

Perilaku Komunikasi Komunitas Korea Dalam Pembentukan Modal Sosial (Studi Fenomenologi Pada Komunitas Korea Hansamo Bandung)

Wigo Mardana Pinky Mayo¹, Mohamad Syahriar Sugandi¹

¹Universitas Telkom

¹e-mail : ¹pinky.mayo90@gmail.com, ¹mohsyahriar@gmail.com

Abstract

Korean Wave as known as Hallyu causes many communities of korean lovers in Indonesia, one of them is in Bandung. Hansamo is a korean community that has been acknowledged by the Korean Government. Hansamo do things like exchange informations about Korea. The same love for Korea caused a social relationship. Building a positive relationship can not be apart from the communication effort. The purpose of this research is to know the member's motive, the relationship in building social capital, the use of verbal and non verbal communication in building social capital, and the process of social capital building in Korean Community Hansamo. The method used in this research is qualitative method with phenomenology approach. This research used in depth interview and observation as it's primary data collecting technique, and as the secondary data collecting technique, this research used literatures both conventional and online. This research used the theory of communication behavior and the theory of social capital. The result of this research are the motives came from Because motive and In order to motive, there is a relation inside the social capital which are strong ties, weak ties, and latent ties that are in the verbal communication behavior, beside in the non verbal is kinetic (body moves) and paralinguistic (voices) and also social capital building which happened in bonding social capital and bridging social capital.

Keywords: *Motive, Communication Behavior, Community, Social Capital*

Abstrak

Korean Wave atau yang dikenal dengan *Hallyu* menimbulkan berbagai komunitas-komunitas pecinta Korea di Indonesia, salah satunya yaitu Kota Bandung. Hansamo adalah komunitas Korea yang telah diakui oleh Pemerintah Korea. Komunitas Hansamo melakukan pertukaran informasi tentang hal-hal mengenai Korea. Dengan adanya persamaan mengenai kecintaan pada Korea, menimbulkan hubungan social. Dalam membentuk hubungan positif tidak terlepas dari upaya komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif anggota, hubungan yang terjalin di dalamnya untuk membentuk modal sosial, penggunaan komunikasi verbal dan nonverbal dalam pembentukan modal sosial, dan proses pembentukan modal sosial Komunitas Korea Hansamo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Dalam penelitian ini, pengumpulan data meliputi sumber primer yaitu wawancara mendalam dan observasi partisipatif, serta sumber sekunder seperti buku, skripsi, jurnal maupun media online. Teori yang digunakan yaitu perilaku komunikasi dan modal sosial. Hasil dari penelitian ini meliputi terbentuknya motif yang berasal dari *because motive* dan *In Order to Motive*, adanya hubungan dalam modal sosial yaitu *strong ties*, *weak ties*, dan *latent ties* yang terdapat pada perilaku komunikasi verbal sedangkan nonverbal yaitu kinesik (gerak tubuh) dan paralinguistik (suara) serta pembentukan modal sosial yang terjadi pada *bonding social capital* dan *bridging social capital*.

Kata kunci : *Motif, Perilaku Komunikasi, Komunitas, Modal Sosial*

A. Pendahuluan

Pada Era Globalisasi seperti sekarang ini telah membawa budaya-budaya baru yang berkembang di kota-kota besar dan salah satunya adalah 'Korean Wave' atau yang bisa disebut dengan 'Hallyu'. 'Hallyu' adalah sebuah fenomena sosial yang telah mewabah di dunia dan di Indonesia itu sendiri yaitu penyebaran budaya pop Korea ke dunia Internasional dengan produknya mulai dari drama, film, lagu, fashion, gaya hidup, kosmetik, dan produk-produk industri lainnya mulai merambat ke dalam kehidupan masyarakat. 'Korean Wave' atau 'Hallyu' semakin mudahnya memasuki kehidupan masyarakat dengan adanya media massa seperti internet, facebook, youtube, twitter, dan sebagainya serta tidak dapat dipungkiri bahwa adanya media massa menjadi saluran utama penggerak Korean Wave karena kemudahan informasi melalui media massa ini.

Dengan adanya Korean Wave atau "Hallyu" ini menimbulkan banyaknya komunitas- komunitas pecinta korea yang bermunculan. Bandung merupakan surganya komunitas di mana reputasinya sebagai kota kreatif melahirkan berbagai macam komunitas yang ada di Bandung, salah satunya adalah komunitas korea. Komunitas korea di Bandung itu sendiri ada banyak dari komunitas pecinta boyband, girlband, tari tradisional, bahasa korea, film, modern dance, dan lain sebagainya. Komunitas yang berada di Bandung salah satunya adalah Bandung Korea Community atau biasanya disebut dengan Hansamo. Salah satu alasan mengapa Bandung Korea Community ini dianggap kuat dari komunitas korea yang lainnya adalah Hansamo merupakan salah satu komunitas budaya Korea yang diakui pemerintah Korea dan Hansamo memang sudah banyak mendapatkan bantuan dari Kedutaan Pemerintah Korea Selatan yang ada di Jakarta. Selain itu, komunitas Hansamo ini memiliki berbagai macam kegiatan yang berhubungan dengan budaya korea sehingga dengan hal tersebut membuat komunitas Hansamo ini tidak akan pernah mati karena budaya akan terus ada dan komunitas Hansamo ini tidak hanya berfokus dengan satu hal saja tetapi lebih luas cakupannya tentang budaya korea dari yang tradisional hingga modern.

