

FENOMENA BILINGUALISME (INDONESIA-KOREA) DALAM DINAMIKA SOSIAL GEN Z DI SURABAYA

Diah Putri Anggraini

UIN Sunan Ampel Surabaya

diahputri1607@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini mengkaji fenomena bilingualisme Indonesia-Korea di kalangan Generasi Z, khususnya dalam interaksi sosial mereka. Permasalahan yang dibahas mencakup bagaimana Generasi Z mempelajari dan menggunakan bilingualisme serta motivasi di balik penggunaannya. Meskipun banyak penelitian telah menyoroti bilingualisme dan pengaruh budaya populer, masih terdapat gap dalam memahami bagaimana Generasi Z di Surabaya Timur mengadopsi bahasa Korea dalam komunikasi sosial mereka. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, serta mengacu pada teori media baru Lev Manovich dan teori interaksionisme simbolik Herbert Blumer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fenomena bilingualisme ini dipengaruhi oleh Hallyu, di mana Generasi Z memanfaatkan fitur dalam media baru untuk belajar bahasa Korea. Selain itu, mereka menggunakan bilingualisme berdasarkan makna emosional, identitas, dan citra diri. Temuan ini menunjukkan bahwa media baru dan interaksi sosial berperan penting dalam membentuk pola penggunaan bahasa di kalangan Generasi Z dalam konteks globalisasi budaya.

Kata Kunci: Bilingualisme, Hallyu, Interaksi Sosial, Gen Z Surabaya

Abstract

This study examines the phenomenon of Indonesian-Korean bilingualism among Generation Z, particularly in their social interactions. The research explores how Generation Z learns and uses bilingualism and their motivations behind it. While many studies have highlighted bilingualism and the influence of popular culture, there remains a gap in understanding how Generation Z in East Surabaya adopts the Korean language in their social communication. This study employs a qualitative research method with a phenomenological approach, drawing on Lev Manovich's new media theory and Herbert Blumer's symbolic interactionism theory. The findings reveal that this bilingualism phenomenon is driven by Hallyu, with Generation Z utilizing features in new media to learn the Korean language. Additionally, they use bilingualism based on emotional meaning, identity, and self-image. These findings indicate that new media and social interactions play a crucial role in shaping language use patterns among Generation Z within the context of cultural globalization.

Keywords: Bilingualism, Hallyu, Social Interaction, Generation Z

A. Pendahuluan

Article History: Received 23 Agustus 2024, Revised 05 September 2024,
Accepted 05 November 2024, Available online 28 November 2024

Copyright: © 2024, Diah Putri Anggraini.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Di era digitalisasi yang semakin pesat mengakibatkan interaksi antar budaya semakin mudah terjadi. Dimana informasi dan budaya sangat mudah tersebar melalui teknologi yang semakin canggih seperti media sosial maupun internet, sehingga membuat individu dapat mengakses budaya asing dengan mudah. Saat ini fenomena bilingualisme menjadi suatu hal yang penting dalam interaksi sosial masyarakat, bilingualisme menjadi kemampuan individu untuk menggunakan dua bahasa maupun lebih dalam berkomunikasi.¹ Penggunaan bilingualisme juga dapat digunakan untuk mengekspresikan keinginan individu agar terhubung dengan dunia yang lebih luas. Generasi Z Indonesia saat ini identik dengan K-Pop, drama, dan konten digital Korea Selatan, hal ini mengubah cara mereka berinteraksi satu sama lain karena bahasa Korea sekarang menjadi salah satu alat komunikasi yang populer.

Sifat fanatisme pada penggemar K-Pop maupun K-Drama berdampak pada kehidupan sehari-hari, sebab kepribadian seseorang berkembang melalui observasi terhadap perilaku orang lain terutama pada orang yang memiliki nilai yang lebih tinggi dari orang lainnya. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh IDN Times pada tahun 2019, K-Pop tersebar di seluruh provinsi Indonesia dimana penggemar paling banyak diduduki oleh provinsi Jawa Timur dengan jumlah mencapai 32,1%. Bahkan kebanyakan penggemar K-Pop masih berstatus sebagai pelajar dengan total mencapai 66,1%, dengan rentang usia paling banyak pada usia 20-25 tahun dengan total mencapai 40,7%.² Dari data survei yang di peroleh maka dapat disimpulkan bahwa generasi Z menjadi generasi yang paling banyak mengidolakan K-Pop, hal ini disebabkan oleh generasi Z yang dikenal dengan generasi yang aktif dalam bersosial media.

Makna dari kata Bilingualisme adalah kebiasaan atau perilaku individu untuk menggunakan dua bahasa bahkan lebih dalam kehidupan sehari-harinya. Kemampuan penggunaan dua bahasa maupun lebih ini bisa bervariasi, mulai dari penggunaan bahasa yang sama-sama lancar maupun hanya salah satu

¹Niswatin Nurul Hidayati, "Bilingualisme Dan Multilingualisme: Pro Dan Kontra Pada Perkembangan Bahasa Dan Kognitif Anak," *AL HIKMAH Jurnal Studi Keislaman* 10, no. 1 (2020): 91–104,

<http://ejournal.kopertais4.or.id/pantura/index.php/alhikmah/article/view/3492>.

² "IDN Times." Perubahan terakhir 26 Februari 2019,

<https://www.idntimes.com/hype/entertainment/amp/danti/jadi-gaya-hidup-benarkah-fans-kpop-kaya-raya-atau-cuma-modal-kuota>.

penggunaan bahasa yang lebih dominan.³ Dinamika sosial merupakan perubahan sosial yang terjadi akibat adanya proses individu atau kelompok saling berkomunikasi dan bertukar informasi. Interaksi dalam hal ini dapat berlangsung berbagai bentuk, dari percakapan yang santai hingga percakapan yang formal.⁴ Sedangkan Gen Z ialah generasi yang lahir antara tahun 1997 – 2012. Generasi ini tumbuh pada zaman media, mulai dari ponsel sampai dengan internet dan semua isinya.⁵ Generasi ini hidup pada masa digital. Untuk itu, generasi ini disebut generasi native digital. Kehidupan dalam generasi ini begitu canggih dan modern. Oleh karena itu, generasi ini tidak pernah merasakan hidup tanpa teknologi digital.

Menurut penelitian dari (Putri Yulianti, 2022) menjelaskan adanya perilaku komunikasi terbuka dan komunikasi tertutup. Dimana komunikasi terbuka muncul dikarenakan proses mencari berita dan aktivitas yang berkaitan dengan idolanya melalui jejaring Internet, dan menganggap idolanya sebagai bentuk panutan, sedangkan perilaku terbuka muncul karena adanya reaksi setelah kegiatan berinteraksi dengan sesama penggemar, meniru gaya berpakaian seperti idol Korea, menggunakan skincare ataupun make up dari Korea, dan lain-lain.⁶ Terdapat temuan yang mengatakan bahwa seorang idol adalah panutan bagi penggemarnya.

Budaya korea muncul di tengah-tengah kehidupan masyarakat dengan pengemasan yang menarik dan budaya korea masuk ke dalam kehidupan masyarakat dan tersebar luas di Indonesia melalui berbagai media. Persebaran budaya populer yang cepat berpengaruh pada identitas lokal generasi z, dimana mereka mengadopsi cara berpikir, berkomunikasi, bahkan cara berpakaian.⁷ Begitupun kehadiran K-Pop, K-Drama, anime, dan lain-lain memberi pengaruh dalam hal interaksi gen z, dimana banyak bahasa yang di adopsi oleh gen z dari

³Moh. Syamsul Ma'arif and Nurul Lailia, "Analisis Sociolinguistik Bilingualisme Dalam Film Layla Majnun Karya Monty Tiwa," *Jurnal PENEROKA* 2, no. 2 (2022): 214–33, <https://doi.org/10.30739/peneroka.v2i2.1567>.

