

PENGUNAAN BAHASA KOREA (HANGEUL) DALAM INSTAGRAM SEBAGAI PRESENTASI DIRI

THE USE OF KOREAN LANGUAGE (HANGEUL) IN INSTAGRAM AS A FORM OF SELF PRESENTATION

Adizta Putri Sekarwangi¹⁾, Ayub Ilfandy Imran²⁾

^{1), 2)} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom
¹⁾ adistasekarwangi@gmail.com; ²⁾ a_ilmfandy@yahoo.com

ABSTRACT

The Korean Wave phenomenon has attract the attention of people from various countries to recognize and apply the cultural aspects of South Korean, one of them is their language, Hangeul. The existence of Hangeul can be seen in Instagram by the written caption and bio or comments that was given from one user to another. The purpose of this research was to know the self presentation that the user wanted to show in Instagram regarding the use of Korean Language (Hangeul). This research used qualitative method with dramaturgy approach to five informants whom are Instagram users that actively use Hangeul. The result shows that the informants used Instagram as a place to present themselves using Hangeul for their activities, especially using Hangeul in their caption. In presenting themselves, each informant had their own motive, such as existence, self actualization, role model, popularity and positive judgement.

Keywords: *Hangeul, Instagram, Self Presentation, Late Adolescence*

ABSTRAK

The Korean Wave telah menarik perhatian masyarakat dari berbagai negara untuk mengenal hingga mengaplikasikan aspek-aspek budaya Korea Selatan, salah satunya adalah bahasa Korea yakni Hangeul. Eksistensi bahasa Korea dapat terlihat di Instagram, yakni pada caption, bio dan komentar yang diberikan pengguna satu ke lainnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seperti apa presentasi diri yang ingin ditunjukkan oleh pengguna Instagram saat menggunakan bahasa Korea (Hangeul). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan dramaturgi kepada lima informan yang merupakan pengguna aktif Hangeul di Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para informan menjadikan Instagram sebagai tempat mereka melakukan presentasi diri melalui penggunaan Hangeul dalam aktivitas Instagram mereka, terutama dalam penulisan caption. Dalam mempresentasikan dirinya, para informan memiliki motif tersendiri seperti eksistensi, aktualisasi diri, role model, popularitas dan positive judgement.

Kata Kunci: Hangeul, Instagram, Presentasi Diri, Remaja Tingkat Akhir

PENDAHULUAN

Budaya (Sanskerta: *buddhayah*) merupakan sesuatu yang dimiliki secara bersama oleh sebuah kelompok dan diwariskan secara turun-temurun. Kebudayaan yang dianut oleh suatu kelompok tentunya akan mempengaruhi perilaku kelompok tersebut yang meliputi cara berpikir, cara merasa dan cara berbuat. Disini, kebudayaan memegang peranan yang sangat penting dalam menentukan perilaku serta gaya hidup suatu kelompok

secara menyeluruh. Kebudayaan terbagi atas dua macam, yakni kebudayaan tinggi (*elite culture*) dan kebudayaan populer (*pop culture*). Kebudayaan tinggi merupakan hasil pemikiran kaum-kaum elit menyangkut pengetahuan, pola pikir serta nilai yang dianut oleh masyarakat dan dijadikan sebagai landasan perilaku. Sedangkan kebudayaan populer merupakan budaya yang erat kaitannya dengan kekuatan dan intensitas media massa dalam memperkenalkan budaya tersebut sehingga dikenal oleh masyarakat. Kini terdapat

salah satu *pop culture* yang sedang menjadi pusat perhatian dunia, terutama negara-negara Asia yaitu budaya Korea Selatan. Kesuksesan Korea Selatan dalam memperkenalkan kebudayaannya ditandai dengan munculnya istilah “*The Korean Wave*” yang menunjukkan betapa besarnya pengaruh kebudayaan Korea Selatan dimanapun, tak terkecuali Indonesia.