Komunitas ini memberikan kemudahan bagi pecinta korea dengan menyediakan berbagai macam akses dengan mudah dan untuk membangun atau mengelola sebuah hubungan dengan pecinta korea lainnya, untuk bertukar informasi tentang segala macam hal mengenai korea dari musik, film, makanan, dan lain sebagainya. Komunitas korea secara nyata membawa perubahan dalam bagaimana seseorang melakukan interaksi sosial. Hubungan yang terjalin antar individu tidak terlepas dengan keberadaan modal sosial itu sendiri. Modal sosial merupakan bagian penting dalam kehidupan manusia, bahkan pendapatan secara langsung dipengaruhi oleh kualitas jaringan sosial yang telah dimiliki oleh seseorang, bahkan kualitas hidup seseorang dipengaruhi oleh jaringan sosial atau seberapa banyak hubungan dengan orang lain tersebut (Putnam 2007:138). Modal sosial dianggap penting dalam komunikasi karena adanya interaksi di dalamnya, dengan proses komunikasi dapat melihat bagaimana perilaku komunikasi komunitas pecinta korea dalam membentuk modal sosial tersebut.

Pembentukan modal sosial dalam penelitian ini akan melihat bagaimana perilaku komunikasi yang diawali dari terbentuknya hubungan pada tingkat individual dan kelompok dan dalam penelitian ini akan melihat bagaimana hubungan tersebut dapat memberikan sebuah manfaat positif bagi mereka yang terlibat dalam hubungan tersebut. Modal sosial menghasilkan hal positif seperti rasa tanggungjawab, kepedulian, kejujuran, kerjasama, inklusif, mutual trust, solidaritas, transparansi, perasaan aman, dan nyaman bahkan etos kerja positif. Penelitian ini juga melihat dari hubungan *strong ties*, *weak ties*, dan *latent ties*. Dilihat juga dari dimensi *bonding social capital* dan *bridging social capital*.

Modal sosial mengacu kepada ciri organisasi sosial, seperti jaringan, norma, dan kepercayaan yang memfasilitasi koordinasi dan kinerja agar saling menguntungkan.

Granovetter menyebutkan bentuk kegiatan yang pertama memelihara atau memperkuat ikatan sosial dengan keluarga yaitu *strong ties investment* dan bentuk yang kedua memelihara ikatan dengan kenalan atau membangun ikatan dengan kenalan baru yaitu *weak ties investment*. Dengan hal tersebut Putnam memperkenalkan istilah *bonding social capital* dan *bridging social capital*. *Bonding* merujuk kepada hubungan diantara kelompok yang relatif homogen seperti anggota keluarga dan teman dekat, yang memiliki hubungan yang kuat. Sedangkan *bridging*, mengacu kepada hubungan yang terjalin dengan teman jauh, rekan, dan kolega.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada komunitas korea yaitu Hansamo yang dijadikan objek penelitian. Komunitas Korea Hansamo ini dipilih karena merupakan salah satu komunitas yang terbesar di Bandung dan salah satu komunitas yang diakui dan diberikan bantuan oleh Kedutaan Pemerintah Korea Selatan. Adanya Komunitas Korea ini mempermudah pecinta Korea untuk menjalin hubungan

serta mengembangkan jaringan sosial itu sendiri dan dengan adanya hal tersebut tidak jauh dari adanya modal sosial didalamnya. Karena antusias Komunitas Korea inilah peneliti tertarik untuk mengamati bagaimana perilaku komunikasi Komunitas Korea dalam pembentukan modal sosial, maka penelitian ini berjudul “Perilaku Komunikasi Komunitas Korea dalam Pembentukan Modal Sosial”.

B. Dasar Teori dan Metodologi Penelitian

1. Interaksi Sosial

Interaksi sosial merupakan hubungan sosial yang dinamis menyangkut hubungan antara orang perorangan, antara kelompok-kelompok manusia, maupun antara orang perorangan dengan kelompok manusia (Soekanto, 2002:62). Syarat terjadinya interaksi sosial adalah adanya kontak sosial (*social contact*) dan adanya komunikasi (*communication*) (Bungin, 2008:55).

Joseph Luft (Reardon, 1987:163) mengemukakan teori *self disclosure* yang didasarkan pada model interaksi manusia, yang disebut Johari Window. Menurut Luft, orang memiliki atribut yang hanya diketahui oleh dirinya sendiri, hanya diketahui oleh orang lain, diketahui oleh dirinya sendiri dan orang lain, dan tidak diketahui oleh siapa pun. Jenis-jenis pengetahuan ini menunjuk pada keempat kuadran dari johari window. Meskipun *self disclosure* mendorong adanya keterbukaan, namun keterbukaan itu sendiri ada batasnya. Artinya, perlu kita pertimbangkan kembali apakah menceritakan segala sesuatu tentang diri kita kepada orang lain akan menghasilkan efek positif bagi hubungan kita dengan orang tersebut (Daryanto & Rahardjo, 2016:72,73).

2. Perilaku Komunikasi

Perilaku komunikasi merupakan suatu tindakan atau perilaku komunikasi berupa verbal dan non verbal, perilaku inilah yang dapat diamati serta dipelajari oleh manusia (Rakhmat, 2011:264). Perilaku yang dapat digunakan untuk mengendalikan perilaku orang lain inilah yang disebut sebagai bahasa. Bahasa dapat bersifat verbal maupun nonverbal. Ketika melakukan komunikasi, bahasa nonverbal digunakan sebagai penegas dari bahasa verbal. Keduanya merupakan kombinasi yang saling mendukung dan memperkuat. Semua bagian dalam sistem pesan biasanya menggunakan verbal dan non verbal untuk mengkomunikasikan makna tertentu.

1. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal menggunakan kata-kata baik secara lisan maupun tulisan. Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Bahasa juga dianggap sebagai sistem kode verbal (Mulyana, 2005). Suatu sistem kode verbal disebut bahasa. Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas.