⁴Yonathan Yoel Mulyadi and Franky Liauw, "Wadah Interaksi Sosial," *Jurnal Sains, Teknologi, Urban, Perancangan, Arsitektur (Stupa)* 2, no. 1 (2020): 37, <https://doi.org/10.24912/stupa.v2i1.6776>.

⁵Unga Utari, *Z Generation Yang Berjiwa Sosial*, 2021.

⁶Putri Yulianti, "Komunikasi Mahasiswa Penggemar K-Pop Di Universitas Islam Negeri KH. Achmad Siddiq Jember Skripsi Oleh: Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Fakultas Dakwah Oktober 2022, 2022.

⁷Neihur Fronika Solin, "Perubahan Budaya: Dampak Westernisasi Melalui Media Sosial Pada Anak Muda," *Jurnal Insan Pendidikan Dan Sosial Humaniora* 2, no. 1 (2024): 123–30, <https://doi.org/10.59581/jipsoshum-widyakarya.v2i1.2256>.

hasil menonton K-Pop maupun K-Drama sehingga masuk ke dalam bahasa sehari-hari mereka, misalnya penggunaan istilah “saranghaeyo” yang mengungkapkan cinta menjadi umum di kalangan gen Z.

Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori media baru Lev Manovich dan teori interaksionisme simbolik Hebert Blumer. Dalam teori media baru, Manovich menjelaskan bahwa media baru memungkinkan kemudahan akses budaya dan informasi dari luar sehingga menciptakan fenomena globalisasi yang kuat,⁸ dengan hal tersebut dapat mengeksplorasi bagaimana dampak globalisasi yang mudah di akses khususnya pada konteks perkembangan bahasa. Selanjutnya teori interaksionisme simbolik yang menekankan pentingnya interaksi sosial dan pemaknaan simbol sebagai komponen penting dalam pembentukan identitas individu,⁹ dengan hal tersebut dapat melihat bagaimana Gen Z menciptakan makna baru dengan menggunakan berbagai bahasa dalam interaksi sosialnya dan interaksi tersebut tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menciptakan identitas sosial dan budaya baru yang di pengaruhi oleh budaya populer seperti *Korean Wave*.

Dari latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka dapat diketahui bahwa budaya populer Korea telah mempengaruhi kemampuan generasi Z untuk menjadi bilingual dan berkomunikasi dengan kedua bahasa dalam interaksi sehari-hari serta adanya kemajuan teknologi di era digital yang mempengaruhi proses ini. Adapun penelitian ini berfokus pada dua hal, yaitu mengenai Bagaimana Penggunaan Bilingualisme (Indonesia-Korea) dalam Interaksi Sosial pada Gen Z di Surabaya, dan Apa yang melatarbelakangi penggunaan bilingualisme (Indonesia-Korea) dalam interaksi sosial pada Gen Z di Surabaya. Dengan memahami dinamika ini, kita dapat lebih memahami bagaimana hubungan antara bahasa, budaya, dan interaksi sosial dengan generasi muda saat ini. Sehingga penelitian ini akan memberikan manfaat secara teoritis dan praktis.

B. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, dalam penelitian ini penulis akan mengumpulkan data dan menggambarkan tentang Fenomena Bilingualisme (Indonesia-Korea) dalam Dinamika Sosial Gen Z di

⁸Jing Peng et al., “Network Overlap and Content Sharing on Social Media Platforms,” *Journal of Marketing Research* 55, no. 4 (2018): 571–85, <https://doi.org/10.1509/jmr.14.0643>.

⁹Dadi Ahmadi, “Interaksi Simbolik,” *Jurnal Mediator* 9, no. 2 (2008): 301–16.

Surabaya. Sedangkan pendekatan yang digunakan ialah pendekatan Fenomenologi, menurut Kant dalam pandangannya bahwa fenomena yang terlihat dalam kesadaran itu lah yang dinamakan fenomena yang diketahui oleh manusia.¹⁰ Dengan menggunakan pendekatan fenomenologi, tujuan peneliti adalah untuk memahami makna pengalaman seseorang dengan menempatkan diri peneliti untuk merasakan dan berada dalam kondisi yang sama dengan informan. Diharapkan dengan pendekatan ini, penulis mendeskripsikan secara jelas dan akurat. Terutama pada berbagai hal yang berkaitan dengan Bilingualisme (Indonesia-Korea) pada Dinamika Sosial Generasi Z di Surabaya.

Sugiyono mengatakan bahwa dalam penelitian kualitatif, istilah “situasi sosial” digunakan untuk menggambarkan subjek penelitian yang diamati secara menyeluruh. Situasi sosial terdiri dari tiga komponen: tempat (place), pelaku (actor) dan aktivitas (activity) yang berfungsi secara bersama.¹¹ Adapun ketiga komponen dalam penelitian ini yaitu:

1. Tempat

Penelitian ini dilakukan di Surabaya Timur, pemilihan wilayah tersebut berdasarkan banyaknya kampus yang berada di Surabaya Timur. Hal ini berdampak pada kemudahan untuk mencari responden yang sesuai dengan tema penelitian, karena mahasiswa termasuk generasi Z dimana mereka lebih terbuka dan aware terhadap budaya populer seperti *Korean Wafe*. Hal ini juga didukung oleh hasil survei IDN Times yang telah di jelaskan di atas bahwa penggemar terbanyak K-Pop masih berstatus sebagai pelajar, maka dari itu peneliti memilih mahasiswa untuk menjadi responden.¹²

2. Pelaku/Aktor

Peneliti menggunakan teknik purposive sampling untuk mengumpulkan pecahan informasi untuk membuat rangkaian data yang akurat. Ini adalah teknik pengambilan data secara non-acak, yang berarti peneliti telah

¹⁰Muhsin Hariyanto, “Fenomenologi Transendental,” *Fenomenologi Transendental Edmund Husserl*, no. 1906 (2014): 3.

¹¹Renaldi, “Analisis Kemampuan Structure Sense Peserta Didik Pada Materi Aljabar Ditinjau Dari SelfConcept” (Universitas Siliwangi, 2022).

¹²“IDN Times.” Perubahan terakhir 26 Februari 2019, <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/amp/danti/jadi-gaya-hidup-benarkah-fans-kpop-kaya-raya-atau-cuma-modal-kuota>.

menetapkan kriteria dan karakteristik yang berkaitan dengan bagaimana informan yang dijadikan sebagai subyek penelitian, peneliti memilih informan yang memiliki pengalaman dan pengetahuan yang relevan dengan tema penelitian ini.

Alasan pemilihan subyek penelitian karena peneliti sudah memiliki karakteristik narasumber yang dipilih, yaitu

- a. Mahasiswa yang berkuliah di daerah Surabaya Timur
- b. Berusia 18-25 tahun
- c. Penggemar *Korean Wave*
- d. Pengguna bilingualisme (Indonesia-Korea)

3. Aktivitas

Seperti yang dinyatakan oleh Sriyono, aktivitas mencakup segala kegiatan yang dilakukan baik secara fisik maupun rohani. Adapun aktivitas kalangan Gen Z yang ada di Surabaya bagian timur tergolong kalangan yang erat dengan teknologi dan cepat mengikuti sesuatu yang sedang tren, terlebih pada lokasi tersebut terdapat beberapa instansi pendidikan, sehingga keinginan para Gen Z untuk terpapar pengaruh budaya global sangat tinggi. Seperti yang dapat diketahui bahwa Gen Z merupakan generasi yang dalam kehidupannya begitu canggih dan modern. Oleh karena itu, generasi ini tidak pernah merasakan hidup tanpa teknologi digital. Sehingga dengan adanya kemajuan teknologi, akan ada kemudahan yang didapatkan oleh Gen Z dalam mengakses budaya luar seperti budaya Korea yang saat ini menjadi budaya yang populer. Dengan masuknya budaya Korea tersebut, pasti ada pengaruh yang diperoleh oleh penggemarnya, seperti penggunaan bahasa, cara berpakaian, dan makanannya.

Terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan dalam metode penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

a. Observasi

Dalam observasi, peneliti melihat objek atau subjek penelitian secara langsung, dimana peneliti terjun secara langsung ke lapangan untuk melihat perilaku, kebiasaan, dan adat istiadat dari subjek dan objek penelitian serta latar belakangnya. Observasi tidak hanya melakukan pengamatan di lapangan saja, namun peneliti harus berinteraksi secara langsung dengan informan yaitu dengan melihat bagaimana informan berkomunikasi secara real time dengan teman-temannya, serta mengamati respon lawan bicaranya. Sehingga dalam

interaksi tersebut memberikan pemahaman kepada peneliti terkait yang sesungguhnya terjadi mengenai konteks permasalahan¹³.

b. Wawancara

Selama proses wawancara, peneliti dapat mengetahui lebih banyak mengenai pengalaman informan. Jawaban yang diberikan informan dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan peneliti berfungsi sebagai data dan bukti yang kuat terkait dengan topik penelitian. Informan memberikan pengalaman, perspektif, persepsi, dan fakta-fakta yang belum diketahui oleh peneliti. Pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara secara terstruktur yakni menyiapkan terlebih dahulu pedoman wawancara sebelum proses wawancara berlangsung. Namun peneliti juga melakukan improvisasi agar data yang diperoleh semakin mendalam¹⁴.

c. Dokumentasi

Dokumentasi ialah pengumpulan bukti berupa catatan, rekaman, foto atau gambar. Pada penelitian ini, penulis mendapatkan beberapa dokumentasi pendukung penggunaan bilingualisme (Indonesia-Korea) dalam interaksi sosial Gen Z di Surabaya, yaitu berupa tangkapan layar percakapan informan dengan temannya, postingan di sosial media informan yang menggunakan bilingualisme (Indonesia-Korea). Dalam hal ini, dokumentasi dapat menjadi bukti bahwa peneliti telah melakukan penelitian secara langsung dengan terjun ke lapangan, dan data yang diperoleh peneliti benar apa adanya dengan melihat permasalahan sosial tersebut secara langsung.

Data yang telah diperoleh tersebut dianalisa menggunakan 3 teknik, yaitu:

1. Reduksi Data

Reduksi data ialah sebuah metode dalam analisis data, dimana pada tahap ini peneliti harus mengelompokkan data yang dianggap tidak relevan dengan hasil penelitian yang diperoleh dari pengumpulan informasi di lapangan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data atau informasi yang tidak relevan dihapus, sedangkan data yang signifikan disederhanakan. Langkah ini bertujuan untuk membantu peneliti dalam menarik kesimpulan dan memberikan informasi yang penting, ringkas, dan mudah di pahami oleh pembaca.

¹³ Dr.J.R. Raco, Metode Penelitian Kualitatif,(Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia,2010),

114

¹⁴Bagong Suyanto, Metode Penelitian Sosial, (Jakarta: Kencana,2007), 69

2. Penyajian Data

Pada tahap ini, peneliti menyajikan data yang telah di reduksi sebelumnya. Data ini disusun secara sistematis agar lebih mudah dipahami dan menghasilkan kesimpulan. Peneliti menggambarkan hasil observasi lapangan mengenai fenomena bilingualisme (Indonesia-Korea) yang merupakan salah satu interaksi sosial yang saat ini banyak digunakan oleh generasi Z.

3. Verifikasi Data

Tahap terakhir yang dilakukan oleh peneliti ialah verifikasi data. Pada tahap ini, peneliti akan menarik kesimpulan dari data lapangan. Peneliti memahami masalah sosial yang diteliti. Pemahaman ini dianalisis, diinterpretasikan, dan dijadikan landasan untuk merumuskan kesimpulan, Kesimpulan awal peneliti harus disertai dengan sumber bukti yang terpercaya, akurat, dan jelas.

Selanjutnya ialah keabsahan data, dalam memeriksa keabsahan data peneliti harus melakukan beberapa tahapan sebelum menyatakan bahwa data yang dikumpulkan adalah valid, benar, dan sesuai dengan fakta. Ini juga merupakan bentuk tanggung jawab peneliti dalam kepercayaan terhadap data yang diperoleh¹⁵. Peneliti menggunakan metode triangulasi sumber data, dimana informan yang dipilih harus memiliki pengalaman terkait dengan fenomena penggunaan bilingualisme (Indonesia-Korea). Peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber data ini untuk membandingkan hasil dari observasi dan wawancara masing-masing informan. Selain itu penggunaan keabsahan data ini dilakukan untuk memastikan bahwa penelitian yang dilakukan dapat bermanfaat bagi masyarakat secara umum dan ilmu pengetahuan secara khusus.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Gambaran Aspek Sosio-Kultural Surabaya Timur

Surabaya Timur merupakan salah satu wilayah di Kota Surabaya, wilayah ini mencakup tujuh kecamatan yaitu Kecamatan Tambaksari, Kecamatan Gubeng, Kecamatan Rungkut, Kecamatan Tenggilis Menjoyo, Kecamatan Gunung Anyar, Kecamatan Sukolilo, dan Kecamatan Mulyorejo. Kultur bahasa di Surabaya sendiri pun memiliki karakteristik yang menjadi ciri khas kota ini, bahasa yang biasa digunakan oleh masyarakat kota Surabaya ialah bahasa Jawa dengan dialek Suroboyoan. Bahasa Suroboyoan ini memiliki ciri khas yang tegas, lugas, dan terkesan blak-blak an, bahasa ini mencerminkan

¹⁵Lexy J Meleong, *Metologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1989), 343.

sifat masyarakat kota Surabaya yang berani, terbuka, dan apa adanya. Dalam kesehariannya dialek Suroboyoan ini sering digunakan pada situasi non formal maupun formal, khususnya dikalangan orang tua maupun mereka yang ingin mempertahankan budaya ini.

Pesatnya perkembangan zaman dan masuknya budaya asing secara bertahap mempengaruhi kultur bahasa Suroboyoan ini. Implementasi bilingualisme di Surabaya sebenarnya sudah terjadi pada kalangan Tionghoa yang menetap di Kota Surabaya. Masyarakat Tionghoa ini sering menggunakan campuran bahasa cina dan dialek bahasa Suroboyoan ketika berinteraksi, contohnya seperti “ciamik soro” yang artinya “sangat bagus”. Praktik tersebut menggambarkan bahwa bilingualisme sudah lama terjadi di Kota Surabaya. Saat ini, dengan pengaruh budaya pop internasional terutama budaya korea yang masuk di kalangan anak muda, menjadikan bilingualisme yang terjadi di Kota Surabaya berkembang lebih luas lagi.

Generasi muda yang terpapar dengan budaya Korea seringkali menggunakan campuran bahasa Korea, Jawa Suroboyan, dan Bahasa Indonesia ketika berinteraksi. Perubahan ini sangat terlihat pada generasi Z dimana mereka merupakan generasi yang lebih adaptif terhadap perkembangan zaman dan sering mengikuti tren global. Fenomena ini terjadi karena adanya pengaruh budaya korea yang mulai menguasai generasi muda yang merupakan penggemar dari K-Pop maupun K-Drama.