Korean Tourism Organization (dalam Bae et al., 2017) mendefinisikan *Korean Wave* merupakan perpaduan budaya tradisional Korea Selatan dengan budaya pop yang disajikan dalam bentuk drama (*K-drama*) dan musik (*K-pop*) Korea. Budaya Korea di nilai memiliki keunikan tersendiri hingga mampu menguasai pasar Asia serta menjadi salah satu budaya populer yang mampu bersaing dengan budaya Barat. *Korean Wave* telah menarik perhatian masyarakat dari berbagai negara khususnya Asia untuk melirik budaya Korea. Disini, tentunya terdapat dampak signifikan terhadap ketertarikan masyarakat untuk mengenal hingga mengaplikasikan aspek-aspek budaya Korea Selatan, yakni kuliner, kosmetik, tata busana, adat serta bahasa Korea yakni Hangeul.

Meningkatnya eksistensi bahasa Korea di kalangan masyarakat, terutama para penggemar dunia hiburan Korea Selatan, menjadi salah satu dampak yang signifikan dari fenomena *Korean Wave*. Dimana, para penggemar drama dan musik Korea ini kerap mempelajari bahasa Korea agar mampu mengerti maksud dari drama dan musik yang dinikmati. Korea Selatan merupakan salah satu negara yang menggunakan huruf dengan bentuk yang unik. *Korean Wave* dengan popularitasnya mampu membuat masyarakat asing tertarik untuk mengenal dan mempelajari bahasa Korea secara mendalam. Dimana, tentunya dibutuhkan kemampuan tersendiri agar mampu untuk membaca dan memahami literatur Korea yang seluruhnya tertulis dalam bentuk Hangeul. Minat terhadap bahasa Korea pun dipicu oleh popularitas *K-Drama*, tayangan *variety* dan *reality show* serta *K-Pop* yang akhirnya mampu mendorong penggemarnya untuk mempelajari bahasa Korea (Hangeul) sehingga mampu memahami maksud dari

percakapan maupun teks yang muncul. Penulisan bahasa Korea sendiri biasa disebut Hangeul. Huruf Hangeul merupakan sebuah sistem simbol yang diciptakan oleh Raja Sejong (1397 – 1450) dari Dinasti Joseon yang kemudian dijadikan sebagai abjad resmi bahasa Korea. Hangeul terdiri dari 24 huruf yakni 10 huruf vokal dan 14 huruf konsonan serta 11 huruf vokal gabungan dan 6 huruf konsonan gabungan, sehingga secara keseluruhan terdapat 21 vokal dan 19 konsonan. Penggunaan bahasa Korea seringkali juga diterapkan dalam komunikasi sehari-hari, baik dalam bentuk lisan berupa penggunaan istilah-istilah maupun tulisan berupa huruf Hangeul itu sendiri. Fenomena penggunaan huruf Hangeul Korea ini pun dapat ditemukan dalam komunikasi verbal dalam bentuk tulisan yang terjadi di media sosial seperti Instagram.

Dalam *Instagram*, pengguna dapat mengunggah foto ataupun video yang dapat disertai *caption* untuk menjelaskan foto atau video tersebut, pengguna juga dapat saling berinteraksi dengan pengguna lainnya melalui kolom komentar. Selain itu, Instagram juga menyediakan fitur-fitur kreatif yang mampu menunjang proses interaksi tersebut. Instagram menjadi tempat yang tepat untuk berekspresi dan mempublikasikan hasil karyanya, dimana citra seorang pengguna akan terlihat dari *feeds* atau foto dan video yang diunggahnya serta *caption* yang dituliskannya dan *bio* yang tertera pada profilnya. Penggunaan huruf Hangeul dapat terlihat pada *caption* yang dituliskan oleh pengguna Instagram untuk mendeskripsikan foto yang diunggah ataupun pada kolom *bio* untuk mendeskripsikan profil dirinya. Hangeul juga kerap digunakan untuk berkomentar pada akun-akun idola mereka dengan tujuan untuk menyamakan pemahaman akan kalimat yang ingin diutarakan pada idolanya. Seringkali, pengguna tersebut mencampurkan bahasa Korea dalam bentuk Hangeul dan bentuk latin atau dengan bahasa lainnya seperti bahasa Indonesia atau bahasa Inggris. Di Korea sendiri, budaya dalam bentuk bahasa masih sangat kental sehingga warga asli Korea yang fasih

berbahasa Inggris belum terlalu banyak. Sehingga, agar dapat menuliskan ungkapan dukungan dan rasa sukanya, para penggemar idola Korea harus menggunakan Hangeul agar dapat mencapai kesepahaman makna.