Bahasa verbal adalah sarana untuk menyatakan pikiran, perasaan, dan maksud kita. Bahasa verbal dapat menggunakan kata-kata yang mempresentasikan berbagai aspek realitas individual kita (Mulyana, 2011: 260-261).

2. Komunikasi Non Verbal

Menurut Duncan komunikasi non verbal dalam (Rakhmat, 2011:285) ada enam jenis yaitu: kinesik atau gerakan tubuh, paralinguistik atau suara, prosemik atau penggunaan ruangan personal dan sosial, olfaksi atau penciuman, sensitivitas kulit, dan faktor artifaktual seperti pakaian dan kosmetik.

3. Motif

Perilaku komunikasi salah satunya dilatari oleh motif, manusia didorong oleh motif sehingga ia melakukan sesuatu. Motif adalah “Dorongan untuk menetapkan suatu pilihan perilaku yang secara konsisten dijalani oleh seseorang sedangkan alasan adalah keputusan yang pertama kali keluar pada diri seseorang ketika dirinya mengambil suatu tindakan tertentu.” Motif menjadi salah satu alasan seseorang dalam berperilaku dan bertindak untuk mencapai tujuan tertentu (Kuswarno, 2013:192).

Untuk menggambarkan keseluruhan tindakan seseorang, Schutz mengelompokkannya dalam dua fase, yaitu:

1. In-order-to-motive (Um-zu-Motiv), yaitu motif yang merujuk pada tindakan di masa yang akan datang. Di mana, tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki tujuan yang telah

ditetapkan.

2. Because motives (Weil Motiv), yaitu tindakan yang merujuk pada masa lalu. Di mana, tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki alasan dari masa lalu ketika ia melakukannya.

3. Modal Sosial

Teori modal sosial merupakan teori yang paling tegas, dapat diringkas dalam dua kata: soal hubungan. Dengan membangun hubungan dengan sesama, dan menjaganya agar terus berlangsung sepanjang waktu, orang mampu bekerja bersama-sama untuk mencapai berbagai hal yang tidak dapat dilakukan sendiri, atau dapat dicapai tetapi dengan susah payah. Orang berhubungan melalui jaringan dan mereka cenderung memiliki kesamaan nilai dengan anggota lain dalam jaringan tersebut; sejauh jejaring menjadi sumber daya, dapat dipandang sebagai modal (Field, 2010:1).

Modal sosial menyoroti tentang hubungan individu dengan sesama. Sebuah hubungan yang dibangun oleh seseorang dengan sesamanya agar dapat diterima oleh kelompoknya. Menurut Field, orang membangun hubungan melalui serangkaian jaringan dan mereka cenderung memiliki kesamaan nilai dengan anggota lain dalam jaringan tersebut; sejauh jaringan tersebut menjadi sumber daya, dia dapat dipandang sebagai modal (2010: 1).

Salah satu teori dalam analisis jaringan sosial adalah teori yang dikembangkan oleh Granovetter (1983: 201-233) yakni Strength weak ties (kekuatan jaringan lemah). Teori Kekuatan Jaringan Lemah adalah teori yang dikemukakan oleh Granovetter pada tahun 1973. Asumsi awal dari teori ini adalah bagaimana hubungan suatu jaringan terbangun dari ikatan yang lemah (weak ties) dan didapat dari seorang teman (strong ties), kemudian lebih luasnya kesempatan dalam mendapatkan pekerjaan yang didapat dari kenalan (weak ties) daripada teman (strong ties). Teori Strength Of Weak Ties terdiri dari dua ikatan yakni, ikatan kuat (strong ties) dan ikatan lemah (weak ties). Ikatan kuat (strong ties) adalah (mungkin linear) kombinasi dari jumlah waktu, intensitas emosional, kedekatan (kepercayaan yang saling berbalas), dan pelayanan yang berbalas yang mana membentuk karakter dari ikatan tersebut (Granovetter, 2001:1361). Sedangkan ikatan lemah (weak ties) adalah ikatan antar personal dengan kedekatan yang tidak begitu intim bisa disebut juga sebagai kenalan.

Modal sosial juga dibagi berdasarkan karakteristiknya. Putnam dalam makalah Taqyudin Subki menyatakan bahwa, modal sosial itu dibagi menjadi dua tipe yaitu Bonding social capital dan Bridging social capital. Pola pertama lebih mengarah ke Inward Looking, hanya melihat ke dalam saja. Sedangkan, pola yang kedua merujuk pada pola Outward Looking, melihat kepentingan masyarakat secara lebih luas. Orientasi modal sosial bertipe Bonding Social Capital lebih banyak diwarnai semangat Fight Against yang bersifat memberi perlawanan karena dianggap memberi ancaman. Sedangkan untuk tipe Bridging Social Capital lebih memiliki semangat Fight For. Artinya, mereka berjuang untuk menyelesaikan masalah bersama yang dihadapi oleh komunitasnya maupun komunitas lain (2011: 22). Menurut Hasbullah yang secara sederhana memberikan penjelasan berdasarkan pandangan yang dikemukakan oleh Putnam mengenai kedua tipe modal sosial tadi (Taqyudin Subki, 2011: 22).

Tabel 1.1
Tipe Modal Sosial Hasbullah

Bonding Social Capital	Bridging Social Capital
Terikat, jaringan yang eksklusif	Terbuka
Pembedaan yang kuat antara "orang kami" dan "orang luar"	Memiliki jaringan yang lebih fleksibel

Hanya ada satu alternatif jawaban	Toleran
Sulit menerima arus perubahan	Memungkinkan untuk memiliki banyak alternatif jawaban dan penyelesaian masalah
Kurang akomodatif terhadap pihak Luar	Akomodatif untuk menerima perubahan
Mengutamakan kepentingan kelompok/solidaritas kelompok	Cenderung memiliki sikap altruistic, humanitarianistik

Sumber: Hasbullah dalam Taqiyudin Subki (2011).