2. Fenomena Bilingualisme (Indonesia-Korea) pada Interaksi Sosial Gen Z di Era Digital

Globalisasi telah membawa banyak perubahan pada kehidupan saat ini, peningkatan konektivitas seperti internet memungkinkan kita lebih mudah terhubung dengan negara lain¹⁶. Dengan kemajuan tersebut tentu dapat memperluas akses ke budaya global, yang di akses melalui media sosial, platform digital, dan aplikasi konten lainnya. Seperti budaya trend yang saat ini menguasai belahan dunia manapun termasuk di Indonesia yaitu budaya korea (*Korean Wafe*), banyak generasi saat ini yang menjadi penggemar budaya korea seperti penggemar K-Pop maupun K-Drama. Hal ini membuktikan bahwa globalisasi membawa kemudahan kepada kita untuk mengakses budaya luar.

¹⁶Donny Ernawam, “Pengaruh Globalisasi Terhadap Eksistensi Kebudayaan Daerah Di Indonesia,” *Jurnal Kajian Lemhannas RI* 32, no. 1 (2017): 1–54.

Namun, generasi Z tidak hanya sekedar menjadi penggemar K-Pop maupun K-Drama saja, banyak dari mereka yang aktif menirukan gaya bahkan bahasa budaya korea pada kehidupan sehari-harinya, seperti penggunaan kosa kata bahasa korea pada interaksinya. Hal ini di pengaruhi oleh budaya korea yang kini dengan mudah diakses melalui media sosial seperti *Instagram, Tik-Tok, Twitter, dan lainnya*, bahkan juga melalui platform streaming yang saat ini sangat canggih seperti *Viu, Netflix, WeTv, Iflix, dan lain sebagainya*. Dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat seperti saat ini, membuat Gen Z dengan mudah belajar bahasa korea¹⁷.

Surabaya Timur menjadi wilayah yang memiliki banyak kampus, dimana hal ini mendukung data bahwa penggemar K-pop terbanyak terdapat di daerah Jawa Timur, dan kebanyakan masih berstatus sebagai pelajar dari umur 19-25 tahun yang merupakan bagian dari Gen Z, sehingga mereka rata-rata duduk di bangku kuliah¹⁸. Sebagai generasi yang tumbuh dalam era digital, Gen Z memanfaatkan media sosial dan platform streaming sebagai alat untuk mempelajari bahasa korea. Seperti yang dikatakan oleh para informan, menurut para informan ketika ditanya dari mana mereka mempelajari bahasa korea, jawaban mereka pun beragam yaitu dengan menonton drama korea, mendengarkan lagu-lagu K-Pop, melalui video-video mengenai budaya korea yang terdapat di Reels Instagram maupun FYP Tik-Tok. Hal ini sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Dianita, salah satu informan. Salah satu informan yang sedang berkuliah duduk di bangku kuliah di Universitas Surabaya dengan usia 22 tahun, Dianita mengungkapkan bahwa:

“Aku mulai suka sama budaya korea itu berawal dari nonton drakor (drama korea) kalau gak salah 2015 sih waktu ada drakor di RCTI, terus seiringnya waktu aku jadi sering nyari-nyari drakor di mana ya dulu lupa, terus aku beralih ke netflix sih. Temenku SMP juga suka banget sama drakor terus sering ngomong pakai bahasa korea juga meskipun cuma beberapa kosa kata aja sih, terus aku jadi ikut-ikutan dan jadi tahu beberapa kosa kata. Terus selain itu, aku juga dari konten-konten yang sliwerandi Tik-Tok, entah itu musik

¹⁷Muhammad Yunus Ahmad et al., “Fenomena Korean Wave Pada Kehidupan Mahasiswa Di Kota Banda Aceh,” *Jurnal Adabiya* 26, no. 1 (2024): 110, <https://doi.org/10.22373/adabiya.v26i1.21626>.

¹⁸“IDN Times.” Perubahan terakhir 26 Februari 2019, <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/amp/danti/jadi-gaya-hidup-benarkah-fans-kpop-kaya-raya-atau-cuma-modal-kuota>.

ataupun cuplikan-cuplikan video idol sih. Kalau udah muncul idol korea lagi ngomong gitu aku selalu nyalain subtitle nya, kan di Tik-tok ada tuh fiturnya, itu bantu banget sih, jadi banyak kosa kata yang aku dapatkan dari situ juga.”

Munculnya budaya korea melalui Drama Korea yang pertama kali di tayangkan di TV membuat Dianita sangat antusias menontonnya, hal ini juga menjadi awal mula dianita dalam mempelajari bahasa korea. Namun dengan kemajuan teknologi, Dianita beralih menonton drakor di Platform Streaming yaitu Netflix, dan saat ini Dianita banyak mempelajari bahasa korea melalui Fyp Tik-Tok nya mengenai musik maupun cuplikan video idol korea yang diterjemahkan langsung melalui fitur di Tik-Tok. Informan lainnya juga mengatakan bahwa dia juga menggunakan bilingualisme (Indonesia-Korea) karena menjadi penggemar budaya korea, namun Deni terpengaruh dari K-Pop.

“Aku mulai tau budaya korea dari video pendek girl band korea sih yang seliwetan di Instagram waktu itu, aku suka sama lagu-lagu nya terus visualnya juga menarik, hehehe. Lagunya kayak indah gitu enak di pakai waktu santai. Terus lama-lama aku jadi kepo sama apa sih arti dari lirik ini, jadinya aku searching deh apa itu artinya. Sejak saat itu aku mulai paham beberapa kosa kata bahasa korea sih, terus selain itu aku juga sering mengikuti kegiatan girl band maupun boy band korea dari sosial media nya, mereka sering live tuh terus aku sering jadi penontonya juga. Terus karena hal itu banyak kosa kata yang aku dapatkan dari sana, alasan ku pengen belajar bahasa korea sih ya biar aku lebih terhubung aja ya sama idol ku. Aku juga sering lihat cuplikan-cuplikan kegiatan idol ku di Tik-Tok, jadi gak menutup kemungkinan aku jadi mengerti apa yang mereka ucapin.”

Proses untuk mempelajari bahasa korea memang bertahap, namun semakin sering penggemarnya terpapar dengan budaya disana, maka semakin banyak juga kosa kata bahasa korea yang di kuasai. Dari pernyataan tersebut dapat menjelaskan bahwa Gen Z mempelajari bahasa korea karena terpengaruh dari budaya korea seperti K-Pop maupun K-Drama. Saat ini, dengan berkembangnya teknologi, keberagaman budaya tidak lagi terbatas pada suatu wilayah saja. Perluasan budaya pada saat ini tidak lagi mengenal batasan-batasan jarak tertentu, karena dapat tersebar melalui media yang tersedia saat ini, seperti media sosial maupun platform streaming.¹⁹

¹⁹Herman Purba et al., “Menganalisa Perkembangan Budaya Korea Dan Pengaruhnya Di Indonesia Melalui Perspektif Teori Komunikasi: Sebuah Tinjauan Literatur,”

Dari seringnya menonton budaya korea dan mendengarkan lagu K-Pop membuat Gen Z tertarik untuk memahami bahasa korea, mulai dari kosa kata nya, frasa nya, hingga ekspresi yang sering mereka lihat lewat idol nya ataupun karakter dalam drama korea tersebut. Sehingga mereka akan mencampurkan bahasa korea ke dalam bahasa sehari-hari nya. Penggunaan bilingualisme (Indonesia-Korea) dapat memperkaya keterampilan bahasa penggemar budaya korea, terutama pada praktek pengucapan kosa kata korea.²⁰ Penggemar korea yang terpapar dengan bahasa korea menerapkan langsung di kehidupan sehari-hari nya. Seperti yang dikatakan oleh Laila, ia menggunakan bilingualisme (Indonesia-Korea) sama orang yang sama-sama suka budaya korea saja.