Tak jarang dalam menggunakan Hangeul, para pengguna tersebut hanya memanfaatkan media translasi seperti Google Translate untuk menerjemahkan maksud mereka ke dalam bentuk Hangeul yang kemudian hasil terjemahan tersebut dijadikan sebagai caption untuk unggahan mereka. Hal ini terjadi karena memang Hangeul bukanlah bahasa yang mudah untuk dipelajari karena Hangeul tidak menggunakan bentuk latin melainkan memiliki simbol-simbol bermakna sendiri sehingga dibutuhkan usaha yang lebih untuk dapat sekedar mempelajari cara baca maupun penulisan Hangeul. Meskipun Hangeul merupakan bahasa yang cukup rumit, namun banyak juga pengguna Hangeul dalam Instagram yang memang mempelajari Hangeul mulai dari penulisan, cara baca hingga penataan kalimatnya. Adapun rasa suka mereka terhadap kebudayaan Korea dan dunia hiburan Korea menjadi motivasi tersendiri bagi mereka untuk dapat mempelajari Hangeul hingga mahir. Dalam mempelajari Hangeul, para pengguna tersebut menggunakan metode otodidak atau belajar secara mandiri dengan memanfaatkan silabus-silabus berisi materi pembelajaran Hangeul yang tersedia di situs-situs internet secara gratis. Tidak hanya dalam bentuk modul tertulis, namun silabus tersebut juga tersedia dalam bentuk audio visual yang mampu memudahkan proses belajar mereka.

Ketika seseorang memiliki kemampuan akan sesuatu hal, maka akan timbul rasa bangga pada diri mereka yang akhirnya memicu munculnya rasa ingin menunjukkan kemampuannya kepada orang lain. Dalam mempertunjukkan suatu kemampuan, maka seseorang akan berusaha secara optimal untuk dapat mencapai kesan yang diharapkannya dari pertunjukkan tersebut. Para pengguna Hangeul di Instagram memilih untuk menampilkan kemampuan mereka dengan menuliskan ungkapan-ungkapan dalam bentuk Hangeul

pada caption, bio maupun komentar yang mereka tulis karena Hangeul memiliki bentuk penulisannya yang unik dengan simbol-simbol tersendiri sehingga akan lebih mudah untuk mempertunjukkan kemampuan Hangeul mereka melalui tulisan-tulisan di media sosial seperti Instagram.

Presentasi diri merupakan hal yang penting, terutama saat berada di dunia maya. Pengguna media sosial seperti Instagram akan berusaha untuk menampilkan sisi terbaik mereka agar dapat menciptakan kesan tersendiri di benak pengikut akun Instagram mereka dan mencapai citra diri yang diharapkan. Pemilihan bahasa yang digunakan pengguna dalam Instagram menjadi salah satu alat bagi pengguna tersebut untuk mempresentasikan dirinya. Hal inilah yang mendasari peneliti untuk meneliti tentang bagaimana pengguna Instagram mempresentasikan dirinya dengan menggunakan bahasa Korea (Hangeul) dalam aktivitas Instagram mereka.

LANDASAN KONSEP

Bahasa

Bahasa merupakan saluran untuk menyampaikan maksud dan makna tertentu dari satu orang ke orang lainnya. Maksud yang ingin disampaikan oleh pembicara akan dapat dimengerti oleh lawan bicara melalui bahasa yang digunakan. Menurut Chaer dan Agustina (dalam Hayutami, 2012) mengatakan bahwa bahasa memiliki fungsi utama sebagai alat komunikasi. Soeparno (dalam Hayutami, 2012) juga mengatakan bahwa fungsi umum sebuah bahasa adalah sebagai alat komunikasi sosial. Bahasa mencakup seluruh sarana komunikasi dengan menyimbolkan pemikiran dan perasaan yang kemudian disampaikan dengan maksud tertentu kepada orang lain.

