKAN OLEH PENGGEMAR K-DRAMA DALAM AKUN @KDRAMA_MENFESS

Bab ini mencakup penjelasan terkait bentuk-bentuk campur kode berdasarkan asal unsur serapannya yang digunakan dan konstruksi campur kode berdasarkan tingkat tuturan kebahasaannya oleh penggemar K-Drama dalam akun @kdrama_menfess.

BAB V ALASAN PENGIKUT DAN PENGGUNA DALAM AKUN AUTOBASE @KDRAMA_MENFESS MELAKUKAN CAMPUR KODE

Bab ini berisi penjelasan mengenai gambaran dari alasan pengikut, mulai dari alasan internal hingga eksternal dari pengguna serta penggemar Korea drama pada akun X @kdrama_menfess melakukan campur kode ketika berkomunikasi didalamnya.

BAB VI PENUTUP

Bab ini menyajikan ringkasan dari temuan studi dan memberikan saran atau rekomendasi untuk penelitian lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB II

CAMPUR KODE, BAHASA KOMUNIKASI, PENGGEMAR, DRAMA, AKUN MENFESS X, DAN TEORI INTERAKSIONISME SIMBOLIK GEORGE H. MEAD

A. Campur Kode dalam Bahasa Komunikasi

1. Campur Kode

Campur kode adalah penggunaan dua bahasa atau lebih dengan saling menyisipkan unsur bahasa satu dengan bahasa yang lain. Menurut Chaer bahasa merupakan sebuah sistem lambang, berupa bunyi, bersifat arbiter, dinamis, produktif, beragam dan manusiawi. Penggunaan bahasa di masyarakat bilingual cenderung pada alih bahasa (alih kode) dan campur bahasa (campur kode). Kegiatan tersebut biasanya terjadi pada kehidupan sehari-hari seperti, jual-beli dan pendidikan, majunya teknologi juga menyebabkan penggunaan alih kode dan campur kode di media sosial seperti, Instagram, Facebook, Youtube, Twitter dan aplikasi lainnya. Campur kode masuk kedalam ilmu sosiolingusitik yang merupakan cabang ilmu bahasa yang mempelajari hubungan antara bahasa dan faktor-faktor kemasyarakatan. Maka, dapat disimpulkan bahwa campur kode adalah sebuah peristiwa mencampurkan dua bahasa secara bersamaan dalam tindakan individu menggunakan bahasa yang didalamnya terdapat penutur maupun lawan tutur (Chaer, 2004). Campur kode dibedakan ke dalam dua, unsur serapannya dan berdasarkan tingkat perangkat kebahasaan yang dimiliki. Unsur serapan adalah bukti bahwa bahasa bersifat terbuka, dinamis, dan selalu berkembang. Berdasarkan asal unsur serapannya yang terdiri dari:

a. Campur kode ke dalam *(inner code mixing),* penggunaan bahasa asli atau bahasa daerah dalam komunikasi dengan menyisipkan unsur bahasa yang sudah diserap sepenuhnya kedalam bahasa utama, sehingga tidak lagi dianggap sebagai unsur asing. Contohnya; televisi, radio, hotel dalam bahasa Indonesia atau contoh lain ketika seseorang berbicara bahasa Indonesia, tetapi menyisipkan beberapa kata atau frasa dalam bahasa Jawa atau bahasa daerah lainnya
b. Campur kode ke luar *(out code mixing),* pengakuan terhadap unsur asing yang disisipkan kedalam bahasa utama, unsur kata atau frasa yang belum

sepenuhnya diserap, sehingga tetap sebagai unsur asing. Biasanya ditandai dengan penggunaan kata atau frasa dalam bentuk aslinya tanpa perubahaan ejaan atau pelafalan. Contohnya; *daebak, annyeong* dalam bahasa Korea dan *thank you, forever* dalam bahasa Inggris

c. Campur kode campuran *(hybrid code mixing),* bentuk ini meliputi penggunaan campuran bahasa yang bervariatif yang didalamnya terdapat penyisipan jenis bahasa daerah dan bahasa asing. Misalnya, penutur bahasa Indonesia berkomunikasi dengan menyisipkan unsur bahasa lain, seperti bahasa Inggris atau Korea atau sebaliknya.

Berdasarkan tingkat perangkat kebahasaan, terdiri dari :

a. Campur kode kata, kata merupakan satuan terkecil dalam bahasa. Penyisipan kata asing kedalam kalimat berbahasa utama. Satuan pada kata bisa berupa verba, adjektiv, atau adverd. Ciri kata asing adalah berdiri sendiri dan mengikuti pola kalimat bahasa utama. Contoh; "Aku mau *shoppping* dulu"
b. Campur kode frasa, penyisipan gabungan kata (frasa) dari bahasa lain. frasa terdiri dari beberapa kata sebagai unsur asing yang disispkan kedalam bahasa utama. Frasa tetap utuh sebagai satuan dan tidak dipengaruhi tata bahasa kalimat utama. Contohnya; "cowo itu kalau ngomong *soft spoken* banget"
c. Campur kode klausa, penyisipan kalusa terdapat subjek dan predikat didalam kalimatnya dari bahasa lain kedalam bahasa utama. Kalimat klausa tersebut sudah lengkap strukturnya dan hanya "diselipkan" dalam kalimat. Contohnya; aku sih *yes*, karena dia *looks so cool*"

Dalam tataran morfologi kata adalah satuan terbesar (satuan terkecilnya adalah morfem), namun dalam tataran sintaksis kata merupakan satuan terkecil, yang secara hirarkial menjadi komponen pembentuk satuan sintaksis yang lebih besar, yaitu frase. Frase secara umum didefinisikan sebagai satuan gramatikal yang merupakan gabungan kata bersifat non-predikatif. Pembentuk dalam frase harus berupa morfem bebas, bukan berupa morfem terikat. Maksudnya, adalah dapat berdiri sendiri sebagai sebuah kata dan memiliki makna, tanpa harus bergabung dengan morfem lain untuk membentuk kata atau satuan linguistik yang bermakna.

Selanjutnya, klausa adalah tataran di dalam sintaksis yang berada di bawah tataran kalimat. Klausa sebagai satuan sintaksis berupa runtunan kata-kata yang bersifat dan berkonstruksi predikatif berbanding terbalik dengan frasa. Artinya, dalam konstruksi sebuah klausa ada komponen berupa kata dan frase yang berfungsi sebagai predikat yang harus ada dalam konstruksi klausa (Chaer, 2014).

Campur kode terjadi apabila seorang penutur bahasa memasukkan unsur-unsur bahasa yang asing ke dalam bahasa yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya seseorang yang berbicara menggunakan bahasa Indonesia sebagai bahasa utamanya menyisipkan unsur-unsur bahasa daerah ke dalamnya. Dengan kata lain, seseorang yang berbicara menggunakan bahasa utamanya memiliki fungsi otonomi, sedangkan bahasa daerah yang disisipkan merupakan serpihan-serpihan saja yang terlibat dalam bahasa utama saat digunakan. Salah satu ciri yang menonjol dalam penggunaan campur kode terlihat pada kondisi atau situasi yang santai dan informal (Suandi, 2014). Campur kode merupakan wujud penggunaan bahasa lainnya oleh seorang dwibahasawan. Campur kode ada karena disebabkan oleh perubahan bahasa tidak disertai adanya perubahan situasi. Campur kode bukan semata mata ada karena alasan situasi saat terjadinya interaksi verbal, namun disebabkan karena bersifat kebahasaan. Sumber campur kode yang dihasilkan oleh seseorang biasanya terjadi dari kemampuan berkomunikasi, kemampuan berbahasa, dan tingkah laku.

Misalnya, jika seseorang sudah terbiasanya menggunakan campur kode dalam keseharian demi kemudahan maka, campur kode tersebut hasil dari sistem budaya, sistem sosial atau sistem kepribadian yang terjadi berulang. Maka, gejala tersebut berasal dari sistem tingkah laku yang artinya bersumber dari kemampuan seseorang dalam berkomunikasi (Arifianti, 2023). Dalam sistem kebahasaan ada beberapa istilah termasuk campur kode, alih kode, dan interferensi dari ketiga istilah ini pastilah memiliki perbedaan didalamnya. Campur kode yang dalam penggunaannya oleh penutur secara tidak sengaja menggunakan bahasa lain dalam bahasa utamanya yang digunakan pada keseharian. Campur kode menjadi salah satu aspek yang berada dalam masyarakat bilingual menjadi saling bergantungan, sedikit dari masyarakat yang menggunakan bahasa mutlak tanpa menggunakan bahasa lain dalam berkomunikasi dan berinteraksi (Ningtyas, 2019).

Identifikasi faktor penyebab yang mendorong terjadinya campur kode oleh individu, antara lain (Suwito, 1996):

a. Identifikasi peranan adalah proses yang terjadi pada individu untuk mengenali atau menentukan peran seseorang dalam kelompok, komunitas, organisasi di masyarakat dengan konteks tertentu (berdasarkan ukuran: sosial, registeral, dan edukasional).
b. Identifikasi ragam merupakan campur kode yang digunakan oleh penutur yang menempatkan seseorang dalam hirarki status sosial. Bahasa yang dipilih nantinya dapat mempengaruhi persepsi status sosial si penutur oleh lawan bicaranya. Contohnya penyisipan kata "*office*" untuk menunjukkan kantor, penutur menunjukkan identifikasi ragam dengan lebih umum atau formal.
c. Campur kode digunakan dengan keinginan untuk menjelaskan dan menafsirkan yang terlihat dan menanidai sikap orang lain terhadap penutur.

Ketiga faktor dari campur kode ini saling berkaitan dan saling tumpang tindih. Karenanya campur kode terjadi dengan hubungan timbal balik antara penutur dengan bentuk bahasa dan fungsinya dalam berinteraksi. Hal ini diartikan penutur memiliki latar belakang tertentu dalam menggunakan unsur-unsur bahasa lain yang mendukung penggunaan serta fungsi campur kode.

Sebagaimana campur kode yang merupakan penyisipan unsur-unsur, kata dan frasa bahasa asing ke dalam bahasa utama juga dapat dipengaruhi dalam penggunaan media sosial. Seperti yang dipaparkan oleh Rufaidah, dkk (2023) dalam kajiannya mengenai campur kode. Penyisipan bahasa dalam postingan di media sosial seperti Instagram adalah bentuk dari pengaruh lingkungan sosial sehingga menjadi kebiasaan. Penggunaan kata *slide, caption, photoshoot, make ip, thank you, guys, background, booking* dan lain-lain sudah biasa digunakan. Hal ini juga membuat para penutur menjadi lebih dekat dan akrab melalui media sosial, keterbatasan padanan kata dan frasa pada bahasa utama membuat penutur melakukan campur kode (Rufaidah, dkk 2023).

2. Bahasa Komunikasi

Bahasa adalah sebuah sarana untuk berkomunikasi. Bahasa juga sebagai sarana untuk menyampaikan, pendapat, dan argumentasi kepada pihak lainnya. Karena itu,

bahasa memiliki peran sosial penting dalam berkomunikasi dengan masyarakat luas. Bahasa komunikasi adalah proses sosial yang memungkinkan adanya pertukaran makna antara individu satu dengan yang lain secara kompleks. Bahasa komunikasi juga penting sebagai konteks situasional dan hubungan antar pentur dan lawan tutur dalam menentukan interpretasi pesan (Keraf, 2007). Menurut Yule juga dijelaskan bahwa bahasa sebagai sistem tanda yang digunakan untuk berkomunikasi antar manusia. Bahasa bukan hanya sekedar simbol , melainkan juga sebagai alat yang memungkinkan penyampaian pesan secara sistematis dan beraturan. Menurutnya, komunikasi terjadi ketika pengirim pesan mengkodekan pesan tersebut menggunakan bahasa, kemudian penerima menerima pesan pengkodean tersebut.

Bahasa sebagai media komunikasi memungkinkan individu untuk memahami makna yang ingin disampaikan dan membangun hubungan sosial yang harmonis. Bahasa komunikasi meliputi berbagai aspek, seperti struktur bahasa (morfologi, sintaksis, semantik), penggunaan bahasa dalam konteks sosial, serta kemampuan pragmatis dalam menginterpretasi pesan. Bahasa komunikasi adalah sistem tanda yang digunakan manusia untuk menyampaikan pesan dalam bentuk verbal dan non verbal, yang melibatkan proses pengkodean dan penginterpretasian makna secara kontekstual dalam interaksi sosial, sehingga pesan dapat dipahami dan hubungan sosial dapat terjalin dengan efektif (Nasrullah, 2012). Menurut Effendy (2003) bahasa komunikasi adalah sebuah proses penyampaian pesan seorang penutur dengan lawan tutur dengan sistem lambang bunyi yang digunakan sebagai alat untuk menyampaikan pesan, ide, dan perasaan dalam interaksi sosial agar tercipta kesamaan makna antara penutur dan lawan tutur. Pada akhirnya bahasa menjadi media utama dalam proses penyampaian pesan tersebut.

B. Penggemar Drama Korea pada Akun Menfess X

1. Penggemar

Penggemar adalah konsumen dari budaya yang khas, dan tidak dapat disamakan dengan khalayak biasa atau *audiens*. Penggemar mengkonsumsi budaya secara aktif pada hal-hal yang mereka sukai (Gray, dkk, 2007). Penggemar juga sebagai seseorang yang suka atau senang terhadap sesuatu dengan antusias dan secara kolektif kelompok penggemar akan membentuk kelompok atau komunitas yang memiliki rasa yang sama (Mihardja & Paramita, 2019). *Fans* atau penggemar

adalah kelompok orang yang memiliki tujuan dan misi yang sama yaitu mendukung idol-nya akibat didorong rasa obsesi terhadap selebriti atau grup musik tertentu.

Menurut McCudden menjelaskan dalam prosesnya, penggemar tak hanya menjadi penonton akan tetapi dapat secara aktif membangun makna dalam sebuah kelompok atau komunitas. McCudden juga menyebutkan bahwa aktivitas yang dilakukan oleh penggemar membuat makna (*meaning making*), berbagi makna (*meaning sharing*), berburu (*poaching*), mengumpulkan (*collecting*) dan memmbangun pengetahuan (*knowledge building*) sebagai aktivitas utama yang relevan dengan yang dilakukan penggemar. Secara umum, budaya penggemar melibatkan narasi populer, buku, televisi, film, bahkan musik sebagai langkah awal dari seseorang dalam menyukai suatu hal. Ungkapan perasaan terhadap tim terkenal, atlet, musisi, dan juga aktor film juga menjadi awal dari penggemar menggemari sesuatu (McCudden, 2011).

Fenomena penggemar dalam kehidupan masyarakat membuat penggemar akan mendapatkan rasa kebahagian dan atau kesenangan tersendiri (Marinda, 2020). Seorang penggemar adalah individu yang senang akan sesuatu dengan semangat dan umumnya berkumpul dalam kelompok untuk membentuk komunitas atau *fandom.* Istilah *fandom* digunakan oleh penggemar untuk mencari berbagai informasi mengenai idola atau hal-hal lain yang relevan dengan minat mereka, sementara *fanbase* berfungsi sebagai tempat bagi anggota untuk berinteraksi dengan latar belakang minat yang serupa (Mihardja & Paramita, 2019).

Ada pula pengaruh terhadap penggunaan bahasa yang dilakukan penggemar Korean drama dalam kehidupan sehari-hari, individu menggunakan adopsi bahasa dan atau kosa kata dalam bahasa Korea saat melakukan interaksi dengan lawan bicara baik secara langsung ataupun tidak. Drama Korea yang biasanya memiliki durasi sebanyak 16 episode dan 1 jam setiap episodenya yang tayang 2 kali dalam seminggu membuat para penggemarnya sangat antusias saat drama yang mereka tunggu sudah tayang (El-Yana, 2021). Penggemar *Korean* drama merupakan seseorang, kelompok atau komunitas yang gemar suka dan senang terhadap serial drama Korea. Kegemaran tersebut berangkat dari pola aktivitas yang dilakukan oleh seseorang secara rutin hingga memunculkan perasaan yang tidak didapatkan di tempat lain. Berasal dari sanalah muncul sebutan K-Drama *Lovers* yang diciptakan

untuk orang-orang yang memiliki kegemaran terhadap serial televisi *Korean* (K-Drama).

2. Drama

Drama merupakan bentuk dari karya sastra tulis yang diperankan oleh aktor pemain drama dengan berdialog dengan tujuan untuk penampilan. Drama juga diartikan sebagai bentuk dari gambaran kisah hidup seseorang berupa gerakan dalam drama. Inti dari arti drama yang disebutkan oleh kedua ahli menjelaskan tentang sebuah kisah seseorang yang diangkat menjadi sebuah pertunjukan dan diperankan oleh beberapa aktor dalam bentuk berdialog (Hashian, 2022). Arti sempit dari drama ditafsirkan sebagai gambaran hidup manusia yang dituangkan dalam bentuk pementasan, disaksikan banyak orang dan didasarkan pada naskah, dengan media dialog, gerak, laku, gestur, dan mimik dengan penggiring musik sebagai latar belakang.

Drama adalah sesuatu yang dilakukan, yang terjadi, dan suatu hal yang normal. Drama merupakan sesuatu yang semua orang dapat melakukannnya dalam kehidupan sehari-hari secara profesional ataupun tidak dengan situasi tertentu. Drama adalah apa yang terjadi ketika kita membiarkan siswa mengeksplorasi dasar-dasar realitas permukaan. ketika kita memberi mereka latar belakang situasi, atau membiarkan mereka menebaknya, kita memperdalam persepsi mereka terhadap situasi tersebut. Pandangan drama di kelas sebagai pembelajaran melalui pengalaman langsung (baik pengalaman kita sendiri maupun orang lain) berarti bahwa drama tidak dapat dibatasi hanya pada bidang tertentu dalam kurikulum pengajaran bahasa. Drama bukan seperti pengajaran bahasa komunikatif, suatu teori baru dalam pengajaran bahasa, melainkan suatu teknik yang dapat digunakan untuk mengembangkan keterampilan berbahasa tertentu. kita dapat membuat daftar manfaat potensial drama dalam pengajaran bahasa sebagai berikut (Wessels, 1987):

a. Perolehan interaksi yang bermakna dan lancar dalam bahasa sasaran
b. Asimilasi seluruh rangkaian pelafalan dan ciri-ciri prosodik dalam cara yang sepenuhnya kontekstual dan interaksional
c. Perolehan kosa kata dan struktur baru yang sepenuhnya kontekstual
d. Meningkatnya rasa percaya diri siswa terhadap kemampuannya mempelajari bahasa target

Drama yang diperankan oleh seorang aktor memberikan watak dan emosi baik dalam tingkah laku dan ucapan saat memerankan tokoh dalam drama. Watak dalam pementasan drama terbagi kedalam tiga, watak tubuh, watak, emosi, dan watak pikiran. Drama sebagai salah satu karya sastra drama diciptakan sebagai tontonan dan pertunjukan. Drama memiliki sifat ephemeral yang artinya bermula pada suatu malam dan berakhir pada malam yang sama (Putri, dkk, 2020). Berbagai macam drama lahir dari berbagai negara di dunia salah satunya drama lahir dan besar di Negeri Ginseng Korea Selatan. Pertebaran Korean drama memang memanfaatkan peran teknologi informasi seperti media sosial. Alur cerita dalam drama yang kuat dan genre yang bervariasi serta akting para aktor menyebabkan banyak penduduk di Indonesia menyukainya. Kemunculan drama Korea di tengah-tengah kehidupan masyarakat menjadi kegemaran baru bagi para penggemarnya dan memberikan dampak bagi kehidupan manusia.

3. Akun Menfess X

Situs jejaring sosial (*social networking*) diawali dengan munculnya *classmates.com* pada tahun 1995 yang fokusnya adalah hunbungan antarmantan teman sekolah. Inovasi ini akhirnya meliputi teman antar teman hingga cepat berkembang menjadi beberapa situs jejaring sosial sampai saat ini. Twitter atau yang sekarang disebut dengan X menjadi salah satu situs jejaring sosial yang memberikan fasilitas kepada penggunanya berupa fitur membagikan postingan berbasis pesan yang dibatasi hanya 140 karakter per-postingan namun saat ini telah di-update danmenjadi 280 karakter tiap postingan, postingan tersebut dikenal dengan sebutan *tweet.*

Twitter didirikan oleh Jack Dorsey pada tahun 2006 dan saat ini telah resmi berganti nama menjadi X, perubahan tersebut diumumkan oleh Elon Musk pada tahun 2023. Tidak hanya perubahan dalam nama, namun perubahan dalam logo juga berganti yang sebelumnya logo burung dengan latar belakang biru sekarang menjadi logo baru huruf X berwarna putih dengan latar belakang hitam. Pertumbuhan X yang sangat mengagumkan dan berhasil mendapatkan $15 juta dana pertamanya ditahun 2008 dan menjadi situs jejaring sosial yang besar pada masa itu. Pada November 2008, *Yeremia Owyang* dari *Forrester Research* mengatakan bahwa pengguna Twitter telah diperkirakan berjumlah 4-5 juta dan menduduki peringkat ketiga situs jejaring sosial yang paling sering digunakan,

Nielsen.com juga menetapkan Twitter sebagai situs dengan pertumbuhan tercepat dalam kategori komunitas masyarakat untuk Februari 2009 (Fakhrurroja & Munandar, 2009).

Twitter (X) adalah sebuah aplikasi *online* yang meruapakan bagian blog, bagian situ jejaring sosial yang dirancang untuk memberitahukan pengguna dalam menjawab pertanyaan *"what are you doing?"*. Banyak *tweet* yang menjawab pertanyaan dari apa yang pengguna sedang lakukan, namun banyak pengguna lain juga yang memberikan tanggapan atas *tweet* yang dituliskan, menunjuk ke sumber berita *online* yang sedang dibicarakan dan menarik pengguna, perenungan, atau pertanyaan. Twitter bukan hanya individu tetapi juga dapat sekelompok orang, organisasi, komunitas, atau sebuah event. *Tweet* muncul pada halaman *"public timeline"* pada tiap akun yang dimiliki oleh pengguna, menampilkan semua pulikasi yang diunggah secara berurutan sesuai waktu unggahan. Setiap *tweet* mengidentifikasi pengguna dengan nama dan *username* yang muncul dilayar dan merupakan link ke profil halaman pengguna yang bersangkutan (Fakhrurroja & Munandar, 2009). Ada beberapa jenis akun yang membedakan Twitter (X) dengan situs jejaring sosial lain, seperti *personal akun, role play account, fan account, autobase account* dan *syber account*. Dalam hal ini peneliti berfokus pada akun *autobase (automatic and fanbase)* yang merupakan jenis akun untuk memungkinkan pengguna dapat mengirim pesan berupa bentuk menfess yaitu *"mention"* dan *"confess"* secara anonim melalui *direct message* (DM) (Rifqina, 2023).

Twitter dengan kemudahannya dapat menarik perhatian penggunanya untuk bergabung dari hal tersebut muncul beberapa faktor, diantaranya (Sulianta, 2015):

a. Ringkas, Twitter yang hanya memiliki 140 karakter dalam mengunggah cuitan dan sekarang berubah menjadi 280 karater menjadi sangat ringkas dalam publikasinya, sehingga informasi yang diunggah oleh orang-orang lebih singkat, padat dan mudah disebarluaskan.
b. Informasi bebas, di Twitter siapapun dapat mengunggah tentang informasi, pendapat, pengetahuan serta hal apapun yang bersifat spontan, apa adanya, bahkan personal.
c. Komunitas terbuka, tidak batasan akan hal apapun, mengakses, mengamati, bahkan berinteraksi dengan semua pengguna di Twitter.

d. Membangun gudang data dalam jejaring sosial, berbagai macam informasi tersebar secara cepat dan meluas, membangun kekuatan massa yang menjadikan minat oarng-orang lebih besar terhadap twitter.

Kehadiran X tidak lepas dari adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang lebih dulu masuk dalam kehidupan masyarakat seperti, televisi radio, dan internet. Hal inilah yang menjadi awal mula perkembangan media sosial khususnya dalam interaksi sosial di dunia maya. Respon baik yang dibawa oleh media sosial yang akhirnya semakin banyak orang-orang yang menggunakan. Tidak hanya media sosial X melainkan banyak platform media sosial yang memiliki tujuan sama yaitu penyebaran informasi dan komunikasi seperti Facebook, Instagram, Tiktok dan lain sebagainya. terdapat banyak fitur manrik yang menjadikan X banyak digemari oleh masyarakat *tweet* (postingan), *direct messenge* (pesan), *retweet*, *quote*, *trending topics*. Generasi Z yang disebut-sebut generasi yang lahir pada era keterbukaan dan kecanggihan menjadikan peminat utama dalam media sosial X. Hal tersebut yang menjadikan media sosial X sebagai tempat untuk menunjukkan eksistensi diri dan berinteraksi dengan orang lain maupun antar sesamanya. Kemudahan yang diberikan X informasi menjadi lebih terbuka dan dapat diakses dengan bebas. Hal tersebut yang memicu munculnya akun-akun dalam X menyajikan banyak informasi dari berbagai aspek. Salah satu akun yang saat ini ramai digandrungi adalah akun menfess di X (Naimawati, 2022).

Menfess yang merupakan singkatan dari *mention* dan *confess* berasal dari bahasa gaul yang memiliki makna "menyebut" dan "mengungkapkan". Sederhananya menfess ini adalah sebuah akun yang dapat mengirimkam pesan anonim dalam cuitan di X. Popularitas menfess muncul dari kegiatan bermain peran yang disebut dengan RP (*Role Player*). RP adalah sebuah kegiatan yang dilakukan dengan cara bermain peran menjadi orang lain di media sosial, biasanya karakter yang diperankan merupakan tokoh seperti idola, dan lain sebagainya. lazimnya akun menfess atau *autobase* dikelola oleh admin sebagai kontroling akun tersebut. Penelitian ini menggunakan objek menfess yang ada di akun X dengan user @kdrama_menfess. Menfess ini adalah sebuah akun yang dibuat untuk saling membagikan informasi seputar Korean drama, perfilman di Korea Selatan, aktor dan aktris serta beberapa rekomendasi drama Korea yang sedang tayang ataupun sedang trending (Tyas, 2021).

Aktivitas dalam penggunaan menfess memiliki keunikan masing-masing pada setiap akun. Setiap akun menfess memiliki kode dalam proses mengirimkan pesan agar dapat diposting oleh akun yang bersangkutan. Setiap akun menfess juga memiliki peraturan sendiri dalam setiap postingannya, misalnya tidak memperbolehkan pengguna menggunakan kata yang mengandung unsur SARA atau lain sejenisnya yang dapat memicu *war.* Akun menfess memberikan kesempatan pada penggunanya untuk bebas mengirimkan pesan apa saja secara anonim. Faktor utama dalam hal anonimitas membuat para pengguna menfess menyukainya dan merasa bebas meluapkan diri tanpa diketahui identitas mereka secara langsung. Menfess yang dikirimkan pun akan mendapatkan banyak atensi dari pengguna lain dengan adanya kolom komentar yang dapat diakses oleh siapapun untuk membalas dan melakukan interaksi dengan orang-orang pengguna menfess lain. Pengirim bebas bertanya, sekedar meminta saran apapun dan nantinya pengguna lain dapat memberikan jawaban sesuai pengetahuan mereka, akan tetaapi tidak jarang pula postingan yang telah diunggah mendapatkan respon yang kurang baik atau celaan. Sederhanaya, Twitter atau X menjadi tempat pertukaran infoemasi yang sangat besar jangkauannya dan pengguna menfess menjadi akun *autobase* tersebut sebagai tempat aman tanpa harus diketahui identitasnya oleh orang lain (Fajrussalam dkk, 2023).

4. Penggunaan Bahasa Dalam Perspektif Islam

Cara manusia dalam komunikasi, pemilihan dan penggunaan kata serta bahasa dapat berakibat menyenangkan maupun dapat menyebabkan kesalahpahaman jika terjadi kesalahan (Dewi, 2019). Shihab menjelaskan al-Qur'an sangat menghargai bahasa dan keberagaman, bahkan mengakui penggunaan bahasa lisan yang beragam. Bahasa pikiran dan bahasa perasaan lebih penting jika dibandingkan dengan bahasa lisan, karena bahasa lisan merupakan jembatan perasaan. Al-Qur'an secara inklusif dalam ajarannya, bahasa dan keragamannya adalah salah satu bukti Keesaan dan Kebesaran Allah Swt (Amin & Erihadiana, 2022). Perspektif islam dalam penggunaan bahasa digunakan untuk mewujudkan hubungan secara vertikal dengan Allah Swt juga hubungan secara horizontal dengan sesama manusia. Kitab umat muslim yaitu al-Qur'an terdapat ayat yang menekankan konsep berbahasa sebagai alat komunikasi utama dalam penyampaian pesan, ilmu dan dakwah, yaitu:

Qs. Ar-Rum Ayat 22

وَمِنْ اٰيٰتِهٖ خَلْقُ السَّمٰوٰتِ وَالْاَرْضِ وَاخْتِلَافُ اَلْسِنَتِكُمْ وَاَلْوَانِكُمْۗ اِنَّ فِيْ ذٰلِكَ لَاٰيٰتٍ لِّلْعٰلِمِيْنَ

> Artinya: "Dan diantara pertanda kekuasaan-Nya adalah pencipta langit dan bumi, perbedaan bahasamu dan warna kulitmu. Sungguh, pada yang demikian itu benar-benar terdapat pertanda bagi orang-orang yang mengetahuinya".

Pada hakikatnya manusia diciptakan pada asal yang sama, namun kemudian berkembang biak dan tumbuh menjadi masyarakat atau sekelompok orang yang memiliki banyak ragam suku, bahasa, bangsa, budaya, dan agama, sehingga terjadilah perbedaan dan keanekaragaman dalam kehidupan manusia. Ketika adanya perbedaan dan keanekaragaman pastilah akan ada terjadinya konflik antara manusia satu dengan manusia yang lain, suku satu dengan suku yang lain, bangsa satu dengan bangsa yang lain. Tafsir yang dipopulerkan oleh Shihab menjelaskan bahwa al-Qur'an sangat menghargai bahasa dan keanekaragaman yang ada, bahkan mengakui penggunaan bahasa lisan yang beragam, perlu digaris bawahi bahwa dalam konteks pembicaraan dan interaksi masyarakat tentang paham kebangsaan, al-Qur'an sangat menghargai perbedaan bahasa. Bahasa pikiran dan bahasa perasaan memiliki level yang berbeda dengan bahasa lisan, namun bukan berarti bahasa lisan diabaikan, melainkan ditekankan bahwa bahasa lisan merupakan jembatan perasaan dan pikiran, atas dasar semua itu terlihat bahwa penggunaan bahasa sebagai perekat dan hubungan dalam kesatuan umat manusia, diakui oleh al-Qur'an dimana bahasa dan keragamannya adalah salah satu bukti dari Keesaan dan Kebesaran Allah SWT.

Perbedaan dalam bahasa, warna kulit menunjukkan keanekaragaman yang diciptakan oleh Allah SWT. Perbedaan ini bukan hanya sekedar ajang untuk dijadikan alasan dalam perpecahan, melainkan sebagai sarana untuk saling mengenal dan memahami manusia satu dengan yang lain. hasil dari renungan tersebut yang menjadikan manusia mengenali Keesaan dan Kebesaran yang dimiliki oleh Allah SWT (Shihab Q. , 2002). Dalam kajian yang dilakukan oleh Amin & Erihadiana (2022) terdapat beberapa nilai-nilai dalam Qs. Ar-Rum Ayat 22 setelah dilakukan analisa terhadap pendidikan multikultural yaitu:

a. Multi Bahasa, bahasa adalah bentuk ungkapan yang bermakna untuk menyampaikan sesuatu kepada orang lain. bahasa digunakan dengan lawan bicara agar mampu memahami apa yang ingin dan akan disampaikan oleh si pembicara, melalui ungkapan dalam bahasa yang disampaikan

menjadikan bahasa sebagai alat komunikasi sehari-hari umat manusia. Tidak hanya itu, bahasa juga membuat manusia membangun dunianya sendiri yang khas, mampu membangun cara berpikir serta menjadikan ciri dengan kemampuan bahasa yang dimiliki, karena hal itu juga manusia dapat menyusun pengalaman masa lampau dan merencanakan masa depannya, dengan bahasa manusia dapat mengungkapkan perasaan, pengalaman dirinya, ataupun keinginan terhadap sesama. Nilai dalam multi bahasa terwujud dalam kata وَاخْتِلَافُ اَلْسِنَتِكُمْ yang artinya berlainan bahasa, dari kata tersebut menunjukkan bahwa terdapat nilai-nilai multikultural yaitu adanya multi bahasa.

b. Multi Ras, nilai mutikultural, multi Ras tercantum dalam kata وَاَلْوَانِكُمْ yang berarti warna kulit kalian. Ciri fisik yang dikelompokkan dalam warna kulit, bentuk rambut, tinggi badan dan lainnya dapat terlihat secara langsung berdasarkan penampakan fisik pada manusia. Sehingga menjadikan mereka berada dalam garis keturunan yang sama dan menjadi bagian dari ras tersebut. manusia yang dapat diklasifikasikan berdasarkan ciri fisik yang dihasilkan dalam proses reproduksi, dalam realitas sosial yang ada di masyarakat, ras biasanya digunakan sebagai status sosial, yang dijelaskan dari sudut pandang budaya bukan pada biologis.

c. Multi Suku, bermakna golongan bangsa, orang-orang dalam keluarga yang merupakan kelompok terlihat pada kesamaan dan perbedaan dalam konteks kebudayaan yang mana terbagi pada suatu keyakinan, norma, nilai, adat istiadat, yang disebabkan oleh latar belakang yang sama, kesamaan atau ciri tersebut bisa lahir dari bahasa, agama, pengalaman sejarah, isolasi geografis, sistem kekerabatan dan ras pada seseorang (Amin & Erihadiana, 2022).