“Aku gunain sih sama sesama penggemar drakor sih ya, soalnya kalau orang yang gak suka sama drakor kadang tuh gak ngerti sama yang kita omongin, tapi sama kpopers juga nyambung sih. Aku sekarang di kampus kan ada temen deket tapi gak suka sama drakor ataupun k-pop ya, nah kadang aku nyelipin bahasa korea pas aku ngomong tuh dia gak ngerti, hahaha. Reaksi dia ketawa sih, dia menganggapnya aku ini lagi ngomong lucu. Terus sekarang kan banyak seliwern di medsos kosa kata korea ya kayak “saranghaeyo” nah kalau aku nyelipin bahasa korea pas lagi ngomong sama dia, jawabannya tuh gak nyambung dia jadi jawab “saranghaeyo” gituu. Jadi lucu deh hahaha. Jadinya aku sering ngomong bahasa korea tuh sama temen aku yang suka budaya korea aja sih, jadi ngrasa nyambung aja pas lagi omong-omong an.”

Dari hal tersebut dapat dilihat, bahwasanya Laila seringkali menggunakan bilingualisme (Indonesia-Korea) pada sesama penggemar budaya korea entah itu penggemar K-Drama maupun K-Pop. Laila menyampaikan jika ia menggunakan bilingualisme (Indonesia-Korea) dengan orang yang bukan penggemar korea akan di anggap berbicara lucu, bahkan respon orang itu tidak nyambung dengan apa yang disampaikan oleh Laila.

Berbeda dengan Luzi, dia menggunakan bilingualisme (Indonesia-Korea) dengan siapapun, baik itu penggemar korea maupun bukan penggemar korea. Dia merasa jika dia sudah terpapar dengan budaya korea, setiap yang dilakukan oleh idol nya selalu Luzi praktekan di real life nya.

NIVEDANA : Jurnal Komunikasi Dan Bahasa 4, no. 1 (2023): 110–23,
<https://doi.org/10.53565/nivedana.v4i1.696>.

²⁰April Mulyanas Arif et al., “Fanatisme Dan Lunturnya Nilai Kebudayaan Gen Z: Dampak Trend K-Pop,” *Seminar Nasional Paedagoria* 3 (2023): 140–49.

“Aku sering banget sih ngikutin idol aku kayak dari make up nya terus bahasa nya juga, aku juga sering lihat drakor terus sering banget tuh ada ekspresi kaget sambil bilang gini “aigoo” nah masih banyak lagi sih beberapa kosa kata korea yang sering aku gunakan di kehidupan sehari-hari ku. Aku gunain bahasa korea sih sama semua temenku ya, temenku dikit kok yang suka korea, tapi aku sering nyelipin tuh bahasa korea pas aku ngomong. Ya awal-awal mereka bingung sih, soalnya bukan penggemar korea ya, tapi lambat laun jadi ngertiin kalau ini ciri khas aku, soal nya udah melekat gitu loh di diri aku inii. Aku real life ataupun di sosmed sama aja sih, sering gunain bilingualisme Indonesia-Korea. meskipun jelasnya ada perbedaan sih ketika berinteraksi sama orang yang suka korea dengan orang yang tidak suka korea. Tapi aku gunain bilingual Indonesia-Korea selama ini enjoy-enjoy ajaa. Jadi yaudah sehari-hari ku tuh pasti ada aja aku nyelipin bahasa korea pas lagi omong-omong an sama lawan bicaraku, tapi aku tetap nyelipin artinya biar dia paham juga misalnya, “makasih kamsahamnida matur nuwun” jadi gitu deh semua bahasa aku gunakan.”

Dari data yang diperoleh di atas dapat disimpulkan, bahwa penggunaan bilingualisme (Indonesia-Korea) ini lebih sering digunakan dengan sesama penggemar korea. Sebab mereka merasa terhubung, karena paham dengan apa yang di sampaikan. Sedangkan dengan orang yang bukan penggemar korea merasa kebingungan jika di ajak berinteraksi menggunakan bilingualisme (Indonesia-Korea ini). Maka dari itu informan cenderung lebih sedikit menggunakan bahasa korea bahkan menyelipkan arti dari bahasa yang mereka lontorkan dengan orang yang bukan penggemar korea, karena tidak semua orang memahami istilah dari negara lain. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan bilingualisme (Indonesia-Korea) yang dilakukan oleh Gen Z tergantung dengan siapa mereka berinteraksi.

Seseorang yang mempelajari hal baru pasti memiliki motivasi tersendiri dalam dirinya sehingga mendorong seseorang tersebut untuk melakukannya. Motivasi sendiri ialah dorongan yang berasal dari diri seseorang bahkan dari lingkungan sekitarnya yang berkaitan dengan tujuan tertentu²¹, termasuk dalam hal ini ialah mempelajari bahasa baru yaitu bahasa korea. Motivasi sendiri memiliki 2 jenis yaitu, motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik. Motivasi intrinsik ialah motivasi yang berasal dari diri seseorang itu sendiri karena adanya kesenangan atau rasa ingin tahu yang lebih sehingga mendorong

²¹Lis Yulianti Syafrida Siregar, “Motivasi Sebagai Pengubahan Perilaku,” *Forum Paedagogik* 11, no. 2 (2020): 81–97, <https://doi.org/10.24952/paedagogik.v12i2.3156>.

seseorang tersebut untuk mempelajari sesuatu yang baru. Sedangkan motivasi ekstrinsik ialah motivasi yang berasal dari dorongan atau rangsangan luar diri seseorang, seperti adanya pengaruh dari lingkungan sekitarnya, bahkan trend budaya yang lagi hits.²²

Seperti yang disampaikan oleh informan yang turut menceritakan motivasi nya untuk menggunakan bilingualisme Indonesia-Korea pada saat berinteraksi. Fifi adalah salah satu informan yang lahir pada tahun 2002 ini bisa dikatakan sebagai generasi Z, dimana ia termasuk penggemar K-Pop dan K-Drama.

“Motivasi saya menggunakan bilingual sih karena sebagai bentuk kecintaan saya sebagai penggemar budaya korea sih. Terus sama mengasah kemampuan saya kayak seberapa persen sih saya bisa bahasa korea, gitu. Soalnya kalau semakin saya mengenal beberapa kata itu sangat berdampak pada interaksi saya sama idol saya hehehe, dulu saya pernah lihat ada salah satu K-Popers yang sampai di notice sama idol favorit nya karena dia bikin konten pakai bahasa korea. sebener e suka pakai bakor itu kek ada kebanggaan sendiri gitu loh. Kadang saya juga mikir, orang-orang awam yang emang gak suka korea tuh ngeliat saya kek gimana ya. Jujurly saya pengen di kira keren juga, kadang aja saya sombong ke keluargaku wkwk dengan gunain bakor ke mereka, padahal mereka gak ada yang suka.”

Fifi mengungkapkan bahwa salah satu motivasi dia untuk menggunakan bilingualisme Indonesia-Korea adalah untuk mengasah kemampuan berbahasa korea nya, sehingga semakin banyak kosa kata yang dipahami oleh Fifi maka semakin besar pula kesempatan dia untuk di notice oleh idol favoritnya. Dalam hal ini Fifi di pengaruhi oleh motivasi secara ekstrinsik dan intrinsik sebab Fifi sebagai penggemar K-Pop yang memiliki idol, sehingga membuat Fifi terdorong untuk mempelajari sesuatu yang baru yaitu bahasa korea, agar dia memiliki peluang yang besar untuk di notice idol nya. Namun selain itu, Fifi juga mengungkapkan bahwa dia menggunakan bilingualisme Indonesia-Korea agar terlihat menarik dan keren di pandangan orang lain yang berinteraksi dengannya.