Melalui perspektif sosiolinguistik, bahasa berperan sebagai tingkah laku sosial (social behaviour) yang digunakan dalam komunikasi. Kridalaksana (dalam Hayutami, 2012) mendefinisikan bahasa sebagai suatu sistem lambang atau simbol bunyi yang digunakan masyarakat untuk

bekerja sama, berinteraksi dan mengidentifikasi diri. Bahasa menjadi sebuah identitas diri bagi penuturnya, dimana melalui bahasa yang ia tuturkan maka orang lain dapat mengetahui latar budaya yang ia miliki.

Bahasa juga mampu menjadi suatu alat bagi kebudayaan untuk dibentuk, dikembangkan serta diturunkan kepada generasi selanjutnya. Komunikasi menggunakan bahasa tertentu memungkinkan tiap orang untuk menyesuaikan diri dengan sekitarnya. Bahasa memegang peranan penting dalam mengembangkan dan memperkenalkan budaya suatu negara ke negara lainnya, karena bahasa adalah hal yang akan disorot pertama kali saat memperkenalkan suatu budaya.

Media Sosial

Media merupakan suatu wadah yang disertai teknologi didalamnya, seperti misalnya koran dan majalah yang berarti media cetak; radio yang berarti media audio serta televisi yang merupakan bentuk media audio dan visual. Nasrullah (2015) mengatakan bahwa media sosial dapat dipandang sebagai sebuah medium berbasis internet yang berfungsi sebagai alat merepresentasikan diri serta berinteraksi, bekerja sama, berbagi dan berkomunikasi bagi penggunaannya sehingga mampu untuk membentuk ikatan sosial secara virtual.

Jose van Dijck dalam bukunya *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media* (2013) juga mendefinisikan media sosial sebagai sebuah wadah yang berfokus pada keberadaan pengguna dan mencoba untuk memfasilitasi mereka dalam beraktivitas. Dalam hal ini, media sosial dapat dipandang sebagai sebuah medium *online* yang mampu menghubungkan antar pengguna sehingga terjadi ikatan sosial. Meikle dan Young (2012) memandang media sosial sebagai hasil konvergensi komunikasi personal (adanya proses saling berbagi antar individu) dengan media publik yang memiliki motif untuk berbagi kepada siapapun tanpa ada spesifikasi apapun. Media sosial merupakan sebuah bentuk *user generated content*, dimana pengguna memiliki kehendak secara bebas

untuk menciptakan konten sesuai preferensinya (Mandibergh dalam Nasrullah, 2015).

Salah satu jenis media sosial adalah *social networking* atau jejaring sosial. Nasrullah (2015) menjelaskan bahwa jejaring sosial merupakan salah satu jenis media sosial yang paling populer. Di jejaring sosial, pengguna dapat saling berinteraksi dengan pengguna lainnya, dimana karakteristik utama dari jejaring sosial adalah pengguna dapat membentuk jaringan pertemanan dengan pengguna lainnya. Jaringan pertemanan tersebut dapat terbentuk karena adanya Contoh dari media jejaring sosial adalah Instagram, dimana media ini memfasilitasi pengguna untuk bisa berinteraksi dan membagikan foto atau video yang berkesan bagi kepada pengikutnya.

Presentasi Diri

Erving Goffman dalam bukunya *The Presentation of Self in Everyday Life* (1959) menjelaskan bahwa sosok *diri* bukanlah kepunyaan seseorang, namun hanya sesuatu yang “dipinjamkan” oleh orang lain. Mengacu pada teori Interaksionisme Simbolik, manusia mempelajari bagaimana cara untuk bermain peran dan mengasumsikan identitasnya dengan peran-peran tersebut, hal ini dilakukan dengan terlibat dalam kegiatan pertunjukkan akan siapa dan apa yang mereka perankan. Presentasi diri seseorang bertujuan untuk membentuk suatu situasi dan identitas sosial bagi diri (Goffman dalam Saraswati, 2017). Interaksi simbolik sendiri merupakan aktivitas komunikasi atau pertukaran simbol yang memiliki makna tertentu didalamnya (Mulyana, 2008). Teori ini berprinsip bahwa individu merespon makna yang mereka bangun selama mereka berinteraksi satu sama lain. Terjadinya sebuah interaksi simbolik didasarkan pada gagasan dan hubungan di masyarakat. Masing-masing individu akan berinteraksi berdasarkan makna yang terdapat pada orang, benda atau peristiwa tertentu. Makna ini diciptakan dari bahasa yang digunakan untuk berkomunikasi dengan orang lain, diri sendiri atau pikirannya.