C. Teori Interaksionisme Simbolik George Herbert Mead

1. Konsep

Teori interaksionisme simbolik Mead (2024) menyebutkan bahwa interaksi dan komunikasi penting dalam membentuk *Mind, Self, and Society*. Pengertian ini merupakan sebuah pendekatan untuk mempelajari pengalaman yang dialami oleh individu dari sudut pandang dan perilaku seseorang. Mead menegaskan identitas diri dan makna sosial dibentuk melalui interaksi yang dilakukan individu dalam

masyarakat. Mead menyoroti interaksionisme simbolik melalui tindakan yang dilakukan individu dalam psikologi juga sosiologi (Mead, 2024). Konsep interaksionisme simbolik memusatkan perhatiannya pada hubungan yang terjadi secara natural dan alami antara diri manusia di dalam masyarakat juga pada simbol-simbol yang mereka ciptakan. Simbol itu termasuk ke dalam gerak tubuh manusia antara lain, suara atau vokal, gerakan fisik, ekspresi tubuh atau bahasa tubuh, yang dilakukan secara sadar yang dapat mendatangkan respon (Arisandi, 2015). Teori ini mempelajari interaksi yang dilakukan oleh manusia sebagai kegiatan sehari-hari.

Bagi Mead interaksi simbolik adalah pembentukan pikiran manusia (*Mind*), konsep diri seseorang (*Self*), dan interpretasi makna dalam kehidupan dalam bermasyarakat (*Society*) setelah terjadinya interaksi sosial. Mead mengungkapkan melalui pemikirannya mengenai interaksionisme simbolik bahwa pemikiran individu dan diri manusia berkembang melalui proses sosial. Mead juga menganalisis pengalaman ini melalui perspektif komunikasi sebagai inti dari keteraturan soisal. Dasar pemikiran Mead dibagi kedalam tiga yaitu, mind, self, and society proses sosial inilah yang menjadi inti dari struktur dan proses dari pengalaman pribadi manusia (Mead, Mind, Self, & Society: Pikiran, Diri, & Masyarakat (W. Saputra, Terjemahan), 2024).

Teori interaksionisme simbolik menjelaskan proses interaksi sosial yang menekankan makna simbolik yang diciptakan dan diinterpretasikan manusia dalam kehidupan sehari-hari. Manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna yang dimilikinya atas sesuatu dan makna itu muncul melalui interaksi sosial yang dilakukan individu. Makna sosial tersebut dibentuk melaui interaksi antarindividu dengan menggunakan simbol, terutama dalam bahasa. Dalam perspektif ini, realitas sosial dianggap tidak bersifat objektif dan tetap, melainkan dibentuk, dinegosiasikan, dan dimaknai melalui interaksi sosial sehari-hari dalam sebuah aktivitas. Menurut Mead kesadaran diri dan makna sosial muncul dalam proses interaksi simbolik, bukan sebagai sesuatu yang dibawa sejak lahir.

Tindakan sosial yang menjadi dasar terjadinya interaksi yang dilakukan antarindidu, kegiatan yang memerlukan koordinasi dengan orang lain melalui simbol. Setiap tindakan sosial melibatkan tahap persiapan, penyesuaian, dan tindakan bersama. Simbol yang digunakan salam interaksi bermakna isyarat (biasanya bahasa) dari masing-masing penggunanya yang memiliki arti sama bagi penutur dan penerima. Simbol memungkinkan koordinasi tindakan antar individi

dalam masyarakat. Mead melihat bahwa perilaku manusia tidak semata-mata hasil dari dorongan biologis atau refleks instingtif, namun juga hasil dari proses komunikasi dan interaksi sosial yang penuh dengan simbol. Simbol-simbol ini, terutama bahasa, menjadi alat utama bagi manusia untuk membangun makna, memahami lingkungan sosialnya, dan merumuskan tindakannya (Mead, 1934).

Konsep utama dalam teori interaksionisme simbolik oleh Mead adalah mengenai diri (*self*), diri lahir dari pengalaman seseorang saat ia mampu menempatkan dirinya pada posisi orang lain, yakni dengan membayangkan bagaimana orang lain melihat dan menilai dirinya. Proses ini disebut dengan pengambilan pera (*role-taking*). Pengambilan peran ini merupakan kemampuan individu untuk menempatkan posisi orang lain agar dapat memahami perilaku dan harapan sosial yang ada. Proses ini penting untuk membangun empati dan kohesi sosial dalam masyarakat. Menurut Mead diri manusia terdiri dari dua aspek, yaitu "*I*" dan "*Me*" masing-masingnya memiliki bagian perannya sehingga tindakan seseorang adalah hasil dari keseimbangan antara dorongan pribadi dan kesadaran akan norma sosial. Manusia dalam proses interaksi sosial mengembangkan apa yang disebut dengan pikiran (*mind*), pikiran muncul karena individu belajar menggunakan simbol-simbol yang bermakna bersama, terutama melalui bahasa. Dengan adanya pikiran, manusia mampu berperan aktif dalam menentukan perilaku dan tidak hanya menjadi makhluk yang bereaksi secara pasif terhadap ransangan lingkungan. Pikiran memungkinkan individu untuk menafsirkan simbol, memperkirakan tindakan orang lain, dan merancang resppon yang dirasa sesuai dengan keadaan. Mead juga memperkenalkan konsep *generalized other* yaitu representasi dari norma, nilai dan sikap masyarakat yang telah diinternalisasikan oleh individu itu sendiri. Dengan memeliki konsep tersebut individu dapat menilai seseorang dan mengontrol tindakannya sesuai dengan ekspetasi masyarakat luas, bukan hanya menurut pandangan individu-individu tertentu disekitarnya. Konsep ini memungkinkan individu untuk berperilaku secara sosial dan terikat dalam struktur masyarakat (Mead, 2024). Proses interkasionisme simbolik terjadi secara dinamis dan terus-menerus dalam kehidupan sehari-hari. Diri, pikiran, dan makna tidak bersifat tetap atau final.

Semua proses dalam teori interaksionisme simbolik menawarkan pemahaman bahwa relaitas sosial adalah hasil konstruksi bersama, di mana seseorang aktif dalam membentuk makna melalui interaksi simbolik dnegan orang lain. perilaku

sosial tidak dapat dipahami tanpa melihat proses bagaimana simbol-simbol tersebut diinterpretasikan dan digunakan dalam kehidupan berkomunikasi sehari-hari.

2. Asumsi Dasar

Teori interaksionisme simbolik muncul dari latarbelakang hubungan antar kelompok pada individu. Teori ini ada melalui teori aksi (*action theory*) yang dipeloppori Max Weber. Mead merupakan tokoh dalam bidang filsafat sosial dan psikologi di abad ke-20. Gagasannya mengenai pikiran (*mind*), diri (*self*), dan masyarakat (*society*) muncul dari proses komunikasi di antara organisme. Ide dasar Mead ada pada konsep behaviorisme sosial, pikiran adalah fokus individu dalam proses komunikasi di kehidupan masyarakat. Proses sosial yang dinamis dan berkelanjutan membuat terjalinnya mengenai pikiran (*mind*), diri (*self*), dan masyarakat (*society*). Interaksionisme simbolik muncul pada sekitaran abad ke-19 dan awal abad ke-20 dari tulisan kaum pragmatis seperti Charles S. Pierce, William James, dan John Dewey. Tulisan tersebut diterapkan pada kehidupan sosial oleh seorang sosiolog asal Amerika Charles Cooley, W. I. Thomas, dan George Herbert Mead, namun secara khusus teori interaksionisme simbolik oleh Mead mengenai munculnya pikiran dan diri dari proses sosial komunikasi menjadi dasar dari teori ini (Mead, 2024).

Pemikiran Mead secara signifikan berkontribusi terhadap filsafat alam, antropologi filosofis, filsafat ilmu, dan filsafat proses. Interaksionisme simbolik memusatkan fokusnya pada suatu tindakan dan interaksi yang dilakukan manusia secara sadar. Interaksi juga dipahami sebagai sebuah proses dari interpretasi dan respon individu dalam mengambil peran. Mead menjabarkan bahwa diri merupakan fungsi dari bahasa dasar dan tanpa berbahasa atau berbicara dalam interaksi, maka tidak akan ada konsep diri, terminologi ini diambil dari Charles Cooles yang disebut dengan *looking-glass self*. Interaksionisme simbolik yang dikemukakan Mead berisi tentang cara berpikir mengenai pikiran, diri dan masyarakat terbentuk karena adanya interaksi yang dilakukan oleh manusia dengan manusia lain dalam waktu yang berkelanjutan hingga akhirnya membentuk makna dan dapat saling memahami peristiwa dengan cara yang serupa. Tiga prinsip yang disebutkan pula oleh Mead dari inti interaksionisme simbolik adalah makna, bahasa, dan pemikiran. Proses yang terjadi dalam makna bahasa, dan pemikiran yang terdapat dalam

looking-glass self di analogikan pada manusia tentang bagaimana mereka bisa mengenal diri sendiri.

Menurut Nebo (2022) mengenai *looking-glass self* secara sederhana, manusia sebagai individu melihat cerminan atau refleksi diri mereka dari orang lain saat terjadinya interaksi sosial. Dengan hal tersebut, interaksi sosial bertindak sebagai cermin yang membantu memantulkan manusia dalam mengukur nilai dan perilakunya (Agustya, dkk, 2023). Mead mengenai konsep kunci *mind, self, and society* membangun teori interaksionisme simbolik dengan dasar pemikiran bahwa manusia adalah makhluk sosial yang kehidupannya dibentuk melalui sebuah proses interaksi. Hasil dari interaksi memberikan kehidupan sosial bagi manusia terlibat dalam kehidupan yang sama. Kehidupan tersebut berlangsung melalui pertukaran simbol, terutama bahasa, yang memiliki makna bersama dan dipahami oleh anggota dalam masyarakat (Mead, 1934).

Implementasi dalam penelitian ini dari teori interaksionisme simbolik yang diusung oleh Mead dapat dikaji dari akun X @kdrama_menfess yang memberikan wadah media sosial untuk para pengikutnya melakukan interaksi sosial. Simbol yang muncul dalam interaksi yang dilakukan oleh para pengikut dengan penggunaan istilah bahasa lain selain bahasa yang utama digunakan dalam kehidupan sehari-hari, hal tersebut berfungsi sebagai simbol identitas sosial dalam komunitas penggemar. Bahasa campur kode yang digunakan dalam berinteraksi menjadi alat ekspresi diri dan afiliasi budaya. Pembentukan makna melalui interaksi yang idlkukan oleh para pengguna dengan saling respon menfess dan komentar dalam akun X @kdrama_menfess menjadi makna suatu frasa atau konteks simbolik.

3. Konsep Kunci

a. *Mind* (pikiran)

Mead mengartikan *mind* sebagai proses berpikir dalam dialog internal seseorang dalam dirinya sendiri. Proses berpikir itulah yang keluar dari individu sebagai simbol-simbol dan bahasa yang diinternalisasikan menjadi makna bagi individu dalam kelompok. Percakapan yang dihasilkan melalui interaksi dengan gestur eksternal dalam individu menjadi proses sosial atas esensi dari tindakan berpikir individu dengan simbol-simbol yang

bermakna. Tindakan atau respon tersebut keluar dengan maknanya sebagai simbol dan bahasa yang dari pikiran individu. Peran internalisasi gestur dan bahasa pada pikiran individu muncul ketika individu tersebut dapat menginternalisasikan gestur dan simbol secara signifikan terutama dalam bahasa, yang digunakan dalam interaksi dan komunikasi. Dengan begitu, seseorang akan dapat "berbicara" pada dirinya sendiri dengan mempertimbangkan berbagai kemungkinan pada suatu tindakan, dan mengantisipasi respon dari seseorang sebagai lawan bicaranya.

Menurut Mead, makna dari simbol-simbol muncul karena adanya interaksi sosial dalam kelompok atau komunitas dengan kata-kata yang dipahami dan disepakati bersama di dalam komunitas itu sendiri. *Mind* merupakan kemampuan individu untuk menggunakan simbol, terutama dalam bahasa, guna merefleksikan pengalam, pengetahuan, merencanakan tindakan, dan menafsirkan tindakan orang lain. Pikiran tersebut tidak bersifat bawaan, melainkan muncul karena adanya proses dalam lingkungan sosial. Inti dari pandangan dalam interaksionisme simbolik terletak pada hubungan antara simbol dan interaksi dan pandangan terhadap individu (Mead, 2024). Interaksi simbolik berfokus pada pentingnya pikiran membentuk makna bagi perilaku manusia, hal ini tidak dapat dilepaskan dari proses komunikasi, hingga akhirnya dapat dikonstruksikan secara interpretatif oleh individu saat proses interaksi tersebut untuk menciptakan makna yang dapat disepakati bersama (Siregar N. S., 2011).

Pikiran adalah sebuah perkembangan dari sesuatu yang mendalam mengenai proses komunikasi sosial yang tidak dapat dipahami sebagai proses secara terpisah. Proses ini melibatkan dua tahap dalam prosesnya yakni, dialog gestur (gerakan dalam percakapan) dan bahasa. Kedua tahap tersebut muncul dalam pikiran ketika simbol-simbol yang relevan digunakan dalam komunikasi. Pikiran memungkinkan manusia untuk menggunakan simbol-simbol, seperti bahasa untuk berkomunikasi, berpikir, merencanakan, dan mengantisipasi tindakan. Simbol yang digunakan harus memiliki makna bersama atau *significant symbol*, yang artinya simbol yang saat digunakan seseorang, dapat dipahami dan memunculkan respons yang serupa dalam diri orang lain. melalui penggunaan simbo-simbol tersebut, individu tidak hanya bereaksi terhadap stimulus secara otomatis, melainkan

juga menafsirkan situasi, memikirkan kemungkikan makna, dan menentukan tindakannya secara sadar. Pikiran memungkinkan individu tidak hanya bereaksi atau memberikan respon secara otomatis terhadap stimulus, tetapi juga agar dapat menafsirkan dan memilih tindakan yang sesuai dan tidak bersifat instingtif. Dalam hal ini adalah percakapan internal yang melibatkan manipulasi simbol-simbol untuk menghasilkan sebuah makna. Oleh karenanya, pikiran manusia untuk mejadi makhluk reflektif, yang mampu mengatur perilakunya dengan memperhitungkan tindakan dan reaksi orang lain (Mead, 1934).

Berkaitan dengan penelitian ini, akun X @kdrama_menfess memperlihatkan bagaimana penggunanya menggunakan simbol-simbol dalam proses interaksi dan pemberian informasi mengenai drama atau film yang sedang ramai dibicarakan. Simbol yang digunakan dalam akun ini bersifat verbal dan visual, simbol verbal disini terlihat dalam bentuk bahasa yang digunakan pengguna dalam mengirimkan menfess dan berkomentar dalam postingan tertentu dan visual terlihat dalam bentuk gambar atau foto cuplikan dari dalam drama atau film yang di *screenshoot.* Hal lain dalam penelitian ini akan memaparkan pemaknaan simbol-simbol komunikasi yang digunakan dalam interaksi oleh pengguna menfess akun @kdrama_menfess di media sosial X. *Mind* (pikiran) yang dipaparkan oleh Mead (2024) menjelaskan beberapa hal dalam *mind* itu sendiri.

Gestur yang berkonsep menyesuaikan diri sendiri secara naluriah terhadap sikap individu yang lain, yang hampir sebagian besar tindakan dilakukan tanpa adanya pertimbangan. Situasi dengan sebuah tindakan yang menjadi stimulus untuk menyesuaikan diri dengan respon tertentu hingga membentuk satu tindakan dengan tindakan yang lain. Gestur vokal dan simbol, gestur-gestur ini adalah bagian dari susunan tindakan sosial. Tindakan tersebut membawa penyesuaian terhadap respon dari lawan biacara saat berkomunikasi. Fungsi gestur ini berguna untuk implikasi tindakan sosial yang berujuk pada objek tertentu. Percakapan dengan gestur secara sadar adalah sebuah mekanisme penyesuaian yang efektif dalam tindakan sosial.

b. *Self* (diri)

Lahir dari simbolik pikiran (*mind*), muncul lah konsep diri (*self*). Mead menjelaskan bahwa proses bahasa adalah hal yang penting dalam perkembangan diri. *Self* muncul dalam proses pengalaman dan aktivitas sosial, berkembang pada seorang individu sebagai hasil hubungan dan proses dengan individu lain secara keseluruhan. Konsep ini memiliki sifat yang dalam, diri (*Self*) menjadi sebuah objek bagi diri itu sendiri. Sifat tersebut itulah yang menjadi pembeda dengan semua objek lain dalam tubuh. Sifat tersebut yang dapat menjadi subjek sekaligus objek yang direpresentasikan dengan "diri" bersifat refleks. Objek pada kesadaran diri manusia diasumsikan sebagai kemampuan yang dibawa oleh manusia itu sendiri. Dalam hal ini, penting untuk mencari pengalaman tertentu dari organisme fisik agar menjadi sebuah objek bagi objek itu sendiri. Objek tersebutlah yang akan membawa lingkungan atau konteks sosial sebagai pengalaman dan tingkah laku dengan beriringan hingga semua terlibat. Peneliti dalam penelitian ini, melihat penggemar *Korean* drama membentuk identitas mereka melalui interaksi dengan sesama melalui media sosial. Proses internalisasi norma-norma dalam komunitas dan respon penggemar dengan cara yang unik membuat identitas tersebut akhirnya muncul sebagai gaya hidup, misalnya dalam hal berbahasa yang menggunakan istilah-istilah Korea atau bahasa asing lain saat berkomunikasi (Mead, 2024).

Self adalah sebuah kemampuan individu untuk melihat dirinya sebagai objek, yaitu menyadari bahwa "diri" dapat dilihat, dinilai, dan dikenali dari sudut pandang orang lain. *Self* terbentuk dengan proses interaksi sosial, bukan ada sejak lahir. Aspek yang dikemukakan Mead dalam "*self*" terletak pada diri yang spontan, kreatif, implusif, subjektif dengan aspek diri secara sosial, yang memahami norma dan ekspetasi orang lain. konteks dalam media sosial self muncul saat seseorang menulis curhatan dari isi hati di status, *tweet*, atau komentar dalam postingan secara spontan. Hal ini juga muncul saat individu mencoba mengedit apa yang ingin dirinya unggah untuk menyesuaikan diri dengan norma sosial digital yang ada. *Self* secara *online* terbentuk melalui *like*, komentar, repost, *retweet*, dan *engagement* di media sosial. *Self* memperlihatkan sisi reflektif yang dihitung dalam reaksi pengikut atau pengguna lain di media sosial. Hal ini berhubungan dengan

komunikasi yang dijalin dengan orang lain, komunikasi merupakan bagian dari tingkah laku, dari komunikasi yang terjalin tersebut menimbulkan bentuk "diri". Diri bukan entitas statis, melainkan proses dinamis yang terbentuk, berkembang, dan dipelihara melalui refleksi diri terhadap tindakan dan tanggapan sosial. Diri hanya muncul ketika individu mampu menjadi objek bagi dirinya sendiri, maksudnya individu dapat melihat dirinya dari sudut pandang orang lain (Mead, 2024).

Mead mengungkapkan tahapan dalam perkembangan diri, seperti tahap imitasi, permainan, dan *generalized other*. Masing-masing tahapan memiliki peran yang berfungsi sebagai proses diri dalam berkembang. Pada tahap imitasi, anak melakukan peniruan perilaku yang dilakukan oleh orang dewasa disekitar mereka tanpa tahu apa maknanya. Tahap permainan, disini anak-anak mulai memahami peran yang berbeda satu dengan yang lain dan terikat dengan struktur sosial didalamnya. Mereka belajar untuk dapat memperhitungkan harapan dan aturan yang berlaku dalam kelompok, komunitas masyarakat. Tahap *generalized other* sebagai puncak dari tahap perkembangan diri manusia, di mana individu menginternalisasikan sikap dan perilaku serta harapan umum dari masyarakat secara keseluruhan.

Mead menegaskan bahwa diri merupakan produk dari pengalaman sosial. Anak-anak misalnya, pada awalnya hanya melakukan peniruan terhadap tindakan yang dilakukan oleh orang-orang disekitarnya. Namun, dalam perkembangannya, mereka belajar menempatkan diri pada posisi orang lain, membayangkan bagaimana orang lain memandang dirinya, dan merespon berdasarkan bayangan tersebut. diri yang dimaksud oleh Mead selalu bersifat sosial, karena hanya dapat muncul dalam konteks hubungan dengan orang lain. dalam konsep diri terdapat dua aspek penting yang terus berdialog satu sama lain, yakni "*I*" dan "*Me*" merupakan aspek diri yang bersifat spontan, kreatif, tidak terduga, dan sumber dari tindakan-tindakan baru atau inovasi. "*I*" adalah bagian menandai kebebasan individu dalam bertindak dan bereaksi terhadap sesuatu. Konsep ini merepresentasikan sikap spontan yang dimiliki manusia dan tidak terduga dalam diri. "*I*" adalah respon individu terhadap sikap masyarakat dan dapat menjadi sumber inovasi atau perubahasan sosial. Hal ini memungkinkan manusia untuk dapat bertindak secara aktif dan merespon sesuatu secara unik. Sementara

"*Me*" adalah aspek diri yang mencerminkan sikap, norma, dan nilai yang diinternalisasikan dari masyarakat. "*Me*" adalah cerminan dari bagaimana manusia melihat dirinya sebagaimana dilihat orang lain. "*Me*" merepresentasikan aspek sosial diri sebagai objek yang terinternalisasi dari sikap dan harapan orang lain. konsep ini adalah bagian dari diri yang patuh pada aturan dan norma sosial yang berlaku. Dalam kehidupan sehari-hari, tindakan manusia lahir dari dialog konstan antara "*I*" dan "*Me*" antara dorongan spontan pribadi dan pertimbangan terhadap aturan serta ekspetasi sosial (Mead, 1934).

Bahasa yang menjadi poin utama dalam pembentukan diri memungkinkan individu menginternalisasi ekspetasi sosial. Hal tersebut yang membedakan manusia dengan makhluk lain, kemampuan mengambil peran orang lain dan membayangkan posisi diri dalam sistem sosial. Diri juga memungkinkan individu dalam mengevaluasi, mengontrol, dan mengarahkan perilaku agar sesuai dengan norma sosial. Diri adalah hasil dialog yang terjadi secara *continue* atau terus-menerus antara spontanitas dan normatif. Konsep inilah yang memungkinkan adanya kebebasan tetapi masih memastikan adanya keteraturan. *Self* terwujud dalam bentuk identitas digital yang terus bernegoisasi antara keaslian dan citra yang sesuai dengan ekspetasi masyarakat dalam lingkungan daring. Diri juga memberikan kesempatan bagi seseorang untuk berpartisipasi dalam percakapan dengan orang lain. Dengan kata lain, individu menjadi sadar akan apa yang mereka ucapkan, sehingga mampu mendengarkan pernyataan orang lain dan memutuskan apa yang akan diungkapkan selanjutnya (Mead, 2024).

c. *Society* (masyarakat)

Masyarakat tidak akan muncul tanpa adanya pikiran (*mind*) dan diri (*self*), karena semua fistur karakteristiknya mengendalikan kepemilikan pikiran dan diri oleh setiap anggota individunya, namun hal tersebut tidak akan hadir jika tidak muncul proses sosial manusia dalam tahapan-tahapan dan hasil dari pembedaan-pembedaan fisiologis serta permintaan individu yang diimplikasikan didalamnya. Masyarakat adalah representasi dari sikap kolektif, norma-norma, nilai-nilai, dan aturan yang dipelajari manusia melalui pengalaman interaksinya. Dengan adanya konsep ini manusia dapat bertindak sesuai dengan apa yang dianggap tepat atau pantas oleh

masyarakat. Konsep ini juga menjelaskan bahwa individu dapat menempatkan dirinya dalam tatanan sosial yang lebih luas dan bertindak dalam kerangka sosial yang etrorganisir. Mead menekankan pada *society* sebagai ruang tempat berlangsungnya interaksionisme simbolik (Mead, 1934).

Tahapan dalam proses sosial disebut dengan rasionalitas yang artinya tindakan serta sikap-sikap yang dimiliki oleh individu yang dilalui dan dikendalikan untuk memproses individu lain. rasionalitas memliki hubungan yang erat terhadap suatu kelompok atau komunitas tentu saja karena dapat secara fungsional, potensial terkait apa yang diinginkan. Sebuah kelompok dapat terlibat dengan individu atau kelompok lainnya dengan berbicara menggunakan bahasa yang sama. Bahasa merupakan sebuah proses individu yang terlibat dalam suatu aktivitas dengan orang lain secara bersamaan. Melalui gestur atau tindakan, membangkitkan respon dari sikap orang lain atau dirinya sendiri. Hubungan yang dilakukan individu dengan individu lain bersifat sosial yang membuat keterikatan makhluk hidup pada sebuah lingkungan atau situasi sosial dari sebuah interaksi. Konsep ini terdapat sekelompok sifat kebaikan dan suka membantu dengan respons yang dibangkitkan seseorang kepada orang lain melalui sikap yang sama. *Society* (masyarakat) sebagai salah satu jaringan dengan pola interaksi yang membentuk individu dan dibentuk oleh individu melalui pertukaran simbol menjadi gambaran umum yang dilakukan individu dalam belajar peran sosial mengenai ekspetasi yang ada dalam masyarakat. Masyarakat bukan sekedar struktur, melainkan proses dinamis yang dibangun melalui komunikasi. *Society* (masyarakat) ada karen struktur makro dari interaksi manusia yang mempertahamkam dirinya melalui proses simbolik. Masyarakat bukanlah entitas tetap, melainkan terus diciptakan kembali dan terus berkembang dengan bantuan komunikasi. Individu dalam hal ini lebih banyak belajar memahami ekspetasi kolektif dalam masyarakat secara luas bukan hanya dari lingkungan terdekat saja (Mead, 2024).

Media sosial dalam konteks penelitian ini, melihat *society* dari komunitas *online*, *fandom*, grup percakapan. Norma masyarakat yang ada didalmnya tergambar dengan aturan tertulis yang hanya diketahui oleh

anggota dalam kelompok. Penggemar *korean* drama tercermin dalam aktivitas sehari-hari mereka, seperti menonton, mengikuti berita, menggunakan produk dan bahasa dalam drama serta budaya Korea yang mereka serap. Aktivitas tersebut merupakan pilihan yang diambil oleh individu dari hasil interaksi simbolik dengan komunitas penggemar. Interaksi ini yang membentuk dan menegaskan identitas mereka sebagai bagian dari komunitas tersebut. dalam media sosial proses ini terlihat dalam cara individu berpikir simbolik (*mind*), membangun kesadaran diri secara digital (*self*), dan menyesuaikan diri dengan norma komunitas yang terlibat didalamnya secara daring (*society*). Simbol yang digunakan dalam komunitas seperti campur kode, emoji, hastag, dan istilah lain dalam fandom menjadi alat utama dalam pembentukan makna, identitas, dan solidaritas sosial dalam ruang digital.

Berdasarkan teori interaksionisme simbolik, penggunaan campur kode ini hadir karena penggemar yang secara konsisten melakukan kegiatan menonton serial drama Korea dan merealisasikannya melalui keanggotaan dalam kelompok sosial, faktor eksternal yang dimunculkan melalui budaya asing membuat penggemar mengalami perubahan dalam berkomunikasi dalam media sosial. Konsep pikiran (*mind*), diri (*self*), dan masyarakat (*society*) membuat penggemar menciptakan sendiri simbol, interaksi dan menginternalisasi norma, dan pembentukan identitas dalam interaksi di masyarakat. *Mind, self*, dan *society* saling terkait dan tidak dapat dipahami secara terpisah. Pikiran dan diri manusia muncul dari proses sosial dalam masyarakat, dan pada gilirannya, *mind* dan *self* memungkinkan individu untuk berkomunikasi dan menciptakan makna hingga terus membentuk dan mengubah masyarakat yang ada didalamnya. Interaksi simbolis sebagai pondasi dari seluruh proses dalam konsep ini.

BAB III

GAMBARAN UMUM AKUN X @KDRAMA_MENFESS

A. Media Sosial

Media sosial adalah sebuah fenomena teknologi komunikasi yang lahir seiring perkembangan internet, yang membuat perubahan terhadap cara individu, kelompok maupun institusi dalam berinteraksi dan mengubah relasi. Media sosial adalah bentuk baru dari media yang memungkinkan penggunanya untuk memproduksi iisi, berbagi informas, dan saling berinteraksi dalam jaringan yang lebih luas secara daring. Media sosial tidak hanya menjadi saluran komunikasi satu arah seperti pada surat kabar, radio, dan televisi tetapi juga menawarkan peluang komunikasi dua arah atau bahkan multi-arah yang lebih partisipatif dan interakstif (McQuail, 2010). Media adalah bentuk dari aktivitas sosial yang menggabungkan teknologi sebagai alat komunikasi dengan memulai pembicaraan menggunakan cara dengan membagikan pesan, gambar atau foto, video dan suara (Naimawati, 2022).

Van Dijk menyatakan mengenai media sosial yakni platform media yang berfokus pada keberadaan seseorang dan menggunakannya dan memberikan fasilitas kepada seseorang dalam berkegiatan, karena hal tersebut maka media sosial dapat dikatakan sebagai penghubung dalam dunia maya yang memperkuat hubungan antara pengguna sehingga mempunyai ikatan sosial (Dijk, 2013). Pada situasi lain, media sosial juga diartikan sebagai perkumpulan dari aplikasi yang berbasis internet, dibangun atas dasar ideologi dan teknologi web versi 2.0 yang memungkinkan terciptanya website yang interaktif. Dari seluruh pengertian yang dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa media sosial ini kapabel dalam menghadirkan dan mengalihkan cara berkomunikasi yang baru dengan teknologi yang berbeda dari media sosial lawas (Sulianta, 2015). Adapun beberapa karakteristik pada media sosial modern, yakni:

- **Transparansi**, konten media sosial dimaksudkan untuk konsumsi publik atau sekelompok orang sehingga suatu informasi harus terbuka dan jelas.
- **Dialog dan Komunikasi**, terangkai hubungan serta komunikasi yang interaktif menggunakan bermacam-macam fitur.

- **Jejaring Relasi**, hubungan antar pengguna seperti jaring-jaring yang tersambung satu sama lain dan semakin kompleks sembari menjalin komunikasi dan membangun pertemanan.
- **Multi Opini**, setiap orang dengan mudah dapat berpendapat dan mengutarakan aspirasinya.
- **Multi Form**, tersaji informasi dalam bermacam-macam konten dan saluran, seperti: social media press release, video news release, portal web dan lainnya.
- **Kekuatan Promosi Online**, media sosial dapat dianggap sebagai instrumen yang menghadirkan peluang untuk memenuhi tujuan suatu kelompok.

1. Twitter (X)

Secara resmi menjadi salah satu aplikasi media sosial pada Juli 2006. Hingga saat ini, X berkembang sangat pesat sejak pertama kali diluncurkan. Kepopuleran X berkat kesederhanaan dalam menjawab tantangan yang ada di media sosial lain, membuat komunikasi menjadi lebih praktis antar penggunanya. Terlebih ketika X mengalami banyak perubahan dengan munculnya berbagai macam fitur baru yang dihadirkan seperti penambahan gambar dan video, X kini menjadi salah satu platform yang digunakan oleh penggunanya untuk bertemu orang baru dan membagikan pengalaman atau kisah apapun mereka ke dunia (Ditya, 2023). Twitter atau X yang sekarang telah berganti sepenuhnya menjadi nama dengan sebutan X adalah sebuah layanan *online microblogging* yang menyediakan fitur berupa postingan pendek yang tidak lebih dari 280 karater yang disebut juga dengan *tweets*. Fitur lain yang disebut sebagai mention juga memberikan kebebasan bagi penggunanya untuk mengirimkan cuitan kepada sesama pengguna lain untuk berkomunikasi. Pengguna juga dapat melihat topik yang sedang ramai dibicarakan pada fitur *trends for you* (trending topik) dan atau melihat pada penggunaan tanda # (*hastag*). Beberapa istilah lain juga populer seperti pengikut dan mengikuti atau umum dengan sebutan *following followers* (Ditya, 2023).

Platform Twitter mengalami perkembangan pesat dan terus bertumbuh hingga memiliki lebih dari 200 juta pengguna aktif yang membuat lebih dari 400 juta tweet setiap hari. Secara global, Twitter terkenal dengan logo burung biru yang bernama "Larry the Bird". Logo ini digunakan sejak peluncuran perdana Twitter pada tahun 2006 hingga bulan September 2010. Lalu pada tanggal 5Juni 2012, Twitter

meluncurkan logo ketiga yang sudah dimodifikasi ulang dan dinamakan "Twitter Bird". Pada desain ulang tersebut, kata "Twitter" dengan huruf t kecil tidak lagi digunakan dan logo gambar burung menjadi satu-satunya simbol yang digunakan sebagao logo Twitter. Twitter berubah nama menjadi X sejak Juli 2023 namun, aplikasi ini masih berfungsi sebagaimana twitter pada awalnya dengan fitur-fitur yang sama sebagai penunjang aktivitas penggunanya sehari-hari. Beberapa fitur yang dijelaskan dalam Riyanto dan Pertiwi (2023) seperti berikut:

1. *Tweet*, cuitan yang dapat diunggah dalam bentuk teks, gambar atau foto, juga video maupun mengirim link url singkat kepada para penggunanya. Hingga per hari ini, cuitan dalam X dibatasi maksimal 280 karater per-*tweet* saat diunggah dan dibagikan kepada dunia.
2. *Following*, *followers, unfollow, following* dan *followers* adalah pengguna yang menjadi pengikut dan mengikuti akun masing-masing pengguna. Sedangkan, *unfollow* adalah fitur yang disediakan oleh X untuk membatalkan mengikuti atau pertemanan dengan akun lain.
3. *Hastag*, fitur ini adalah tagar (#) yang biasanya digunakan untuk membantu pengguna dalam mencari atau menemukan topik yang sedang ramai dibicarakan sesuai keinginan.
4. *Mentions* dan *reply,* dua fitur ini berguna untuk memperluas jangkauan tweet yang diunggah, fitur ini berguna untuk mnyebut pengguna lain saat berkomunikasi dan berinteraksi satu sama lain.
5. *Direct Messages* (DM), fitur ini pesan langsung secara pribadi yang dapat digunakan oleh masing-masing penggunanya. Fitur ini memudahkan pengguna untuk saling bertukar pesan secara privat dan memberikan hak kepada pengguna dan juga dapat membatasi penerimaan pesan pribadi dari pengguna yang tidak dikenali dengan kriteria tertentu (Riyanto & Pertiwi, 2023).