Menurut Sasa, ia menggunakan bilingualisme Indonesia-Korea karena ingin menunjukkan dan memperkuat identitas nya sebagai seorang penggemar

²²AYU LESTARI AZIS, “PENGARUH MOTIVASI INTRINSIK DAN MOTIVASI EKSTRINSIK TERHADAP PRESTASI BELAJAR EKONOMI BISNIS KELAS X PESERTA DIDIK KELAS X DI SMKN 4 MAKASSAR,” 2017.

budaya korea. Menurutnya penggunaan bilingualisme ini sebagai cara dia untuk mengintegrasikan unsur-unsur budaya korea pada kehidupan sehari-hari nya.

“Aku gunain bilingual ya biar jadi ciri khas aku sebagai pecinta K-Pop sih, soalnya menurutku kalau kita suka sama suatu hal pasti bakal dilakuin juga di kehidupan nyata, misalnya kayak bahasa yang di gunain sama idol, gestur tubuh nya ketika ngomong, terus style nya, banyak deh. Jadi aku gunain bilingual ya biar dikenal sebagai seorang K-Popers sih, dengan cara nempatin budaya korea khususnya bakor ini nde komunikasi sehari-hari ku. Aku juga pengen ngembangin bahasa luar selain bahasa inggris sih, menurutku bahasa korea asik aja makanya tak pilihterus juga terus sekarang kan budaya korea ini mendunia ya, jadi e pengen ikut-ikutan seng lagi ngetrend hehehe.”

Jadi Sasa terpengaruh oleh motivasi secara intrinsik, sebab ia menggunakan bilingualisme Indonesia-Korea ketika berinteraksi ini untuk mengekspresikan dirinya sebagai seorang pecinta Korea. Selain itu, motivasi sasa karena di era globalisasi ini ia ingin memperluas wawasan linguistiknya dengan mengadopsi bahasa yang sering digunakan oleh idolnya. Karena menurut Sasa, bahasa korea ini merupakan trend global, sehingga ia ingin menjadi salah satu orang yang mengikuti trend-trend terkini.

Dari data yang diperoleh di atas dapat disimpulkan bahwa, gen Z di Surabaya menggunakan bilingualisme Indonesia-Korea karena di pengaruhi oleh motivasi secara intrinsik dan motivasi secara ekstrinsik. Motivasi tersebut memiliki peran masing masing dalam mempengaruhi gen z untuk menggunakan bilingualisme dalam interaksi sosial nya. Motivasi intrinsik berasal dari dalam diri seseorang dengan hal ini seperti kecintaan terhadap budaya korea, beberapa informan terpengaruh oleh motivasi intrinsik yang menunjukkan bahwa mereka ingin lebih terhubung dengan idol nya, mereka juga merasa bangga karena dapat menguasai beberapa kosakata korea. Menurut mereka hal tersebut merupakan suatu pencapaian yang keren dan unik, karena menurutnya tidak semua orang memiliki kemampuan tersebut.

Selain motivasi intrinsik, penggunaan bilingualisme juga dipengaruhi oleh motivasi ekstrinsik yang berasal dari pengaruh luar. Misalnya tertarik pada budaya korea karena pengaruh dari teman teman nya, lalu mulai mempelajari dan menggunakan bilingualisme Indonesia-Korea untuk menyesuaikan diri di lingkungan sosialnya. Selain itu menggunakan bilingualisme untuk menjaga hubungan dengan teman teman yang memiliki kegemaran pada budaya Korea.

Selain motivasi-motivasi tersebut, dari data di atas dapat disimpulkan bahwa penggunaan bilingualisme Indonesia-Korea ini juga sebagai pembentukan identitas pada generasi Z di Surabaya. Informan-informan tersebut mengakui bahwa ia menggunakan bilingualisme ini untuk menunjukkan identitasnya sebagai penggemar korea, yang sangat mencintai idol nya. Hal tersebut mereka tunjukkan dengan rasa percaya diri pada penggunaan campuran bahasa Korea dan bahasa Indonesia pada saat interaksi sehari-hari nya.

Penggunaan bilingualisme ini bertujuan sebagai rasa keterhubungan dengan idol nya, menunjukkan identitas nya sebagai penggemar korea, serta untuk mengikuti tren. Sehingga dalam hal tersebut penggunaan bilingualisme (Indonesia-Korea) pada Gen Z bersifat identifikasi sebab mereka menggunakan bilingualisme Indonesia-Korea karena ada pembentukan identitas yang ingin disampaikan yaitu sebagai penggemar korea. Jadi dalam penelitian tersebut, penggunaan bilingualisme (Indonesia-Korea) yang digunakan oleh Gen Z di faktor i oleh makna yang ingin disampaikan yaitu makna emosional agar ia lebih dekat dengan idol nya, makna identitas karena dia seorang penggemar korea, serta makna citra diri karena dia seorang yang trendy dan dapat menggunakan bahasa asing.

3. Analisis Teori

1. Teori Media Baru Lev Manovich

Dalam teori media baru, Manovich menjelaskan lima prinsip dalam media baru²³ yaitu sebagai berikut:

a) *Numerical representation* (representasi numerik)

Pada prinsip ini menghendaki media baru menggunakan kode-kode numerik pada pemrosesan objeknya dimana media baru dapat diukur dan dianalisis secara statistik. Media sosial seperti Tik-Tok maupun Instagram serta aplikasi streaming musik online bekerja sesuai dengan statistik, jadi media tersebut akan menampilkan konten-konten yang sering dilihat atau dicari oleh penggunanya. Dalam hal ini sesuai dengan teori media baru Lev Manovich yang menyatakan bahwa media baru memungkinkan adanya interaktivitas dan partisipasi pengguna dalam menciptakan sesuatu yang baru seperti budaya dan bahasa baru.²⁴ Sehingga dalam penelitian ini media baru membawa dampak

²³Peng et al., "Network Overlap and Content Sharing on Social Media Platforms."

²⁴Peter Jakobsson, "Lev Manovich (2001) The Language of New Media," *Classics in Media Theory*, 2024, 390–402, <https://doi.org/10.4324/9781003432272-29>.

bagi Gen Z untuk mengadopsi budaya dari luar serta menciptakan bahasa baru seperti penggunaan bilingualisme Indonesia-Korea.

b) *Modularity*

Pada prinsip ini memungkinkan adanya penggabungan pada elemen elemen dengan dikombinasikan kembali secara fleksibel sehingga menjadi objek media baru. Gen Z bisa memanfaatkan media baru untuk mempelajari elemen media secara terpisah, seperti mendengarkan lagu-lagu K-Pop untuk membantu cara pelafalan serta menambah kosa kata baru dan menggabungkannya dengan menonton drama korea hanya untuk memahami arti melalui subtitle. Hal tersebut membantu Gen Z untuk mempelajari bahasa korea secara fleksibel dan sesuai dengan kebutuhan mereka masing-masing. Hal tersebut berkaitan dengan penjelasan Manovich dalam teori media baru yang menjelaskan bahwa konsep dalam modularity ini memiliki potensi sosial dan budaya sehingga menciptakan budaya dan bahasa baru yang meningkatkan interaksi sosial.²⁵

c) *Automation*

Pada prinsip ini media baru memberikan kemudahan dalam proses modifikasi dan kombinasi. Dengan kemajuan teknologi seperti adanya subtitle di berbagai aplikasi sangat membantu Gen Z mempelajari bahasa korea, seperti aplikasi streaming untuk menonton drama korea yang lengkap dengan fitur subtitle nya. Dalam hal ini terdapat perubahan yang diberikan oleh media baru, dimana seseorang tidak memerlukan kelas formal atau guru untuk mengetahui bahasa asing sebab media baru sudah memiliki fitur subtitle. Hal ini sejalan dengan prinsip media baru yaitu automation yang memberikan kemudahan bagi penggunaanya. Sehingga dengan hal tersebut akan terjadi perubahan pada cara manusia untuk memproses informasi dan menggunakan media untuk berinteraksi.

d) *Variability*

Pada prinsip ini menunjukkan bahwa banyaknya variasi media baru yang sesuai dengan konteks pengguna. Pada media sosial terdapat beberapa variasi konten budaya korea. Jadi dalam hal tersebut menunjukkan bahwa media baru ini menawarkan beberapa cara yang beragam bagi Gen Z untuk memilih konten untuk media belajarnya sesuai dengan minat mereka, seperti mendengarkan lagu-lagu K-Pop untuk melatih pelafalan bahasa korea nya. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa prinsip variability ini menjelaskan media baru dapat merubah manusia dalam memproses dan memanfaatkan informasi pada media.