Saraswati (2017) mendefinisikan presentasi diri sebagai upaya seseorang dalam membentuk suatu kesan ketika sedang berhadapan dengan orang lain. Kesan tersebut dapat dibentuk dengan menata perilakunya sedemikian rupa agar orang lain mampu memaknai identitas dirinya sesuai dengan apa yang ia inginkan. Selama proses produksi identitas tersebut, seseorang akan melakukan banyak pertimbangan terhadap atribut yang digunakan, dimana atribut yang ia gunakan haruslah sesuai dan mendukung kesan dan identitas yang ia ingin tampilkan secara menyeluruh. Arrianie (dalam Mulyana, 2008) mengatakan bahwa seseorang akan berusaha untuk menunjukkan sosok diri yang ideal sesuai dengan status perannya dalam suatu kegiatan. Ia akan berusaha untuk tidak menunjukkan fakta ataupun motif yang tidak sesuai dan sejalan dengan citra yang ingin ia tampilkan di benak khalayak.

Goffman (1959) berasumsi bahwa dalam interaksi yang terjadi antar individu, masing-masing dari mereka akan menginginkan penyajian suatu gambaran diri yang dapat meninggalkan kesan tertentu setelah interaksi berlangsung. Menurut Adhiatma (2018), presentasi diri merupakan cara individu dalam mengekspresikan dan menunjukkan apa yang ia miliki kepada khalayak dengan melakukan beberapa upaya agar mampu menciptakan kesan tersendiri di benak khalayak. Goffman memandang presentasi diri sebagai suatu aktivitas yang dilakukan untuk mempengaruhi seseorang melalui pertunjukan (*performance*) seperti ungkapan tersirat, ungkapan bersifat teateris, non verbal, kontekstual dan tidak bersifat intensional (Mulyana, 2008).

Peneliti memandang presentasi diri sebagai sebuah aksi yang dilakukan oleh seorang individu baik secara verbal maupun non verbal dengan tujuan untuk menciptakan suatu kesan terhadap suatu khalayak. Sesuai dengan pemaparan diatas, tentunya seorang individu akan melakukan presentasi diri melalui akun Instagram dengan menunjukkan beberapa hal, salah satunya adalah bahasa yang digunakan. Dalam hal ini, bahasa yang ia gunakan

dalam mengoperasikan akunnya akan memberikan kesan tertentu di benak pengguna lain.

Dramaturgi

Presentasi diri erat kaitannya dengan kajian dramaturgi. Fokus dari dramaturgi adalah bagaimana mereka melakukan sesuatu, bukan apa yang ingin mereka lakukan atau apa yang akan mereka lakukan (Mulyana, 2001). Dramaturgi menekankan pada dimensi ekspresif dalam aktivitas manusia, dimana makna tentang sesuatu akan tercermin dari cara mereka mengekspresikan diri dalam interaksi dengan orang lain. Disini, perilaku manusia bersifat ekspresif, sehingga manusia itu sendiri bersifat dramatik. Selanjutnya, Goffman (1959) mengatakan bahwa dramaturgi memiliki inti pandangan bahwa dalam interaksi antar individu, masing-masing individu ingin mengelola pesan yang berisi makna tersirat untuk mengatur bagaimana individu lain akan memandangnya. Goffman menjelaskan bahwa dalam dramaturgi, kehidupan sosial manusia dianalogikan sebagai pertunjukan di atas panggung, dimana akan ada aktor yang memainkan peran-peran tertentu.

