

Turnitin LLC

Rafli Revisi 1.5.3

 No Repository

Document Details

Submission ID

trn:oid:::3117:630902563

Submission Date

Sep 28, 2026, 10:46 AM GMT+7

Download Date

Sep 28, 2026, 10:49 AM GMT+7

File Name

Rafli Revisi 1.5.3.docx

File Size

33.6 KB

10 Pages

5,987 Words

39,186 Characters

10% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text
- Cited Text
- Small Matches (less than 15 words)

Exclusions

- 4 Excluded Sources

Top Sources

- 9%  Internet sources
 - 8%  Publications
 - 8%  Submitted works (Student Papers)
-

Top Sources

- 9% Internet sources
- 8% Publications
- 8% Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Internet	eprints.machung.ac.id	6%
2	Student papers	Exeed College on 2025-11-20	1%
3	Internet	journal.hsnpublisher.id	<1%
4	Internet	ejurnalqarnain.stisnq.ac.id	<1%
5	Internet	ejournal.unsrat.ac.id	<1%
6	Student papers	Universitas Andalas on 2025-07-23	<1%
7	Publication	Wahyu Ilham Perdana, Ferry Adhi Dharma. "Abi Azkakia's Da'wah Through Mobile..."	<1%
8	Internet	journal.uin-alauddin.ac.id	<1%
9	Internet	jpfis.unram.ac.id	<1%

Dekulturasi Pecinta Korean Wave di Media Sosial Studi Pada Komunitas WIZ*ONE

M Rafli Sadar Darmawan S¹, Ferry Adhi Dharmas²

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

ferryadhidharma@umsida.ac.id

Abstract. *The Korean Wave or Hallyu phenomenon has become a global cultural current that influences the lifestyles, language use, and identities of its fans, including in Indonesia. This study aims to reveal the forms of deculturation within the Wiz*One community in Yogyakarta. The method used is qualitative with purposive sampling, using community admins as key informants, online observation, in-depth interviews with five members, and documentation, with validity tested through source triangulation. The results show that deculturation takes place through three dimensions: changes in language practices, lifestyle transformation, and the formation of fandom identity in digital spaces. The use of Korean terms reflects linguistic hybridity, while fans imitate idol styles, increase their consumption of Korean content, and choose Korean cultural products. Social media plays a role in strengthening collective identity and accelerating the spread of Korean cultural symbols. The study also finds a decline in attention to local culture, although it does not completely erase cultural identity. Thus, the deculturation of the WIZONE community is partial through the negotiation of local and global cultures, affirming the role of social media in the cultural transformation of the younger generation in the era of globalization.*

Keywords - Korean Wave , Deculturation, Community, Wiz*One

Abstrak. Fenomena Korean Wave atau Hallyu telah menjadi arus budaya global yang memengaruhi pola hidup, penggunaan bahasa, dan identitas penggemarnya, termasuk di Indonesia. Penelitian ini bertujuan mengungkap bentuk dekulturasi dalam komunitas Wiz*One di Yogyakarta. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan purposive sampling melalui admin komunitas sebagai informan kunci, observasi daring, wawancara mendalam dengan lima anggota, serta dokumentasi, dan validitas diuji melalui triangulasi sumber. Hasil menunjukkan dekulturasi berlangsung melalui tiga dimensi: perubahan praktik berbahasa, transformasi gaya hidup, dan pembentukan identitas fandom di ruang digital. Penggunaan istilah Korea mencerminkan hibriditas linguistik, sementara penggemar meniru gaya idol, meningkatkan konsumsi konten Korea, dan memilih produk budaya Korea. Media sosial berperan memperkuat identitas kolektif dan mempercepat penyebaran simbol budaya Korea. Penelitian juga menemukan menurunnya perhatian terhadap budaya lokal, meski tidak menghapus identitas budaya sepenuhnya. Dengan demikian, dekulturasi komunitas WIZONE bersifat parsial melalui negosiasi budaya lokal dan global, menegaskan peran media sosial dalam transformasi budaya generasi muda era globalisasi.

Kata Kunci- Korean Wave , Dekulturisasi, Komunitas, Wiz*One

I. PENDAHULUAN

Copyright © Author. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.