²⁵Jakobsson.

Dimana hal ini media baru menciptakan perubahan sosial dalam memanfaatkan media untuk belajar dan berinteraksi secara beragam.²⁶

e) Transcoding

Pada prinsip ini memperlihatkan bagaimana media baru memungkinkan elemen-elemen budaya ditransformasikan dan disajikan ke dalam format digital. Budaya korea telah diubah ke dalam media dengan cara teknologi digital sehingga dapat diakses melalui ponsel, tablet, atau komputer, hal tersebut akan mempermudah Gen Z untuk mengakses konten-konten mengenai budaya korea. Seperti adanya drama korea pada aplikasi streaming Netflix, Youtube, Viu dan juga adanya lagu-lagu K-Pop yang dengan mudah diakses melalui audio digital seperti platform musik spotify, Youtube Music, Joox, dan lain-lain.

Jadi, media baru yang dijelaskan oleh manovich ini membantu untuk memahami bagaimana cara Gen Z di Surabaya dalam mempelajari bahasa korea di era digital. Seperti adanya fitur subtitle akan mempermudah penontonnya, serta mempercepat pembelajaran tanpa adanya kelas secara formal. Dengan begitu media baru tidak hanya sebagai sarana hiburan saja, tetapi juga sebagai sarana edukasi yang efektif untuk penontonnya. Serta media baru ini membawa perubahan berupa kemudahan-kemudahan bagi penggunaanya, sehingga dengan begitu Gen Z yang termasuk generasi pertama yang hidup dengan teknologi yang tidak dapat terpisahkan ini akan sangat mudah mengakses budaya-budaya dari luar serta mengadopsi budaya tersebut.

2. Teori Interaksionisme Simbolik Herbert Blumer

Interaksionisme simbolik merupakan teori sosial yang menekankan pentingnya interaksi sosial dan pemaknaan simbol sebagai komponen penting dalam pembentukan identitas individu. Pada dasarnya, teori Blumer didasarkan pada tiga asumsi:²⁷

a. Manusia bertindak berdasarkan makna yang ada pada sesuatu bagi mereka.

Jadi, makna menjadi hal utama seseorang untuk memahami dan bertindak pada suatu objek maupun fenomena yang terjadi. Dalam hal ini, Gen Z di Surabaya menggunakan bilingualisme Indonesia-Korea bukan hanya sebagai alat untuk komunikasi saja. Gen Z menggunakan bilingual ini juga

²⁶Jakobsson.

²⁷Ahmadi, "Interaksi Simbolik."

sebagai makna emosional dimana ia ingin lebih terhubung dengan idol nya, mengetahui beberapa kosakata korea ini menjadi jembatan bagi Gen Z untuk membangun kedekatan dengan idol nya. Selain itu juga ada makna citra sosial dimana ia merasa eksklusif, sebab menggunakan campuran bahasa korea itu keren dan unik, menggunakan bilingual ini dilakukan sebagai pembeda bahwa ia adalah seorang yang trendy dan terbuka terhadap perubahan yang ada. Lalu ada makna identitas, dimana mereka ingin menunjukkan dirinya sebagai seorang penggemar korea seperti penggunaan kata terimakasih dalam bahasa korea "*Kamsahamnida*".

Makna-makna tersebut dihasilkan oleh Gen Z pada saat interaksi di konten media sosial dan interaksi nya bersama penggemar korea maupun bukan penggemar korea. Dimana mereka menggunakan bilingualisme Indonesia-Korea didorong oleh makna yang mereka berikan pada bahasa yang digunakan. Hal tersebut sesuai dengan asumsi Blumer bahwa makna menjadi hal utama seseorang untuk memahami dan bertindak pada suatu objek maupun fenomena yang terjadi.

b. Makna tersebut diperoleh dari interaksi sosial yang dilakukan dengan orang lain

Jadi, makna tidak diperoleh secara instan namun makna diperoleh dari proses komunikasi dengan individu lainnya sehingga ada pertukaran simbol di dalam interaksi tersebut. Gen Z di Surabaya sering menggunakan bilingualisme Indonesia-Korea ini dengan sesama penggemar korea, namun tak jarang juga mereka sering keceplosan ketika berinteraksi bersama orang yang bukan penggemar korea.

- **Dalam interaksi sesama penggemar korea**

Pada saat menggunakan bilingualisme Indonesia-Korea pada sesama penggemar korea, mereka merasa terhubung karena memiliki pemahaman yang sama terhadap budaya yang mereka pahami. Sehingga bahasa korea akan menjadi makna solidaritas sesama penggemar korea, dengan hal tersebut mereka merasa lebih dekat ketika menceritakan idol favorit mereka.

Dengan adanya interaksi ini, ada perkembangan dalam simbol yang diberikan pada penggunaan bilingualisme ini sebab mereka saling bertukar kosakata korea sehingga akan memperluas kosakata yang dimiliki. Hal tersebut akan menciptakan hubungan sosial yang erat, karena mereka memiliki kesamaan dalam pengalaman dan minat jadi akan merasa terhubung satu sama lain.

- **Dalam interaksi bersama bukan penggemar korea**

Pada saat menggunakan bilingualisme Indonesia-Korea dengan orang yang bukan penggemar korea terjadi tantangan, sebab lawan bicara merasakan kebingungan dan kesalahpahaman atas apa yang di ucapkan seperti menganggap sedang lelucon. Sehingga dengan hal tersebut makna dalam bahasa ini tidak tersampaikan dengan jelas. Gen Z menggunakan bilingualisme dengan orang yang bukan penggemar korea juga untuk mengekspresikan dirinya sebagai seseorang yang trendy sebab ia bisa menggunakan bahasa korea. Selain itu orang awam juga akan merasa kagum terhadap pengguna bilingual tersebut karena bisa menggunakan campuran bahasa pada saat berinteraksi.

Jadi dari kedua interaksi tersebut dapat di simpulkan bahwa terdapat makna yang memperlihatkan bagaimana identitas sosial ini terjadi pada penggunaan bilingualisme Indonesia-Korea tersebut, selain itu juga menunjukkan bagaimana makna dalam bahasa korea itu berkembang maupun berubah pada interaksi yang beragam. Jadi penggunaan bilingualisme Indonesia-Korea ini lebih diterima pada sesama penggemar korea, sedangkan pada orang yang bukan penggemar korea makna bahasa korea ini belum sepenuhnya diterima sehingga terjadi kebingungan maupun kesalahpahaman. Hal ini relevan dengan asumsi Blumer bahwa makna tidak diperoleh secara instan namun makna diperoleh dari proses komunikasi dengan individu lainnya sehingga ada pertukaran simbol di dalam interaksi tersebut.

c. Makna tersebut disempurnakan selama interaksi sosial berlangsung

Jadi, dalam hal ini makna tidak bersifat tetap, makna dapat berubah atau diperluas melalui pengalaman yang baru dan respons yang diberikan oleh orang lain ketika berinteraksi. Pada fenomena penggunaan bilingualisme Indonesia-Korea ini menjadi bukti nyata dari perubahan makna dalam asumsi Blumer. Dimana bahasa korea di negara korea menjadi bagian integral dari budaya disana serta digunakan sebagai alat komunikasi sehari-hari yang sudah melekat di kehidupan masyarakat korea. Namun ketika bahasa korea ini masuk di Indonesia melalui pengaruh fenomena Hallyu, makna yang terdapat pada bahasa korea ini mengalami transformasi dalam konteks sosial yang berbeda.