4. Komunikasi Kelompok

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama (adanya saling kebergantungan), mengenal satu sama lainnya dan memandang mereka bagian dari kelompok tersebut, meski setiap anggota memiliki peran yang berbeda. Kelompok ini misalnya adalah keluarga, tetangga, kawan-kawan terdekat; kelompok diskusi; kelompok pemecah masalah, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil suatu keputusan. Dengan demikian, komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan kelompok kecil (small group communication), jadi bersifat tatap-muka. Umpan balik dari seorang peserta dalam komunikasi kelompok masih bisa diidentifikasi dan ditanggapi langsung oleh peserta lainnya. Komunikasi kelompok melibatkan juga komunikasi antarpribadi, karena itu kebanyakan teori komunikasi antarpribadi berlaku juga bagi komunikasi kelompok (Mulyana, 2011:82).

5. Komunitas K-pop

Komunitas atau Community dapat diterjemahkan sebagai “masyarakat setempat” yang menunjuk pada warga sebuah desa, kota, suku, atau bangsa (Soekanto, 2010:132). Ralp Linton (Soekanto, 2003:24) menyatakan bahwa masyarakat merupakan sekelompok manusia yang telah hidup dan bekerja sama cukup lama, sehingga mereka dapat mengatur diri mereka dan menganggap diri mereka sebagai suatu kesatuan sosial dengan batas-batas yang dirumuskan dengan jelas. Selo Soemardjan (Soekanto, 2003:24) menyatakan masyarakat adalah orang-orang yang hidup bersama, yang menghasilkan kebudayaan (Bungin, 2009:29).

K-pop adalah salah satu pesan verbal melalui media entertainment yaitu musik. Pada awalnya K-pop hanya populer di lingkup asia saja, namun semakin berkembang dan menjamur diseluruh penjuru dunia. Di negara asalnya yaitu Korea, K-pop menjadi suatu fenomena yang sangat biasa dan menjadi gaya hidup anak muda-anak muda disana. Di korea K-pop bukan sekedar genre musik, tetapi sudah menjadi kebudayaan dan gaya hidup dan sudah tidak dapat terlepas dari negara tersebut. Korean Pop (musik pop Korea) yang biasa disebut K-pop, yaitu jenis musik populer yang berasal dari Korea Selatan. Demam K-pop pun kini sudah mendunia tidak hanya di Indonesia saja. Demam budaya pop Korea ini melanda Indonesia dilatarbelakangi fenomena Piala Dunia Korea-Jepang 2002 yang berakhir dengan masuknya Korea sebagai kekuatan empat besar dunia, jadi K-pop telah menginfluence Indonesia selama sepuluh tahun terakhir (https://www.kompasiana.com/ajenkoya/agresi-budaya-korea-melalui-k-pop-di-indonesia_54f90928a33311b9188b4bcf, diakses pada 29 Desember 2017 pukul 00.22).

C. Metodologi Penelitian

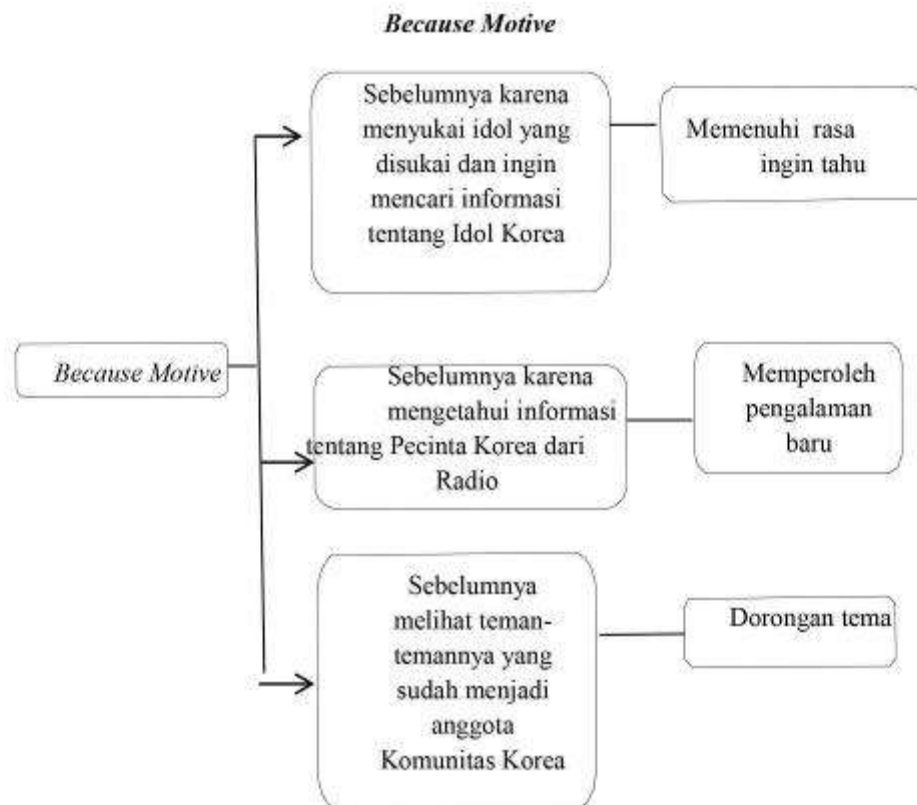
Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Dalam

penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Bogdan dan Taylor (1975:5) mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut Bogdan dan Taylor pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh). Jadi, dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari sesuatu keutuhan (Moleong, 2013:4). Menurut Creswell (2014: 105), fenomenologi memaparkan pemaknaan umum dari sejumlah individu terhadap berbagai pengalaman hidup mereka terkait dengan konsep atau fenomena. Pendekatan fenomenologi ini digunakan untuk memahami realitas pengalaman manusia yang disengaja serta memahami makna yang diperoleh dari pengalaman individu yang dipengaruhi oleh cara pandang. Dalam penelitian ini, pengumpulan data meliputi sumber primer yaitu wawancara mendalam dan observasi partisipatif, serta sumber sekunder seperti buku, skripsi, jurnal maupun media online.