Selain fitur yang dijabarkan diatas pada 9 Februari 2023 Elon Musk sebagai CEO dari X berinovasi dan menghadirkan beberapa fitur berbayar yang memungkinkan penggunanya untuk diakses, fitur-fitur tersebut merupakan fitur eksklusif yang tidak dapat digunakan di X biasa. Fitur tersebut diantaranya, mengedit *tweet* yang telah diunggah, pembatalan *tweets, tweets* yang lebih panjang, durasi video yang lebih panjang saat akan diunggah, dan pengurangan iklan dalam aplikasi. Twitter *blue* yang menghadirkan beberapa fitur berbayar dibandrol dengan

harga $8 pe-rbulan sampai $84 per-tahun atau sekitar 130 ribu hingga 1,3 juta rupiah per-tahunnya. Indonesia sebagai salah satu negara yang dapat mengakses X atau Twitter *blue* (Putra, 2023).

2. Menfess

Pada X terdapat akun yang disebut dengan *autobase*, akun ini adalah fitur Twitter yang menyediakan akses terprogram ke data X kepada pihak ketiga melalui API (*Aplication Programming Interface*) yaitu pemograman aplikasi antarmuka. Pengguna API pada X memfasilaitasi pengiriman pesan atau *tweets* secara anonim. Dilansir juga dari website Digstraksi, *autobase* adalah akun bot yang dapat digunakan secara bebas oleh siapapun untuk mengirim pesan atau *tweet* secara anonim. Tak ada catatan atau dokumen resmi mengenai kapan pertama kali berdirinya *autobase* di Twitter. Tetapi, banyak pihak yang setuju bahwasanya *autobase* berawal dari dunia roleplayer (RP). Pada tahun 2016, fitur *autobase* ini digunakan untuk tujuan mencari teman dan *mutual* di Twitter. Disebutkan dalam beberapa sumber pada Twitter bahwa fitur *autobase* pertama kali hanya terdapat di Indonesia. dan selanjutnya, pada tahun berikutnya muncul berbagai macam akun autobase lain yang sebagian besar bertujuan menjadi ruang bagi masyarakat pengguna Twitter dalam memberikan dan mengumpulkan informasi dari beragam individu dengan topik yang diminati. Tweets anonim ini kemudian disebut dengan *menfess* atau singkatan dari *mention* dan *confess* yaang artinya menyebut dan menyatakan, fitur ini berguna sebagai menanyakan atau mengutarakan sesuatu dalam sebuah akun *autobase* secara anonim. *Menfess* ini diunggah oleh pengikut dalam sebuah akun *autobase* yang pengirimnya merupakan anonim, topik yang dikirimkan atau yang akan diunggah berupa pertanyaan, pernyataan, ataupun sebuah curhatan. Lazimnya akun *autobase* ini memiliki admin sebagai pengelola dan kontroling akun tersebut (Tyas, 2021).

Pengiriman *menfess* cukup mudah dengan mengirimkan pesan DM (*direct message*), namun secara khusus masing-masing akun *autobase* memiliki *rules* atau peraturannya sendiri. Selanjutnya, pesan tersebut akan diteruskan secara otomatis terkirim sebgai sebuah *tweets* tanpa identitas dari si pengirim atau anonim. Salah satu contoh akun *autobase* adalah @kdrama_menfess. Akun ini merupakan sebuah *autobase* yang berisi tentang informasi seputar K-Drama dan perfilman Korea Selatan. Cara mengirim menfess diakun ini adalah dengan salah satu syarat sudah

atau telah dif*ollback* dan menggunakan kata kunci “kdm” untuk mengirim *menfess* terkait dengan K-Drama dan perfilman.

Akun @kdrama_menfess memberikan kebebasan kepada para pengikut dan pengguna *menfess* untuk saling berinteraksi, melakukan tanya jawab, memberikan informasi seputar K-Drama dengan tidak melalukan larangan yang telah tertulis pada *rules* yang telah di posting oleh admin pada *card rules.* Campur kode memang tidak muncul karena adanya tuntutan situasi, melainkan juga hal lain yang dilatarbelakangi oleh terjadinya, topik pembicaraan, penggunaan istilah yang lebih populer, fungsi dan tujuan, ragam dan tingkat tutur bahasa, serta untuk membangkitkan rasa humor dari mitra bicara saat interaksi berlangsung baik secara langsung maupun melalui daring (Suandi, 2014).

Akun @kdrama_menfess sebagai akun *autobase* menampilkan berbagai macam cuitan yang tujuan awalnya memang digunakan untuk memberikan wadah dan ruang bagi para penggemar K-Drama untuk saling membahas seputar drama, film, aktor dan aktris dalam suatu projek di drama atau film itu sendiri. Ruang komentar untuk saling berkomunikasi dan berinteraksi yang digunakan oleh para pengguna sering kali secara spontan menampilkan dan menyisipkan campur kode didalamnya. Campur kode dalam hal ini tidak hanya pada bahasa Indonesia-Inggris tetapi juga Indonesia-Korea. Penggunaan campur kode ini adalah hasil serapan yang diterima oleh para penggemar K-Drama ketika menonton serial drama dan film dari Negara Ginseng tersebut. konten yang sering diunggah oleh para anggota menfess secara anonim sering disampaikan dengan cara, menanyakan rekomendasi, meme yang dihasilkan dari sebuah tayangan dan cuplikan dalam sebuah drama atau film.

B. Profil Akun X @kdrama_menfess

Berikut profil akun menfess @kdrama_menfess:

Gambar 5. Profil Akun @kdrama_menfess



Sumber : Akun X @kdrama_menfess Juni 2025

Pada gambar diatas adalah profil dari akun @kdrama_menfess yang menampilkan foto profil dan *header* berwarna ungu sebagai ciri khas yang mencolok bertuliskan *"Your K-Drama Autobase"*. Foto profil dan header yang ditampilkan dengan warna ungu yang mencolok dan menjadi ciri khas akun @kdrama_menfess bertujuan untuk menarik pengguna dan pengikut. Selain itu tertera pada bio akun menfess @kdrama_menfess menyampaikan informasi kegunaan, tata cara mengirim menfess, dan pengaduan jika terdapat unggahan yang sensitif. Tata cara mengirim menfess yang bisa dilakukan oleh pengguna dapat menggunakan kode (•KDM•) sebagai pemicu atau ciri khas dari setiap akun menfess dalam mengirim sebuah postingan. Dalam bio akun @kdrama_menfess juga menyantumkan akun pengaduan yang dapat dikirimkan ke @kdmcrew. Twitter (X) menyediakan link tautan ke website guna mempermudah admin juga pengguna dalam melihat dan mengakses rules yang telah diposting oleh admin, tertera dalam bio pada link *kdramamenfess.carrd.co*. Hingga saat proses penulisan penelitian ini akun menfess @kdrama_menfess telah mencapai 752,2 ribu postingan dalam akunnya.

Akun menfess @kdrama_menfess pada tanggal 24 Juni 2025 telah memiliki 1.250.497 pengikut yang membuat akun ini sudah terverifikasi dengan adanya tanda centang biru. Pengikut yang memiliki jumlah cukup banyak ini membuktikkan bahwa akun menfess @kdrama_menfess diterima dan disukai secara positif oleh masyarakat terutama oleh penggemar K-Drama. Akun @kdrama_menfess adalah akun *autobase* yang menyediakan layanan bagi para *followers*-nya untuk mengirim menfess dengan topik drama Korea. Akun @kdrama_menfess memiliki dua orang admin salah satunya adalah *founder* dari akun tersebut yang bertugas untuk mengelola dan mengontrol

jalannya aktivitas akun tersebut. Hasil dari wawancara yang dilakukan peneliti dengan admin dari @kdrama_menfess menyebutkan bahwa:

> "Akun K-Drama Menfess terbentuk tanggal 29 Juni 2018. Perkembangannya sudah pasti yaa makin besar dan punya followers yang punya banyak beragam sifat dan karakter yang dijumpai".

Akun @kdrama_menfess sering mengadakan sesi *follback* untuk para pengikut yang sangat dinantikan, karena itu merupakan salah satu syarat agar dapat menggunakan akun tersebut dalam mengirim *menfess*. Secara tidak langsung, hal tersebut memperlihatkan bahwa akun @kdrama_menfess memiliki banyak peminat dan biasanya memiliki pengikut yang cukup aktif dalam berkomunikasi dan berinteraksi.

1. Sejarah Akun Menfess @kdrama_menfess

Eksistensi dari akun-akun menfess memungkinkan para penggemar, terutama para penggunanya dalam komunitas dapat mengirimkan pesan secara anonim melalui admin akun tersebut, atau pada akun yang terafiliasi pada akun, kemudian akan dipublikasikan di linimasa untuk dibaca dan dibalas oleh pengguna lain. fenomena akun menfess pertama kali dipopulerkan di kalangan pelajar dan mahasiswa di awal tahun 2010 (Salsabila, 2021). Meluasnya akun menfess ke berbagai komunitas membuat komunitas K-Drama juga ikut terbawa arus dengan didukungnya perkembangan fandom digital yang semakin aktif dan terfragmentasi di Twitter (X) menjadi tempat yang mewadahi interaksi semacamnya. K-Drama menfess adalah salah satu autobase khusus yang digunakan untuk membahasa K-Drama, K-Movie, aktor, aktris, dan acara televisi Korea Selatan. Autobase sendiri artinya adalah base yang dapat mengirim menfess (mention confess) secara otomatis lewat DM (direct message). Terbentuknya akun menfess @kdrama_menfess berawal dari ketidaksengajaan yang di konfirmasi melalui wawancara yang dilakukan peneliti dengan founder dan atau admin dari akun menfess @kdrama_menfess menyebutkan bahwa:

> "Awalnya terbentuk berawal dari iseng aja sih, karena gak punya temen di real life untuk bicara terkait seputar industri perfilman korea, makanya ini akun dibuat. Saya sendiri uda suka menonton dari saya kecil dan itu bisa film dari berbagai negara manapun saya tonton, bisa dikatakan saya adalah seorang cinephile".

Akun ini dibuat berawal dari ketidaksengajaan *founder* karena ingin memiliki banyak teman untuk berdiskusi terkait seputar industri perfilman Korea. *Founder*

dan atau admin menyebutkan bahwa dirinya adalah seorang *cinephile* yang artinya adalah seseorang yang memiliki ketertarikan pada film atau penggemar berat sinema, seseorang yang sangat menyukai, menghargai, dan mendalami dunia film, baik dari sisi artistik, teknis, maupun sejarah. Unggahan *menfess* tersebut akhirnya memicu adanya interaksi melalui komentar dari pengikut lain. Menfess yang dikirimkan oleh pengguna melalui DM (*direct message*) adalah para pengguna yang telah di*follback* oleh akun tersebut. Akun seperti @kdrama_menfess ini menjadi pionir dan berkembang pesat dengan *followers*-nya hingga saat ini. Perkembangan akun tersebut memiliki banyak kegunaan bagi para penggemar serta penggunanya. Wadah diskusi, tempat berbagi opini, ajang promosi, berbagi pengalaman dalam drama dan karakter dari drama yang sedang ditonton. *Fanbase* ini menunjukkan tingkat aktivitas yang cukup tinggi dari waktu ke waktu dengan menyajikan kepada antar para pengikut dan pengguna banyak informasi seputar K-Drama setiap hari. Kecenderungan tersebut terjadi pada masyarakat Indonesia guna menunjukkan minta yang tinggi terhadap populernya serial K-Drama yang dapat diminati melalui antusianisme tersebut.

Seiring perkembangan dari akun @kdrama_menfess, akun ini juga terbuka untuk para penggemar yang ingin bekerja sama jika ada aktor dan aktris pada drama tertentu yang ingin dipromosikan secara khusus. Hal ini terlihat dalam postingan yang diunggah oleh admin dari akun @kdrama_menfess pada link web yang tertera pada bio dengan kolom *contact*. Para pengguna yang ingin bekerja sama dengan akun @kdrama_menfess seputar drama, film, aktor, aktris dan atau acara televisi Korea lainnya dapat menghubungi akun tersebut ke alamat e-mail yang telah tertera dan tanpa dipungut biaya atau gratis. Tidak hanya itu, akun @kdrama_menfess juga terbuka lebar jika ada para pengikut dan pengguna yang ingin bertanya terkait paid promote akan dilayani dengan menghubungi cantact yang telah diberikan dan dicantumkan oleh admin dari akun @kdrama_menfess.

Gambar 6. Kontak Akun @kdrama_menfess



Sumber : Tangkapan Layar X @kdrama_menfess Juni 2025

Campur kode yang memiliki arti penggunaan dua bahasa atau lebih dengan saling menyisipkan unsur bahasa satu dengan bahasa yang lain. Salah satu akun media pada platform X menunjukkan adanya fenomena penggunaan campur kode yang ditemukan dalam akun @kdrama_menfess. Akun @kdrama_menfess adalah akun autobase bagi para penggemar K-Drama yang digunakan untuk menyampaikan berita dan informasi dari pengguna kepada pengguna lain dengan menggunakan status anonim saat menggunggah suatu postingan dalam akun tersebut. Berita, Informasi, rekomendasi, tanya jawab seputar perfilman dari serial drama Korea Selatan menjadi ciri khas dari akun @kdrama_menfess. Akun yang telah memiliki pengikut lebih dari 1 juta menjadikan akun @kdrama_menfess mudah dalam memperluas konten yang disampaikan.

Akun @kdrama_menfess sebagai akun *autobase* menampilkan berbagai macam cuitan yang tujuan awalnya memang digunakan untuk memberikan wadah dan ruang bagi para penggemar K-Drama untuk saling membahas seputar drama, film, aktor dan aktris dalam suatu projek di drama atau film itu sendiri. Ruang komentar untuk saling berkomunikasi dan berinteraksi yang digunakan oleh para pengguna sering kali secara spontan menampilkan dan menyisipkan campur kode didalamnya. Campur kode dalam hal ini tidak hanya pada bahasa Indonesia-Inggris tetapi juga Indonesia-Korea. Penggunaan campur kode ini adalah hasil serapan yang diterima oleh para penggemar K-Drama ketika menonton serial drama dan film dari Negara Ginseng tersebut. konten yang sering diunggah oleh para anggota menfess secara anonim sering disampaikan dengan cara, menanyakan rekomendasi, meme yang dihasilkan dari sebuah tayangan dan cuplikan dalam sebuah drama atau film. Hal ini jika dikaitkan dalam teori interaksionisme simbolik oleh Mead merupakan sebuah proses komunikasi yang terjadi pada masyarakat terdapat pada pertukaran

pikiran yang mana individu dapat memproduksi dengan cara mengidentifikasi dirinya dengan individu lain yang memiliki sesuatu yang diperlukan untuk saling bertukar. Pada proses ini manusia sebagai individu mencoba untuk memposisikan dirinya pada tempat orang lain untuk memproduksi apa yang diinginkan, oleh sebab itu individu dalam proses ini mengidentifikasi dirinya sendiri dengan semua potensi yang ada sehingga dapat membentuk jaringan dan jangkauan yang lebih luas guna membentuk masyarakat dan memastikan siapa saja yang masuk dalam aktivitas komunikasi ini.

Komunitas ini jika dikaitkan dengan menggunakan teori interaksionisme simbolik Mead (2024) masuk kedalam konsep masyarakat (*society*) yang menyebutkan bahwa masyarakat secara umum yang melibatkan seluruh ras manusia dapat masuk kedalam hubungan dengan manusia lain melalui media komunikasi. Komunitas yang dibentuk melalui akun @kdrama_menfess bersifat universal karena penggemar K-Drama lahir karena budaya yang dibawa suatu negara hingga menjadi selera bagi sebagian orang.

Jika dikaitkan dengan teori interaksionisme simbolik oleh Mead menyatakan bahwa proses interaksi dalam masyarakat berperan sebagai sarana komunikasi, dalam konteks akun @kdrama_menfess adalah sarana dalam proses interaksi di media sosial, seperti halnya penyampaian informasi seputar K-Drama yang *up to date*. Melalui unggahan yang diposting dalam media sosial memberikan ruang dan sarana bagi para masyarakat dalam hal ini khususnya penggemar K-Drama untuk saling berinteraksi satu sama lain. Kegiatan mengirim menfess, saling memberikan komentar dan respon dalam postingan yang terjadi di akun @kdrama_menfess merupakan sebuah bentuk komunikasi yang dijalin oleh pengikut dan pengguna dari akun tersebut. Oleh karena itu, aktivitas ini menjadi sebuah proses komunikasi yang dijadikan sebagai sarana pada media sosial X untuk saling berinteraksi satu dengan yang lainnya.

2. *Rules* dan Tutorial Mengirim Menfess

Rules dan tata cara mengirim menfess yang diciptakan oleh admin ada dalam akun X @kdrama_menfess dan terunggah dalam *kdramamenfess.carrd.co* yang disematkan pada bio akun tersebut. Selain itu, ada beberapa aturan atau *rules* lain yang harus diikuti oleh pengikut dan pengguna dari *autobase* @kdrama_menfess. Adapun beberapa aturan tersebut dari akun @kdrama_menfess sebagai berikut:

a. Dilarang mengirim menfess yang menyinggung suatu suku, agama, ras, dan antar golongan di Indonesia.

   Sanksi: Menfess dihapus + akun Sender ditegur.

b. Dilarang mengirim kiss scene (foto/video/GIF).

   Sanksi: Menfess dihapus + akun Sender ditegur.

c. Dilarang mengirim menfess yang berisi promosi barang/jasa maupun promosi base lain.

   Sanksi: Menfess dihapus + akun Sender ditegur.

d. Dilarang mengirim menfess yang keluar topik dari K-Drama, aktor, dan aktrisnya.

   Sanksi: Menfess dihapus + akun Sender ditegur.

e. Dilarang memberitahu dan membahas spoiler ending (episode terakhir) pada drama yang sudah tamat. Termasuk mencantumkan screenshoot scene, potongan video, gif dan sebagainya dengan ending atau episode terakhir drama yang bersangkutan. Berlaku juga buat yang isi menfessnya seperti ini dan menggunakan foto apalagi menyebutkan judul dramanya (ex: Drama dengan ending tergantung, Drama dengan ending tersedih dan lain-lain) menfess begini gak boleh. Kecuali kalian meminta dijelaskan ending (episode terakhir) dari drama tersebut (ex: guys jelaskan ending drama mr sunshine dong) yang kayak gini boleh tanpa membahas jalan cerita yang ada didrama yang kalian tonton.

   (ex : Endingnya voice 3 gimana sih maksudnya? Kok bisa sih itu mati?) INI GAK BOLEH!!!. Berlaku buat drama lama dan baru.

   Sanksi: Menfess dihapus + akun Sender diblokir.

f. Memberi *spoiler* hanya diperbolehkan untuk drama on going dan preview episode selanjutnya dengan menggunakan tanda dan wajib mencantumkan judul dramanya : Emoji api berlaku jika kalian memberi spoiler yang disertai screenshot/video (adegan drama yang bukan still cuts official) ataupun tidak (ex: TERNYATA PENJAHAT DI VOICE 3 ADALAH SI Z, GUYS!!). Emoji *warning* berlaku jika kalian ingin bertanya/membicarakan seputar drama tersebut (ex: Kim Hyeja bakal balik muda lagi gak sih?).

   Sanksi: Sender diberi teguran maksimal dua kali, dan berikutnya jika kembali melanggar akan diblokir. Menfess akan dihapus.

g. Dilarang mengirim menfess yang dapat mengganggu kenyamanan banyak orang seperti menggunakan bahasa yang tidak sopan, melampirkan foto *jumpscare*, atau menanyakan topik disturbing tanpa disertai *warning* (*suicide, cutting*, dsb).

   Sanksi: Menfess dihapus + akun Sender diblokir.

h. Dilarang mengirim menfess yang berisikan link dari Youtube atau link dari luar media platform di Twitter.

   Sanksi: Menfess dihapus + akun Sender diblokir

i. Dilarang mengirim menfess yang disertai hastag

   Sanksi: Menfess dihapus + akun Sender diblokir

j. Dilarang menebar garam atau salty atau menggiring opini yang sifatnya negatif baik di menfess ataupun reply.

   Sanksi: Menfess dihapus + akun Sender diblokir

k. Dilarang mengirim menfess berisikan hal yang sama berulang kali (teks/foto/video) karena dianggap spam dan mengakibatkan autobase bisa terkena lock oleh Twitter. Maka dari itu, sering-sering untuk mengecheck timeline K-drama Menfess sudah ada yang kirim atau belum.

   Sanksi: Menfess dihapus + akun Sender diblokir

l. Jika ingin menghype idol, aktor atau aktris, harap share konten yang hanya berhubungan dengan yang bersangkutan adalah seorang member grup, DILARANG UNTUK MENGIRIM KONTEN SATU GRUP TERSEBUT, termasuk kegiatan solo yang bersangkutan sebagai seorang idol. Termasuk variety show khusus idol tidak boleh dibahas disini. Apalagi mencantumkan nama grupnya juga tidak boleh di menfess maupun di reply. Pure memperkenalkan idol kalian sebagai seorang aktor atau aktris saja disini.

   Sanksi: Menfess dihapus + akun Sender diblokir.

   (beberapa rules lainnya tercantum pada akun @kdrama_menfess)

Hadirnya akun menfess ini mendapatkan atensi yang positif dari kalangan pecinta K-Drama. Akun ini digunakan oleh pengikutnya sebagai mencari berbagai informasi mengenai Drama Korea, K-Movie, Aktor atau Aktris, dan atau acara TV Korea lainnya. Aktivitas yang terjadi pada akun ini adalah pengguna mengirimkan menfess setiap hari secara beragam, dimulai dari menanyakan judul yang tidak diketahui, rekomendasi drama, menanyakan aktor atau aktris yang muncul pada suatu drama, dan lain sebagainya. Akun *autobase* memiliki ciri khas yang dapat

membedakan satu sama lain sebagai pembeda sesuai dengan identitas akun tersebut. Akun @kdrama_menfess yang berfokus pada Drama Korea, Film, Aktor dan Aktris dan sebagainya memberikan wadah kepada pengikut dan penggunanya untuk dengan bebas mengakses akun tersebut dengan ketentuan yang ada. Pada bagian sorotan dari akun @kdrama_menfess juga diunggah mengenai tutorial cara mengirim menfess untuk para pengguna akun tersebut.

Gambar 7. Tutorial Cara Mengirim Menfess pada Akun @kdrama_menfess

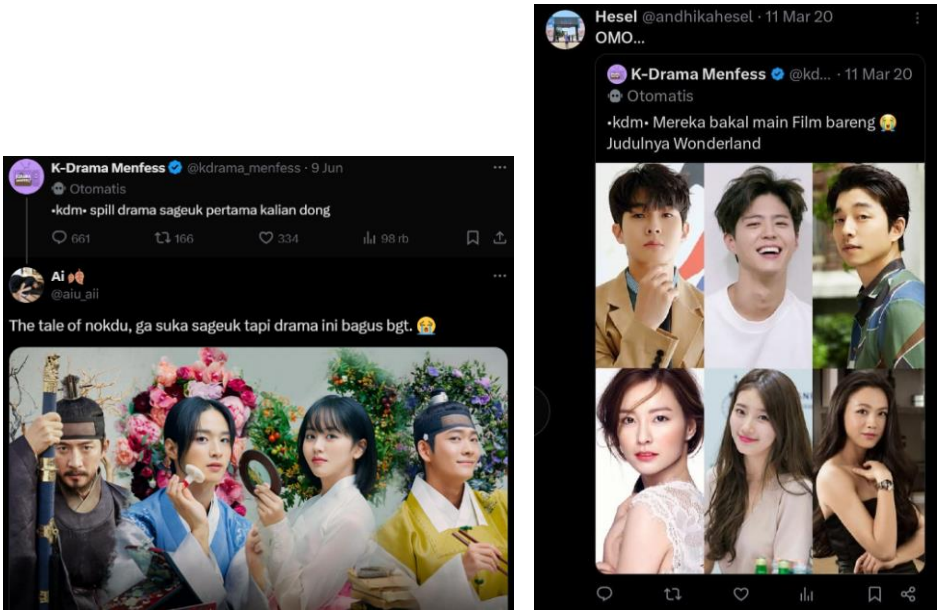


Sumber : Tangkapan Layar X @kdrama_menfess Juni 2025

Pada gambar terlihat bahwa ada beberapa tata cara yang harus dilakukan oleh pengguna jika ingin mengirimkan menfess di akun @kdrama_menfess secara anonim. Saat ini akun @kdrama_menfess tidak lagi menyediakan layanan menfess secara manual yang mengirimkan pesan melalui DM (*direct message*) jika ingin menggunggah sesuatu pada menfess, melainkan semua menfess saat ini telah dialihkan dengan cara mengirimnya melalui link web yang disebutkan diatas dengan tata cara yang telah ditulis secara jelas dan lengkap. Akun menfess @kdrama_menfess menggunakan pihak ketiga untuk membantu pengguna dalam mengirim menfess, dengan menghubungkan akun pengguna masing-masing yang telah difollback oleh akun @kdrama_menfess dan menekan authorize pada aplikasi atau web pihak ketiga ini. Setelah tutorial diikuti dengan benar dan sesuai urutan maka para pengguna dapat dengan bebas mengakses akun autobase ini untuk mengirimkan menfess dengan aturan dan atau rules yang ada.

Konten yang diunggah oleh para pengguna dengan diawasi dan dikontrol oleh admin memberikan informasi yang berguna bagi pengikut lain dan menghubungan interaksi satu sama lain. Beberapa unggahan dari akun @kdrama_menfess yang memperlihatkan interaksi seputar Drama Korea, Film, Aktor dan Aktris dan sebagainya dengan terselipnya campur kode didalamnya, tidak hanya Indonesia-Korea tetapi juga ada Indonesia-Inggris.

Gambar 8. Rekomendasi Drama Korea dan Informasi Aktor/Aktris



Sumber : Akun @kdrama_menfess

Gambar 9. Campur Kode yang digunakan Pengguna Akun @kdrama_menfess



Sumber : Akun @kdrama_menfess

Unggahan yang dikirim secara anonim oleh pengguna akun @kdrama_menfess membuktikan bahwa akun @kdrama_menfess memiliki banyak peminat dari masyarakat digital.

3. Profil Informan

Informan dalam penelitian ini juga merupakan *followers* dari akun @kdrama_menfess. Berikut beberapa profil informan yang dijadikan narasumber oleh peneliti pada penelitian ini:

a. Profil akun informan pertama (@kdmcrew)



Sumber : *X.com* Juni 2025

Tangkapan layar diatas adalah profil dari akun @kdmcrew merupakan akun yang digunakan oleh admin untuk menerima pengaduan jika terjadi hal-hal yang tidak diinginkan terjadi di akun autobase @kdrama_menfess. Pemegang akun @kdmcrew adalah founder dan admin dari akun @kdrama_menfess yang berusia sama-sama 25 tahun berstatus pegawai swasta. Tugas mereka selaku admin adalah mengawasi dan mengontrol unggahan yang dikirimkan oleh pengguna setiap harinya.

b. Profil akun informan kedua (aiu_aii)

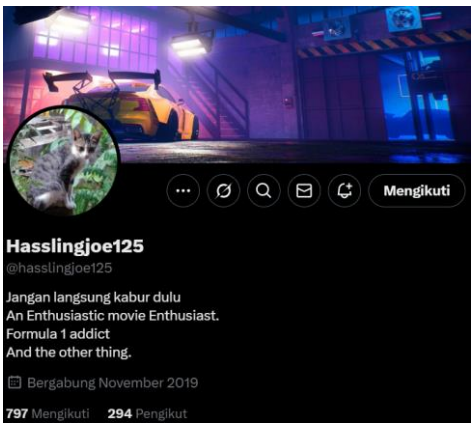


Sumber : *X.com* Juni 2025

Profil akun diatas adalah salah satu pengikut sekaligus pengguna dari akun @kdrama_menfess bernama Ayu berusia 28 tahun bekerja sebagai pegawai swasta.

Akun @aiu_aii telah mengikuti akun *autobase* @kdrama_menfess sejak 2022. Alasan pemilik akun mengikuti @kdrama_menfess adalah untuk mengetahui informasi mengenai drama yang sedang ditonton, serta info mengenai aktor/aktris yang sedang membintangi suatu drama tertentu. Pemilik akun memiliki ketertarikan pada genre *thiller* dan *romantic comedy* saat memiliki drama atau film

c. Profil akun informan ketiga (@hasslingjoe125)



Sumber : *X.com* Juni 2025

Pemilik akun @hasslingjoe125 merupakan pengikut dari akun *autobase* @kdrama_menfess. Pemilik akun ini adalah laki-laki bernama Kemal berusia 27 tahun dan berprofesi sebagai nakes, *writer freelance* dan juga sebagai mahasiswa. Pemilik akun telah mengikuti @kdrama_menfess sejak 2022 dan memiliki ketertarikan dengan genre *slice of life* pada drama atau film. Alasan pemilik akun mengikuti akun autobase @kdrama_menfess adalah untuk mengetahui informasi Drama Korea yang sedang tayang, juga menjadi tempat cerita seputar drama dan film yang dianggap berkesan dan bisa menjadi *relive* memori indah saat ditonton.

d. Profil akun informan keempat (@fitrahaslam_)



Sumber : *X.com* Juni 2025

Pemilik akun @fitrahaslam_ juga merupakan pengikut dari akun autobase @kdrama_menfess. Pemilik akun bernama Aslam berusia 26 tahun berjenis kelamin laki-laki dan berprofesi sebagai pegawai swasta dan juga seorang mahasiswa. Aslam menjadi pengikut akun @kdrama_menfess sejak 2023, genre yang disukai oleh pemilik akun adalah *action* juga *romantic comedy.*

e. Profil akun informan kelima (@pawfectfru)



Sumber : *X.com* Juni 2025

Pemilik akun dengan username @pawfectfru bernama Erika, perempuan yang berusia 24 tahun dan berprofesi sebagai pegawai swasta. Erika menjadi pengikut akun @kdrama_menfess sekitar tahun 2019/2020 pada masa covid menyebar di Indonesia. Genre yang sering ditonton oleh Erika saat memilih drama atau film Korea bervariasi seperti, sejarah, *slice of life, romance* dan masih banyak lagi. Pemilik akun biasanya melihat sinopsis dari drama atau film sebelum menontonnya dan melihat siapa aktor/aktris yang terlibat dalam proses drama atau film tersebut.

f. Profil akun informan keenam (@lavandula211)



Sumber : *X.com* Juni 2025

Pemilik akun @lavandula211 mengikuti akun *autobase* @kdrama_menfess sejak 2019. Pemilik akun adalah seorang perempuan dengan nama Tuti yang berusia 32 tahun dan saat ini tidak memiliki pekerjaan tetap atau seorang *jobseeker.* Genre yang disukai oleh pemilik akun adalah Thiller dan Fantasy. Alasan pemilik akun mengikuti akun *autobase* @kdrama_menfess karena informasi yang diunggah oleh akun oleh para pengguna yang cepat dan variatif seputar drama, film, aktor/aktris Korea.

g. Profil akun informan ketujuh (andhikahesel)



Sumber : *X.com* Juni 2025

Pemilik akun ini juga merupakan salah satu pengikut dari akun *autobase* @kdrama_menfess. Pemilik akun @andhikahesel adalah seorang laki-laki yang berusia 29 tahun dan berprofesi sebagai pegawai swasta. Pemilik akun ini tidak memiliki genre yang spesifik dalam menonton drama atau film Korea, hampir semua genre pemilik akun tonton. Pemilik mengikuti akun autobase @kdrama_menfess sejak tahun 2019 dan mengikuti akun tersebut dengan alasan agar dapat lebih mudah mengakses informasi dan atau opini para pengikut lain seputar drama Korea.

BAB IV

BENTUK-BENTUK CAMPUR KODE YANG DIGUNAKAN OLEH PENGGEMAR K-DRAMA DALAM AKUN @KDRAMA_MENFESS

A. Campur kode ke dalam (*inner code mixing*)

Campur kode digunakan oleh kalangan tertentu melakukan percampuran bahasa dengan bahasa asing. Penelitian ini menyoroti penggunaan bahasa campur kode tidak hanya pada bahasa Indonesia-Korea melainkan juga pada Indonesia-Inggris. Bahasa yang dijadikan sebagai alat komunikasi atas kebudayaan dikembangkan dan diwariskan oleh setiap individu sebagai bentuk adaptasi dengan lingkungan sekitar. Bahasa menduduki posisi fungsi utama dalam peningkatan budaya suatu negara tertentu, sebab bahasa merupakan visual yang diperkenalkan paling pertama pada saat berkomunikasi dan memperkenalkan suatu budaya. Unsur bahasa yang dimasukan dan disebut dengan campur kode memasukkan kata, frasa dan klausa dari bahasa asing. Peristiwa yang terjadi pada akun *autobase* @kdrama_menfess pada media sosial X ditemukan berbagai macam penyisipan unsur bahasa yang dengan tingkat kebahasaan dan konstruksinya berwujud kata, frasa, dan klausa yang bertujuan untuk menegaskan, menyakan, dan mengakrabkan setiap anggota yang ada dalam komunitas tersebut.

Campur kode dibagi ke dalam dua yaitu, berdasarkan unsur serapannya dan berdasarkan tingkat kebahasaannya. Dalam hal ini peneliti menjabarkan campur kode berdasarkan tingkat kebahasaan yang digunakan dalam proses pada susunan dan tata letak kata-kata dalam sebuah kalimat yang mencakup cara unsur-unsur kalimat seperti, subjek, predikat, objek, dan keterangan dirangkai untuk membentuk kalimat yang memiliki makna.