Dalam hal ini, Gen Z di Surabaya menciptakan makna baru dalam penggunaan bahasa Korea sebagai simbol untuk menunjukkan identitas, sehingga terjadi perbedaan pada makna bahasa korea yang digunakan di negara korea. Dengan adanya perubahan tersebut, menunjukkan bahwa penggunaan bahasa korea ini dapat diperluas maknanya melalui pengalaman baru dan

interaksi sosialnya. Selain itu respons dari orang lain dalam penggunaan bilingualisme Indonesia-Korea ini juga akan memperluas makna bahasa korea. Seperti respons lawan bicara nya yang memberikan validasi atas kemampuan berbahasa korea ini juga memberikan makna tersendiri dimana lawan bicaranya menganggap bahwa penggunaan bahasa korea ini keren dan modern, sebab tidak semua orang di Indonesia dapat menggunakannya.

Teori interaksionisme simbolik Hebert Blumer digunakan sebagai kajian analisa untuk mengetahui makna-makna, selain itu interaksionisme simbolik juga menekankan pentingnya interaksi sosial dan pemaknaan simbol sebagai komponen penting dalam pembentukan identitas individu. Teori ini sangat relevan dalam konteks penelitian tentang fenomena bilingualisme (Indonesia-Korea) di kalangan Gen Z pada era digital di Surabaya. Dimana dalam hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi ini tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menciptakan identitas sosial dan budaya baru yang di pengaruhi oleh budaya populer yaitu *Korean Wave*.

Kesimpulan

1. Fenomena penggunaan bilingualisme Indonesia-Korea pada interaksi sosial Gen Z di Surabaya ini dipengaruhi oleh fenomena Hallyu. Mereka mengenal budaya korea dari konten-konten media yang menampilkan cuplikan drama korea atau lagu-lagu K-Pop. Pengguna bilingualisme Indonesia-Korea ini menggunakan bilingual tersebut dengan orang-orang yang memang menyukai atau paham dengan budaya korea, namun tak jarang juga mereka menggunakannya dengan orang yang bukan penggemar korea.

2. Penggunaan bilingualisme Indonesia-korea ini dilandasi dengan 2 motivasi yaitu motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik, dimana secara intrinsik mereka menggunakan bilingualisme ini agar lebih dekat atau merasa terhubung dengan idol nya, untuk menunjukkan bahwa dirinya seorang penggemar korea, dan penggunaan bahasa yang unik dan keren sebab tidak semua orang bisa menggunakannya. Sedangkan secara ekstrinsik mereka ingin lebih terhubung ketika berinteraksi dengan sesama penggemar korea, jadi komunikasi mereka akan lebih seru ketika menceritakan idol maupun drama korea kesukaannya. Sehingga melalui penggunaan Bilingualisme (Indonesia-Korea) terdapat makna yang disampaikan oleh Gen Z di Surabaya yaitu, makna emosional, makna identitas, dan makna citra diri yang ingin disampaikan oleh Gen Z di Surabaya.

Referensi

Ahmadi, Dadi. "Interaksi Simbolik." *Jurnal Mediator* 9, no. 2 (2008): 301–

16.

- Arif, April Mulyanas, Abdul Sakban, Deviana Mayasari, Saddam, Sri Rejeki, and Haerun Nisa. "Fanatisme Dan Lunturnya Nilai Kebudayaan Gen Z: Dampak Trend K-Pop." *Seminar Nasional Paedagogia* 3 (2023): 140–49.
- AZIS, AYU LESTARI. "PENGARUH MOTIVASI INTRINSIK DAN MOTIVASI EKSTRINSIK TERHADAP PRESTASI BELAJAR EKONOMI BISNIS KELAS X PESERTA DIDIK KELAS X DI SMKN 4 MAKASSAR," 2017.
- Ernawam, Donny. "Pengaruh Globalisasi Terhadap Eksistensi Kebudayaan Daerah Di Indonesia." *Jurnal Kajian Lemhannas RI* 32, no. 1 (2017): 1–54.
- Hariyanto, Muhsin. "Fenomenologi Transendental." *Fenomenologi Transendental Edmund Husserl*, no. 1906 (2014): 3.
- Hidayati, Niswatin Nurul. "Bilingualisme Dan Multilingualisme: Pro Dan Kontra Pada Perkembangan Bahasa Dan Kognitif Anak." *AL HIKMAH Jurnal Studi Keislaman* 10, no. 1 (2020): 91–104. <http://ejournal.kopertais4.or.id/pantura/index.php/alhikmah/article/view/3492>.
- Jakobsson, Peter. "Lev Manovich (2001) The Language of New Media." *Classics in Media Theory*, 2024, 390–402. <https://doi.org/10.4324/9781003432272-29>.
- Ma'arif, Moh. Syamsul, and Nurul Lailia. "Analisis Sociolinguistik Bilingualisme Dalam Film Layla Majnun Karya Monty Tiwa." *Jurnal PENEROKA* 2, no. 2 (2022): 214–33. <https://doi.org/10.30739/peneroka.v2i2.1567>.
- Mulyadi, Yonathan Yoel, and Franky Liauw. "Wadah Interaksi Sosial." *Jurnal Sains, Teknologi, Urban, Perancangan, Arsitektur (Stupa)* 2, no. 1 (2020): 37. <https://doi.org/10.24912/stupa.v2i1.6776>.
- Peng, Jing, Ashish Agarwal, Kartik Hosanagar, and Raghuram Iyengar. "Network Overlap and Content Sharing on Social Media Platforms." *Journal of Marketing Research* 55, no. 4 (2018): 571–85. <https://doi.org/10.1509/jmr.14.0643>.
- Purba, Herman, Kiki Utami, Shella Mulvi Aristi, and Virginia Jessie Soetandjio. "Menganalisa Perkembangan Budaya Korea Dan Pengaruhnya Di Indonesia Melalui Perspektif Teori Komunikasi: Sebuah Tinjauan Literatur." *NIVEDANA : Jurnal Komunikasi Dan Bahasa* 4, no. 1 (2023): 110–23. <https://doi.org/10.53565/nivedana.v4i1.696>.
- Siregar, Lis Yulianti Syafrida. "Motivasi Sebagai Perubahan Perilaku." *Forum Paedagogik* 11, no. 2 (2020): 81–97. <https://doi.org/10.24952/paedagogik.v12i2.3156>.
- Solin, Ncihur Fronika. "Perubahan Budaya: Dampak Westernisasi Melalui Media Sosial Pada Anak Muda." *Jurnal Insan Pendidikan Dan Sosial*

- Humaniora* 2, no. 1 (2024): 123–30.
<https://doi.org/10.59581/jipsoshum-widyakarya.v2i1.2256>.
- Utari, Unga. *Z Generation Yang Berjiwa Sosial*, 2021.
- Yulianti, Putri. *Putri Yulianti, Perilaku Komunikasi Mahasiswa Penggemar K-Pop Di Universitas Islam Negeri KH. Achmad Siddiq Jember Skirpsi Oleh: Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Fakultas Dakwah Oktober 2022*, 2022.
- Yunus Ahmad, Muhammad, Irwan Irwan, Ruhamah Ruhamah, Nurul Izatul Jannah, Ida Hasanah, and Radja Fadlul Arabi. “Fenomena Korean Wave Pada Kehidupan Mahasiswa Di Kota Banda Aceh.” *Jurnal Adabiya* 26, no. 1 (2024): 110.
<https://doi.org/10.22373/adabiya.v26i1.21626>.