D. Hasil dan Pembahasan

Setiap tindakan seseorang dapat merujuk pada masa lalu, karena adanya alasan seseorang sebelum melakukan tindakan tertentu. Adapun motif terbagi dua yaitu *because motive* dan *in order to motive*. *Because motive* atau motif sebab yaitu tindakan yang merujuk pada masa lalu. Tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki alasan dari masa lalu ketika ia memutuskan untuk mengambil tindakan tertentu dan melakukannya. Sedangkan *In Order to Motive* atau motif tujuan merujuk pada yang ingin dicapai pada masa yang akan datang. Tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki tujuan yang telah ditetapkan (Kuswarno, 2009: 18).

Dari *because motive* adanya keinginan untuk mencari informasi tentang Idol Korea yang disukainya yang akhirnya terbentuk adanya rasa ingin tahu yang diawali oleh keinginan untuk melihat berbagai aktivitas yang dilakukan oleh idol tersebut. Selanjutnya bahwa adanya pengaruh dari media massa yaitu radio dalam penyampaian pesan komunikasi dalam pengaruh dan keterkaitan yang menyebabkan informan akhirnya bergabung dalam Komunitas Korea Hansamo. Selanjutnya bahwa adanya keterkaitan dan pengaruh antara lingkungan dengan diri informan yang menyebabkan informan bergabung dalam Komunitas Korea Hansamo karena teman-teman yang berada dalam lingkungannya adalah anggota dari Komunitas Korea Hansamo.



Sumber : Olahan Data Penulis

Peneliti menyimpulkan bahwa informan adanya motif tujuan yang ingin dicapai oleh informan dapat peneliti simpulkan bahwa terdapat keinginan untuk menjalin hubungan dalam jangka panjang antara sesama anggota Komunitas Korea Hansamo. Adanya keinginan regenerasi pada Komunitas Korea Hansamo agar hubungan yang sudah dijalin tersebut tidak terputus begitu saja. Motif tujuan yang dilihat selanjutnya adanya keinginan untuk ke Korea melalui komunitas ini dimana informan melihat bahwa adanya kemudahan akses yang diberikan oleh anggota Komunitas Korea Hansamo melalui Korean Association Bandung dan Kedutaan Korea untuk memenuhi kebutuhan untuk memperoleh kebahagiaan atau hiburan, tujuannya untuk melepaskan ketegangan dan memperoleh hiburan melalui Komunitas Korea Hansamo. Selanjutnya motif yang dilihat adalah motif memperoleh pengalaman baru bahwa dalam hal ini yaitu barang-barang tentang Korea dan ingin memakainya seperti yang ada dalam Drama Korea.

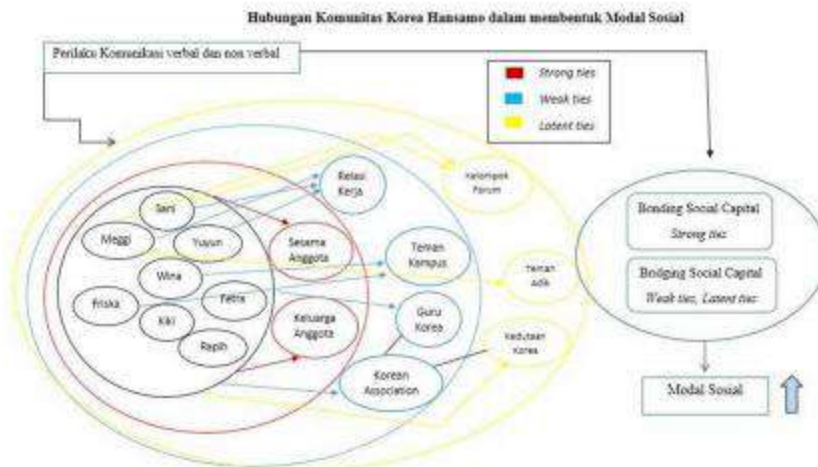
In Order to Motive



Sumber: Olahan data penulis

Hubungan yang terbentuk dalam membentuk modal sosial

Hubungan akan dipaparkan ke dalam beberapa bagian yang menjadi fokus terpenting ketika Informan melakukan interaksi dengan lingkungan di dalam Komunitas Korea Hansamo. Bagaimana hubungan dalam Modal Sosial terbentuk dari pemaparan berikut yaitu *strong ties*, *weak ties*, *latent ties*. Dari hubungan tersebut akan dilanjutkan pemaparan Bonding Social Capital dan Bridging Social Capital yang saling berhubungan seperti pemaparan berikut :