- Kata mengacu pada proses atau hasil penggabungan morfem yaitu satuan terkecil dalam bahasa yang memiliki makna untuk membentuk kata. Menurut Chaer konstruksi kata merupakan bagian dari morfologi, yaitu cabang ilmu linguistik yang membahas struktur dan bentuk kata. Campur kode pada tatanan kata adalah percampuran yang sering terjadi pada setiap bahasa.
- Frasa merupakan bagian dari tata bahasa yang sangat penting untuk memahami bagaimana kata-kata dapat digabungkan guna membentuk kesatuan makna yang lebih besar. Menurut Suandi (2014) campur kode pada tataran frasa adalah

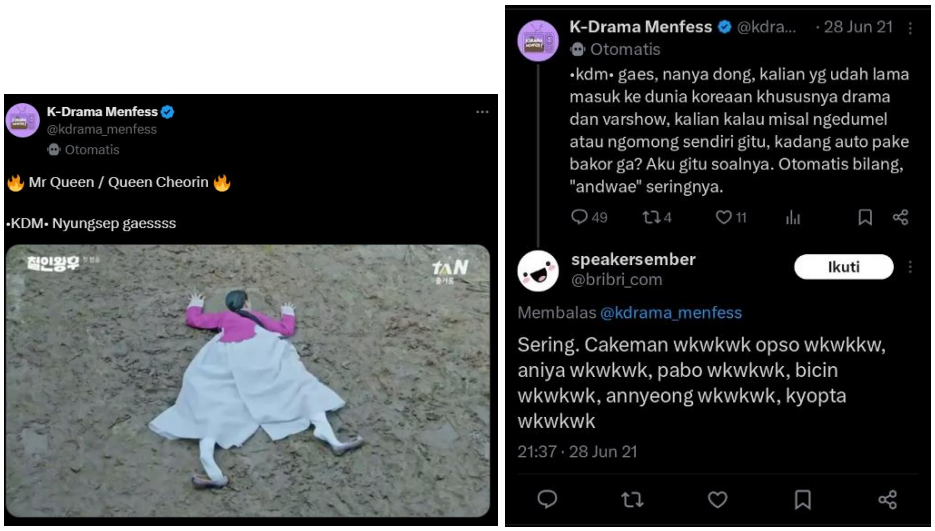
satuan sintaksis yang tersusun dalam dua buah kata bahkan lebih, yang di dalam klausa menduduki fungsi sintaksis. Penyisipan dari frasa berasal dari bahasa asing atau bahasa daerah yang masuk ke dalam tuturan yang menggunakan suatu bahasa pokok tertentu. Frasa menurut Chaer (2004) tidak mengandung predikat, jadi berbeda dengan klausa dan kalimat utuh, terdiri dari dua atau bahkan lebih, namun tidak melebihi batas fungsi suatu klausa.

- Klausa adalah satuan sintaksis yang berada di atas satuan frasa dan di bawah satuan kalimat, berupa susunan kata -kata yang berkontribusi predikatif (Suandi, 2014). Menurut Chaer (2004) klausa merupakan satuan gramatikal yang berupa kesatuan ujaran yang minimal terdiri atas subjek dan predikat atau bisa juga berupa objek, pelengkap, dan, keterangan. Klausa mengandung struktur predikatif, artinya ada unsur subjek dan predikat, meskipun tidak selalu berdiri sendiri sebagai kalimat.

1. Kata dalam Penyisipan Bahasa Daerah

Campur kode ke dalam merupakan penggunaan bahasa dengan menyisipkan unsur bahasa yang masih serumpun dan memiliki kekerabatan hubungan yang dekat. Bentuk dari campur kode tersebut terlihat dalam salah satu postingan yang diunggah oleh pengguna menfess @kdrama_menfess yaitu, adegan karakter drama Korea (Mr. Queen) terjatuh di tanah. Visual yang di tampilkan yaitu berupa gambar menjadi pemicu reaksi emosional warganet, terutama penggemar K-Drama. Penggunaan bahasa campuran ini memperlihatkan bagaimana pengguna menegosasikan makna dan emosi. Kata “nyungsep” mengandung nuansa komedi, sedangkan “gaesss” memperkuat kedekatan gaya bahasa khas komunitas *online*. Postingan ini menjadi stimulan yang memicu respons berupa komentar, *retweet*, atau interaksi antar warganet dengan gaya bahasa yang serupa (menggunakan campur kode, emotikon, atau istilah fandom). Selanjutnya, pada postingan lain penggunaan bahasa Indoensia informal (gaes, ngedumel, auto, pake) yang dicampur dengan bahasa Korea (*andwae*) menjadi pemicu munculnya interaksi berbasis campur kode. Balasan yang ditampilkan mengandung deretan kosakata Korea dicampur dengan ekspresi tawa khas warganet Indonesia “wkwkwkwk”. Stimulan ini menegaskan rasa kebersamaan sesama penggemar K-Drama yang sudah akrab dengan istilah Korea.

Gambar 10. Kata Dalam Campur Kode Ke Dalam



Sumber : *X.com* Juni 2025

Pada postingan pertama campur kode dengan penggunaan kata "*nyungsep*" yang merupakan kata sebutan dari bahasa Jawa yang memiliki arti jatuh ke depan. Dalam hal ini, kata "*nyungsep*" merupakan unsur bahasa yang masih serumpun karena juga digunakan pada bahasa utama yang disisipkan kedalam ujaran ketika berinteraksi. Istilah ini merujuk pada konteks ketika seseorang tersungkur atau terjatuh dengan posisi badan membungkuk ke depan. Istilah ini secara spesifik juga digunakan untuk menggambarkan kejadian seseorang jatuh dengan kepala atau badan yang condong ke depan. Selanjutnya, pada gambar ke-dua terlihat penutur dalam akun @kdrama_menfess yang diunggah dari hasil pengguna mengakses menfess terlihat penutur menggunakan kata "*ngedumel*" yang berarti menggerutu atau mengomel sendiri. Kata ini merupakan hasil serapan dari bahasa Betawi yang merupakan salah satu bahasa daerah Indonesia. Kata "*ngedumel*" yang disisipkan dalam kalimat termasuk kedalam *inner code mixing* yang berasal dari bahasa daerah. Campur kode ke dalam dua postingan yang terjadi pada akun @kdrama_menfess merupakan bentuk campur kode Indonesia-Jawa dan Indonesia-Betawi.

Postingan ke-dua juga memperlihatkan interaksi dari pengguna menfess yang ada dalam kolom komentar, lawan tutur memberikan respon yang serupa dengan menyisipkan kata dengan unsur *inner code mixing* yaitu "*cangkeman*". Kata tersebut merupakan kata yang berasal dari bahasa Jawa dengan arti "banyak bicara" atau "mulut banyak". Istilah ini juga memiliki konotasi bahasa yang kurang baik

atau dalam konteks kasar karena kata "*cangkeman*" merujuk pada seseorang untuk mengumpat dengan cara yang kasar atau menyakiti hati orang lain. Dua postingan di atas jika dilihat berdasarkan tingkat perangkat kebahasaanya, gambar pertama menggunakan kata "*nyungsep*" sebagai kata yang merupakan satuan kecil dalam bahasa. Begitupun, dalam postingan ke-dua yang menggunakan kata "*ngedumel*" dan *cangkeman*" dalam kalimat bahasa utama yang digunakan. Berdasarkan campur kode ke dalam pada gambar tersebut, jika dikonstruksikan berdasarkan tingkat kebahasaannya masuk kedalam campur kode "kata". Konstruksi penggunaan campur kode merujuk pada proses sosial dan linguistik yang membentuk pola, makna, dan fungsi penggunaan bahasa campuran dalam komunikasi digital (Chaer, 2004).

Campur kode berdasarkan tingkat kebahasaan "kata" pada gambar pertama dan kedua kata "nyungsep" dan "cangkeman" hasil dari campur kode kata dari bahasa Jawa. Kata ini memperlihatkan proses pembentukan gaya bahasa yang dinamis dan tidak terikat pada norma gramatikal formal, dan digunakan untuk memperkuat efek komedi dari gambar yang ditampilkan. Secara keseluruhan, campur kode yang terjadi dalam unggahan tersebut mencerminkan praktik linguistik yang bersifat cair, kreatif, dan responsif terhadap konteks budaya populer. Pada tingkat kata, pemilihan dan penyisipan unsur-unsur bahasa lokal dan asing tidak hanya mencerminkan pengaruh globalisasi bahasa, tetapi juga menjadi sarana ekspresif yang membentuk identitas sosial kelompok khususnya komunitas penggemar melalui bahasa yang inklusif, dan penuh simbol.

2. Frasa dalam Penyisipan Bahasa Daerah

Bentuk frasa dalam campur kode ke dalam (*inner code mixing*) terlihat dalam postingan @kdrama_menfess dibawah ini.

Gambar 11. Frasa Dalam Campur Kode Ke Dalam



Sumber : *X.com* Juni 2025

Pada gambar yang diunggah oleh pengguna akun @kdrama_menfess memperlihatkan seorang perempuan dengan ekspresi wajah murung, duduk dengan *hoodie* hijau. Suasana di dalam ruangan terlihat redup, memperkuat kesan emosional yang berat. Perempuan tersebut tampak sedang berada dalam kondisi mental yang tidak stabil atau sedang mengalami tekanan emosional dalam suatu adegan drama Korea. Adegan dalam gambar merepresentasikan karakter yang sedang mengalami kesedihan, kelelahan mental, atau trauma. Setting dramanya menekankan suasana muram dan penuh tekanan emosional. Penonton biasanya diajak untuk merasakan penderitaan atau dilema batin tokoh tersebut, yang sangat umum dalam genre melodrama atau psychological drama Korea. Perempuan dalam postingan merupakan tokoh dalam drama "*Sline*". Drama ini memadukan fantasi visual dengan ketegangan psikologis, mengekplorasi tabu seksual dan rahasia yang bisa menghancurkan reputasi dalam sekejap. Tokohnya Hyun-heup, Ji-wook, dan Gyu-jin masing-masing memainkan peran yang sangat signifikan dalam membuka misteri di balik garis merah tersebut. dalam teks unggahan, penutur menuliskan "*Mumet pisan eui, sudah lah sender anggep Arin lagi mimpi saja*" Unggahan ini memperlihatkan penggunaan campur kode antara bahasa Indonesia, bahasa Sunda, dan sedikit bentuk ekspresi emotikon/emoji yang mendukung makna emosional. kalimat utama menggunakan bahasa Indonesia yang dipahami luas oleh audiens di media sosial. Penggunaan bahasa Sunda memberi kesan ekspresif, emosional, dan lebih personal. Emoji atau emotikon yang ditambahkan dalam unggahan memperkuat ekspresi kesedihan dan keterhubungan emosional penulis dengan situasi tokoh dalam drama. Penutur sengaja mencampur bahasa Indonesia dan Sunda untuk menegaskan nuansa emosional. Campur kode ini juga berfungsi

sebagai gaya komunikasi khas komunitas daring, menciptakan kedekatan dengan audiens yang memiliki latar belakang bahasa serupa. Postingan ini menggambarkan adegan dramatis seorang tokoh yang sedang murung dan penuh tekanan. Penutur mengekspresikan keterlibatan emosionalnya melalui campur kode Indonesia-Sunda, di mana bahasa Sunda digunakan untuk menekankan rasa emosional (mumet pisan eui), sedangkan bahasa Indonesia dipakai sebagai kerangka komunikasi utama agar tetap dipahami luas. Emotikon menjadi penguat ekspresi nonverbal.

Mead (2024) menjelaskan *Mind* terbentuk melalui proses sosial dengan penggunaan simbol (bahasa, tanda). Dalam postingan ini, campur kode dan emotikon adalah simbol linguistik yang digunakan untuk menyampaikan pikiran dan perasaan. Ungkapan "*Mumet pisan eui*" adalah simbol linguistik khas budaya Sunda yang dipakai untuk menegaskan intensitas emosi. Campur kode dan emotikon berfungsi sebagai simbol linguistik yang menyalurkan pikiran dan emosi penulis. *Self* menurut Mead terbentuk melalui proses "*taking the role of the other*" (mengambil peran orang lain). Penulis postingan membangun identitas dirinya sebagai penggemar drama Korea yang ikut larut secara emosional dalam cerita. Dengan menuliskan "*anggap Arin lagi mimpi aja*", ia menempatkan dirinya pada posisi penggemar lain, seolah berbicara pada komunitas dengan cara yang bisa dipahami bersama. Identitas penulis terbentuk lewat cara dia mengekspresikan diri dengan campur kode, menunjukkan diri sebagai penggemar K-Drama yang emosional, dekat dengan budaya lokal (Sunda), tapi juga terbuka ke khalayak lebih luas (Indonesia). *Society* adalah jaringan interaksi simbolik yang membentuk makna bersama. Postingan ini terjadi dalam konteks komunitas daring (akun *menfess K-Drama*) di mana pengguna berbagi ekspresi, emosi, dan interpretasi drama. Campur kode menjadi alat simbolik untuk membangun solidaritas dan kedekatan dengan anggota komunitas lain yang memiliki latar bahasa dan minat serupa. Komunitas daring menjadi arena interaksi simbolik. Campur kode dipakai untuk menegosiasikan makna, membangun kebersamaan, dan memperkuat rasa keanggotaan dalam masyarakat virtual pecinta K-Drama. ostingan @kdrama_menfess ini memperlihatkan bagaimana bahasa sebagai simbol digunakan untuk mengkomunikasikan emosi. Campur kode Indonesia-Sunda menunjukkan identitas ganda: identitas lokal (Sunda) dan identitas global

(komunitas pecinta K-Drama). Dalam perspektif Mead, *mind* (pikiran penutur) diekspresikan lewat simbol bahasa, *self* (diri penutur) terbentuk dengan menempatkan dirinya sebagai bagian dari komunitas penggemar, dan *society* (masyarakat) tercermin dalam interaksi simbolik di ruang daring. Dengan demikian, campur kode di sini tidak hanya sekadar gaya bahasa, melainkan cermin dari proses pembentukan makna diri dan relasi sosial dalam komunitas virtual penggemar drama Korea.

3. Klausa dalam Penyisipan Bahasa Daerah

Bentuk klausa dalam campur kode ke dalam (*inner code mixing*) terlihat dalam postingan @kdrama_menfess dibawah ini.

Gambar 12. Klausa Dalam Campur Kode Ke Dalam



Sumber : *X.com* Juni 2025

Pada gambar yang diunggah oleh pengguna akun @kdrama_menfess menampilkan foto Kim Yoo-jung, seorang aktris Korea terkenal, dalam balutan busana putih sederhana dengan latar belakang putih. Ekspresi wajahnya segar, anggun, dan tersenyum ramah. Foto terdiri dari beberapa potongan *close-up* yang menonjolkan wajah cantiknya. Berbeda dengan adegan dramatis yang biasanya penuh emosi, foto ini lebih menonjolkan visual selebriti dalam acara atau promosi. Situasi yang ditangkap adalah momen formal namun santai, di mana sang aktris tampil sebagai publik figur dengan citra bersih, segar, dan penuh pesona. Hal ini sering muncul dalam konteks promosi drama, pemotretan majalah, atau acara peluncuran produk yang melibatkan artis populer.

Pada *caption* dalam unggahan tersebut yang ditulis oleh pengguna sebagai penutur memperlihatkan bentuk campur kode yaitu "*ih neng yoojung meuni geulis*

pisan euy, seger bgt mukanya" Kalimat ini menjadi titik awal untuk memahami bagaimana bahasa digunakan bukan hanya untuk menyampaikan pesan, melainkan juga untuk membangun simbol, identitas, dan relasi sosial. Bahasa Indonesia yang tertulis dalam unggahan merupakan bentuk umum yang dipahami oleh khalayak umum dan bahasa Sunda "*meni geulis pisan euy*" artinya "sangat cantik sekali loh". Ini mempertegas rasa kagum penulis. Campur kode yang dihasilkan dari Perpaduan bahasa Indonesia dan Sunda menciptakan ekspresi yang lebih hidup. Bahasa Indonesia digunakan sebagai bahasa penghubung, sementara bahasa Sunda dipakai untuk mengintensifkan ekspresi kagum dengan nuansa emosional yang lebih personal. Emotikon atau emoji juga Menunjukkan keterlibatan emosional yang kuat (tersentuh, terpesona, sekaligus gemas). Dalam konteks drama Korea, visual para aktor atau aktris sering menjadi bahan perbincangan dan apresiasi di kalangan penggemar. *Caption* ini menunjukkan reaksi spontan penggemar yang merasa terpesona oleh kecantikan Kim Yoo Jung. Penggunaan bahasa Sunda memberi warna lokal pada ekspresi penggemar, menegaskan identitas budaya penutur. Sedangkan, bahasa Indonesia menjaga agar pesan tetap dapat dipahami oleh komunitas penggemar yang lebih luas. Gambar Kim Yoo-jung dalam postingan ini menghadirkan situasi yang merefleksikan pesona visual artis Korea di luar adegan dramatis. Respon penutur mengekspresikan kekaguman melalui campur kode Indonesia dan Sunda, yang tidak hanya berfungsi sebagai bentuk komunikasi, tetapi juga sebagai simbol identitas dan cara membangun keakraban dengan sesama penggemar. Campur kode sekaligus memperlihatkan bagaimana bahasa digunakan untuk menyampaikan emosi secara lebih otentik dalam ruang interaksi daring komunitas K-Drama.

Mead (2024) mengemukakan bahwa kehidupan sosial bermula melalui interaksi yang dipahami dari *mind* yang terbentuk lewat penggunaan simbol (bahasa). Ungkapan campur kode dan emotikon merupakan produk simbolik yang lahir dari proses berpikir penutur untuk menyalurkan kekaguman. Bahasa Sunda yang digunakan dalam postingan tersebut bertujuan untuk menekankan keotentikan rasa, sedangkan bahasa Indonesia memastikan keterjangkauan makna. *Self* menurut Mead lahir dari proses interaksi sosial, di mana individu belajar mengambil peran orang lain (*role-taking*). Dalam caption ini, penutur menampilkan dirinya sebagai penggemar yang kagum pada Kim Yoo-jung, tapi juga mempertimbangkan cara

audiens (*follower* akun menfess) akan menerima tulisannya. Melalui campur kode, ia menyusun identitas diri yang unik sebagai seorang penggemar global yang tetap berakar pada budaya lokal. *Society* dalam hal ini, merupakan struktur interaksi simbolik yang lebih luas, tempat individu menegosiasikan makna. Komunitas @kdrama_menfess adalah bentuk "masyarakat virtual" yang memungkinkan anggota mengekspresikan perasaan dengan gaya bahasa berbeda. Campur kode di sini berfungsi sebagai mekanisme solidaritas, memperkuat kebersamaan di antara penggemar yang memiliki latar bahasa berbeda, tetapi berbagi simbol yang sama: kekaguman pada artis Korea. Keterkaitan antara campur kode dengan teori yang dikemukakan oleh mead pada konsep *mind*, *self*, dan *society* adalah simbol linguistik (bahasa Indonesia, Sunda, emotikon) diproses untuk mengekspresikan pikiran. identitas penutur sebagai penggemar dibangun melalui pilihan bahasa, menggabungkan identitas lokal dan global. ruang interaksi daring menyediakan wadah di mana makna kekaguman dinegosiasikan dan dipahami bersama. Dengan demikian, campur kode berfungsi sebagai jembatan simbolik yang menghubungkan pikiran individu, pembentukan identitas diri, dan partisipasi dalam masyarakat virtual. Postingan tentang Kim Yoo-jung ini memperlihatkan bagaimana bahasa berperan tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai alat simbolik untuk mengekspresikan emosi, identitas, dan solidaritas sosial. Campur kode Indonesia–Sunda memperlihatkan fleksibilitas bahasa dalam membangun makna bahasa Indonesia sebagai medium universal, bahasa Sunda sebagai ekspresi emosional, dan emotikon sebagai pelengkap non-verbal. Dalam perspektif Mead, proses ini mencerminkan integrasi *mind*, *self*, dan *society* yang saling berhubungan: pikiran individu diartikulasikan lewat simbol, diri dibentuk dalam relasi dengan orang lain, dan masyarakat virtual menjadi arena tempat makna itu diterima serta dikukuhkan.

Fungsi utama campur kode di sini adalah untuk mengekspresikan emosi dan identitas penutur. Bahasa Indonesia digunakan agar pesan mudah dipahami oleh audiens luas di komunitas daring, sementara bahasa Sunda digunakan untuk menegaskan rasa kagum secara lebih personal dan ekspresif. Bahasa dan emotikon yang dipakai adalah simbol untuk menyalurkan pikiran dan perasaan. Ungkapan Sunda *"meuni geulis pisan euy"* lahir dari pikiran penutur yang ingin menunjukkan rasa kagum secara lebih emosional. Simbol ini dipilih bukan sekadar karena bisa

dipahami, tetapi karena mampu mewakili perasaan yang lebih kuat dibanding bahasa Indonesia saja. Identitas penutur (*self*) terbentuk dalam interaksi sosial. Dengan menulis *caption* ini, penutur menunjukkan dirinya sebagai penggemar yang kagum, emosional, dan ekspresif. Pilihan campur kode juga membentuk identitas unik, seorang penggemar K-Drama yang global (menggunakan bahasa Indonesia agar inklusif) sekaligus lokal (memasukkan bahasa Sunda sebagai ciri khas). Komunitas daring K-Drama Menfess berfungsi sebagai masyarakat virtual, di mana para penggemar berinteraksi, berbagi makna, dan mengembangkan simbol-simbol baru. *Caption* ini menjadi bagian dari interaksi sosial yang lebih luas, di mana kekaguman pada artis Korea diterima dan dipahami bersama. Campur kode di sini menciptakan rasa kebersamaan, memperkuat solidaritas, dan menegaskan norma ekspresi di dalam komunitas penggemar.

Jika dapat dikelompokkan berdasarkan tingkat kebahasaannya, berikut merupakan campur kode ke dalam berdasarkan kata, frasa, dan klausa:

Tabel 2. Pengelompokkan Campur Kode Ke Dalam

Campur Kode Ke Dalam (*Inner Code Mixing*)		
Kata	Frasa	Klausa
 Bahkan di hari minggu pun, aku **ora** libur mencintaimu	 **Mumet pisan eui**, sudah lah sender anggep Arin lagi mimpi aja	 Ih **neng yoojung meni geulis pisan euy**, seger bgt mukanya

		
Pabrik gula pindah ke wajah si aa, manis **pisan** euyy	Teteh Goeun **meuni geulis pisan**	Karakter dia juga kocak jadi **wong ndeso** yang ke mana2 pakai hanbok dan terlalu sopan anaknya.
		
Dia itu ibunya jinwook apa gmna si? snder masih blm **mudeng**	Beli tikrt mahal eh kagak jadi pergi. **Seng iki ora sah** ditiru yooo...	Kalo Sunda jadi **KUNAON MANEH DIDIEU** wkwkwk lucu dah
		
Tolong matanya di kendalikan mas lee minho. **Bojo** orang itu xixi	Gak liat abang sehari, **pening pala** adek bang	Cik atuh sayangku **tong bebeledagan teuing kasepna**

		
Makin mirip koko chindo **sing** nongkrong **ndek** pakuwon	kemaren abis konvoi tapi orang-orang	Soobin mode genit wkwkwk, **sing eling nduk**!!!

Sumber : Akun @kdrama_menfess

Tabel di atas merupakan beberapa kalimat dari campur kode ke dalam (*inner code mixing*) yang didapatkan dari akun @kdrama_menfess berdasarkan tingkat kebahasaan yaitu, kata, frasa, dan klausa. Tabel ini mempermudah peneliti dalam mengelompokkan campur kode ke dalam (*inner code mixing*) dari akun @kdrama_menfess. Beberapa kalimat diatas menunjukkan campur kode dengan menyisipkan bahasa lokal atau daerah yang didominasi oleh bahasa Jawa. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna dari akun @kdrama_menfess sebagian berasal dari daerah Jawa.

Dalam interaksionisme simbolik Mead (2024) mengungkapkan bahwa, mind mengacu pada kemampuan dan proses berpikir terhadap simbol (bahasa) berdasarkan pemaknaan sosial. Penutur dalam hal ini, merespon dari bahasa daerah (Jawa, Sunda, Betawi, Medan, dll.) secara mental dalam kaitannya dengan situasi komunikasi daring yang sedang berlangsung. Mereka memilih kata-kata yang dianggap paling tepat mewakili ekspresi, mununjukkan bahwa mind telah terbentuk melalui pemahaman atas simbol-simbol bahasa yang kontekstual dan bermuatan emosional. Simbol seperti "*awak*", "*rek*", "*ndasmu*", dan "*bojomu*" tidak hanya memiliki makna literal, tetapi juga membawa nuansa dan humor yang dimengerti bersama oleh komunitas digital yang serupa latar atau pengalamannya.

B. Campur kode ke luar (*outer code mixing*)

Campur kode ke luar (*outer code mixing*) merupakan penggunaan bahasa dengan menyisipkan unsur bahasa asing kedalam bahasa utama dan belum sepenuhnya diserap. Dalam hal ini, campur kode ke luar dibagi lagi kedalam tingkat kebahasaannya yaitu, kata, frasa, dan klausa dalam postingan yang ada dalam akun menfess @kdrama_menfess.

1. Kata dalam Penyisipan Bahasa Asing

Bentuk frasa dalam campur kode ke dalam (*inner code mixing*) terlihat dalam postingan @kdrama_menfess dibawah ini.

Gambar 13. Kata Dalam Campur Kode Ke Luar



Sumber : *X.com* Juni 2025

Postingan tersebut berasal dari akun @kdrama_menfess yang menampilkan potret seorang perempuan cantik sedang selfie di tengah hamparan bunga kuning. Caption menyebutkan bahwa ini adalah *update* Instagram dari sosok bernama Yeo Joo Ha, dengan penekanan pada kecantikannya yang sangat memukau. Admin menambahkan ekspresi kagum dengan banyak emotikon serta mengajukan pertanyaan kepada followers tentang apakah ada informasi terbaru terkait drama yang sedang atau akan dibintanginya. Foto *selfie* dengan latar bunga yang cerah memberi kesan segar, natural, dan menambah daya tarik penampilan sang aktris. Pada *caption* Mengandung ajakan interaktif kepada pengikut akun untuk berbagi info seputar proyek drama Yeo Joo Ha, sekaligus memperkuat kesan kekaguman. Respons emosional ditujukkan mengandung ajakan interaktif kepada pengikut akun untuk berbagi info seputar proyek drama Yeo Joo Ha, sekaligus memperkuat kesan kekaguman.

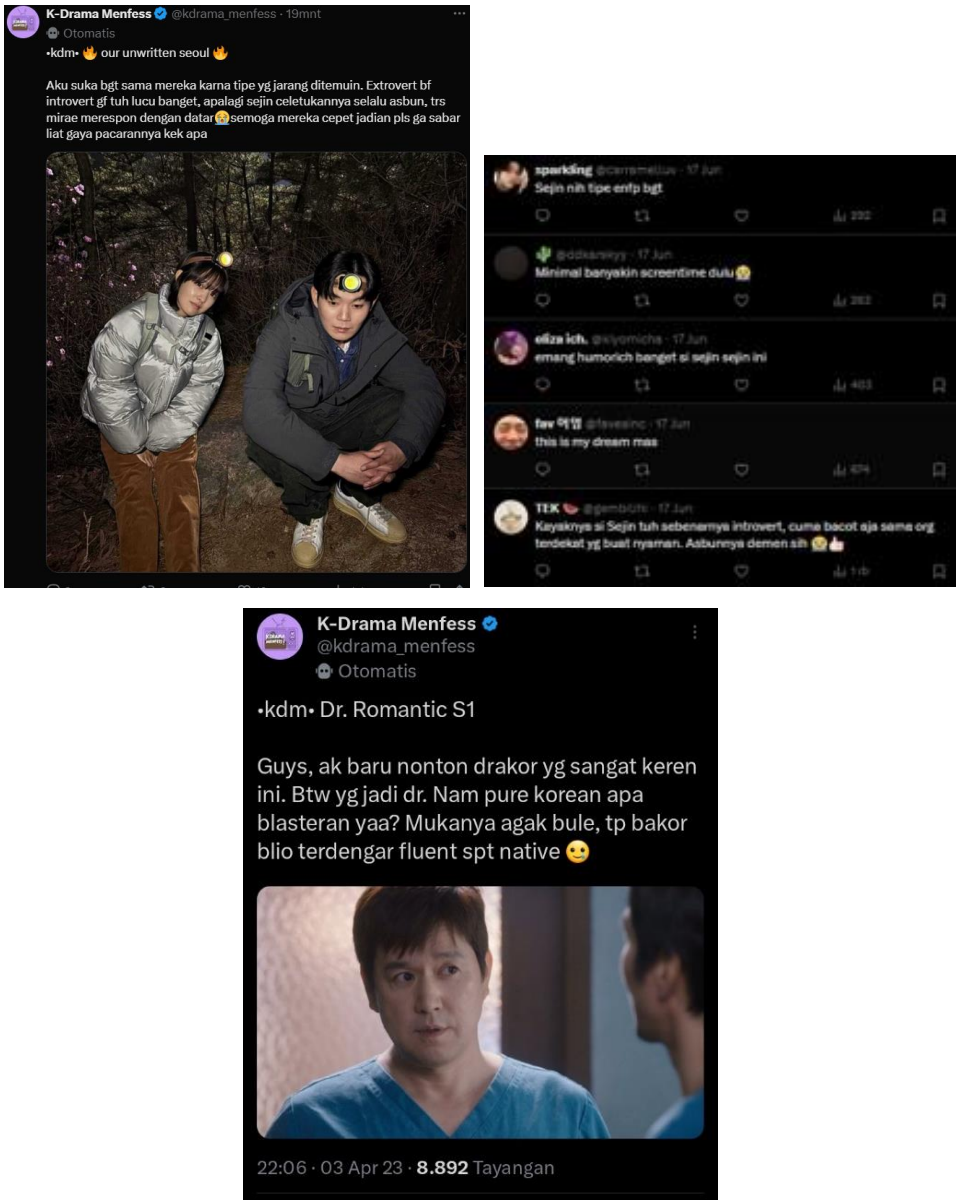
Fenomena campur kode yang ada pada *caption* dari postingan akun @kdrama_menfess berbunyi "*banjang aka Yeo Joo Ha insta updated, cantik bangetttttt, guys apakah ada info cb dramanya? kgn*" dalam *caption* ini, terdapat percampuran bahasa antara bahasa Indonesia, bahasa Inggris, dan singkatan khas dari komunitas *online*. Fenomena ini merefleksikan praktik komunikasi khas komunitas penggemar K-Drama yang berada dalam ruang digital, di mana bahasa tidak hanya berfungsi sebagai alat menyampaikan pesan, melainkan juga simbol identitas kelompok. Menurut Mead (2024), *mind* terbentuk melalui proses komunikasi simbolik. Dalam konteks *caption*, penggunaan campur kode menunjukkan kesadaran kolektif penggemar terhadap simbol-simbol bahasa yang dipahami bersama (misalnya "*cb dramanya*" langsung dimengerti sebagai *comeback drama* tanpa perlu dijelaskan). Ekspresi emosional lewat emotikon juga berfungsi sebagai bahasa simbolik non-verbal yang menegaskan makna perasaan kagum, cinta, dan antusiasme. Dengan demikian, *mind* di sini bekerja secara intersubjektif, memungkinkan individu yang berbeda latar belakang bisa saling memahami melalui simbol yang sama. Lalu, konsep *self* menurut Mead terbagi menjadi *I* (respon spontan) dan *Me* (refleksi diri dari perspektif orang lain). "*I*" terlihat dalam cara penggemar mengekspresikan kekaguman secara emosional dan spontan: "*cantik bangettttttttt, guys*" Ini adalah luapan ekspresi pribadi yang penuh subjektivitas. "*Me*" muncul ketika penulis caption menyesuaikan bahasa dengan gaya komunikasi komunitas penggemar K-Drama. Misalnya penggunaan singkatan "*cb*" atau istilah "*kgn*" yang hanya akan dipahami oleh audiens tertentu. Hal ini mencerminkan kesadaran bahwa ia berbicara dalam sebuah ruang publik yang memiliki norma komunikasi tersendiri. Oleh karenanya, identitas diri penutur pada *caption* terbangun melalui interaksi simbolik dengan komunitas daring yang menjadi "*generalized other*"-nya. *Society*, diungkapkan oleh Mead (2024) menekankan bahwa masyarakat adalah arena di mana simbol memperoleh makna, dalam kasus ini komunitas penggemar K-Drama di emdia sosial membentuk suatu masyarakat simbolik dengan aturan bahasa, ekspresi, dan gaya interaksi tertentu. Campur kode bukan sekadar gaya, tetapi juga sebuah kode sosial untuk menunjukkan keanggotaan dan solidaritas dengan komunitas penggemar. *Caption* ini mengundang interaksi sosial "*apakah ada info cb dramanya?*" membuka ruang diskusi, memperkuat kohesi kelompok, dan menjaga eksistensi identitas komunitas penggemar. Analisis ini menunjukkan bahwa mind, terbentuk mellaui simbol yaitu

bahasa campur kode dan emotikon yang dipahami secara kolektif oleh anggota dalam akun @kdrama_menfess. *Self* hadir dalam bentuk ekspresi spontan "*I*" sekaligus penyesuaian dengan norma komunitas "*Me*". *Society* berperan sebagai wadah makna, di mana penggunaan campur kode memperkuat identitas kelompok penggemar K-Drama di ruang digital. Dengan demikian, *caption* dan foto yang ada dalam postingan tersebut ini tidak hanya sekedar berbagi informasi tentang aktris Yeo Joo Ha, melainkan juga merefleksikan dinamika identitas, ekspresi diri, dan solidaritas sosial melalui simbol-simbol komunitas yang khas oleh penggemar K-Drama.