Kehidupan sosial ini dibagi menjadi panggung depan (*front stage*), panggung tengah (*middle stage*) dan panggung belakang (*back stage*). Pada panggung depan, maka individu akan menampilkan peran dengan sebaik mungkin. Ia bagaikan seorang aktor yang dengan lihai mempraktikkan semua script yang sudah disiapkan sebelumnya. Lalu pada panggung tengah, seseorang melakukan persiapan yang dapat mendukung optimalisasi perannya di depan panggung. Panggung tengah terkadang juga digunakan untuk menampilkan peran sampingan dimana individu menggunakan peran tersebut untuk mendapatkan keuntungan. Kemudian, pada panggung belakang inilah tempat yang memungkinkan ia untuk mempersiapkan diri sebelum memainkan perannya dan menjadi dirinya sendiri (Mulyana, 2001).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan paradigma konstruktivisme dan pendekatan dramaturgi. Penelitian kualitatif adalah metode eksplorasi dan pemahaman makna dalam masalah sosial atau kemanusiaan oleh individu atau kelompok (Cresswell, 2004). Paradigma konstruktivisme merupakan paradigma yang melakukan analisis terhadap aksi sosial yang berarti melalui pengamatan langsung serta terperinci terhadap pihak yang bersangkutan dalam menciptakan dan mengelola lingkungan sosial mereka (Hidayat, 2003). Pada penelitian ini, peneliti mengajukan beberapa pertanyaan kepada tiga orang informan kunci, dua orang informan pendukung dan satu ahli dengan arah pertanyaan yang bersifat terbuka. Disini, peneliti lebih banyak mendengarkan cerita informan tanpa memasukkan asumsi pribadi, sehingga data yang diperoleh bersifat apa adanya sesuai dengan apa yang disampaikan oleh informan selama sesi tanya jawab.

Ardianto dan Anees (2007) menjelaskan bahwa paradigma konstruktivisme memandang bahasa sebagai makna yang coba disampaikan oleh komunikan. Dimana, bahasa tidak hanya berfungsi sebagai alat dalam menyampaikan pesan saja. Bahasa menjadi sebuah makna yang coba diungkapkan oleh penuturnya. Oleh karena itu, peneliti berusaha untuk menafsirkan makna tersirat dalam penggunaan bahasa Korea (Hangeul) dalam aktivitas pengguna Instagram sebagai bentuk presentasi diri tertentu di panggung depan. Peneliti disini menggunakan pendekatan dramaturgi karena ada tiga wilayah yang ingin diteliti ketika informan menggunakan bahasa Korea (Hangeul) dalam akun Instagram-nya. Pertama, ketika informan sedang mengekspresikan dirinya di front stage dengan menggunakan bahasa Korea (Hangeul) pada aktivitas Instagram-nya. Kedua, bagaimana informan mempersiapkan dirinya untuk sebelum menampilkan diri di Instagram. Ketiga, ketika informan sedang tidak menggunakan

Instagram dan menjalankan aktivitas di kehidupan nyata.

Dalam proses perolehan data, peneliti melakukan wawancara mendalam kepada lima orang informan yang merupakan pengguna aktif Hangeul dalam aktivitas Instagram mereka serta mempelajari Hangeul baik secara penulisan, cara baca maupun tata bahasa secara otodidak (mandiri). Selain itu, peneliti juga melakukan pengamatan terhadap akun-akun Instagram para informan serta studi dokumentasi terhadap berbagai literatur-literatur terkait yang mampu menguatkan penelitian ini. Adapun teknis analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah model tiga tahapan analisis data oleh Miles dan Huberman (dalam Prastowo 2012) yang terdiri dari reduksi data atau proses merangkum, menyeleksi dan memilih data apa saja yang akan digunakan; penyajian data, dimana peneliti harus dapat menginterpretasikan informasi-informasi yang sudah terkumpul dari informan; serta melakukan penarikan kesimpulan terhadap data yang telah diperoleh di lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini berfokus pada presentasi diri yang terbentuk melalui penggunaan Hangeul dalam Instagram. Menurut Erving Goffman (dalam Saraswati, 2017), diri juga selalu bermain peran karena adanya tuntutan sosial sehingga diri harus selalu menyesuaikan perannya dalam episode-episode pendek kehidupan. Selanjutnya, Goffman menjelaskan bahwa manusia mempelajari bagaimana cara untuk bermain peran dan mengasumsikan identitasnya dengan peran-peran tersebut, hal ini dilakukan dengan terlibat dalam kegiatan pertunjukkan akan siapa dan apa yang mereka perankan. Sehingga, presentasi diri seseorang bertujuan untuk membentuk suatu situasi dan identitas sosial bagi diri tersebut.