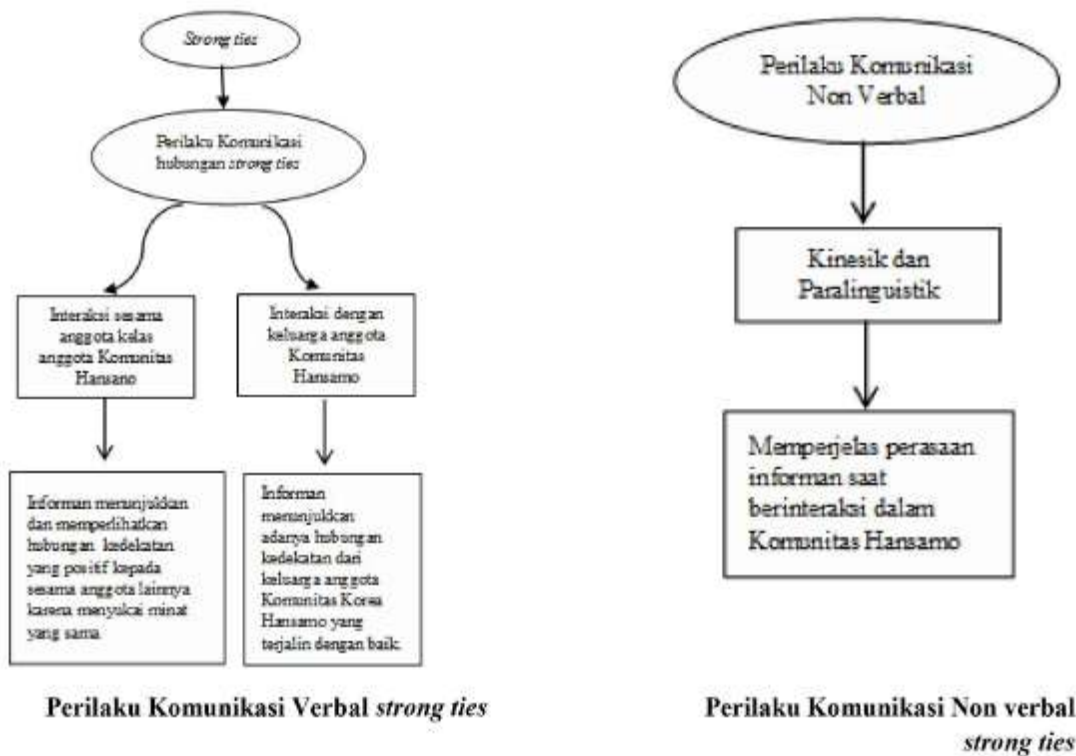


Sumber: Olahan data penulis

Hubungan yang ditemukan saat menjalin komunikasi dan hubungan terbentuk dari anggota komunitas dan keluarga anggota komunitas adalah hubungan *strong ties*. Sedangkan *weak ties* ditemukan pada hubungan relasi kerja, teman lama, Korean Association, dan Guru asal Korea. Hubungan *latent ties* yang ditemukan adalah hubungan dengan Kedutaan Korea, kelompok forum dan teman adik. Modal sosial dalam aspek *bonding social capital* ditemukan dalam hubungan *strong ties*. Manfaat yang diperoleh anggota Komunitas Korea Hansamo terutama untuk mengelola kualitas hubungan, diantaranya adalah melalui dorongan emosional dan membangun komunikasi yang menghibur. Modal sosial dalam aspek *bridging social capital* ditemukan pada hubungan *weak ties* dan *latent ties*. Manfaat yang diperoleh anggota Komunitas Korea Hansamo untuk saling berbagi informasi, mendukung pekerjaan, dan memperbaiki kualitas komunikasi.

Perilaku Komunikasi Verbal dan Non Verbal dalam membentuk modal sosial

Perilaku komunikasi verbal dan nonverbal yang akan dipaparkan melalui hubungan *strong ties*, *weak ties* dan *latent ties*. Komunikasi nonverbal yang terjadi hanya pada hubungan *strong ties* dimana adanya hubungan emosional yang terjalin, seperti pemaparan berikut ini :



Sumber : Olahan Data Penulis

Pada hubungan *strong ties* yaitu Informan menunjukkan dan memperlihatkan hubungan kedekatan yang positif kepada sesama anggota lainnya karena menyukai minat yang sama dan Informan menunjukkan adanya hubungan kedekatan dari keluarga anggota Komunitas Korea Hansamo yang terjalin dengan baik. Perilaku komunikasi non verbal informan terbagi menjadi dua bagian yaitu kinesik (gerak tubuh), dan paralinguistik (suara). Pada bagian kinesik terdapat dua komponen yang dilakukan informan. Pertama pesan fasial, terdapat komunikasi nonverbal yang ditunjukkan informan yaitu wajah malu, wajah tersenyum, dan wajah sedih untuk menunjukkan dan memperjelas pesan verbal. Kedua gestural, terdapat gerakan nonverbal yang muncul yaitu gerakan seperti bentuk cinta ala Korea dan gerakan mengkepalkan tangan keatas seperti menyemangati. Pada bagian paralinguistik atau suara, Secara situasional terdapat dua jenis perbedaan suara yang diucapkan oleh informan, yaitu: **Senang**. Ketika sedang senang, intonasi suara dan volume suara yang dikeluarkan oleh informan menjadi lebih besar. Kemudian kecepatan dari suara yang dikeluarkan informan ketika sedang antusias juga berbeda saat menceritakan pengalamannya. **Sedih**. Ketika sedang sedih, intonasi dan volume suara menjadi mengecil karena sedang menceritakan pengalaman sedihnya, kemudian kecepatan suaranya pun berkurang karena menjadi

terbata-bata. Dalam hal ini komunikasi non verbal yang terbentuk adalah dalam hubungan *strong ties* karena adanya aspek emotional dan kedekatan didalamnya sehingga timbul komunikasi non verbal tersebut.