2. Frasa dalam Penyisipan Bahasa Asing

Bentuk frasa dalam campur kode ke luar (*outer code mixing*) terlihat dalam postingan @kdrama_menfess dibawah ini. Berikut adalah peristiwa campur kode ke luar yang terdapat pada akun @kdrama_menfess. Pada gambar di bawah terlihat dua karakter dari drama Korea yang berjudul "*Our Unwritten Seoul*". Visual ini berperan sebagai pemicu atensi dan emosi penggemar. Campur kode muncul secara alami sebagai gaya komunikasi komunitas fandom: Inggris digunakan untuk judul drama atau ekspresi singkat (*pls*), Indonesia untuk narasi utama, emoticon untuk memperkuat emosi. *Caption* dengan campur kode menghadirkan *sense of belonging* bagi komunitas fandom. Hal tersebutlah yang menghasilkan stimulan dan mengundang respon, sebagai bentuk interaksi komunitas. Respon dari pengguna lain berupa *like*, komentar, balasan dengan bahasa campuran memperlihatkan interaksi simbolik. Selanjutnya, pada gambar ketiga stimulan muncul pada saat penutur menggungah postingan di akun @kdrama_menfess yaitu potongan drama Korea yang berjudul "*Dr. Romatic S1*". Visual ini menjadi pemicu awal keterkaitan penggemar untuk berdiskusi. Penutur memberikan komentar terkait fisik salah satu aktor dalam drama yang terlihat seperti blasteran yang fasih berbahasa Korea.

Gambar 14. Frasa dalam Campur Kode Ke Luar



Sumber : *X.com* Juni 2025

Kedua postingan terdapat merupakan campur kode ke luar (*outer code mixing*) yang ada dalam kalimat yang digunakan penutur dalam mengirim menfess dan lawar tutur dalam kolom komentar. Pada postingan pertama, penutur yaitu akun @kdrama_menfess yang dikirim oleh pengguna menyisipkan salah satu kata bagian dari frasa "*introvert*" dan "*extrovert*" merupakan istilah dalam bahasa inggris yang juga digunakan dalam bahasa Indonesia. Dalam postingan ini penutur menyisipkan kosakata psikologi populer dari bahasa Inggris dan istilah tersebut merupakan bentuk campur kode bahwa penutur berada dalam komunitas digital yang memanfaatkan bahasa global sebagai alat komunikasi emosional dan identitas sosial. Istilah tersebut merujuk pada tipe kepribadian yang dimiliki oleh seseorang

secara berbeda, jika "*introvert*" memiliki arti sebagai pribadi yang menyukai kesendirian sedangkan, "*ekstrovert*" merupakan tipe kepribadian seseorang yang cenderung lebih suka bersosialisasi. Kata "*introvert*" dan "*extrovert*" dalam kalimat yang diunggah dalam akun @kdrama_menfess dengan ditambahkan kata "*gf*" dan "*bf*" didalamnya yang menjadikan postingan tersebut merupakan bentuk frasa dimana dalam kalimat merupakan gabungan kata dari "*extrovert bf*" dan "*introvert gf*" arti "*gf*" dan "*bf*" disini adalah "*boyfriend*" dan "*girlfriend*" yang berarti pacar. Setidaknya dalam kalimat memiliki dua kata atau lebih yang membentuk satu kesatuan makna, tetapi tidak memiliki subjek dan predikat yang lengkap.

Selanjutnya, pada postingan ke-dua terdapat kata "*guys", "btw", "pure korean", "fluent"* dan *"native"* beberapa kata tersebut merupakan kata yang berasal dari bahasa Inggris yang belum diserap sepenuhnya kedalam bahasa utama. Campur kode ke luar dalam kalimat ini penutur menggunakan tingkat perangkat kebahasaan berupa kata yang merupakan unit terkecil dalam bahasa. Pengguna dalam akun @kdrama_menfess menyisipkan istilah asing, khususnya dari bahasa Inggris untuk mendeskriptifkan penampilan dan kefasihan tokoh dalam drama Korea. Hal ini, mencerminkan dominasi budaya pop asing (Korea dan Barat) terhadap kosakata sehari-hari komunitas dalam media sosial.

Identifikasi campur kode pada *caption* "*Guys, ak baru nonton drakor yg sangat keren ini. Btw yg jadi dr. Nam pure korean apa blasteran yaa? Mukanya agak bule, tp bakor blio terdengar fluent spt native*" terlihat adanya campur kode dengan penyisipan bahasa Inggris dan bahasa Indonesia sebagai bahasa utama. Campur kode ini menunjukkan praktik komunikasi khas komunitas daring yang fleksibel, mencampurkan bahasa Inggris, bahasa Indonesia formal, bahasa Indonesia gaul, dan kosakata khas fandom. Menurut Mead, *mind* terbentuk melalui penggunaan simbol-simbol bermakna dalam interaksi. Kata-kata seperti *drakor*, *blasteran*, dan *bule* merupakan simbol yang memiliki makna khusus di masyarakat Indonesia, terutama komunitas penggemar K-Drama. Sementara itu, kata-kata seperti *guys*, *btw*, *fluent*, *native* adalah simbol global yang dipahami dalam konteks budaya populer internet. Dengan mencampurkan kedua jenis simbol ini, penulis caption mengonstruksi makna intersubjektif yang bisa dipahami oleh audiens yang sama-sama bagian dari komunitas penggemar K-Drama. Emotikon juga menjadi simbol non-verbal yang memberi nuansa santai, akrab, sekaligus menyiratkan kekaguman atau rasa kagum. Konsep *self* menurut Mead terdiri dari *I* dan *Me* memperlihatkan

"I" muncul saat penulis mengekspresikan rasa kagumnya terhadap drama *Dr. Romantic*: "*ak baru nonton drakor yg sangat keren ini*" ini adalah luapan pribadi yang spontan. "Me" terlihat ketika penulis menyesuaikan gaya bahasanya dengan komunitas daring. Penggunaan singkatan (*drakor*), campur kode, dan istilah slang menunjukkan kesadaran bahwa audiensnya adalah sesama penggemar K-Drama yang terbiasa dengan gaya komunikasi semacam itu. Dengan demikian, *self* terbentuk dalam dialektika antara ekspresi individual *I* dan adaptasi terhadap norma komunitas daring *Me*. Mead menekankan bahwa *society* adalah arena tempat simbol memperoleh makna yaitu dalam hal ini, Komunitas penggemar K-Drama di media sosial menciptakan masyarakat simbolik dengan kode bahasa tertentu. Campur kode di sini bukan kebetulan, melainkan bagian dari *norma komunikasi* komunitas, di mana campuran bahasa Inggris–Indonesia, bahasa fandom menjadi identitas kolektif. Pertanyaan penutur dalam *caption* tentang apakah aktor tersebut "p*ure Korean atau blasteran*" menunjukkan bahwa masyarakat penggemar K-Drama tidak hanya mengonsumsi konten drama, tetapi juga membangun diskursus tentang identitas aktor, bahasa, hingga kemampuan berakting. Dengan demikian, postingan ini tidak hanya menyampaikan opini pribadi, tetapi juga berfungsi sebagai sarana interaksi sosial yang memperkuat kohesi komunitas penggemar melalui diskusi simbolik.

3. Klausa dalam Penyisipan Bahasa Asing

Bentuk frasa dalam campur kode ke luar (*outer code mixing*) terlihat dalam postingan @kdrama_menfess dibawah ini. Berikut adalah peristiwa campur kode ke luar yang terdapat pada akun @kdrama_menfess

Gambar 15. Klausa dalam Campur Kode Ke Luar



Sumber : *X.com* Juni 2025

Postingan berasal dari akun @kdrama_menfess, di mana seorang pengguna meminta rekomendasi drama Korea bergenre *slice of life* yang dapat memberikan motivasi. Dari caption yang diposting oleh pengguna, stimulan emosional penulis

mengungkapkan perasaan pribadi "*i feel so lost rn*" (saya merasa tersesat sekarang). Ungkapan ini memancing empati pembaca, sehingga mereka terdorong untuk merespons dengan memberikan rekomendasi. Stimulan campur kode berasal dari penggunaan bahasa Indonesia bercampur bahasa Inggris (*slice of life, i feel so lost rn*). Campuran ini memberi kesan akrab dan gaul, menyesuaikan dengan gaya komunikasi komunitas penggemar K-Drama di media sosial. Ajakan terbuka "*boleh minta rekomendasi…?*" menjadi bentuk komunikasi partisipatif. Hal ini mendorong followers lain untuk ikut berdiskusi, berbagi pengalaman, serta menumbuhkan rasa kebersamaan dalam komunitas. Inti permintaan adalah mencari tontonan yang bisa memberi semangat hidup. Ini memicu *audiens* untuk berpikir tidak hanya soal hiburan, tetapi juga soal nilai inspiratif yang bisa diperoleh dari drama Korea. Postingan ini bukan sekadar permintaan rekomendasi tontonan, melainkan sebuah bentuk pencarian dukungan emosional dalam komunitas. Dengan memadukan bahasa gaul dan ungkapan personal, penulis berhasil menciptakan kedekatan yang memicu interaksi, empati, dan partisipasi dari sesama penggemar.

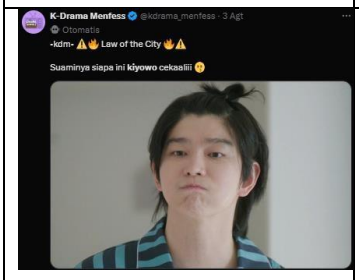
Menyoroti postingan tersebut berdasarkan campur kode, Mead (2024) mengungkapkan campur kode ke luar berdasarkan klausa dalam *caption* adalah simbol linguistik yang dipahami komunitas penggemar K-Drama dan pengguna dalam komunitas online tersebut. "drakor" juga menjadi simbol yang khas dan bermakna khusus dalam budaya populer di Indonesia. Simbol-simbol ini menciptakan ruang pemahaman bersama antara penulis caption dan pembacanya, sehingga pikiran tidak hanya bekerja secara individu, tetapi juga intersubjektif. Self terbentuk dari dialektika *I* dan *Me*. "I" terlihat ketika penulis mengekspresikan perasaan pribadi secara jujur: *"i feel so lost rn"* itu adalah luapan spontan atas kondisi emosionalnya dan "Me" muncul ketika penulis menyusun kalimat dengan gaya campur kode, disesuaikan dengan norma komunikasi komunitas K-Drama. Ia tahu bahwa audiensnya akan memahami istilah *slice of life*, *drakor*, maupun ekspresi bahasa Inggris. Jadi, identitas diri si penulis dibentuk melalui interaksi dengan orang lain: dirinya hadir sebagai individu yang sedang mencari motivasi, namun juga sebagai anggota komunitas daring yang berbagi gaya komunikasi tertentu. Komunitas penggemar K-Drama di Twitter (X) dalam hal ini sebagai *society* menciptakan sebuah masyarakat simbolik, di mana campur kode menjadi praktik wajar dan diterima. Pertanyaan dalam caption bukan hanya permintaan

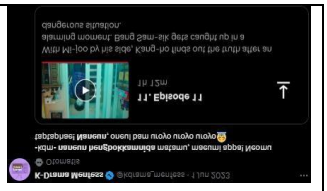
rekomendasi, tetapi juga ajakan berpartisipasi, sehingga memperkuat ikatan sosial antaranggota komunitas. Melalui praktik ini, masyarakat (komunitas fandom) berfungsi sebagai wadah yang mengukuhkan makna simbolik "*slice of life*" sebagai genre yang bisa memberi motivasi.

Berikut hasil pengelompokkan yang dilakukan oleh peneliti, didapatkan melalui observasi dari akun @kdrama_menfess yaitu campur kode ke luar berdasarkan tingkat kebahasaannya berupa kata, frasa, dan klausa.

Tabel 3. Pengelompokkan Campur Kode Ke Luar

Campur Kode Ke Luar (*Outer Code Mixing*)		
Kata	Frasa	Klausa
 **Banjang** aka Yeo Joo Ha insta **updated**, cantik bangetttttttt, guys apakah **banjang** ituu, eps berapa ya **guys**? Di s2, **thank you**	 ORGIL. **ABSOLUTE THRILLER DRAMA OF THE YEAR** DENGAN TWIST-NYA YANG SEABREK SIH INI, Buat pemuja plot twist wajib nonton, ga usah cari tahu dulu tentang apa, langsung hajar saja 6 episode	 Boleh minta rekomendasi drakor slice of life yang memotivasi ga ya? **I feel so lost rn** biar bisa termotivasi kalau udah nonton hehe makasih!

 Lim jiyeon plek ketiplek kakaknya banget **aigoo** cantik sekali dua-duanya	 **Aigoo uri hongdo** sudah dewasa	 **Finally seeing this shyt on my screen again after 3 years** lee jongsuk kacamataan era gak ada obat
 Sender butuh lebih banyak ju jihoon **hair down**	 Blio adalah sesepuhnya **sad boy**	 **Just a typical Hosu Miji sunday morning routine**: Hosu lagi baca buku digangguin Miji, **cuddle time**, trus dengerin lagu bareng
 Suami siapa ini **kiyowo** cekaliii	 **rock star** bisaaaaa **very mindful very yeppo** juga bisa, **love it**	 **my favorite squad from** when life gives you tangerines fotbar di bdsa kemarin.

		
Drop foto **ahjussi** Korea kesayangan kalian itu...	bur ubur ikan lele, lucu banget leee **uri wifey** soobinie	**naneun hengbokkamnida** matamu, **maeumi appa! Neomu taptaphae! Naneun, oneul bam uroyo uroyo uroyo**

Sumber : Akun @kdrama_menfess

Seperti pengelompokkan pada campur kode ke dalam sebelumnya, peneliti juga menggunakan tabel guna mempermudah melihat campur kode ke luar (*outer code mixing*) yang didapatkan dari akun @kdrama_menfess dengan menyusun berdasarkan tingkat kebahasaan yaitu, kata, frasa, dan klausa dalam tabel. Beberapa kalimat diatas menunjukkan campur kode dengan menyisipkan bahasa asing Korea dan Inggris bercampur dengan bahasa utama yang digunakan penutur yaitu, bahasa Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna dari akun @kdrama_menfess benar merupakan seorang penggemar K-Drama sesuai dengan topik interaksi yang sedang dibahas.

Hal ini diperkuat dengan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti kepada informan sebagai anggota dalam akun @kdrama_menfess juga memberikan beberapa contoh dari campur kode keluar yang sering mereka lihat dalam postingan dan menfesss @kdrama_menfess ataupun yang mereka gunakan. Informan yaitu pemilik dari akun @aiu_aii menyebutkan:

> “Lumayan sering. Contoh kalimat : "spill ig nya juseyo" "omo omo ganteng banget kak" "daebak, drama korea ga perlu di ragukan lagi kualitasnya" "jinjja??? Ih aku baru tau sumpah"”

Informan mengkonfirmasi bahwa beliau sering menggunakan istilah, kata, atau frasa dalam sebuah kalimat campur kode yang digunakannya untuk berinteraksi dan komunikasi dalam akun @kdrama_menfess sebagai anggota komunitas didalamnya. Dalam contoh yang dikemukakan oleh informan memperlihatkan

penggunaan campur kode "*spill ig nya juseyo*" dari kalimat ini terdapat beberapa kata campur kode, yaitu "*spill*". Menurut KBBI kata "*spill*" tidak memiliki entri khusus. Namun, jika dikaitkan dengan penggunaan dalam bahasa gaul yang sering merujuk pada frasa "*spill the tea*" maka artinya adalah membagikan atau mengungkapkan informasi, gosip, atau cerita yang menarik atau mengejutkan ketika dibahas. Istilah ini sring digunakan dalam percakapan santai atau dalam media sosial. Secara harfiah kata "*spill*" merupakan serapan dari bahasa Inggris yang berarti "tumpahan" atau "menumpahkan". Selanjutnya, kata "ig" merupakan hasil singkatan dari salah satu platform media sosial, yaitu Instagram. Kata "*juseyo*" merupakan kata yang berasal dari bahasa Korea yang berarti "tolong berikan". Istilah ini adalah ungkapan yang sangat umum digunakan untuk meminta sesuatu kepada seseorang secara sopan. Kata "*juseyo*" biasanya digunakan dalam akhir kata benda atau frasa yang diinginkan. Informan juga memberikan contoh lain yang sering ia gunakan dalam penggunaan campur kode ke luar, yaitu penggunaan kata "*omo*", "*daebak*", dan "*jinjja*" masing-masing dari kata ini merupakan kata yang berasal dari bahasa Korea yang biasanya mengekpresikan emosional tertentu. "*omo*" memiliki arti "ya ampun", "keren" atau "luar biasa" merupakan arti dari "*daebak*" dan "*jinjja*" yang berarti "benarkah?".

Mead (2024) mengungkapkan dalam konsep *mind,* kemampuan yang dimiliki penutur dan lawan tutur dalam berkomunikasi menggunakan simbol-simbol yang bermakna bagi dirinya sendiri dan anggota lain dalam komunitas tersebut. Bahasa dan simbol sebagai proses untuk menunjukkan stimulus tertentu dan mengubah respon seseorang untuk memahami makna dan berkomunikasi menggunakan bahasa dan simbol tersebut. Ketika penutur dan lawan tutur tersebut membaca dan melihat postingan yang diunggah dengan campur kode, mereka menggunakan kemampuan berpikir simbolik untuk menafsirkan makna dari berbagai bahasa yang dihasilkan dari interaksi sosial tersebut. hal ini menunjukkan bahwa penutur dan lawan tutur memiliki kemampuan dalam memaknai simbol lintas bahasa yang ditampilkan, dan memahami konteks topik dan interaksi sosial dari kata-kata yang digunakan oleh penutur maupun lawan tutur. Penggunaan campur kode bukan hanya dilakukan secara spontan, melainkan juga dari *internalized knowledge* yang terbentuk melalui interaksi dan konsumsi media. Hal ini, menunjukkan bahwa *mind* bukan sesuatu yang berdiri sendiri, melainkan dibentuk lewat interaksi simbolik

dalam komunitas sosial. *Caption* dan respons penggemar adalah produk dari proses interaktif yang menafsirkan simbol-simbol budaya pop (seperti adegan drama) secara kolektif. Penggemar memaknai peristiwa dengan cara yang hanya bisa dipahami dalam konteks budaya *fandom* itu sendiri.

Wawancara yang dilakukan pada informan dengan nama akun @fitrahaslam_ menyebutkan:

> "Menurutku sih biar sedikit terasa vibes korea korea nya ya, tapi belum semua aku bisa bahasa korea nya kak, cuma yang sering diucapkan aja di drama korea"

Dari hasil wawancara ini, menggambarkan adanya proses internalisasi simbol-simbol budaya Korea (melalui bahasa) dalam diri informan. Meski tidak menguasai seluruhnya, informan secara selektif memilih kata atau frasa yang sering muncul dalam drama Korea karena mengandung makna dan sensasi sosial tertentu yang dikutip dari "vibes Korea Korea-nya". Dalam hal ini individu telah menunjukkan proses berpikir simbolik yaitu, ciri utama dari terbentuknya *mind* menurut Mead.

Contoh lain juga tergambarkan oleh postingan lain dalam akun @kdrama_menfess pada campur kode kedalam berdasarkan tingkat kebahasaan frasa. Gambar pertama di bawah ini, memperlihatkan drama Korea yang berjudul "*Our Unwritten Seoul*" memperlihatkan karakter utama dengan ekspresi yang merefleksikan perjalanan hidup, pilihan, dan pergulatan batin. Visual ini menjadi pemicu *audiens* untuk mengaitkan cerita drama dengan pengalaman hidup nyata, seperti pilihan karier dan kehidupan sehari-hari. Postingan teks yang menyertai gambar menampilkan refleksi personal setelah menonton drama. Visual drama menjadi stimulan emosional, menghubungkan pengalaman penonton dengan kehidupan nyata yang akhirnya memicu lahirnya campur kode di media sosial.

Gambar 16. Campur Kode Ke Luar



Sumber : *X.com* Juli 2025

Dalam postingan pada akun @kdrama_menfess yang diunggah oleh sender memperlihatkan penggunaan unsur frasa berdasarkan tingkat kebahasaan dalam kalimat tersebut. Ketiga gambar merupakan satu kesatuan yang masih berhubungan secara interaksi yang dilakukan sender (pengirim menfess) dengan pengikut atau anggota lain dari akun @kdrama_menfess. Pada gambar pertama terdapat frasa "*switch career*" yang berasal dari bahasa Inggris dan memiliki arti "berganti karir" atau "perpindahan karir" jika diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia. Kata dalam konteks ini "*switch*" (beralih) adalah kata kerja dan "*career*" (karir) adalah kata benda. Gabungan dari keduanya membentuk frasa yang menggambarkan tindakan seseorang yang beralih dari

satu bidang ke bidang pekerjaan yang lain. Jika dilihat dari postingan yang diunggah merujuk pada salah satu drama Korea berjudul *Out Unwritten Seoul* yang mana sender sebagai pengirim menfess memiliki keinginan tertentu setelah menontonnya dan memberikan gambaran mengenai hidup kepada anggota lain.

Hal inilah yang akhirnya menimbulkan interaksi antar anggota komunitas lain, terlihat dari respon yang diberikan oleh akun @altheeaz_dan @affogattou. Kedua-nya juga memberikan respon dengan adanya penyisipan campur kode frasa yaitu "*side hustle*" dan "*in this economy*". Frasa "*side hustle*" secara harfiah merupakan dua kata bahasa Inggris yang berarti "usaha sampingan" atau "pekerjaan sampingan", yaitu pekerjaan yang dilakukan di luar pekerjaan utama seseorang untuk mendapatkan penghasilan tambahan. Serta, "*in this economy*" yang memiliki arti "pada kondisi ekonomi ini", frasa ini sering digunakan untuk merujuk pada kondisi ekonomi saat ini, yang sering kali dikaitkan dengan kenaikan harga atau tantangan finansial lainnya. Gabungan dari ketiga kata ini membentuk frasa yang memiliki makna tersendiri, yaitu merujuk pda kondisi ekonomi yang sedang berlangsung.

Konsep *mind* yang melekat ketika penutur dan lawan tutur dalam akun @kdrama_menfess atau anggota dalam komunitas tersebut membaca dan melihat postingan yang diunggah dengan campur kode, mereka menggunakan kemampuan berpikir simbolik untuk menafsirkan makna dari berbagai bahasa yang dihasilkan dari interaksi sosial tersebut. hal ini menunjukkan bahwa pnutur dan lawan tutur memiliki kemampuan dalam memaknai simbol lintas bahasa yang ditampilkan, dan memahami konteks emosional maupun sosial dari kata-kata yang digunakan oleh penutur maupun lawan tutur. Kemampuan penutur dan lawan tutur di media sosial khususnya pada akun menfess @kdrama_menfess untuk beradaptasi dan menggunakan beragam simbol bahasa secara internal menunjukkan fleksibelitas kognitif yang diperlukan individu untuk menavigasi dunia multilingual di media daring. Cara berdialog yang dilakukan manusia menggunakan bahasa sebagai alat bagi manusia dan dengan sendirinya akan terus berkembang sesuai dengan pikiran dan pengalaman yang dimiliki, sehingga diri sendiri sebelum dapat

memformulasikan kalimat yang akan digunakan dalam komunikasi di media sosial sebelum diunggah.

Namun, jika dapat dikaitkan dengan teori yang dikemukakan oleh Mead (2024) berhubungan dengan konsep *self* yang memiliki dua aspek penting saat berdialog yaitu "*I*" dan "*Me*". Bagian "aku itu ingin coba hal baru tapi tetap harus berpikir realistis" menunjukkan aspek "*I*" sebagai ekspresi keinginan pribadi, spontan, dan emosi otentik dari penulis atau penutur yang merasa terinspirasi oleh drama yang ditonton. Kalimat lain yaitu "jadi pengen switch career begitu?" mewakili pemikiran internal dan implusif penutur yang sedang mengalami dorongan psikologis setelah mendapatkan inspirasi dari media, dalam hal ini adalah drama Korea. Lalu, pada bagian "..mengingat kita hidup di indo yang punya kerjaan aja sudah syukur" adalah bagian yang menunjukkan kesadaran sosial. Bagian tersebut merupakan aspek "*Me*" yaitu refleksi dari harapan masyarakat, norma realitas sosial di Indonesia, di mana pekerjaan dianggap sesuatu yang sulit diperoleh, sehingga keinginan "switch career" dibenturkan dengan kenyataan sosial yang ada. "*Me*" dalam konteks ini mengarahkan "*I*" agar tetap realistis dan tidak terlalu larut dalam imajinasi atau dorongan emosional. Pada komentar yang berisikan respon dilakukan oleh akun @altheeaz aspek "*I*" ditunjukkan pada kalimat "coba cari side hustle yang sesuai sama hobii" mencerminkan inisiatif individu yang muncul dari pengalaman personal, minat, dan preferensi masing-masing. Hal tersebut adalah bentuk dari "*I*" yang menunjukkan ekspresi bebas atas ide dan solusi alternatif secara spontan. Selanjutnya aspek "*Me*" berasal dari gagasan pribadi, saran yang diberikan oleh akun @altheeaz ini tetap mempertimbangkan konteks sosial dari komunitas tersebut. Penutur menyarankan solusi yang dapat diterima secara sosial dan relevan dengan apa yang sedang didiskusikan.

Aspek "*I*" di kedua gambar tersebut menunjukkan dorongan personal, rasa terinspirasi, dan kebebasan dalam menyampaikan aspirasi dan pendapat dari anggota akun @kdrama_menfess. Aspek "*Me*" menampilkan kesadaran terhadap norma sosial, nilai kolektif, dan kenyataan struktural masyarakat. Interaksi yang terjadi dalam akun @kdrama_menfess semacam ini menjadi tempat ekspresi diri dan konstruksi identitas, di mana anggota bebas

menunjukkan "*I*"-nya, namun tetap dalam pengawasan dan pertimbangan "*Me*" sebagai representasi norma komunitas.

C. Campur kode campuran (*hybrid code mixing*)

Campur kode campuran (*hybrid code mixing*) adalah penggunaan campuran bahasa yang bervariatif dengan menggabunggkan bahasa asing dengan bahasa lokal (daerah) dalam kalimat. Campur kode campuran (*hybrid code mixing*) adalah jenis campur kode yang menggabungkan unsur-unsur bahasa dari dua atau lebih bahasa dalam satu kata, frasa atau klausa di mana masing-masing unsur tersebut tidak lagi berfungsi secara independen (Suandi, 2014). Menurut Chaer (2004) menyatakan pula bahwa campur kode campuran adalah penggunaan dua atau lebih bahasa atau unsur kebahasaan secara bersamaan dalam satu kalimat baik berupa, kata, frasa, dan klausa. Hal ini terjadi dalam situasi komunikasi informal, dan biasanya penutur tidak sepenuhnya berpindah kode, melainkan mencampurkan unsur bahasa asing dan lokal ke dalam bahasa utama. Terdapat bahasa serumpun atau bahasa daerah dan bahasa asing dalam kalimat yang sama di dalam bahasa utama yang digunakan oleh penutur dan lawan tutur dalam berinteraksi dan komunikasi. Bahasa yang digunakan dalam suatu kelompok atau komunitas tertentu terbentuk dari pengaruh masyarakat penutur dan kondisi sosial si penutur tersebut. Berikut beberapa bentuk campur kode campuran yang terdapat dalam akun @kdrama_menfess yang digunakan oleh anggota komunitas dalam mengunggah dan berkomentar dalam akun tersebut.

1. Kata dalam Penyisipan Bahasa Daerah dan Asing

Bentuk dari campur kode campuran berdasarkan tingkat kebahasaan kata terlihat dalam salah satu postingan yang diunggah oleh pengguna menfess @kdrama_menfess yaitu:

Gambar 17. Kata dalam Campur Kode Campuran



Sumber : *X.com* Juni 2025

Isi foto dalam postingan yang ada pada akun @kdrama_menfess merupakan kolase empat adegan dari drama berbeda, menampilkan pasangan (Minsi dan Dohyun) yang beberapa kali dipertemukan kembali sebagai lawan main dalam waktu berdekatan. Postingan ini menyajikan stimulan humor sekaligus keheranan dengan membandingkan anggapan umum dan kenyataan, dalam postingan penutur sebagai pengguna menfess menyatakan bahwa reuni pasangan drama biasanya mustahil terjadi dalam waktu singkat. Namun, kehadiran pasangan Minsi dan Dohyun dalam beberapa drama berbeda secara beruntun menjadi pengecualian mengejutkan. Kontras ini menimbulkan rasa heran sekaligus lucu. Kolase empat adegan menampilkan chemistry keduanya di berbagai situasi (bertemu, berjabat tangan, duduk bersama). Visual ini memperkuat pesan bahwa mereka memang sering dipertemukan, seolah "*takdir drama*" selalu mempertemukan mereka. Ekspresi "*hehehe punten*" dalam *caption* memberi kesan bercanda, ringan, dan mengajak pembaca ikut tertawa atas fenomena tersebut. Hal ini menimbulkan rasa akrab dan kebersamaan dalam komunitas penonton yang sama-sama menyadari fenomena unik ini. Postingan mendorong diskusi antarpenggemar dan menjadi bahan obrolan komunitas fandom tentang dinamika casting aktor/aktris yang "*sering jodoh*" di layar kaca. Postingan ini memunculkan stimulan berupa rasa heran, kagum, dan tawa dari penggemar K-Drama karena fenomena unik pasangan aktor yang berulang kali dipertemukan dalam drama berbeda. *Caption* yang bercanda ditambah bukti visual (adegan kolase) membuat audiens merasa terhibur sekaligus terdorong untuk ikut merespons, baik dengan komentar, candaan tambahan, atau diskusi.

Jika dikaitkan dalam teori interaksionisme simbolik yang dikemukakan oleh Mead (2024) menjelaskan bahwa mind merupakan hasil dari interaksi melalui penggunaan simbol. Kata-kata seperti *couple*, *partner*, *meanwhile* adalah simbol global yang sering digunakan dalam fandom internasional. Sementara itu, kata-kata Indonesia seperti *reuni* dan slang *punten* adalah simbol lokal yang menandai identitas komunitas pengguna media sosial Indonesia. Kombinasi keduanya membentuk kesadaran kolektif pengguna menfess lain memahami humor yang muncul karena fenomena "pasangan aktor reuni cepat" dan langsung mengaitkan dengan visual kolase yang memperlihatkan Minsi dan Dohyun dalam beberapa drama berbeda. Lalu, konsep *self* "I" muncul dalam ekspresi humor "*hehehe punten*" hal ini adalah reaksi spontan yang mengekspresikan kekaguman bercampur kelucuan melihat fenomena pasangan drama yang sering reuni. "Me" tampak dalam penggunaan bahasa campuran yang disesuaikan dengan kebiasaan komunitas K-Drama. Penutur sebagai pengguna menfess mengetahui bahwa pengguna lain akan paham dan merasa akrab dengan gaya *caption* semacam ini. Jadi, *self* terbentuk melalui dialog antara ekspresi individu yang lucu-spontan dan adaptasi terhadap norma komunikasi komunitas daring. Komunitas penggemar K-Drama di media sosial berfungsi sebagai "masyarakat simbolik" yang mengkonstruksi makna tertentu dari fenomena berulangnya pasangan aktor yang bertemu di drama. Campur kode menjadi bentuk identitas kolektif memadukan istilah internasional (*couple, partner, meanwhile*) dengan bahasa lokal (*punten*) memperlihatkan kedekatan antaranggota komunitas. *Society* di sini juga menyediakan ruang untuk berbagi humor, keheranan, sekaligus memperkuat ikatan sosial di antara penggemar.

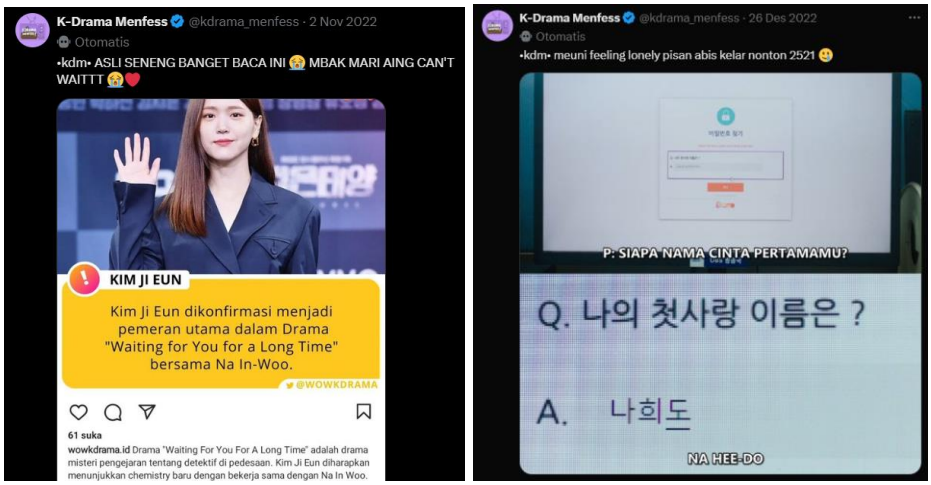
Postingan ini menampilkan fenomena lucu tentang pasangan drama yang "reuni terlalu cepat" melalui campur kode yang mencampur bahasa Inggris dan Indonesia. Dalam perspektif interaksionisme simbolik Mead, *Mind* terbentuk melalui simbol-simbol linguistik global-lokal yang dipahami bersama oleh komunitas. *Self* hadir melalui ekspresi humor spontan "I" dan kesadaran untuk menyesuaikan gaya bahasa dengan audiens fandom "Me". *Society* menjadi ruang simbolik yang memberi makna kolektif terhadap fenomena, memperkuat identitas komunitas penggemar K-Drama, dan menghadirkan rasa kebersamaan lewat bahasa campur kode.