Berdasarkan pada pemaparan hasil penelitian, kelima informan memang mencoba untuk menyesuaikan sisi mana yang harus ditunjukkan agar dapat menciptakan identitas tertentu dari kesan yang berhasil mereka ciptakan di benak

pengikut akun Instagram mereka. Cara mereka untuk menciptakan identitas tersebut adalah dengan menunjukkan kemampuan Hangeul mereka melalui penulisan caption, berkomentar serta menulis bio Instagram mereka. Dengan penggunaan Hangeul dalam aktivitas Instagram mereka, para informan memiliki motif untuk dapat mencapai seperti apa orang memandang mereka. Adapun, ekspektasi tersendiri terkait kesan dan identitas yang ingin mereka ciptakan, diantaranya adalah seseorang yang multilingual (menguasai banyak bahasa), seseorang yang memiliki ketertarikan terhadap budaya Korea, mirip dengan orang asli Korea dan seseorang yang mampu mendapatkan feedback positif dari kegiatan fan girling idola asal Korea.

Saraswati (2017) mendefinisikan presentasi diri sebagai upaya seseorang dalam membentuk suatu kesan ketika sedang berhadapan dengan orang lain. Kesan tersebut dapat dibentuk dengan menata perilakunya sedemikian rupa agar orang lain mampu memaknai identitas dirinya sesuai dengan apa yang ia inginkan. Selama proses produksi identitas tersebut, seseorang akan melakukan banyak pertimbangan terhadap atribut yang digunakan, dimana atribut yang ia gunakan haruslah sesuai dan mendukung kesan dan identitas yang ia ingin tampilkan secara menyeluruh.

Dari hasil penelitian, peneliti juga menemukan bahwa terdapat usaha-usaha tersendiri dari kelima informan untuk bisa membentuk kesan yang telah disebutkan sebelumnya. Seperti yang dipaparkan oleh Saraswati (2017), kelima informan juga melakukan penataan terdahulu sebelum menulis Hangeul dalam Instagram. Mereka juga memiliki pertimbangan dan kriteria tersendiri tentang unggahan seperti apa yang mereka rasa sesuai untuk diberikan caption menggunakan Hangeul. Adapun seluruh informan memiliki kriteria yang sama yakni mereka akan memberikan caption menggunakan Hangeul ketika unggahan tersebut berhubungan dengan Korea, misalnya ketika sedang traveling ke Korea, aktivitas fan girling seperti mengunggah foto atau video idola mereka,

sedang bersama komunitas penggemar Korea dan ketika merasa unggahan tersebut cocok jika diberikan caption dengan frasa Korea.

Berkenaan dengan presentasi diri, ditemukan bahwa masing-masing informan memiliki motif tersendiri ketika memutuskan untuk mempresentasikan diri dengan menggunakan bahasa Korea (Hangeul) dalam Instagram mereka. Dua diantaranya menjelaskan bahwa mereka ingin dipandang sebagai seseorang yang mengagumkan karena memiliki kemampuan berbahasa asing yakni Korea. Mereka juga ingin menunjukkan identitas diri bahwa mereka adalah penggemar dunia hiburan Korea. Dua informan lainnya memiliki harapan yang berbeda, mereka ingin menunjukkan bahwa kegiatan fan girling yang mereka lakukan selama ini bukanlah kegiatan yang negatif seperti asumsi kebanyakan orang, menurut mereka kegiatan fan girling yang selama ini dilakukan mereka dapat mendatangkan banyak sisi yang positif dan menguntungkan, seperti ia menjadi kenal dengan budaya negara Korea, ia mahir berbahasa Korea dan bahkan memiliki banyak teman-teman yang berasal dari Korea. Sedangkan satu informan lain menjelaskan bahwa ia ingin dipandang mirip orang Korea asli.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa menurut para informan, penggunaan bahasa dalam aktivitas Instagram merupakan aspek yang penting dan perlu untuk diperhatikan dalam proses presentasi diri mereka. Bahasa menjadi alat untuk mendeskripsikan maksud yang lebih mendalam tentang unggahan para informan yang kemudian dapat memperkuat kesan yang tercipta di benak para pengikut mereka. Bahasa yang digunakan juga akan menjadi salah satu aspek self-branding para pengguna dalam menampilkan identitas diri mereka melalui akun Instagram mereka. Hal ini semakin mendukung motif mereka untuk menggunakan Hangeul dengan maksud menguatkan kesan yang akan muncul di ingatan pengikut mereka.