Selanjutnya ada hubungan *weak ties* yang terbentuk dalam komunitas korea hansamo yaitu komunikasi verbal yang dimana hubungan *weak ties* merupakan bentuk hubungan dimana aspek emotional tidak hadir dalam hubungan tersebut. Perilaku komunikasi akan dijabarkan sebagai berikut :



Perilaku Komunikasi Verbal *weak ties*

Sumber : Olahan Data Penulis

Sedangkan pada hubungan *weak ties* memberikan akses informasi dan jaringan, berinteraksi dengan mengajak bergabung kedalam komunitas, berinteraksi dengan orang Korea, menunjukkan rasa senangnya saat diajar guru dari Korea. Selanjutnya terdapat hubungan *latent ties* merupakan kondisi dimana hubungan secara jaringan mungkin dilakukan, tetapi secara sosial belum diaktifkan. Berikut hubungan *latent ties* yang ada di dalam Komunitas Korea Hansamo berdasarkan pengalaman para informan.



Perilaku Komunikasi *latent ties*

Sumber : Olahan Data Penulis

Dalam hubungan *latent ties* komunikasi verbal seperti berbagi Informasi secara tidak langsung, promosi Komunitas Korea Hansamo, serta berinteraksi dengan sapaan.

Pembentukan modal sosial

Pembentukan modal sosial pada *bonding social capital* ditemukan pada pengelolaan kualitas hubungan yang dijalin oleh Komunitas Korea Hansamo yang secara terus-menerus dan kualitas hubungan didalamnya semakin membaik bahkan dalam pemaparan seluruh Informan, komunitas ini sebagai keluarga kedua. Sedangkan pembentukan modal sosial pada *bridging social capital* ditemukan terutama pada tingkat kelompok Komunitas Korea Hansamo dimana beberapa Informan mengalami pembentukan modal sosial sering membaiknya proses komunikasi yang mereka lakukan.

E. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan fenomena perilaku komunikasi Komunitas Koea Hansamo dalam pembentukan Modal Sosial melalui wawancara mendalam, observasi, dan analisis Perilaku Komunikasi dalam Modal Sosial, dapat dikemukakan simpulan sebagai berikut.

1. Alasan keikutsertaan para informan dalam Komunitas Korea Hansamo tidak terlepas dari motif yang mereka miliki. Dalam penelitian ini terbagi dalam dua motif yaitu :

Because Motive : motif rasa ingin tahu, motif memperoleh pengalaman baru, dan motif dorongan teman menjadi motif utama para Informan dalam penelitian ketika mengawali keikutsertaan dalam Komunitas Korea Hansamo

In Order to Motive : menjalin hubungan dalam jangka panjang, memenuhi kebutuhan untuk memperoleh kebahagiaan atau hiburan dan memperoleh pengalaman baru.

2. Hubungan yang ditemukan saat menjalin komunikasi dan hubungan terbentuk dari anggota komunitas dan keluarga anggota komunitas adalah hubungan *strong ties*. Sedangkan *weak ties* ditemukan pada hubungan relasi kerja, teman lama, Korean

Association, dan Guru asal Korea. Hubungan *latent ties* yang ditemukan adalah hubungan dengan Kedutaan Korea, kelompok forum dan teman adik.

Modal sosial dalam aspek *bonding social capital* ditemukan dalam hubungan *strong ties*. Manfaat yang diperoleh anggota Komunitas Korea Hansamo terutama untuk mengelola kualitas hubungan, diantaranya adalah melalui dorongan emosional dan membangun komunikasi yang menghibur. Modal sosial dalam aspek *bridging social capital* ditemukan pada hubungan *weak ties dan latent ties*. Manfaat yang diperoleh anggota Komunitas Korea Hansamo untuk saling berbagi informasi, mendukung pekerjaan, dan memperbaiki kualitas komunikasi.

3. Perilaku komunikasi verbal informan terdapat pada hubungan *strong ties, weak ties dan latent ties*. Pada hubungan *strong ties* yaitu Informan menunjukkan dan memperlihatkan hubungan kedekatan yang positif kepada sesama anggota lainnya

karena menyukai minat yang sama dan Informan menunjukkan adanya hubungan kedekatan dari keluarga anggota Komunitas Korea Hansamo yang terjalin dengan baik. Sedangkan pada hubungan *weak ties* memberikan akses informasi dan jaringan, berinteraksi dengan mengajak bergabung kedalam komunitas, berinteraksi dengan orang Korea, menunjukkan rasa senangnya saat diajar guru dari Korea. Dan dalam hubungan *latent ties* komunikasi verbal seperti berbagi Informasi secara tidak langsung, promosi Komunitas Korea Hansamo, serta berinteraksi dengan sapaan.

Perilaku komunikasi non verbal informan terbagi menjadi dua bagian yaitu kinesik (gerak tubuh), dan paralinguistik (suara). Pada bagian kinesik terdapat dua komponen yang dilakukan informan. Pertama pesan fasial, terdapat komunikasi nonverbal yang ditunjukkan informan yaitu wajah malu, wajah tersenyum, dan wajah sedih untuk menunjukkan dan memperjelas pesan verbal. Kedua gestural, terdapat gerakan nonverbal yang muncul yaitu gerakan seperti bentuk cinta ala Korea dan gerakan mengepalkan tangan keatas seperti menyemangati Pada bagian paralinguistik atau suara, Secara situasional terdapat dua jenis perbedaan suara yang diucapkan oleh informan, yaitu:

Senang. Ketika sedang senang, intonasi suara dan volume suara yang dikeluarkan oleh informan menjadi lebih besar. Kemudian kecepatan dari suara yang dikeluarkan informan ketika sedang antusias juga berbeda saat menceritakan pengalamannya.

Sedih. Ketika sedang sedih, intonasi dan volume suara menjadi mengecil karena sedang menceritakan pengalaman sedihnya, kemudian kecepatan suaranya pun berkurang karena menjadi terbata-bata.