Dengan demikian, postingan ini tidak sekadar hiburan, tetapi juga cerminan bagaimana identitas sosial, humor, dan kohesi komunitas terbentuk melalui interaksi simbolik di media sosial.

2. Frasa dalam Penyisipan Bahasa Daerah dan Asing

Gambar di bawah ini memperlihatkan seorang aktris Korea yaitu Kim Ji Eun dengan sebuah teks konfirmasi bahwa ia akan menjadi pemeran utama dalam drama "*Waiting for You for Long Time*" visual dalam gambar menjadi pemicu atensi emosional bagi penggemar K-Drama, terutama yang menantikan proyek baru idolanya tersebut. Pada postingan penutur menyisipkan penggunaan campur kode didalamnya juga penambahan emoji sebagai simbol ekspresi yang memperkuat makna teks. Selanjutnya, pada postingan lain gambar menampilkan potongan layar yang didapatkan dari drama "*2521* (*Twenty Five, Twenty-One*)" dengan teks didalamnya yang memiliki arti "*Nama cinta pertamaku adalah?" "Na Hee Do"* visual ini menjadi pemicu emosional karena mengingatkan penonton dengan kisah cinta si pemeran utama dalam drama tersebut. *Caption* yang diunggah oleh penutur bersamaan dengan potongan *scene* tersebut menjadi stimulan bagi penggemar karena memicu kenangan akan jalan cerita yang penuh dengan romansa dan kesedihan. *Caption* pada unggahan dengan menyisipkan bahasa campuran hadir sebagai stimulan linguistik untuk menyalurkan perasaan personal penonton. Campur kode akhirnya muncul karena pengguna ingin mengekspresikan identitas ganda menggunakan bahasa lokal dan asing ke dalam bahasa utama secara bersamaan.

Gambar 18. Frasa dalam Campur Kode Campuran



Sumber : *X.com* Juni 2025

Campur kode campuran dalam gambar satu dan dua memadukan lebih dari dua bahasa, di mana unsur-unsur bercampur secara bersamaan, tanpa adanya pemisahan yang jelas antara bahasa satu dengan yang lain. Pada gambar pertama, simbol (bahasa) menunjukkan bahasa lokal (Sunda), bahasa utama (Indonesia), dan bahasa asing (Inggris) dalam satu narasi. *Caption* dari unggahan pengguna dibentuk oleh perpaduan antar unsur linguistik, budaya, dan identitas sosial. Pada gambar pertama tersebut, kalimat yang digunakan berupa tingkat kebahasaan frasa "*aing can't wait*" karena tidak memiliki subjek dan predikat. Gambar kedua, penggunaan campur kode campuran terlihat pada "*meuni feeling lonely pisan*" yang menggabungkan bahasa lokal (Sunda) dan bahasa asing (Inggris) ke dalam bahasa utama (Indonesia). perpaduan bahasa lokal, asing kedalam bahasa utama dalam satu kalimat adalah bentuk campur kode campuran yang sebenarnya, karena melibatkan lebih dari dua sumber bahasa. Kalimat yang digunakan dalam caption dari unggahan kedua digunakan berupa tingkat kebahasaan frasa. Kalimat yang diunggah oleh masing-masing penutur dan lawan tutur adalah bentuk campur kode campuran karena terdapat kata sebagai unsur asing yang berasal dari luar dan dalam.

Gambar 19. Campur Kode Campuran



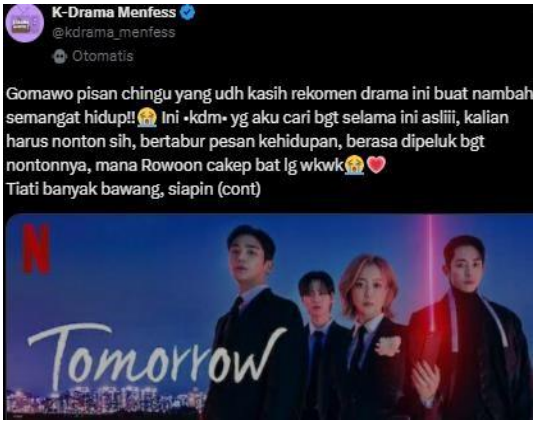
Sumber : *X.com* Juni 2025

Selanjutnya, pada 19 gambar penutur dalam akun @kdrama_menfess menggunakan kata "iki", *"dark"* yang disisipkan dalam kalimat pada bahasa utama yang digunakan. Postingan diatas berisikan informasi mengenai drama Korea yang sedang penutur tonton. Campur kode yang dilakukan masuk kedalam jenis h*ybrid code mixing* karena bahasa yang variatif digunakan dalam kalimat, terdapat juga bahasa daerah dan bahasa asing didalamnya. Dalam postingan tersebut, campur kode campuran dengan kategori frasa karena gabungan dari dua kata yang membentuk kesatuan, tetapi tidak membentuk kalimat lengkap karena tidak memiliki subjek dan predikat yaitu, "*iki rada dark*".

3. Klausa dalam Penyisipan Bahasa Daerah dan Asing

Bentuk dari campur kode campuran berdasarkan tingkat kebahasaan klausa terlihat dalam satu postingan yang diunggah oleh pengguna menfess @kdrama_menfess yaitu:

Gambar 20. Klausa dalam Campur Kode Campuran



Sumber : *X.com* Juni 2025

Postingan pada gambar menampilkan poster drama Korea berjudul "*Tomorrow"* dari Netflix, menampilkan para tokoh utama dengan nuansa serius dan dramatis. Pada *caption* berisi penuh dengan ekspresi perasaan *"berasa dipeluk banget nontonnya"* tambahan emotikon serta ungkapan kagum terhadap Rowoon sebagai salah satu aktor yang ikut serta dalam drama Korea tersebut. Hal ini membangkitkan rasa penasaran dan empati pembaca, sekaligus menstimulasi mereka untuk ikut merasakan pengalaman emosional yang sama. Campur kode yang ada dalam postingan menandai identitas sebagai bagian dari komunitas fandom K-Drama global, sekaligus menjaga nuansa lokal-akrab dengan bahasa Indonesia gaul. Poster "*Tomorrow"* menampilkan suasana dramatis dengan empat karakter utama, memberi kesan kuat bahwa drama ini sarat pesan kehidupan. Gambar yang ada dalam postingan mendukung klaim *caption* bukan hanya hiburan, tetapi juga tontonan yang penuh makna. Ungkapan terima kasih kepada pengguna lain yang memberi rekomendasi menciptakan rasa kebersamaan. Ajakan "*kalian harus nonton sih*" menjadi stimulus partisipasi, mendorong pengguna lain dalam akun @kdrama_menfess untuk ikut menonton dan berdiskusi. Postingan ini menimbulkan stimulan motivasional, emosional, dan sosial. Motivasional karena drama direkomendasikan sebagai sumber semangat hidup. Emosional melalui ekspresi bahasa penuh perasaan dan emotikon yang menyentuh. Sosial karena

mengajak audiens lain menonton, berbagi pengalaman, dan merasa menjadi bagian dari komunitas. Campur kode memperkuat identitas komunitas K-Drama, menghadirkan kesan global Korea-Inggris sekaligus tetap akrab dengan bahasa utama yaitu Indonesia.

Beberapa contoh lain dalam campur kode campuran (*hybrid*) juga terlihat dalam postingan akun @kdrama_menfess yang diunggah oleh penggemar secara anonim dan bebas. Peneliti juga membuat tabel guna mengelompokkan campur kode campuran berdasarkan tingkat kebahasaan yaitu, kata, frasa, dan klausa.

Tabel 4. Pengelompokkan Campur Kode Campuran

Campur Kode Campuran (Hybrid Code Mixing)		
Kata	Frasa	Klausa
 **Meanwhile** minsi dan dohyun: hehehe **punten**	 Sebutin drama yang bener2 ngasah otak banget, tap..tapi *SERU* banget anjai gilakk!! **Aing first**	 **Gomawo pisan chingu** yang udh kasih rekomen drama ini buat nambah semangat hidup!!
 **Punten** kack, apa tida ada yang jomblo? Boleh lah saya nyelip dikit di **circle** nya	 Nonton D.P 1 gak begitu **misuh-misuh**, begitu S2 mengumpat terus sama dua orang ini **shibal sekkiya**	 Upcoming drama The Queen's Umbrella **MOTHER KIM HYESOO with anakanak lanang**

		
Pagi **yeorobuuuun**, perkenalkan ini ayahnya anak **wedok**, kita habis liburan di pantai krakal.	**ora rewatch**, paru2 **ora smile**	demi Allah baru beres nonton 2521 hahaha terus **aing kudu naon jigeum**? gabrut pokoknya
		
Di ep1 sudah lucu **pol** ternyata makin sini makin suka karakternya si han sejin **ottoke** masih mabok bgt tapi sisa 2 eps lagi	**Guyssss, look at teteh** gong seungyeon cantik bgt kan kaya barbie boneka princes bunga semuanya fav siapa ini?	**OUR GENGSTER COMEBACK GUYS**, HIDUP **BARUDAK HANYEO**
		
Rekomen drama yang polisi/detektifnya petantang petenteng jago **gelud** gtu dong genre **crime thriller** makasi	ntah kenapa **aing ovt** kalau **gwajangnim** ini beneran	Para anak spesial, **barudak tantrum, barudak** 1995, **barudak watermelon sugar**

	suka sama siwoo apa ndakk	

Sumber : Akun @kdrama_menfess

Pengelompokkan pada campur kode campuran (hybrid code mixing) ini, peneliti juga menggunakan tabel guna mempermudah melihat campur kode campuran (*hybrid code mixing*) yang didapatkan dari akun @kdrama_menfess dengan menyusun berdasarkan tingkat kebahasaan yaitu, kata, frasa, dan klausa dalam tabel. Beberapa kalimat diatas menunjukkan campur kode dengan menyisipkan bahasa lokal (Sunda dan Jawa) dan asing (Korea dan Inggris) bercampur dengan bahasa utama yang digunakan penutur yaitu, bahasa Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna dari akun @kdrama_menfess merupakan seorang penggemar K-Drama yang berasal dari beberapa daerah sesuai dengan topik interaksi yang sedang dibahas. Campur kode disini terjadi karena pengaruh budaya pop Korea dalam hal ini adalah drama Korea, di mana penggunaan bahasa Inggris untuk memberikan efek ekspresif atau estetik yang sudah menjadi hal umum.

Melalui campur kode berdasarkan tingkat kebahasaan kata, frasa dan klausa ini jika dikaitkan dengan teori interaksionisme simbolik masuk ke dalam konsep *society* atau masyarakat. Mead (2024) memandang masyarakat (*society*) sebagai hasil dari proses interaksi sosial dengan penggunaan simbol sebagai bahasa dan lambang yang disepakati maknanya bersama dalam suatu kelompok atau komunitas. Dalam hal ini terlihat dari penutur yang menggunakan unsur bahasa asing dan daerah ke dalam bahasa utama. Penggabungan simbol lintas bahasa (budaya) sebagai pilihan kata yang dilakukan oleh penutur mencerminkan identitas sosial. Penutur yang merupakan bagian dari anggota komunitas familiar dengan budaya Korea juga linguistik dalam media digital yang populer. Dalam teori ini, menunjukkan simbol untuk memabangun makna sosial dan identitas kelompok. Dalam hal ini pembentukan "*self*" juga terlihat melalui identitas sosial. Penutur menegaskan identitas dirinya sebagai bagian dari komunitas yang memahami simbol-simbol tersebut. Sesuai dengan teori interaksionisme simbolik Mead, bahasa dalam beberapa kalimat di atas menjadi alat untuk berinteraksi, membentuk makna, dan menegaskan keanggotaan sosial dalam sebuah *society* tertentu.

BAB V

ALASAN PENGIKUT DAN PENGGUNA DALAM AKUN @KDRAMA_MENFESS MELAKUKAN CAMPUR KODE

A. Alasan Internal Penggunaan Campur Kode

Fenomena kebahasaan di lingkungan media sosial dalam era teknologi yang telah sangat maju kerap ditemui, salah satunya peristiwa campur kode. Pengguna media sosial seperti Twitter (X), Instagram, Facebook dan lain-lain memasukkan unsur kata dan frasa asing dalam bahasa utama yang mereka gunakan sehari-hari. X menjadi salah satu platform media sosial yang dijadikan tempat mengekspresikan bahasa oleh sebagian besar masyarakat (Rufaidah,dkk, 2023). Individu melakukan campur kode untuk mengekspresikan diri pada bahasa mereka sendiri. Setiap komunitas yang memiliki identitas tersendiri membutuhkan alat komunikasi untuk mengungkapkan perihal yang mereka rasakan secara emosional dan privat kepada golongan yang memiliki kesamaan dengan mereka agar mempermudah dan dapat dipahami anggotanya saat melakukan komunikasi dan interaksi. Bahasa yang digunakan merupakan sekumpulan kalimat dengan istilah-istilah tertentu dan khas bertentangan dengan bahasa utama namun masih dalam konteks yang positif dalam subkultur tertentu (Mulyana, 2008).

Alasan internal mengacu pada faktor-faktor psikologis, kognitif, dan emosional yang berasal dari dalam diri manusia itu sendiri yang mendorong mereka sebagai pengguna campur kode di media sosial dalam berkomunikasi. Campur kode memiliki beberapa fungsi pada penggunaannya, yaitu fungsi ketepatan makna atau rasa, fungsi argumentatif, fungsi persuasif, fungsi singkat dan mudah diucapkan, fungsi sopan dan santun, dan fungsi komunikatif. Penggunaan campur kode dilakukan dengan tujuan untuk menambah gaya bahasa atau ragam bahasa (Chaer, 2004). Campur kode menjadi ekspresi yang lahir dari dalam diri, bukan hanya karena pengaruh luar atau lingkungan sosial, melainkan karena adanya dorongan internal yang membuat penutur merasa lebih nyaman, ekspresif, atau autentik dalam menggunakan lebih dari satu bahasa secara bersamaan. (Chaer, 2014).

Fungsi kebahasaan campur kode juga guna menyampaikan informasi, menghormati mitra tutur, dan memperjelas tuturan. Hal ini juga sebagai penghormatan

untuk menegaskan suatu kata dalam kalimat tertentu, juga untuk menunjukkan identitas diri, menunjukkan status sosial dan atau untuk menciptakan situasi antar mitra tutur yang saling akrab dan santai. Campur kode bukan merupakan bentuk kesalahan dari berbahasa yang disebabkan karena lemahnya penguasaan penutur dan lawa tutur terhadap bahasa yang digunakan, melainkan terjadi karena unsur ketidaksengajaan atau ketidaksadaran. Kesalahan dalam berbahasa dapat terjadi melalui berbagai hal, misalnya pengaruh bahasa ibu, kurangnya pengatahuan atau kekurangan dalam pemahaman penutur bahasa terhadap bahasa yang digunakannya, dan pengajaran bahasa yang kurang sempurna (Saddhono, 2012). Campur kode terjadi biasanya karena hubungan yang serupa atau keterikatan karakteristik mitra tutur, seperti latar belakang sosial, tingkat pendidikan, dan rasa keagamaan. Berdasarkan pendapat tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa campur kode adalah percampuran beberapa bahasa yang dituturkan secara bergantian oleh anggota dalam masyarakat dan atau komunitas tertentu.

Penelitian ini membagi alasan internal yang terjadi pada penggunaan campur kode ke dalam dua hal, yaitu pengaruh kebiasaan dan paparan media oleh penikmat drama, film atau serial televisi lain Korea Selatan dalam hal ini adalah anggota dari akun autobase X @kdrama_menfess. Serta, bentuk kreativitas dan ekspresi perasaan yang dirasakan anggota saat melakukan campur kode.

1. Kebiasaan dan Paparan Media

Seiring berkembangnya teknologi dan kemudahan dalam mengakses informasi, media baik itu televisi, internet, ataupun media sosial menjadi bagian yang tak terpisahkan dari rutinitas kehidupan masyarakat. Pada penelitian ini, drama Korea menjadi salah satu produk budaya Korea Selatan yang dengan perkembangannya membawa masyarakat mulai mengadopsi beberapa unsur kebahasaan tersebut ke dalam percakapan sehari-hari melalui tayangan drama Korea itu sendiri. Paparan yang intens terhadap K-Drama tidak hanya membuat penonton familiar dengan alur cerita dan karakter, tetapi juga memperkenalkan mereka pada ekspresi khas, intonasi, serta kata-kata kunci dalam bahasa Korea, seperti *"omo"* (ungkapan terkejut), *"jinjja"* (sungguh), *"aigoo"* (keluhan), atau *"annyeong"* (halo/dadah). Dalam banyak kasus, kata-kata ini tidak hanya dihafal, tetapi juga diinternalisasi sebagai bagian dari respons spontan penonton dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini

menunjukkan bahwa bahasa tidak hanya dipelajari secara sadar, melainkan juga dapat tertanam melalui kebiasaan dan pengulangan simbolik dalam media.

Menurut data oleh Korea Creative Content Agency (KOCCA) ekspor konten pada budaya Korea, seperti K-Drama meningkat 6,8% dari tahun ke tahun pada tahun 2021 hingga mencapai rekor tertinggi sebanyak US$12,4 miliar. Hal ini membuktikan bahwa fungsi hiburan dalam hal *entertaiment* menjadi salah satu minat bagi masyarakat ditengah perkembangan teknologi streaming media digital. Melalui tren yang dikembangkan oleh masyarakat untuk menonton film atau serial akhirnya muncul beberapa aplikasi streaming digital seperti, Netflix, Viu, Iqiyi, Iflix, Disney Hotstar dan sebagainya. Sebagai contoh dalam hal ini, menurut survei Media Partners Asia (MPA) pelanggan Netflix di Indonesia per Januari 2021 telah mencapai 850.000 juga pengguna. Netflix masuk ke Indonesia sejak 2016, Hal ini juga dibuktikan dari Netflix yang memperlihatkan Top 10 ranking dimana 4 diantaranya merupakan serial drama Korea.

Gambar 21. Top 10 Most Popular Shows on Netflix in Indonesia



Sumber: *Netflix.com* April 2025

Pada survei yang dilakukan oleh IDN Research Institute pada tahun 2022 menunjukkan sebanyak 68% dari responden Generasi Z mengaku menonton film dengan rata-rata tiga jam per-harinya. Kebiasaan inilah yang akhirnya membentuk pola linguistik baru, di mana kata atau frasa dalam bahasa asing masuk ke dalam kehidupan masyarakat dan menciptakan bentuk campur kode yang unik dan mencerminkan kedekatan emosional serta identitas sosial para penggemar terhadap budaya Korea yang mereka konsumsi melalui media. Pada penelitian ini, peneliti

menjadikan akun @kdrama_menfess sebagai objek dalam fenomena penggunaan campur kode yang dilakukan oleh anggotanya dalam komunitas.

Melalui wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan salah satu anggota dari komunitas yang memiliki nama akun @aiu_aii mengkonfirmasi bahwa serial televisi Korea seperti, drama dan film mempengaruhi gaya bahasa yang digunakan dalam interaksi sehari-hari pada akun @kdrama_menfess.

> "Oh tentu saja, karena sehari² lbh sering melihat kdrama dan kmovie, saya jadi sering meniru gaya bahasa org korea. Contoh simple nya spontan menggunakan kata "omo omo jinjja?" saat mlihat sesuatu yg mengejutkan. Lbh suka menggunakan kata "Yeorobun" untuk mengganti kata "guys"."

Hasil wawancara yang diperoleh peneliti memperlihatkan campur kode yang terjadi oleh penutur dalam hal ini informan menggunakan dua atau lebih bahasa dalam satu konteks ujaran. Ujaran diberikan oleh penutur merupakan kebiasaan yang terbentuk dari tontonan yang diserap oleh informan. Hal ini menunjukkan pengaruh linguistik dan identitas sosial dari budaya Korea yang telah diinternalisasi penutur. Eksposur intensif terhadap media Korea memengaruhi pilihan bahasa penutur dalam kehidupan sehari-hari, terutama saat berinteraksi di ruang digital. Hal ini merupakan bentuk internalisasi simbolik yang terjadi melalui konsumsi budaya, di mana penutur mulai mengadopsi unsur kebahasaan dari bahasa asing dan menyisipkannya dalam struktur bahasa utama. Campur kode dalam hal ini bukan semata-mata karena keterbatasan kosakata atau kemampuan berbahasa. Dalam komunitas daring, penggunaan kata-kata seperti "*omo*" atau "*yeorobun*" menjadi penanda keanggotaan simbolik: bahwa penutur adalah bagian dari komunitas penggemar K-Drama. Penutur secara sadar dan reflektif menyisipkan elemen bahasa Korea ke dalam komunikasi sehari-hari untuk menyesuaikan diri dengan norma linguistik komunitas penggemar K-Drama/K-Movie.

Pada campur kode, Informan secara sadar menggunakan kata-kata Korea seperti *"omo omo jinjja?"* dan *"yeorobun"* di tengah ujaran berbahasa Indonesia. Fenomena ini menunjukkan bahwa campur kode bukanlah akibat keterbatasan kosakata, melainkan bentuk gaya komunikasi yang dipilih dengan sengaja untuk menegaskan identitas sosial. Pilihan kata-kata tersebut memiliki fungsi ekspresif dan simbolik, yaitu terlihat pada *"omo omo jinjja?"* yang mengekspresikan keterkejutan dengan cara khas ala K-Drama dan *"yeorobun"* yang menggantikan

kata *"guys"*, memberi nuansa khas komunitas Korea. Eksposur yang intensif terhadap K-Drama dan K-Movie telah menciptakan internalisasi simbolik, penutur tidak hanya menonton, tetapi juga menyerap gaya bahasa sebagai bagian dari kebiasaan sehari-hari. Bahasa Korea menjadi simbol budaya yang ditiru dan dipraktikkan untuk memperkuat kedekatan dengan dunia K-Drama. Hal ini menunjukkan bagaimana media populer bisa membentuk praktik linguistik lintas budaya, menjembatani identitas global dan lokal. *Mind* bekerja dengan menggunakan simbol dqalam hal ini bahasa Korea yang dipahami secara kolektif oleh anggota dalam komunitas. *Self* terbentuk mellaui ekspresi spontan dari "I" dan "Me" sebagai penyesuaian terhadap norma komunitas online. Dengan demikian, masyarakat (*society*) menyediakan arena simbolik yang memberi makna pada campur kode sebagai identitas kolektif penggemar K-Drama.

Mead (2024) menekankan bahwa identitas diri (*self*) dan masyarakat (*society*) terbentuk melalui interaksi simbolik, terutama melalui bahasa sebagai simbol sosial. Dalam kutipan yang dicontohkan oleh informan, menggunakan simbol bahasa Korea (*omo, jinjja, yeorobun*) bukan hanya untuk komunikasi, melainkan juga sebagai penanda identitas dan kedekatan budaya. Bahasa menjadi simbol sosial yang memiliki makna bersama dalam komunitas tertentu. Informan juga menyebutkan dalam wawancara yang dilakukan oleh peneliti bahwa memiliki keinginan untuk lebih mempelajari bahasa Korea.

> "Betul sekali, bahkan saya juga sangat ingin belajar bahasa asing khususnya bhs korea. Agar lbh mudah memahami bahasa saat melihat drama tanpa subtitle, atau melihat interview aktor/aktris korea."

Dari sini terlihat bahwa dalam (*self*), proses ini membantu membentuk kesadaran akan dirinya sebagai bagian dari komunitas yang mengadopsi budaya Korea secara simbolik. Hasil wawancara dengan akun @aiu_aii menunjukkan bahwa kebiasaan menonton K-Drama dan K-Movie atau serial Korea lain secara rutin menyebabkan penutur terpapar simbol-simbol linguistik Korea, yang kemudian mempengaruhi pilihan bahasa dalam interaksi dan komunikasi sehari-hari. Wawancara lain dilakukan dengan pengguna akun @pawfectfru menyebutkan bahwa penggunaan campur kode hanya dilakukan sebagai bentuk interaksi dengan sesama anggota dalam komunitas dan sesuai konteks.

> “Beberapa kata singkatan atau slang[2] yang digunakan dalam drakor atau movie kadang digunakan juga dalam berinteraksi. Meskipun tidak begitu sering dipakai karena mungkin tidak semua orang menonton tontonan yang sama, jadi kadang hanya beberapa kali jika berinteraksi dengan tweet yang sesuai konteks saja. Kadang juga tidak disebutkan dalam @kdrama_menfess tetapi di platform lain seperti ig story instagram atau ketika real life chat dengan teman.”

Kutipan atau istilah yang yang digunakan oleh informan dengan menyiratkan penggunaan kata-kata bahasa Korea dalam konteks bahasa Indonesia didapatkan dari K-Drama atau K-Movie sebagai singkatan dari dialog populer dalam K-Drama atau K-Movie itu sendiri. Walaupun, tidak disebutkan secara eksplisit, informan mengakui bahwa kata-kata yang digunakan tersebut untuk interaksi dari dalam hal ini pada akun @kdrama_menfess. Informan juga menyebutkan bahwa situasional dan kontekstual menjadi faktor digunakannya campur kode tersebut. campur kode hanya digunakan ketika konteks memungkinkan atau ketika dengan orang yang mempunyai referensi budaya yang sama.

Menurut Mead (2024) interaksionisme simbolik menekankan bahwa makna sosial terbentuk melalui interaksi dan bahasa sebagai simbol utama dalam proses tersebut. Campur kode dengan menyisipkan kata-kata dalam bahasa Korea sebagai simbol budaya yang membawa makna tertentu bagi penggunanya dan kelompok sosialnya. Ketika kata-kata tersebut digunakan dalam konteks tertentu (misalnya tweet tentang K-Drama), itu menjadi identitas sosial dan kebersamaan budaya. Jika dikaitkan dengan konsep self oleh Mead (2024), penutur melalukan *role-taking,* yaitu menyesuaikan cara bicara tergantung pada siapa lawan bicaranya dan media yang digunakan. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan simbol bukan hanya sebagai pengaruh media, melainkan juga bagian dari proses sosial adaptif untuk membangun makna dalam interaksi. Perilaku ini mencerminkan pemaknaan simbolik terhadap kata atau frasa bahasa asing yang digunakan.

Pemilik akun @pawfectfru juga menambahkan dalam wawancara yang dilakukan dengan peneliti bahwa:

> "Sebenarnya jika menulis dalam gaya bahasa seperti dama drakor atau k-movie, jarang dilakukan tetapi ekspresi² khusus sering dituliskan entah ketika berinteraksi dengan komunitas atau me-reply teman² lainnya. Seperti penggunaan mian, kkapjagi, aigoo, shibbal, kamcagiya. Tetapi hanya penggunaan kata yang kadang dicampur juga dengan bahasa ibu ataupun bahasa Indonesia. Tetapi jika itu membentuk kalimat secara utuh lebih sering menggunakan bahasa Inggris untuk ekspresif dan bahasa Korea hanya sepenggal katanya saja."

Penggunaan multibahasa yang dilakukan oleh informan sebagai penggemar sekaligus pengguna dalam akun menfess @kdrama_menfess digunakan hanya sebatas sepenggal kata saja. Kalimat utuh yang ekspresif cenderung dibuat dalam bahasa Inggris, walaupun sebenarnya itu juga merupakan bentuk dari penggunaan campur kode yang dilakukan oleh informan. Hal tersebut menunjukkan preferensi terhadap bahasa global untuk membangun nuansa emosional atau dramatis yang lebih kuat lagi dalam suatu komunitas. Bahasa Indonesia yang digunakan oleh informan masih tetap menjadi bahasa dasar, sehingga struktur umum kalimat berada pada dominasi pertama (bahasa ibu), namun ditaburi elemen-elemen asing di dalamnya. Informan juga menjelaskan bahwa penggunaan campur kode yang dilakukan dalam komunitas daring merupakan sifat spontan namun secara sadar digunakan, biasanya muncul saat berinteraksi dengan komunitas, seperti membalas pesan, berkomentar, mengenai konteks seputar K-Drama atau serial televisi lain yang diunggah oleh anggota dalam komunitas @kdrama_menfess tersebut.

Jika, dikaitkan dengan teori interaksionisme simbolik Mead (2024) terlihat bahwa pembentukan diri (*self*) dan kesadaran sosial menonjol melalui bahasa sebagai simbol atau alat dalam berinteraksi dengan individu lain. Kata-kata yang digunakan oleh informan berfungsi sebagai simbol linguistik yang membawa makna sosial dan emosional. Penggunaannya menciptakan pengakuan identitas sebagai bagian dari komunitas penggemar K-Drama, di mana simbol-simbol ini memiliki makna bersama. Informan sebagai penutur juga menunjukkan kesadaran sosial saat memilih kapan dan dengan siapa kata-kata atau unsur bahasa asing digunakan, misalnya digunakan saat membalas pesan teman atau anggota lain dalam komunitas dan tidak digunakan dalam konteks formal atau publik secara umum. Hal ini, menunjukkan adanya *role-taking* dan adaptasi terhadap harapan sosial dari lingkungan tertentu. Pernyataan yang diberikan oleh informan membuktikan bahwa penggunaan campur kode oleh penggemar K-Drama tidak

bersifat sembarangan, melainkan selektif, kontekstual, dan simbolik. Karena, unsur asing yang digunakan sebagai alat berinteraksi dan komunikasi dalam konteks yang akrab, selayaknya percakapan daring dan interaksi dengan sesama penggemar atau anggota dalam komunitas. Penggunaan kata-kata tersebut memperlihatkan adanya internalisasi simbol budaya, dan menjadi bagian dari identitas diri sebagai penikmat budaya Korea. Dalam kerangka interaksionisme simbolik Mead, hal ini memperlihatkan bagaimana individu membangun identitas sosial melalui simbol bahasa, mereka juga mengatur perilaku linguistik berdasarkan audiens dan berpartisipasi dalam dinamika sosial dengan menggunakan simbol-simbol budaya populer untuk memperkuat koneksi kelompok.

2. Kreativitas dan Ekspresi Perasaan

Kreativitas merupakan salah satu aspek dalam kemampuan yang dimiliki oleh setiap individu guna mengembangkan atau melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan atau sebuah karya yang relatif berbeda dengan yang sebelumnya. Campur kode dapat dilihat sebagai bentuk kreasi bahasa yang muncul dari kemampuan yang dimiliki oleh individu bilingual atau multilingual. Penutur dalam berinteraksi menggunakan lebih dari satu bahasa untuk tujuan komunikatif yang lebih kaya (Suwito, 1996). Suwito (1996) juga menyebutkan dalam situasi informal, campur kode digunakan secara bebas untuk menciptakan gaya bahasa yang lebih unik dan lebih menarik. Bahasa lahir sebagai alat komunikasi dan interaksi yang bersifat dinamis dan memiliki keragaman dalam kehidupan di lingkungan masyarakat. Hal tersebut yang menjadikan bahasa sebagai unsur dasar dan media utama yang digunakan untuk menciptakan elemen-elemen atau karakteristik dari campur kode. Kreativitas yang akhirnya muncul memberikan suatu kepuasan dan juga hiburan tersendiri yang memiliki fungsi untuk menyampaikan sarana dalam nilai dan atau hal penting yang bermanfaat bagi kehidupan. Bahasa adalah media alat komunikasi yang memiliki peran penting dalam menyalurkan bentuk ekspresi. Bahasa juga sebagai suatu sistem komunikasi yang digunakan pada individu melalui susunan kata bahkan suara secara langsung, ungkapan tertulis dan terstruktur agar dapat terbentuk satuan yang jelas dan luas. Bahasa digunakan guna menyeimbangkan pendapat dan saling bertukar pikiran dengan orang lain (Berlianty, dkk, 2024).

Salah satu bentuk dari kreativitas dan ekspresi perasaan pada campur kode yang ada dalam akun menfess @kdrama_menfess yang dilakukan oleh penggemar Korean drama atau pengguna dalam komunitas tersebut terlihat pada unggahan,

Gambar 22. Bentuk Kreativitas dan Ekspresi Campur Kode



Sumber : *X.com* Juli 2025

Pada postingan pertama, sender sebagai pengguna menfess menunjukkan kreativitas dalam penggunaan campur kode dan simbol non-verbal. Pengulangan huruf vokal menggambarkan panjangnya emosi "UUEEE" sebagai ekspresi kesedihan yang mendalam. Penggunaan emoji juga dapat memperkuat visualisasi rasa sedih. Pada postingan ini menandakan bahwa pengguna menciptakan bentuk komunikasi baru bukan dengan struktur bahasa baku, melainkan melalui representasi simbol dan kode yang dihasilkan dari penggunaan emoji.

Mead (2024) menyatakan bahwa bahasa adalah simbol yang digunakan dalam interaksi sosial untuk menciptakan makna bersama, mengonstruksikan identitas diri (*self*). Kata-kata dan emoji sebagai simbol menjadi bentuk ekspresi perasaan individu. Sender sebagai pengguna menunjukkan identitasnya sebagai bagian dari komunitas yang memahami emosi mendalam dari cerita drama Korea yang sedang direpresentasikan. Dengan begitu, ekspresi ini menjadi bagian dari pembentukan dan penguatan identitas kolektif penggemar K-Drama melalui media sosial.

Selanjutnya, pada gambar kedua menunjukkan poster drama Korea "Big Mouth" dengan judul yang dimodifikasi oleh sender sebagai pengirim menfess menjadi "Cangkeman" yang merupakan sebuah kata dalam bahasa Jawa yang

memiliki arti “bermulut besar” atau banyak bicara. Terdapat perubahan kata yang dilakukan oleh pengguna menfess, tetapi tidak mengubah arti besar dari judul drama Korea yang di maksud. Namun, kata “Cangkeman” dalam bahasa Jawa dengan kata atau ekspresi Korea mirip bunyinya seperti “Jamkkanmanyo” yang berarti sebentar. Caption yang diunggah bersama poster tersebut menyamakan bunyi antara bahasa Jawa (Cangkeman) dengan bahasa Korea (Jamkkanmanyo), yang menimbulkan efek komedi didalamnya. Judul poster diubah menjadi “Cangkeman” sebagai plesetan dari judul aslinya yaitu “Big Mouth” yang secara harfiah juga berarti “bermulut besar”, hal ini memperkuat daya tarik humoris dan visual yang diposting pengguna menfess sebagai hiburan. Konsep ini meruapakan bentuk kreativitas memparodikan budaya Korea menggunakan pendekatan makna. Campur kode yang terjadi terlihat pada penggunaan bahasa Jawa sebagai dasar dalam *caption*, kata Korea yang disisipkan menunjukkan pengaruh media visual (drama Korea) pada pengucapan penutur. Dalam *caption* mencampurkan bahasa Inggris, istilah fandom, dan nama asli serial sebagai penanda kedekatan budaya global dengan lokal. Bentuk campur kode ini menunjukkan bahwa bahasa digunakan tidak hanya untuk komunikasi literal, namun sebagai sarana menyampaikan identitas, afiliasi budaya, dan ekspresi jenaka.