Presentasi diri erat kaitannya dengan pengelolaan kesan. Dimana, kelima informan juga memiliki cara tersendiri

dalam mengolah diri yang mereka tunjukkan di Instagram agar dapat menguatkan kesan yang tercipta di ingatan pengikutnya. Melalui Instagram mereka, kelima informan mencoba untuk menampilkan pertunjukkan agar mampu merealisasikan kesan dan identitas yang mereka harapkan seperti yang telah dipaparkan sebelumnya. Para informan merasa bahwa pembentukan kesan di Instagram menjadi hal yang penting, dimana apapun yang dilakukan oleh mereka dalam Instagram akan menjadi tolak ukur sebaik apa kesan yang akan muncul di benak para pengikut mereka. Adapun pertunjukkan yang mereka tampilkan adalah menggunakan bahasa Korea (Hangeul) dalam aktivitas Instagram seperti menulis caption untuk foto atau video yang diunggah, memberikan komentar dan menulis bio. Berdasarkan hasil penelitian, kelima informan mengungkapkan hal yang serupa, yakni mereka berusaha untuk dapat menciptakan kesan dan identitas melalui penggunaan Hangeul di Instagram mereka.

Ketika berada di Instagram, para informan kerap menggunakan Hangeul di unggahan mereka sebagai aksi pembentukan kesan diri mereka terhadap pengikut. Berdasarkan dari hasil penelitian, ternyata Hangeul tidak hanya digunakan saat di Instagram saja namun juga pada percakapan tatap muka di kehidupan sehari-hari mereka. Mereka menjelaskan bahwa terkadang bahasa Korea secara otomatis mereka gunakan apabila mereka merasa bingung untuk mengungkapkan sesuatu dalam bahasa Indonesia atau bahasa Inggris.

KESIMPULAN

Motif yang melatarbelakangi para pengguna Instagram dalam mempresentasikan dirinya melalui penggunaan bahasa Korea (Hangeul) adalah eksistensi, aktualisasi diri, *role model*, popularitas dan *positive judgement*.

Pengelolaan kesan yang dilakukan oleh para pengguna Instagram adalah dengan menggunakan caption berbahasa Korea (Hangeul) dalam unggahan yang memenuhi kriteria mereka, diantaranya adalah unggahan ketika wisata ke Korea

dan unggahan tentang idola Korea atau unggahan yang dirasa mampu menambah makna apabila menggunakan caption dengan tulisan Hangeul.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E. & Q-Anees, B. (2007). *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung, Simbiosis Rekama Media.
- Bae, Eun-song et al. (2017). The effect of Hallyu on tourism in Korea. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 3:22.
- Cresswell, J. W. (2004). *Research Design: qualitative, quantitative and method approached*. California: Sage Publication, Inc.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Doubleday.
- Hayutami, R. (2012). *Campur Kode pada Siswa TK RA Kartini Temanggung*. Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Hidayat, D. H. (2003). *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*. Depok: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.
- Meikle, G. & Young, S. (2012). *Media Convergence: Networked Digital Media in Everyday Life*. London: Palgrave Macmillan.
- Mulyana, D. (2008). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- (2001). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama.
- Prastowo, A. (2012). *Metode Penelitian: Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-ruzzmedia.
- Saraswati, A. R. (2017). *Presentasi Diri Melalui Media Sosial Snapchat (Studi Dramaturgi: Pengguna Snapchat di Kalangan Mahasiswa*

Universitas Telkom Bandung).
Skripsi Universitas Telkom.
van Dijck, J. (2013). *The Culture of
Connectivity: A Critical History of*

Social Media. Oxford: Oxford
University Press.