Dalam hal ini komunikasi non verbal yang terbentuk adalah dalam hubungan *strong ties* karena adanya

aspek emotional dan kedekatan didalamnya sehingga timbul komunikasi non verbal tersebut.

4. Pembentukan modal sosial pada *bonding social capital* ditemukan pada pengelolaan kualitas hubungan yang dijalin oleh Komunitas Korea Hansamo yang secara terus-menerus dan kualitas hubungan didalamnya semakin membaik bahkan dalam pemaparan seluruh Informan, komunitas ini sebagai keluarga kedua. Sedangkan pembentukan modal sosial pada *bridging social capital* ditemukan terutama pada tingkat kelompok Komunitas Korea Hansamo dimana beberapa Informan mengalami pembentukan modal sosial sering membaiknya proses komunikasi yang mereka lakukan.

Daftar Pustaka

Sumber Buku :

- Bungin, Burhan. (2008). *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Bungin, Burhan. (2010). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Daryanto, dan Rahardjo, Mulyo. (2015). *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Gava Media.
- Devito, Joseph A. (1997). *Komunikasi Antar Manusia*. Jakarta: Professional Books.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi*. Jakarta: Kencana Prenada.
- Field, John. (2010). *Modal Sosial*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Kuswarno, E. (2013). *Metode Penelitian Komunikasi Fenomenologi*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Moleong, L.J. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2011). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Notoatmodjo, S. (2003). *Pendidikan Kesehatan dan Ilmu Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nurudin. (2016). *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rakhmat, Jalaluddin. (1986). *Teori-Teori Komunikasi*. Bandung: Remaja Karya.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2011). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suranto, A. (2011). *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sumber Lain :

1. Skripsi

- Syahriar, Mohamad. (2011). *Perilaku Komunikasi Pengguna Situs Jejaring Sosial dalam Pembentukan dan Pengembangan Modal Sosial*. Bandung. Universitas Padjajaran.
- Wibowo, Yoga Mukti. (2012). *Modal Sosial pada Komunitas Motor di Yogyakarta (Studi pada Jogja Automotive Community Yogyakarta)*. Yogyakarta, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Merthias, Andi. (2011). *Perilaku Komunikasi Anggota Komunitas Airsofter Bandung (Studi Fenomenologi tentang Perilaku Komunikasi Anggota Komunitas Airsofter Bandung Dalam kegiatan Skirmish)*. Bandung. Universitas Komputer Indonesia.
- Sasongko, Bonifasius Wisnu. (2015). *Perilaku Komunikasi Komunitas Info Vespa Bandung di Kota Bandung (Studi Fenomenologi mengenai Perilaku Komunikasi Komunitas Info Vespa Bandung dalam Penggunaan Culture Mod Sebagai Gaya Hidup)*. Bandung. Universitas Komputer Indonesia.

2. Jurnal Nasional

- Lendesang, Yager. (2014). *Analisis Modal Sosial Pada Komunitas Anak Jalanan di Pasar Pagi Kota Samarinda Klimantan Timur*. Samarinda. Universitas Mulawarman.
- Rahman, Gumilang Indra. (2011). *Perilaku Komunikasi Komunitas Skinhead Warriors Jakarta (Studi Kasus Mengenai Perilaku Komunikasi Komunitas Skinhead Warriors Jakarta Melalui Acara Jakarta Mods Mayday Dalam Meningkatkan Solidaritas Anggotanya)*. Bandung. Universitas Komputer Indonesia.
- Firdausi, Jannatul. (2013). *Peranan Modal Sosial Pada Perilaku Berbagi Informasi di dalam Forum Sport: Futsal Kaskus Regional Surabaya*. Surabaya. Universitas Airlangga.

Nopianti, Heni, dan Elvina, Nia. (2011). *Modal Sosial pada Komunitas Nelayan di Pulau Baai*. Bandung. Universitas Bengkulu.

3. Jurnal Internasional

Isto Huvila, Kim Holmberg, Stefan Ek, and Gunilla Widen-Wulff. (2009). *Social Capital In Second Life*. Turku, Finland. Åbo Akademi University.

Sakaria J. Anwar, Lala M. Kolopaking, Rilus A. Kinseng, and Aida Vitayala. (2014). *The Impact of State Intervention on Social Capital of Fisher Community in Small Islands*.

Joe Phua, Seunga Venus Jin, and Jihoon Jay Kim. (2017). *Uses and gratifications of social networking sites for bridging and bonding social capital: A comparison of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat*. Seoul, Korea. University of Georgia.

Cole B. Ellison, Charles Steinfield, and Cliff Lampe. (2007). *The Benefits of Facebook "Friends": Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites*. Michigan, USA. Michigan State University.

Sumber Internet :

Korean Culture and Information Service (KOCIS). (2011). *Korean Culture No.2 K-POP A New Force In Pop Music: Ministry of Culture, Sports, and Tourism*.

Tersedia :

<http://www.kocis.go.kr/eng/main.do#a>

Facebook. (2016). *Hansamo (Bandung Korea Community)*. 01 November 2017 pukul 13.05

Tersedia :

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10208512238592459&set=g.42087908615&type=1&theater&ifg=1>

Ayobandung. (2017). *Mengenal Hansamo, Komunitas Pecinta Budaya Korea Terbesar di Bandung*. 01 November 2017 pukul 18.30

Tersedia :

<http://ayobandung.com/read/20170109/60/14924/mengenal-hansamo-komunitas-pecinta-budaya-korea-terbesar-di-bandung>

Kompasiana. (2017). *Agresi Budaya Korea Melalui K-Pop di Indonesia*. 29 Desember 2017 pukul 00.22

Tersedia :

https://www.kompasiana.com/ajenkoya/agresi-budaya-korea-melalui-k-pop-di%20indonesia_54f90928a33311b9188b4bcf