Mead (2024) berpendapat dalam teori interaksionisme simbolik, *self* (diri) berkembang melalui proses “*taking the role of the other*” dan bahasa serta simbol sosial membantu seseorang memahami dirinya dalam masyarakat. Kata “Cangkeman” diubah maknanya dari konteks lokal ke plesetan bahasa Korea, yang mencerminkan bagaimana simbol budaya dimodifikasi dalam interaksi sosial digital. Pengguna lain dalam komunitas yang aktif dalam menonton K-Drama akan memahami plesetan ini, menunjukkan kesadaran sosial terhadap audiens yang disebut Mead sebagai “*generalized other*”. Ekspresi yang diberikan dari simbol kata “Cangkeman” menyampaikan makna lebih dari sekedar kata, mereka mewakili pengalaman penonton, humor, dan juga koneksi budaya. Secara teori, interaksionisme simbolik oleh Mead (2024) simbol digunakan untuk membangun makna sosial dan identitas diri dalam kelompok.

Dalam wawancara yang dilakukan peneliti dengan admin dari @kdrama_menfess juga mengkonfirmasi mengenai penggunaan campur kode yang dilakukan oleh para pengguna akun tersebut.

> "Menurut saya cukup kreatif dan bagus yaa, karena disini tuh mereka ngecampur bahasa Indonesia, Inggris ke Korea jadi ini cukup membantu pengetahuan dalam budaya bahasa itu sendiri. Yah hitung-hitung kita bisa belajar dari bahasa-bahasa yang digunakan karena menonton dan menerapkannya dikehidupan sehari-hari. Balik lagi budaya itu kan dipelajari salah satunya karena ilmu pengetahuan yang didapat seseorang. Kalau untuk reaksi negatif sejauh ini engga ada sih karena kita di dalam satu komunitas ini emang punya pemikiran dan jokes yang sama. Biasanya juga dijadiin jokes sama para sender base untuk sekedar lucu-lucuan."

Dalam kacamata teori interaksionisme simbolik oleh Mead (2024) percampuran bahasa ini bukan hanya sekedar fenomena linguistik, melainkan juga simbol interaksi sosial dan identitas yang ada pada akun @kdrama_menfess sebagai sebuah komunitas atau kelompok dalam masyarakat digital. Bahasa menjadi sarana utama yang menciptakan dan memperkuat kelompok sosial yang memiliki kode simbolik yang sama. Makna dari "budaya bahasa" yang deisebutkan dalam wawancara disini tidak muncul secara pribadi, tetapi merupakan hasil dari interaksi individu dengan konten-konten budaya yang populer dari K-Drama, K-Movie maupun dari konten dalam akun menfess itu sendiri. Ini sejalan dengan teori Mead yang menyebutkan bahwa mekna lahir dari interaksi dan berkembang seiring pertukaran simbol. Tindakan ini menunjukkan adanya proses internalisasi simbol yang dilakukan oleh individu dari mengadopsi simbol berupa, kata dan ungkapan dalam bahasa asing, memberikan makna pribadi lalu individu tersebut menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Istilah Mead dalam teori interaksionisme simbolik terbentuk melalui "*self*" yang mana prosesnya adalah individu belajar bahasa dan karena memahami bagaimana komunitas menggunakannya, hal ini disebut dengan "*taking the role of the other*"

Hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti bersama informan dengan akun @hasslingjoe125 berpendapat bahwa beliau sering menggunakan unsur asing dalam berinteraksi dan komunikasi dalam media sosial juga pada akun @kdrama_menfess. Informan menyebutkan:

> "Aku kayaknya lumayan sering pake istilah asing, terutama inggris sih tapi aku usahakan pake bahasa Indonesia se utuh ya cuma ada beberapa situasi dimana padanan bahasa Indonesia dari kata yang dimaksud ga cocok atau jauh lebih mudah di mengerti pake bahasa inggris. Misal Ending, casting, lead, satisfying, genre, fantasy, award, character development, dll

> kayak istilah istilah film utamanya kadang padanan kata bahasa Indonesia nya tuh jadi malah sulit untuk menggambarkan keadaannya. Misal Happy Ending gak bisa diterjemahkan langsung akhir bahagia. Ga bisa menuritku Nah kalo istilah korea juga karena aku gabisa bahasa korea dan bukan yg fanatik banget sama korea jarang sih aku pake. Aku jarang pake istilah PDnim, yeorobun, annyeong, ottoke, sikia dll itu karena ya aku emang bukan fanatik banget sampe harus ngomong ke korea koreaan Yang aku pake ya istilah yg kebanyakan soal film dan entertainment kaya misal Saeguk, Makjang gitu sih"

Informan menjelaskan bahwa penggunaan campur kode dilakukan ketika ia merasa bahwa ada beberapa situasi yang kurang cocok atau lebih mudah ketika menggunakan unsur asing kedalam penggunaan kalimat yang ia lakukan. Pernyataan ini menunukkan fenomena campur kode ke luar, yaitu penyisipan unsur bahasa asing, dalam hal ini campur kode ke luar menggunakan unsur bahasa Inggris dan bahasa Korea ke dalam bahasa Indonesia sebagai bahasa utama yang digunakan oleh penutur. Menurut Abdul Chaer (2004) outer code mixing terjadi ketika penutur menyisipkan unsur-unsur dari bahasa asing ke dalam kalimat bahasa utama, tanpa mengubah struktur dasar kalimat atau situasi bahasanya. Informan menyisipkan istilah teknis dan populer dalam bidang film, drama dan hiburan, seperti "*ending*", "*casting*", "*lead*", "genre", "*fantasy*" "*award*" dan lainnya yang berfungsi sebagai istilah konseptual yang memiliki padanan setara dalam bahasa Indonesia baik secara makna maupun nuansa, sehingga dapat digunakan secara langsung tanpa mengubah struktur dan situasi bahasanya. Secara fungsi campur kode informan menjelaskan bahwa dalam situasi tertentu, penggunaan istilah asing lebih mudah dimengerti dan padanan bahasa Indonesia-nya tidak cocok ketika digunakan untuk menunjukkan situasi yang ingin ia jelaskan. Hal ini menunjukkan pertimbangan semantis dan praktis, yaitu pemilihan kata yang dianggap paling tepat untuk menggambarkan situasi.

Selain itu, wawancara juga dilakukan oleh peneliti dengan informan mengenai kretivitas dan ekspresi, informan pemilik akun @hasslingjoe125 menyatakan bahwa:

> "Ya setelah bergabung ke group kdrama menfess saya menemukan beberapa kalimat yang sebelumnya saya tidak tahu. Mengenai penggunaan ini kalo digunakan di dalam komunitas drama ada banyak istilah khas yang kalo pake bahasa korea langsung misalnya menjelaskan sesuatu lebih gampang dan tidak terjadi miskomunikasi. Dan ini sangat penting sejujurnya karena

> banyak orang di kdrama menfess dan penggemar korea secara umum yang ketika terjadi miskomunikasi gampang tersinggung dan akan bertindak cyberbully."

Hasil wawancara ini menunjukkan tiga konsep kunci yang ada dalam teori interaksionisme simbolik oleh Mead (2024), menurut Mead mind berkembang melalui proses interaksi simbolik, terutama melalui bahasa dalam kutipan wawancara yang diberikan oleh informan menunjukkan bahwa beliau telah mengembangkan pemahaman terhadap simbol-simbol linguistik baru melalui interaksinya dalam komunitas. Artinya proses berpikir dan memahami situasi sosial di komunitas K-Drama menfess terjadi melalui simbol-simbol budaya Korea, bukan hanya dalam bahasa Indonesia. Hal ini adalah bentuk dari aktualisasi *mind* yang berkembang dalam konteks sosial yaitu komunitas daring. Lalu, konsep *self* terjadi ketika informan belajar menyesuaikan dirinya, baik dalam cara berbahasa maupun bersikap, demi menghindari miskomunikasi atau bahkan potensi konflik (*cyberbullying*). Hal ini memperlihatkan adanya proses pembentukan siri (*self*) melalui, refleksi diri yang menyesuaikan simbol bahasa dan gaya komunikasi agar diterima dalam komunitas. *Self* disini tidak hanya sebagai individu pasif, melainkan juga sebagai agen sosial yang sadar terhadap persepsi orang lain dalam komunitas. Selanjutnya, *society* terbentuk melalui interaksi simbolik yang berulang dan melibatkan struktur norma, peran, serta bahasa. Pada kutipan "di dalam komunitas drama ada banyak istilah khas" pernyataan ini menegaskan bahwa komunitas K-Drama Menfess merupakan bentuk *society* mikro, dimana terdapat norma komunikasi khas tidak tertulis yang secara tidak langsung mempengaruhi anggota didalamnya. Komunitas ini menciptakan dan menginternalisasi makna-makna baru yang hanya bisa dimengerti secara penuh oleh mereka yang terlibat didalamnya. Dalam konteks ini, *society* berperan sebagai struktur yang membentuk perilaku dan bahasa individu serta memberi makna atas tindakan-tindakan simbolik yang digunakan.

Pada wawancara lain yang dilakukan oleh informan lain, pemilik dari akun @fitrahaslam_ menyebutkan bahwa:

> "Lebih lucu dan ekspresif sih, karena kita jadi bisa belajar sedikit-sedikit tentang hal yang berbau Korea, dan gatau kenapa lucu aja. Kalau percaya diri belum sih, karena belum se-lancar itu untuk memahami korea, apalagi penulisannya."

Dalam jawaban yang diberikan oleh informan mengkonfirmasi bahwa dirinya mendapatkan wawasan yang positif dari bergabungnya ke dalam komunitas dari akun menfess @kdrama_menfess. Informan sebagai individu berpartisipasi dalam proses belajar simbol linguistik dan budaya baru dari bahasa asing melalui interaksi sosial dalam komunitas penggemar, termasuk menonton drama, membaca komentar, dan berkomunikasi langsung secara daring. Meskipun belum sepenuhnya memahami secara utuh tetapi informan mulai menangkap makna simbolik dari ungkapan campur kode yang dihasilkan dari akun menfess @kdrama_menfess. Hal ini memberikan pengalaman dan menjadikan individu merasakan hal yang menyenangkan dan lucu dari situasi tertentu. Dalam wawancara juga individu menunjukkan bahwa konsep *self* terbentuk dari hubungan antara kesadaran pribadi dan harapan sosial dalam komunitas, terlihat dalam kutipan yang diberikan yaitu, "kalau percaya diri belum sih, karena belum se-lancar itu untuk memahami Korea..". Melalui lensa Mead (2024) dapat disimpulkan bahwa hasil dari keterlibatan individu dalam dinamika sosial, bahasa menjadi jembatan antara pikiran (*mind*), diri (*self*), dan masyarakat (*society*).

B. Alasan Eksternal Penggunaan Campur Kode

Bahasa yang digunakan dalam komunikasi dalam pemakaiannya tidak hanya diamati secara individu, tetapi akan selalu dihubungkan dengan kegiatan yang dilakukan didalamnya pada kehiduapan masyarakat (Suwito, 1996). Sehingga penggunaan bahasa sangat dipengaruhi oleh beberapa alasan yang merujuk pada kondisis situasional seperti, berinteraksi dengan siapa, kapan dimana, dan tentang apa. Situasi pengguna dwibahasa menyediakan pilihan bahasa yang digunakan dalam masyarakat. Individu dapat memilih bahasa mana yang akan digunakan untuk berkomunikasi dengan mitra tuturnya sesuai dengan latar belakang sosial budaya dan situasi kondisi yang mengikutinya. Pada beberapa kondisi tertentu, satu variasi bahasa cenderung lebih dipilih untuk digunakan daripada bahasa lain secara sadar ataupun tidak oleh penutur dan lawan tutur. Hal ini karena adanya penyesuaian mitra tutur terhadap kebutuhan bahasa yang digunakan dalam berbagai situasi. Mengidentifikasi dari empat faktor yang mempengaruhi terjadinya fenomena campur kode yaitu, adanya latar waktu dan tempat, situasi, partisipan, topik pembicaraan dan fungsi interaksi. Begitu pun, yang dikemukakan oleh Gal dan Rubin bahwa partisipan merupakan faktor penting dalam terjadinya pemilihan dalam bahasa (Wibowo, 2006). Alasan seseorang

mencampur beberapa bahasa atau campur kode dalam interaksi adalah untuk menciptakan situasi santai sehingga proses komunikasi berlangsung dengan santai juga. Aspek eksternal dalam hal ini melatari lingkungan komunitas sebagai tempat para anggota berinteraksi dengan topik tertentu di media sosial, yaitu mengomentari postingan yang diunggah dalam komunitas, memberikan dan menerima informasi terkait K-Drama atau menjelaskan sesuatu dengan topik seputar drama, film, aktor dan serial televisi lain di Korea Selatan.

Salah satu alasan utama adalah paparan intensif terhadap media Korea yang memeperkenalkan kosakata dan ekspresi khas kepada penontonnya. Selain itu, komunitas daring seperti @kdrama_menfess mendorong penggunaan simbol-simbol bahasa asing sebagai bentuk solidaritas dan penyesuaian terhadap norma komunikasi kelompok. Pada konteks ini, bahasa bukan hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, melainkan sebagai sarana yang membangun afiliasi sosial dan menunjukkan partisipasi dalam budaya populer global. Campur kode menjadi pilihan yang strategis untuk mengekspresikan keterlibatan kultural, memperkuat identitas kelompok, dan menciptakan rasa kebersamaan antarpenggemar yang memiliki referensi simbolik yang sama.

1. Lingkungan Komunitas

Akun @kdrama_menfess sebagai salah satu komunitas di media sosial X merupakan contoh dari komunitas tutur. Komunitas ini adalah sebuah kumpulan individu pecinta K-Drama, K-Movie, dan serial televisi Korea lainnya yang berbasis di Indonesia dan telah memiliki pengikut yang jumlahnya mencapai 1.2 juta. Akun menfess ini sebagai komunitas pecinta drama dan film memiliki kegiatan rutin yang secara spontan dilakukan untuk membahas perkembangan dan informasi mengenai dunia drama, film serta para aktor didalamnya yang terdapat pada menfess saat diunggah oleh anggota komunitas secara anonim. Masing-masing anggota berperan aktif dalam interaksi yang dilakukan, seperti memberikan komentar dan respon terkait topik yang sedang dibicarakan. Pada penelitian ini, peneliti melihat bagaimana anggota dalam akun @kdrama_menfess beradaptasi dan terpengaruh dari anggota lainnya dalam kelompok tersebut.

Pada wawancara yang dilakukan oleh salah satu informan pemilik akun @hasslingjoe125 sebagai anggota dalam akun tersebut menyebutkan bahwa:

> "Ya saya merasa saya harus menyesuaikan gaya bahasa ketika berbicara di sana. Karena na ada beberapa istilah khas atau singkatan atau kode yang lebih gampang dipahami jika digunakan mengingat terbatasnya karakter Twitter kode kode ini sangat berguna. Saya rasa memang gaya bahasa ini penting untuk menyesuaikan. Karana di dunia maya dimana kita gak cuma bisa lihat tulisan. Kita bisa mengidentifikasi sebenernya dia ini benar benar bagian dari komunitas ini atau tidak ya dari tulisannya. Jadi kalo kita ga menyesuaikan gaya bahasa di tiap komunitas opini kita bakal makin sulit di dengar karena kita tuh seperti bkan bagian dari komunitas itu"

Pernyataan informan menegaskan bahwa penggunaan gaya bahasa, termasuk singkatan, istilah khas, dan kode tidak hanya dipilih karena kebiasaan pribadi, melainkan karena tuntutan lingkungan komunitas daring khususnya pada platform X dan ruang-ruang digital fandom seperti akun menfess. Pada wawancara tersebut juga mencerminkan bahwa fungsi variasi bahasa sebagai simbol identitas. Dalam komunitas penggemar, gaya penulisan menjadi tanda keanggotaan yang bersifat simbolik. Campur kode bukan hanya medium komunikasi, tetapi juga alat verifikasi sosial. Campur kode muncul sebagai respon terhadap norma sosial dan simbolik komunitas. Pengaruh komunitas digital yang dinamis, dengan norma dan simbol khasnya, menjadikan campur kode sebagai praktik sosial yang memperlihatkan kebutuhan akan pengakuan, efisiensi dan solidaritas kelompok. Campur kode semacam ini tidak hanya berfungsi sebagai bentuk komunikasi, tetapi juga menjadi penanda identitas kelompok. Mereka yang memahami dan menggunakan istilah-istilah tersebut menandakan bahwa mereka adalah bagian dari komunitas tertentu, dan dengan begitu memperkuat rasa kebersamaan.

Jika dikaitkan dengan teori interaksionisme simbolik oleh Mead (2024) maka konsep *self* dan *society* menjadi lebih terlihat. Dalam wawancara, informan menyebutkan bahwa menyesuaikan gaya bahasa karena ingin diakui sebagai bagian dari komunitas. Ia memposisikan dirinya sesuai norma komunitas "Me" sambil mengatur bagaimana dirinya akan bertindak dan dipersepsikan sebagai bentu "I". Saat informan memilih menggunakan istilah khas fandom atau kode khusus agar "opini bisa didengar" itu mencerminkan pada proses pembentukan *self* berdasarkan interaksi sosial dan simbolik yang terjadi dalam komunitas penggemar. Lalu, yang terjadi pada konsep society dalam pandangan Mead bukan hanya tentang intuisi, tapi lebih sebagai jaringan simbolik tempat individu tersebut berinteraksi. Di sinilah

makna simbol (kata, ekspresi, gaya bahasa) diciptakan dan dinegoisasikan. Komunitas penggemar Korean drama di media sosial X merupakan contoh dari society yang membentuk aturan komunikasi, gaya penulisan atau bahasa, hingga kode simbolik yang menjadi alat identifikasi keanggotaan secara sadar dengan ketidaksengajaan. Ketika informan menyebutkan bahwa "tulisan bisa menunjukkan siapa yang termasuk bagian dari komunitas" itu menandakan bahwa simbol linguistik dalam campur kode menjadi alat kolektif yang disepakati untuk menunjukkan keanggotaan dan kohesi sosial. Fenomena campur kode ini mencerminkan proses simbolik dan sosial dalam pembentukan diri (*self*) ditengah masyarakat (*society*) melalui pemahaman simbol.

Berbeda pendapat dengan informan dengan pemilik akun @aiu_aii dan @fitrahaslam_ yang menebutkan bahwa:

> "Tidak merasa harus menyesuaikannya dgn komunitas kdrama. Tapi itu terjadi secara spontan."

Temuan dari wawancara dengan informan dari pemilik akun @aiu_aii menyebutkan bahwa dirinya merasa bahwa gaya bahasa yang digunakan dirinya tidak harus disesuaikan dengan komunitas, namun dapat terjadi secara spontan. Jika diorientasikan pada penggunaan gaya bahasa dalam suatu komunitas hal ini bukan terjadi melalui paksaan atau kesadaran penuh, melainkan melalui paparan konsisten dan berulang terhadap pola bahasa pada komunitas tersebut, di mana seseorang secara tidak sadar menyerap dan meniru bentuk ekspresi yang sering dilihat, dibaca dalam komunitas tersebut. Meskipun informan tidak merasa perlu menyesuaikan diri secara sadar, berada dalam lingkungan tersebut secara terus menerus akan mempengaruhi kebiasaan berbahasanya.

Selanjutnya, pada temuan yang didapat dari wawancara dengan pemilik akun @fitrahaslam_ menyebutkan bahwa:

> "Belum terpengaruh banget sih karena saya juga ga terlalu aktif banget pada akun tersebut untuk berinteraksi, paling hanya melihat korean drama yang seru, yang menarik, ketika komentar pun masih memakai bahasa sehari-hari yaitu bahasa Indonesia."

Melalui pernyataan informan pemilik akun @fitrahaslam_ memberikan wawasan penting tentang tingkat keterpaparan dan keterlibatan individu terhadap pengaruh lingkungan komunitas, khususnya dalam penggunaan gaya bahasa campur kode

dalam komunitas. Melalui hal ini, pengaruh lingkungan komunitas terhadap gaya bahasa yang digunakan dalam berinteraksi seseorang sangat bergantung pada tingkat partisipasi dan keterlibatan individu tersebut. dalam kasus ini, karena informan hanya sebagai pengguna pasif dalam akun menfess @kdrama_menfess, maka gaya bahasanya belum sepenuhnya terpengaruh oleh bahasa khas di dalam komunitas, dan tetap menggunakan bahasa Indonesia sehari-hari.

Pemilik akun @pawfectfru juga berpendapat bahwa:

> "Hmm, kalau ini tidak mempengaruhi sejauh itu sampai harus menyesuaikan dengan komunitas. Tetapi secara refleks kadang menunjukkan kata ekspresif di suatu Tweet tertentu untuk menyesuaikan suasana dan juga ekspresi diri. Tetapi bukan berarti itu mempengaruhi gaya bahasa yg digunakan ketika berinteraksi dengan komunitas tersebut. Pun, kadang mengikuti konteks dari tweet yang dikirim. Jika itu menggunakan mostly bahasa Inggris dan Indonesia, biasanya akan menyesuaikan hal yang sama. Jika kebanyakan menggunakan bahasa korea, kadang akan membalas dengan kata ekspresi bercampur dengan kedua bahasa lainnya. Kadang juga, jika saya ingin mengungkapkan hal yang serius, menggunakan bahasa korea dalam bentuk hangul, tetapi hanya pada saat tertentu saja. Tetapi secara keseluruhan, bukan mempengaruhi tetapi bentuk dari ekspresi diri sesuai dengan kemauan sendiri dan konteks."

Konsep *mind* oleh Mead (2024) dalam hal ini informan menyatakan bahwa penggunaan campur kode muncul secara refleks untuk menyesuaikan suasana dan ekspresi diri. Hal ini menunjukkan bahwa individu memiliki kontrol kognitif (*mind*) untuk memilih bahasa/simbol berdasarkan konteks sosial dan emosional. Contoh pemilihan antara Hangul, bahasa Inggris, dan Indonesia menunjukkan proses berpikir simbolik yang kompleks dan fleksibel. Makna simbol dalam bentuk kata-kata ekspresif (misalnya dalam Hangul) digunakan bukan semata-mata sebagai kebiasaan, melainkan melalui pemikiran yang mempertimbangkan tujuan komunikasi. Lalu, konsep *self* berkaitan dengan kesadaran akan diri sendiri sebagai objek dalam interaksi sosial diri individu berkembang karena proses interaksi dengan orang lain dan pemahaman terhadap peran sosial. Informan mengungkapkan bahwa penggunaan bahasa campuran "...bentuk dari ekspresi diri sesuai dengan kemauan sendiri dan konteks." ini mencerminkan bahwa individu memiliki kesadaran diri (*self-awareness*) ia memahami perannya sebagai bagian dari komunitas daring, tetapi tetap mempertahankan otoritas atas bagaimana ia

menampilkan dirinya. Informan juga memilih kapan menggunakan campur kode atau tidak, tergantung apakah ingin menunjukkan sikap ekspresif atau serius.

Dari temuan yang dipaparkan oleh peneliti melalui hasil wawancara oleh informan jika dikaitkan dengan teori interaksionisme simbolik oleh Mead menjelaskan bahwa konsep dari *mind* sangat mempengaruhi, karena kemampuan untuk menggunakan simbol (bahasa) dalam memahami dan menginterpretasi dunia sosial mengalami perubahan secara spontan karena interaksi pasif, yang menunjukkan bahwa interaksionisme simbolik bisa terjadi tanpa disadari. *Mind* berkembang ketika individu berinteraksi dengan orang lain melalui simbol, terutama bahasa. *Mind* dalam individu juga belajar untuk menginterpretasikan makna simbol dari tindakan orang lain dan mengembangkan kemampuan untuk membayangkan respon orang lain terhadap tindakannya. Dengan kata lain, *mind* memungkinkan individu untuk berpikir secara simbolik memahami makna dalam interaksi sosial dan merespon secara reflektif. Diri (*self*) terbentuk melalui interaksi simbolik, tetapi tidak sepenuhnya ditentukan oleh komunitas. Individu memodifikasi gaya bahasa untuk mempertahankan identitas personal dalam konteks sosial. Dalam komunitas daring (khususnya fandom K-Drama), "*society*" dibentuk oleh pola bahasa dan simbol-simbol kultural, seperti penggunaan Hangul atau istilah Korea. Individu mengadopsi sebagian simbol ini untuk membangun kedekatan sosial, tetapi tetap memiliki kendali terhadap bagaimana ia tampil (*self*).

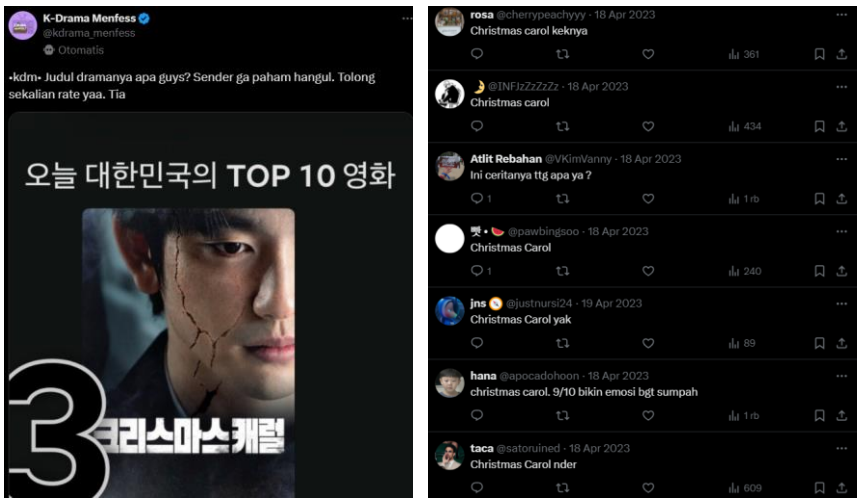
2. Simbol Budaya Global

Kebudayaan tersimpan dari beberapa sistem yang terstruktur dan berkaitan dengan kehidupan manusia salah satu unsurnya ada pada unsur bahasa yang menjadi aktivitas kebudayaan dalam masyarakat. Pada kebudayaan, sebuah organisasi atau kelompok dapat membentuk suatu sistem terpadu yang berimplementasi pada pencetusnya, baik secara perilaku maupun objek yang tersebar dalam masyarakat (Koentjaraningrat, 1992). Fenomena penggunaan campur kode dalam komunitas di media sosial dilihat sebagai praktik dari bahasa dan juga sebagai bentuk representasi budaya global. Pada kontesk global, media populer seperti K-Drama menjadi bagian dari proses representasi budaya Korea kepada masyarakat luas secara global. Menurut Hall (1997) menyebutkan bahwa representasi adalah cara menampilkan makna budaya dikonstruksi dan disebarkan, salah satunya melalui bahasa. Dengan demikian, penggunaan campur kode oleh

penggemar adalah manifestasi dari budaya global direpresentasikan, dimaknai, dan dikomunikasikan dalam konteks lokal. Hal ini, dipahami melalui teori interaksionisme simbolik oleh Mead (1934) yang menekankan bahwa makna terbentuk melalui interaksi sosial, simbol (bahasa) menjadi medium pembentukan identitas.

Bentuk budaya global yang masuk dalam akun @kdrama_menfess terlihat dari beberapa postingan yang menunjukkan adanya pemahaman dari proses representasi budaya Korea kepada masyarakat luas secara global, yaitu:

Gambar 23. Representasi Budaya Global



Sumber : *X.com* Juli 2025

Melalui dua gambar diatas terlihat individu sebagai pengirim menfess menanyakan perihal simbol (bahasa) Korea yang tidak diketahui yaitu hangeul, dan dijawab melalui kolom komentar oleh pengguna akun @kdrama_menfess lain yang paham dan mengerti terkait simbol (bahasa) tersebut. Unggahan ini mencerminkan secara jelas bagaimana budaya Korea (K-Drama/K-Movie**)** telah menjadi bagian dari budaya populer global. Bahkan ketika bahasa aslinya (Hangeul) tidak dimengerti oleh sebagian anggota komunitas, tetap terjadi ketertarikan dan keterlibatan aktif. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh budaya global tidak harus didasarkan pada pemahaman linguistik yang utuh, melainkan pada akses terhadap simbol-simbol budaya yang dikonsumsi secara visual, emosional, dan sosial. Permintaan penjelasan dari pengguna menunjukkan adanya ketimpangan linguistik, tetapi bukan sebagai penghalang, melainkan sebagai pemicu interaksi. Komunitas daring bekerja sebagai ruang bersama di mana keterbatasan bahasa diatasi melalui

kerja sama kolektif, seperti bertanya, menerjemahkan, atau memberikan rating. Hal ini adalah bentuk dari budaya global, di mana pengguna berpartisipasi aktif dalam budaya asing tanpa harus sepenuhnya menguasai bahasanya.

Komunitas daring seperti dalam hal ini akun menfess @kdrama_menfess berperan sebagai agen yang menghidupkan, menyebarkan, dan mentransformasikan nilai budaya global ke dalam ruang lokal. Dalam unggahan ini, anggota komunitas tidak hanya pasif mengonsumsi konten Korea, tetapi juga aktif menanyakan, menilai, dan mendiskusikan konten tersebut. Mereka menjadi bagian dari jaringan konsumen sekaligus produsen makna budaya, dan bahasa yang mereka gunakan menunjukkan bentuk partisipasi aktif dalam wacana global. Selanjutnya, gambar ke dua menunjukkan bahwa banyak dari anggota dalam komunitas yang paham dan mengerti apa yang ditanyakan oleh penutur, hal ini membuktikan bahwa representasi budaya global melalui bahasa meningkatkan pengetahuan yang dimiliki oleh individu dalam kelompok.

Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara guna menginformasi melalui sudut pandang dari pengikut maupun pengguna akun menfess @kdrama_menfess dalam bahasa sebagai bentuk keterbukaan terhadap budaya global dalam hal ini budaya Korea. Informan dengan pemilik akun @pawfectfru menyebutkan bahwa:

> "Menurut saya sendiri, penggunaan bahasa yang bercampur tidak masalah asalkan sesuai dengan konteks, kondisi dan situasi. Secara global, tentu akan menjadi lebih bagus selain kita belajar bahasa baru, lambat laun kita juga belajar penggunaannya. Entah pada situasi kondisi khusus atau ketika di social media. Gaya bahasa bercampur ini juga melatih kita lebih aktif untuk menggunakan dan belajar bahasa lain selain bahasa Indonesia meskipun kita tetap harus belajar bahasa Indonesia dengan baik terlebih dahulu sebelum belajar bahasa lainnya. Jadi tidak asal belajar bahasa lain tanpa memperhatikan penggunaan bahasa ibu."

Pernyataan yang diberikan informan menjelaskan bahwa penggunaan campur kode dianggap positif dan konstruktif, selama digunakan secara kontekstual. Hal tersebut menunjukkan penerimaan terhadap praktik multibahasa yang mencerminkan hubungan lintas negara yang dapat diakses, diserap, dan bahkan dipraktikkan melalui elemen-elemen budaya yang berasal dari luar. Menurut Canagarajah (2006), campur kode pada konteks global dapat dipandang sebagai representasi identitas hibrida, di mana individu tidak hanya menjadi konsumen budaya,

melainkan juga aktor yang memadukan budaya lokal dan global dalam praktik sehari-hari. Informan juga melihat gaya bahasa bercampur sebagai cara belajar bahasa baru yang muncul secara alamiah melalui komunikasi antar individu dalam kelompok. Hal ini menegaskan bahwa media sosial sebagai ruang interaksi global memfasilitasi proses dari pembelajaran tidak formal terhadap bahasa asing secara spontan dan tidak langsung. Menariknya, informan juga mengaitkan dengan menekankan pentingnya menguasai bahasa Indonesia terlebih dahulu sebelum bahasa lain, menunjukkan bahwa kesadaran linguistik terhadap potensi dominasi bahasa asing. Adanya kesadaran kritis bahwa dalam menerima pengaruh budaya global, peran bahasa utama tidak boleh diabaikan agar keseimbangan identitas tetap terjaga.

Jika dikaitkan dengan konsep dari teori interaksionisme simbolik Mead (2024), pada konsep *mind* diperlihatkan oleh informan yang menunjukkan kesadaran penggunaan campur kode yang membutuhkan pemahaman pada suatu konteks, kondisi, dan situasi, berarti individu melakukan proses reflektif terhadap simbol bahasa. Individu memproses dan menginterpretasikan simbol secara sadar dan sosial, sebelum memutuskan untuk menggunakannya. Informan juga menyadari bahwa belajar dan memakai bahasa asing melalui media sosial bukan sekedar meniru, tapi merupakan hasil dari proses mental yang berkembang lewat pengalaman sosial. Konsep *self* ditunjukkan oleh informan dengan menampilkan konstruksi identitas diri sebagai pengguna bahasa yang terbuka terhadap globalisasi, namun tetap menekankan bahasa utama. Ini menunjukkan adanya dualitas "*I*" dan "*Me*" dalam diri individu. "*I*" spontanitas dan fleksibelitas dalam mempelajari bahasa asing dan menggunakannya. "*Me*" kesadaran sosial bahwa sebagai anggota masyarakat Indonesia, penggunaan bahasa harus mempertimbangkan norma lokal. Campur kode bukan hanya strategi komunikasi, namun juga refleksi dari *mind* dan *self* yang dibentuk lewat kebiasaan sosial di lingkungan digital.

Pernyataan responden menunjukkan kesadaran yang tinggi bahwa penggunaan bahasa bercampur (campur kode) bukan sekadar perilaku individual, tetapi harus dipahami dalam konteks sosial yakni situasi, kondisi, dan lingkungan tempat komunikasi berlangsung. Ini menandakan bahwa individu tersebut tidak menggunakan bahasa secara sembarangan, tetapi telah menginternalisasi norma-

norma sosial dalam berbahasa, yang merupakan hasil interaksi simbolik dalam masyarakat. Ketika responden mengatakan bahwa penggunaan campur kode tidak masalah "asalkan sesuai dengan konteks, kondisi, dan situasi", itu mencerminkan bahwa dia telah memahami harapan sosial dari masyarakat linguistik tempat ia berada. Ini adalah wujud dari kehadiran *society* dalam benaknya—ia menyadari bahwa masyarakat memiliki aturan tak tertulis terkait kapan, di mana, dan kepada siapa bahasa tertentu bisa digunakan.

Lebih jauh, ketika responden menyebut bahwa penggunaan bahasa bercampur melatih keterampilan berbahasa global, tetapi tetap menekankan pentingnya menguasai bahasa ibu terlebih dahulu, hal ini menunjukkan adanya keseimbangan antara nilai lokal dan global dalam masyarakat simbolik yang ia hidupi. Individu tersebut menyadari bahwa ia bagian dari masyarakat yang lebih luas (global), tetapi tetap berada dalam konteks masyarakat lokal (Indonesia), yang memiliki nilai-nilai bahasa sendiri. Di sinilah konsep *society* Mead terlihat individu mengembangkan dirinya dalam relasi antara diri (*self*) dan masyarakat (*society*), melalui simbol (bahasa) dan pemahaman terhadap peran sosial. Pernyataan tentang penggunaan bahasa campur dalam media sosial juga mencerminkan bagaimana *society* dalam teori Mead kini tidak terbatas pada dunia nyata, tetapi juga hadir secara aktif di ruang digital. Media sosial menciptakan ruang interaksi simbolik baru, di mana individu belajar menggunakan gaya bahasa tertentu karena menyesuaikan dengan norma komunikasi komunitas daring. Masyarakat daring ini menjadi wujud lain dari *society* tempat di mana individu mengembangkan *self* melalui pengalaman sosial berbasis simbol.

Ketika responden menyadari bahwa penggunaan bahasa campur (Indonesia, Inggris, Korea, bahasa daerah) dapat melatih keterampilan global tetapi tetap menekankan bahasa ibu, itu menunjukkan adanya refleksi internal. Menurut Mead, *mind* bukan sekadar kemampuan berpikir, tetapi hasil dari proses komunikasi simbolik. Jadi, *mind* terbentuk karena individu menyerap simbol-simbol bahasa dari lingkungan (masyarakat lokal dan global), lalu memprosesnya sebagai kerangka berpikir untuk menyesuaikan diri. *Self* muncul ketika individu melihat dirinya sebagaimana orang lain melihatnya. Dalam konteks ini, responden membangun identitasnya sebagai bagian dari masyarakat global (dengan memakai bahasa asing) tetapi juga sebagai orang Indonesia (dengan menekankan bahasa utama). *Self*

terbentuk lewat kesadaran ganda: bagaimana ia ingin tampil di hadapan society global (keren, modern, bilingual) sekaligus *society* lokal (tetap menghargai bahasa ibu). Media sosial menghadirkan bentuk *society digital*, tempat simbol-simbol baru (campur kode, emotikon, istilah fandom) dipertukarkan. Norma komunikasi komunitas daring membentuk *generalized other* yang diikuti individu. Misalnya: penggunaan bahasa Inggris untuk ekspresif, bahasa Korea untuk menunjukkan fandom, bahasa daerah untuk keintiman. *Society* inilah yang memberi kerangka bagi individu untuk mengembangkan *mind* (cara berpikir) dan *self* (identitas sosial). Artinya, *mind* terbentuk karena *society, self* berkembang karena individu berinteraksi dalam *society*, dan ketiganya berjalan simultan melalui praktik simbolik seperti campur kode. Dengan demikian, praktik campur kode di media sosial memperlihatkan bahwa *mind, self,* dan *society* saling berhubungan dalam membentuk identitas individu di era global-digital.

Pernyataan dalam wawancara diatas juga menunjukkan bahwa individu tidak hanya menggunakan bahasa secara bebas, tetapi dengan pertimbangan norma sosial yang telah ia pelajari dari interaksi dengan masyarakat. Informan sebagai pelaku dalam penggunaan campur kode pada komunitas @kdrama_menfess menunjukkan pemahaman bahwa gaya bahasa (termasuk campur kode) harus selaras dengan nilai-nilai dan harapan yang hidup dalam *society*, baik di dunia nyata maupun ruang digital. Dengan demikian, bahasa menjadi simbol sosial yang bukan hanya menunjukkan ekspresi personal, tetapi juga bagian dari proses negosiasi makna bersama dalam masyarakat.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Merujuk pada hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa akun menfess @kdrama_menfess sebagai salah satu kelompok atau komunitas di media sosial yang berfokus pada topik-topik seputar K-Drama, K-Movie, Aktor dan Aktris, serta serial televisi lain di Korea Selatan memfasilitasi anggotanya untuk berinteraksi dan berkomunikasi secara anonim dengan bebas, dalam hal ini peneliti berfokus pada penggunaan campur kode yang digunakan oleh penggemar. Penelitian ini menyoroti penggunaan bahasa campur kode tidak hanya pada bahasa Indonesia-Korea melainkan juga pada Indonesia-Inggris. Bahasa yang dijadikan sebagai alat komunikasi atas kebudayaan dikembangkan dan diwariskan oleh setiap individu sebagai bentuk adaptasi dengan lingkungan sekitar. Berikut adalah poin-poin kesimpulan yang dapat ditarik oleh peneliti:

1. Dalam komunitas penggemar K-Drama di akun @kdrama_menfess, ditemukan adanya tiga bentuk utama campur kode, yakni campur kode ke dalam (*inner*), campur kode ke luar (*outer*), dan campur kode campuran (*hybrid*). Campur kode ke dalam terjadi ketika penutur mencampurkan bahasa Indonesia dengan bahasa daerah seperti Jawa atau Betawi, yang mencerminkan latar belakang lokal pengguna. Sementara itu, campur kode ke luar melibatkan penyisipan kata atau frasa dari bahasa asing seperti Inggris dan Korea, yang kerap muncul dalam istilah khas K-Drama maupun percakapan sehari-hari di media sosial. Bentuk campur kode campuran, yang menggabungkan unsur bahasa lokal dan asing sekaligus, menunjukkan kompleksitas identitas linguistik yang dibentuk oleh pengaruh globalisasi dan media digital. Fenomena ini memperlihatkan bahwa penggunaan bahasa dalam komunitas ini bersifat cair dan adaptif, menyesuaikan dengan konteks dan kebutuhan ekspresif penggunanya. Dari hasil penelitian didapatkan bebrapa bentuk campur kode ke dalam, ke luar dan campuran yang dilakukan oleh pengguna untuk memberikan pernyataan dan pertanyaan terkait seputar K-Drama, K-Movie, Aktor dan Aktris, serta serial televisi Korea lainnya. Penggunaan unsur campur kode yang dilakukan penggemar biasanya secara spontan, namun menunjukkan adanya kesadaran secara sosial itu adalah bentuk dari pemprosesan simbol yang

berasal dari interaksi. Hal ini, selaras dengan pandangan dari teori interaksionisme simbolik George H. Mead bahwa manusia berkomunikasi melalui adanya pertukaran simbol-simbol dan menciptakan interaksi simbolik yang baru. Pengguna tidak hanya ingin menyampaikan pesan, tetapi juga membangun citra diri yang sesuai dengan norma komunitas tersebut. Dengan demikian, campur kode menjadi alat ekspresi identitas yang menghubungkan individu dengan kelompok, sekaligus mencerminkan posisi mereka dalam lanskap budaya yang lebih luas.

2. Campur kode yang digunakan oleh pengguna @kdrama_menfess telah berkembang menjadi suatu norma komunikasi yang diterima secara kolektif dalam komunitas tersebut. Penggunaan bahasa yang bercampur antara lokal dan global tidak hanya mencerminkan pengaruh budaya luar, tetapi juga berfungsi sebagai penanda keanggotaan dan solidaritas antaranggota komunitas. Melalui kesamaan dalam penggunaan istilah, gaya bahasa, dan referensi kultural, para pengguna membangun rasa kebersamaan dan keterikatan emosional yang kuat. Bahkan, ketidakhadiran campur kode dalam sebuah tuturan dapat membuat komunikasi terasa kurang relevan atau asing bagi anggota komunitas lainnya. Dalam hal ini, bahasa berperan sebagai mekanisme kohesi sosial yang mempererat hubungan antaranggota dan memperkuat identitas kolektif. Dengan adanya praktik campur kode yang konsisten, komunitas ini berhasil menciptakan suatu ruang komunikasi khas yang mencerminkan budaya digital yang inklusif dan lintas budaya. Hal ini menegaskan bahwa fenomena campur kode tidak semata-mata sebagai peristiwa linguistik, melainkan juga sebagai praktik sosial yang mendukung terbentuknya masyarakat digital yang dinamis dan berorientasi pada nilai-nilai kebersamaan serta identitas bersama.

B. Saran

1. Berdasarkan hasil analisis dari penelitian ini, sebagai peneliti memeliki beberapa saran untuk akun menfess @kdrama_menfess. Pertama, mempertahankan akun menfess yang memberikan kebebasan kepada anggota dan pengguna dalam mengirim menfess seputar informasi, pertanyaan, dan pernyataan yang dikirimkan oleh pengguna secara anonim serta menjaga kerahasian dari pengirim. Kedua, memperkuat peran akun sebagai jembatan budaya dan bukan hanya sebagai ruang menfess serta mempererat interaksi dengan penggemar agar dapat meningkatkan

engagement dan memperluas wawasan komunitas. Dengan begitu, bisa menambah nilai intelektual tanpa mengurangi sifat hiburannya.

2. Sara bagi peneliti selanjutnya yang berminat untuk mengeksplorasi campur kode pada media sosial daring adalah untuk mempertimbangkan analisis terhadap objek seperti postingan atau akun-akun tertentu. Dengan begitu, peneliti selanjunya diharapkan dapat membandingkan keberhasilan menganalisis campur kode pada unggahan di akun-akun media sosial lain, seperti Instagram, Facebook, Tiktok, dll. Demikian, dapat memberikan wawasan tambahan untuk membangun pengetahuan dan informasi mengenai ilmu linguistik secara lebih efektif. Kemudian peneliti selanjutnya dapat meneliti lebih lanjut tentang campur kode secara lebih luas dan terstruktur, agar memperkuat argumen mengenai pentinganya ilmu sosial, budaya, dan bahasa.

DAFTAR PUSTAKA

Amalia, S. R. (2023). *Pola Komunikasi Virtual Pada Akun Autobase Twitter @caratstalk Sebagai Media Pertukaran Informasi Fandom Seventeen Carat.* Surakarta: Universitas Sebelas Maret.

Amin, A. N., & Erihadiana. (2022). Pendidikan Multikultural Dalam Perspektif QS. Ar Rum Ayat 22. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 5(3), 895-900.

Arifianti, I. (2023). *Sosiolinguistik.* Solok, Sumatera Barat: Mitra Cendikia Media.

Arisandi, H. (2015). *Buku Pintar Pemikiran Tokoh-tokoh Sosiologi Dari Klasik Sampai Modern: Bigrafi, Gagasan, Dan Pengaruh Terhadap Dunia.* Yogyakarta: IRCiSoD.

Azzura, D., & Hijrah, N. (2024). Pengaruh Budaya Populer K-Pop terhadap Fenomena Campur Kode dan Alih Kode di Media Sosial. *ISOLEK: Jurnal Pendidikan, Pengajaran, Bahasa, dan Sastra*, 2(1), 117-225.

Bungin, B. (2011). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Chaer, A. (2004). *Sosiolinguistik: Perkenalan Awal.* Jakarta: Renika Cipta.

Chaer, A. (2014). *Linguistik Umum.* Jakarta: Rineka Cipta.

Damayanti, K., Karman, A., Fefrika, A., & Kan, K. (2024). Kajian Sosiolinguistik: Analisis Penggunaan Campur Kode Pada Media Sosial Instagram @Lesti Kejora. *Jurnal Dieksis ID*, 4(2), 157-170.

Davesa, M. U. (2021). *Konsep Diri Siswa Penggemar Tyangan Drama Korea di SMPN 3 Kandis Kab. Siak.* Pekanbaru: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Pekanbaru.

Dewi, M. S. (2019). Islam dan Etika Bermedia (Kajian Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial Instagram dalam Perspektif Islam). *Jurnal Unisri*, 3(1), 139-142.

Dijk, V. (2013). *Culture of Connectivit: A Critical History of Social Media.* New York: Oxford University Press.

Ditya, A. A. (2023). *NCT DREAM Sebagai Brand Ambassador Dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemar (Studi Komunitas NCTzen Indonesia Pada Akun Twitter @nctzenbase).* Semarang: Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang.

El-Yana, K. (2021). *Dijajah Korea.* Tangerang: Indigo Media.

Fadhallah. (2021). *Wawancara.* Jakarta Timur: UNJ Press.

Fakhrurroja, H., & Munandar, A. (2009). *Twitter (Ngoceh Dapet Duit).* Yogyakarta: Great Publisher.

Farhaeni, M., & Martini, S. (2024). Bahasa dalam Membentuk Interaksi Sosial dan Identitas Budaya. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 4(1), 54-60.

Febryani, A., & Maulitaya, A. L. (2023). Fenomena Curhat Secara Anonim Di Akun Menfess Twitter (Studi Etnografi Virtual Pada Akun @collegemenfess). *Jurnal Pendidikan Sosiologi Antropologi*, 5(3) 154-166.

Gray, J., Sandvoss, C., & Harrington, C. L. (2007). *Fandom Identities and Communities in a Mediated World.* New York University Press.

Hall, S. (1997). *Representation Cultural Representations And Signifying Practice.* The Open University: Sage Publication. Ltd.

Hashian, R. C. (2022). *Imitasi Fashion Berbasis K-Drama Oleh Mahasiswi Penggemar K-Drama.* Yogyakarta: Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Herdiansyah, H. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial.* Jakarta: Salemba Humanika.

Hisny Fajrussalam, d. (2023). Fenomena "Menfess Twitter" Adakah Motif Tertentu? (Kajian Analisis Perspektif Hukum Islam). *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 1038-1050.

IDN Research Institute. (2022). *Indonesia Generasi Z and Millennial Report 2022*.

Irmayani, I. (2005). *Alih Kode dan Campur Kode dalam Buletin Salam.* Kamlimantan Barat: Departemen Pendidikan Nasional Pusat Bahasa.

Keraf, G. (2007). *Diksi dan Gaya Bahasa.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Kitchin, R. (2014). *The Data Revolution: Big Data, Open Data, Data Infrastructutes & Their Consequences.* Sage Publications Ltd.

KOCCA. (2022). *2021 Content Industry Statistics.* Korea Creative Content Agency.

Koentjaraningrat. (1992). *Mentalitas dan Pembangunan di Indonesia.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Kozinets, R. V. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online.* London: SAGE Publications.

Kridalaksana, H. (2008). *Kamus Linguistik.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Mailani, O., Nuraeni, I., Syakila, S. A., & Lazuardi, J. (2022). Bahasa Sebagai Alat Komunikasi Dalam Kehidupan Manusia. *Kampret Journal*, 1(2), 1-10.

Marinda, A. F. (2020). *TWITTER DAN FANATISME PENGGEMAR (Studi Tentang Konsumsi Media Dan Fanatisme Kelompok Penggemar Ikon Di Media Sosial Twitter).* Ponorogo: Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Maryani, B. E., Rustiyarso, & Ismiyani, N. (2022). Gaya Hidup Imitasi Penggemar Drama Korea di Program Studi Pendidikan Sosiologi FKIP Universitas Tanjungpura Pontianak. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 11(5), 1-8.

McCudden, M. L. (2011). *Degrees Of Fandom: Authenticity & Hierarchy In The Age Of Media Convergence.* Lawrence, United State: University of Kansas.

McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory (6th edition).* London: SAGE Publications.

Mead, G. H. (1934). *Mind, Self & Society; From The Standpoint Of A Social Behaviorist.* Chicago: University Of Chicago Press.

Mead, G. H. (2024). *Mind, Self, & Society: Pikiran, Diri, & Masyarakat (W. Saputra, Terjemahan).* Yogyakarta: Forum.

Mihardja, J., & Paramita, S. (2019). Makna Idola dalam Pandangan Penggemar (Studi Komparasi Interaksi Parasosial Fanboy dan Fangirl Terhadap BTS). *KONEKSI Journal Untar*, 2(2), 393-400.

Moleong, L. J. (2006). *Metodelogi Penelitian Kualitatif.* PT Remaja Rosdakarya.

Mulyana. (2008). *Bahasa Indonesia Untuk Perguruan Tinggi.* Rembang: Yayasan Adhigama.

Mustadi, A., Habibi, M., & Iskandar, P. A. (2021). *Filosofi, Teori, dan Konsep Bahasa dan Sastra Indonesia Sekolah Dasar.* Yogyakarta: UNY Press.

Naimawati, I. (2022). *Register Pada Akun Menfess Penggemar Korea Di Twitter (Studi Kajian Sosiolinguistik).* Pacitan: STKIP PGRI Pacitan.

Nasrullah, R. (2012). *Komunikasi Antar Budaya Di Era Budaya Siber.* Jakarta: Kencana.

Nibras, N. A. (2023). *Penggunaan Bahasa Campuran (Indonesia-Korea) Sebagai Modal Sosial Pada Penggemar K-pop di Jakarta.* Jakarta: Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Ningtyas, N. Y. (2019). *Analisis Alih Kode, Campur Kode Dan Interferensi Dalam Percakapan Bahasa Indonesia Di Madrasah Aliyah Al Manshur Popongan Klaten.* Surakarta: Fakultas Adab Dan Bahasa IAIN Surakarta.

Nova, I. F., Musyayyab, I., & Fasa, F. A. (2024). Variasi Bahasa Indonesia-Korea (Indokor) sebagai Identitas Youtuber Korea Selatan. *JSJ: Syarif Hidayatullah State Islamic University Jakarta*, 6(2), 67-82.

Pawito, P. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif.* Yogyakarta: LKiS Yogyakarta.

Prasanti, R. P., & Dewi, A. I. (2020). Dampak Drama Korea (Korean Wave) terhadap Pendidikan Remaja. *Lectura Jurnal Pendidikan*, 11(2), 153-281.

Putra, H. R. (2023, Februari 24). *Inilah 14 Fitur yang Ditawarkan Twitter Blue*. Dipetik Juni 15, 2025, dari Tempo.co: https://www.tempo.co/digital/inilah-14-fitur-yang-ditawarkan-twitter-blue-215522

Putri, N. A., Wijaya, R. S., & Novitasari, E. (2020). *Ruang Lingkup Drama.* Medan: Guepedia.

Riana, & Kholil, S. (2024). Persepsi Penggemar Drama Korea Terhadap Budaya Korea: Studi Kasus Komunitas X @K-Drama_Menfess. *Jurnal Noken: Ilmu-Ilmu Sosial*, 10(1), 115-125.

Rifqina, G. (2023, Juli 24). *Autobase Twitter: Cuma Ada di Indonesia!* Dipetik Juni 21, 2025, dari SangSang Univ: https://sangsanguniv.co.id/autobase-twitter-cuma-ada-di-indonesia/

Riyanto, G. P., & Pertiwi, W. K. (2023, Agustus 1). *Resmi, Twitter Berubah Jadi "X" di App Store, Aplikasi Pertama dengan Satu Huruf*. Dipetik Juni 15, 2025, dari Kompas.com: https://tekno.kompas.com/read/2023/08/01/12000047/resmi-twitter-berubah-jadi-x-di-app-store-aplikasi-pertama-dengan-satu-huruf

Rohmah, R. D., & Sabardila, A. (2022). Variasi Bahasa Penggemar K-pop dan K-Drama dalam Kolom Komentar Media Sosial Twitter dan Tiktok. *TOTOBUANG Jurnal Ilmiah Kebahasaan dan Kesastraan*, 10(1), 89-101.

Rufaidah, D., Ermawati, & Suhita, R. (2023). Fenomena Campur Kode Pada Media Sosial Instagram Mahasiswa. *Jurnal Sastra Indoensia*, 12(2) 113-118.

Saddhono, K. (2012). Kajian Sosiolinguistik Pemakaian Bahasa Mahasiswa Asing Dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia Untuk Penutur Asing (BIPA) Di Universitas Sebelas Maret. *Kajian Linguistik dan Sastra*, 24(2), 176-186.

Sa'diyah, S. S. (2019). Budaya Penggemar di Era Digital (Studi Etnografi Virtual pada Penggemar BTS di Twitter). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 1-10.

Salsabila, Z. F. (2021). *Pola Komunikasi Virtual Pengelolaan Autobase Twitter (Studi Media Sharing Real Life Things Pada Akun @bertanyarl).* Pekanbaru: Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Riau.

Septianah, A., & Nursalim, M. P. (2020). Campur Kode pada Percakapan Anggota Grup Facebook Pecinta Drama Korea. *Genre: Jurnal Bahasa, Sastra dan Pembelajaran*, 2(2), 79-85.

Setyawati, N. (2014). Pemakaian Bahasa Gaul Dalam Komunikasi di Jejaring Sosial. *Sasindo: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 2(2), 1-28.

Shihab, M. Q. (2012). *Tafsir Al-Misbah Jilid 9.* Jakarta: Lentera Hati.

Shihab, Q. (2002). *Tafsir Al-Misbah (Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an) Jilid 11*. Jakarta: Lentera Hati.

Silviana, L., Tayo, Y., & Utamidewi, W. (2022). Pola Interaksi Pengguna Twitter Pada Akun Menfess @areajulid (Studi Etnografi Virtual Pengguna Twitter Pada Akun Menfess @areajulid). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(8), 229-237.

Siregar, N. S. (2011). Kajian Tentang Interaksionisme Simbolik. *Jurnal Ilmu Sosial - Fakultas ISIPOL UMA*, 1(2), 100-110.

Siregar, U. D. (2023). Bahasa Inggris sebagai Bahasa Komunikasi Bisnis di Era Globalisasi: Persepsi Pebisnis dan Karyawan. *Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia*, 3(1), 129-135.

Soleha, D. Y., & Ginanjar, A. A. (2023). Campur KOde dan Faktor Penyebab Campur Kode dalam Kanal Youtube Korea Reomit. *Aksara: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 7(2), 210-216.

Suandi, N. (2014). *Sosiolinguistik.* Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sulianta. (2015). *Keajaiban Sosial Media.* Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Sulianta, F. (2015). *Keajaiban Media Sosial.* Jakarta: PT Elex Komputindo.

Suwito. (1996). *Pengantar Awal Sosiolinguistik: Teori dan Problema.* Surakarta: UNS Press.

Swasty, R. (2023, Januari 31). *Medcom.id*. Dipetik Juni 17, 2025, dari Omo Hingga Heol, Ini 8 Bahasa Gaul Yang Sering Muncul: https://www.medcom.id/pendidikan/news-pendidikan/RkjeEB3b-omo-hingga-heol-ini-8-bahasa-gaul-korea-yang-sering-muncul#:~:text=Adakah%20di%20antara%20Sobat%20Medcom,Omo!%22%20saat%20merasa%20kaget.

Tyas, M. R. (2021). *Analisis Praktik Confession Berbasis Anonimitas Melalui Akun Menfess (Studi Netnografi Pada Pengguna Akun @collegemenfess di Twitter).* Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

Wahidah, A., Nurbayani, S., & Aryanti, T. (2020). Korean Wave: Lingkaran Semu Penggemar Indonesia. *Sosietas Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 10(2), 887-893.

Wardani, E. P., & Kusuma, R. S. (2021). Interaksi Parasosial Penggemar K-Pop di Media Sosial (Studi Kualitatif pada Fandom Army di Twitter). *Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 7(2), 243-260.

Wessels, C. (1987). *Drama.* New York: Oxford University Press.

Wibowo, A. (2006). *Pilihan Bahasa Pedagang Etnis Cina dalam Interaksi Jual-Beli di Pasar Kota Salatiga.* Semarang: Universitas Negeri Semarang.

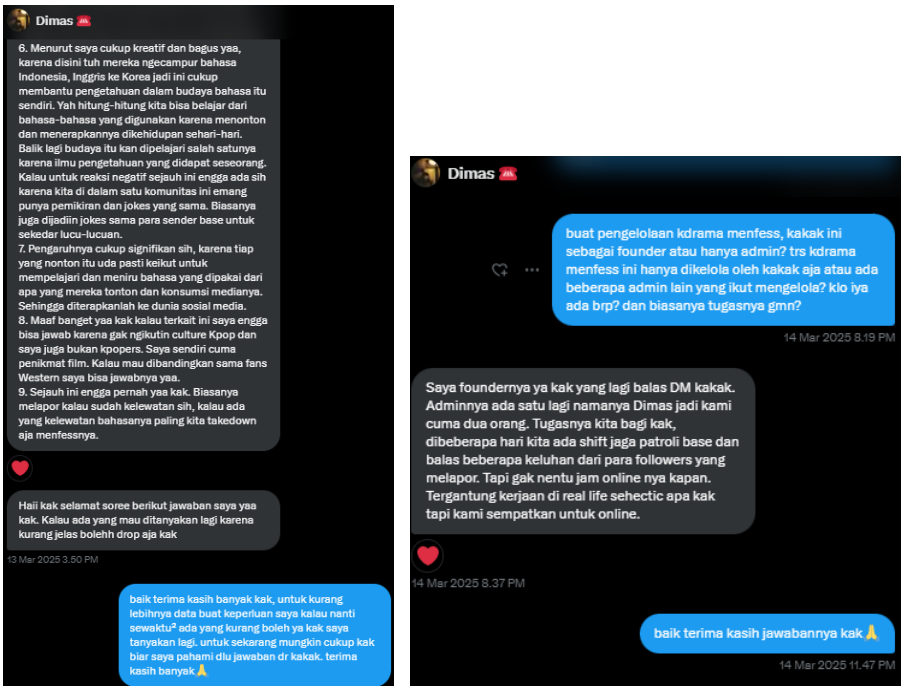
Widana, T., & Hermanu, D. H. (2021). Faktor Menonton Drama Korea Melalui Media Online (Web) Pada Remaja Putri. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 4(2), 400-419.

Windasari, R., Hamsa, A., & Hajrah. (2020). Alih Kode dan Campur Kode dalam Interaksi Jual Belidi Pasar Onton Kabupaten Kepulauan Selayar. *Uiniversitas Negeri Makassar*.

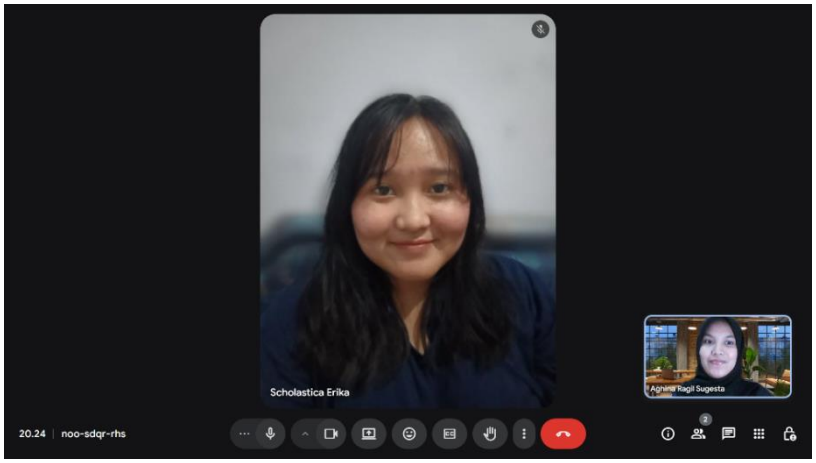
Zukhrufillah, I. (2018). Gejala Media Sosial Twitter Sebagai Media Sosial Alternatif. *Al-'lam; Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 1(2), 102-109.

LAMPIRAN

Gambar 24. Wawancara Admin



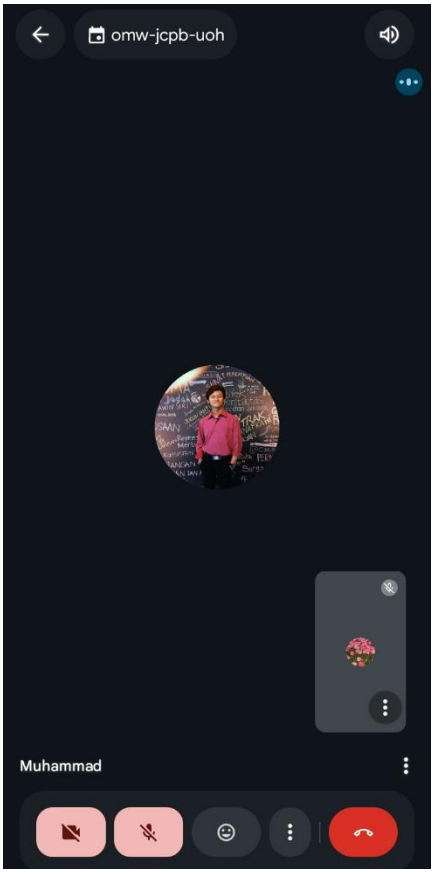
Gambar 25. Wawancara Informan @pawfectfru



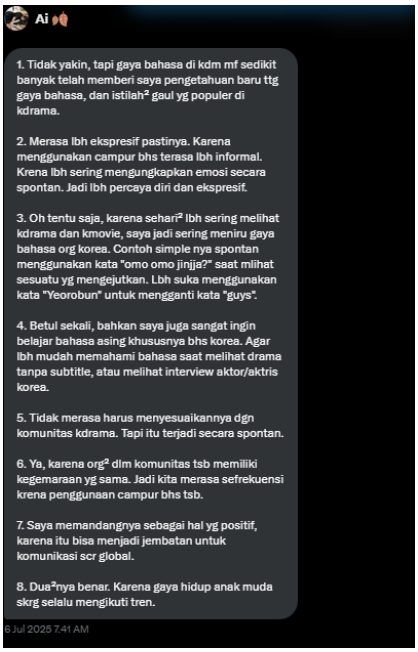
Gambar 26. Wawancara Informan @hasslingjoe125



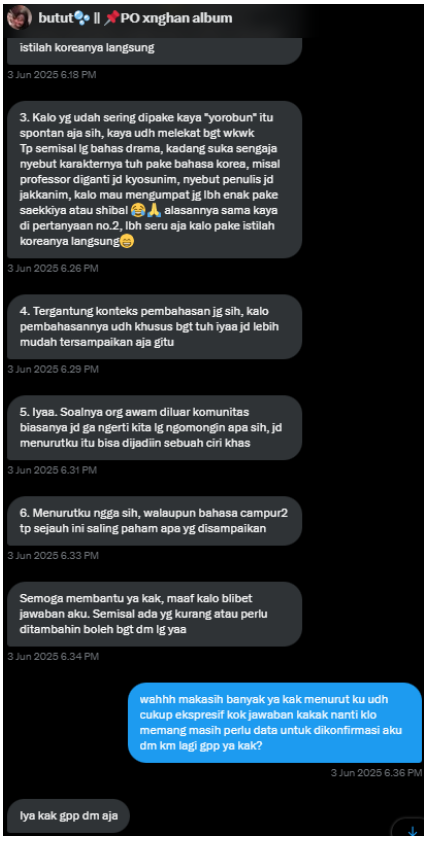
Gambar 27. Wawancara Informan fitrahaslam_



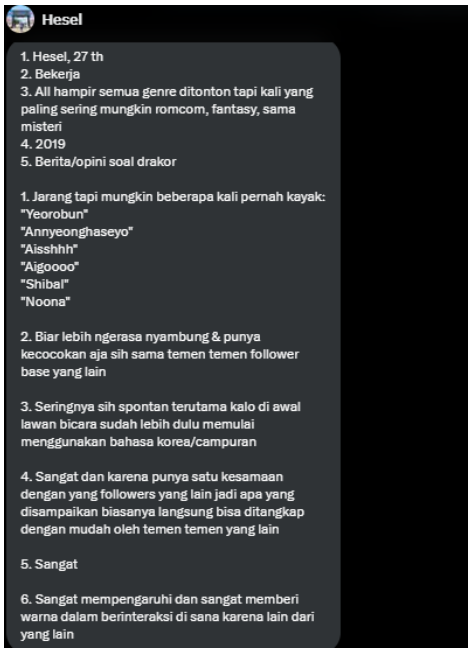
Gambar 28. Wawancara Informan @aiu_aii



Gambar 29. Wawancara Informan @lavandula211



Gambar 30. Wawancara Informan @andhikahesel



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama Lengkap	: Aghina Ragil Sugesta
NIM	: 2106026167
Tempat, Tanggal Lahir	: Bogor, 01 Januari 2001
Alamat	: Perum Griya Alam Sentosa T.4 No. 21 RT. 11 RW. 10 Desa Pasirangin Kecamatan Cileungsi, Kabupaten Bogor, Jawa Barat (16820)
Jenis Kelamin	: Perempuan
No. Whatsapp	: 085782470464
E-mail	: ghinaragil@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1) 2006-2007	: TK Islam Assalam
2) 2007-2013	: SDN 02 Cinyosog
3) 2013-2016	: SMPN 03 Cileungsi
4) 2016-2019	: SMAN 02 Cileungsi

C. Pengalaman Organisasi

1. Anggota Paskibraka SMPN 03 Cileungsi periode 2013-2016
2. Anggota Paskibraka SMAN 02 Cileungsi periode 2016-2019