2 | Page

Korean Wave atau *Hallyu* telah menjadi fenomena global yang memengaruhi musik, drama, gaya hidup, hingga praktik bahasa di media sosial. Fenomena ini terjadi di banyak kalangan, mulai dari gen *Z* hingga *baby boomers*. Dalam konteks penelitian ini, fokus diarahkan untuk meneliti bagaimana gaya hidup tersebut terbentuk dalam komunitas-komunitas penggemar *Korean Wave* di Indonesia, salah satunya komunitas *WIZ*ONE*. Dalam penelitian Kim fenomena *Korean Wave* dipahami sebagai bentuk penyebaran budaya populer Korea melalui musik, drama, dan industri kreatif lainnya yang menghasilkan nilai ekonomi dan sosial secara global [1]. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa K-Pop memiliki kekuatan untuk memengaruhi persepsi, preferensi, dan perilaku penggemar di berbagai negara, termasuk Indonesia. Fenomena ini membuka ruang interpretasi baru mengenai bagaimana budaya global dapat diterima, ditransformasikan, dan bahkan memengaruhi identitas penggemar. Dalam konteks globalisasi budaya, Kim dan Kwon menyatakan bahwa keberhasilan K-Pop sangat bergantung pada sistem produksi budaya yang inovatif. Industri K-Pop menggabungkan musik, teknologi digital, pemasaran global, dan estetika yang membuatnya mudah diterima masyarakat lintas budaya. Dilihat dari perspektif kualitatif, sistem produksi ini menghadirkan “konstruksi budaya modern” yang memengaruhi selera, nilai, dan identitas penggemar [2]. Melalui sistem tersebut, budaya Korea menjadi lebih mudah diadaptasi dan dimaknai ulang oleh penggemar di negara lain. Pengaruh sistem produksi K-Pop tidak hanya menciptakan konsumsi budaya, tetapi juga memunculkan perubahan orientasi budaya. Penggemar sering mengadopsi gaya hidup tertentu termasuk gaya berpakaian, pola komunikasi, maupun preferensi estetika yang merujuk pada budaya Korea. Pada titik tertentu, proses ini dapat mengarah pada dekulturasi, yaitu bergesernya nilai atau kebiasaan lokal akibat dominasi budaya luar. Namun demikian, proses adaptasi ini juga bersifat kreatif, membuka ruang bagi munculnya budaya hibrida yang menggabungkan elemen lokal dan Korea. Pendapat tersebut sejalan dengan penelitian Kustiawan yang menegaskan bahwa *Korean Wave* telah menjadi bagian dari budaya populer yang mengakar di kalangan anak muda [3]. Melalui media sosial dan konsumsi digital, masyarakat Indonesia tidak hanya menikmati produk budaya Korea, tetapi juga menginternalisasi nilai, gaya hidup, dan ekspresi kultural dari Korea. *Korean Wave* tidak hanya hadir sebagai hiburan, tetapi menjadi modal budaya yang membentuk identitas generasi muda. Platform seperti TikTok, Instagram, dan X menjadi ruang utama untuk mengekspresikan identitas fandom dan mempraktikkan budaya yang diadopsi. Aktivitas seperti dance challenge, penggunaan bahasa Korea, hingga meniru gaya interaksi idol menjadi praktik baru di kalangan penggemar. Dari perspektif kualitatif, fenomena ini memperlihatkan adanya pergeseran budaya lokal yang bernegosiasi dengan budaya global Korea. Fenomena *Korean Wave* tidak hanya memengaruhi preferensi hiburan, tetapi juga berdampak pada perilaku konsumsi masyarakat Indonesia. Hasil penelitian Syafaah dan Santoso membuktikan bahwa *Korean Wave* dan Fear of Missing Out (FoMO) menjadi prediktor signifikan terhadap niat pembelian produk kosmetik asal Korea di kalangan wanita pekerja di lima kota besar Indonesia [4]. Mereka takut tertinggal dan tidak diakui dalam kelompok sosialnya jika tidak menggunakan produk Korea. Temuan ini menunjukkan bahwa pengaruh *Korean Wave* telah masuk ke dalam aspek gaya hidup dan konsumsi sehari-hari, yang berpotensi memicu pergeseran budaya lokal sebuah fenomena yang menjadi fokus penelitian ini.

Dalam penelitian yang akan dilakukan pada komunitas *WIZ*ONE* adalah nama fandom resmi dari grup girlband Korea Selatan IZONE, yang terbentuk melalui ajang survival Produce 48. Nama *WIZ*ONE* diumumkan oleh Off The Record Entertainment pada 15 Oktober 2018, tidak lama setelah IZONE terbentuk, dengan makna bahwa para penggemar (*WIZ*) dan *IZ*ONE* (*ONE*) akan selalu menjadi satu kesatuan seperti “keajaiban” yang terjadi saat mereka bersama. Fandom ini berasal dari komunitas penggemar global yang mendukung 12 member *IZ*ONE* sejak masa kompetisi hingga debut resminya pada 29 Oktober 2018. Meskipun IZONE resmi bubar pada 29 April 2021, *WIZ*ONE* tetap aktif hingga sekarang, mempertahankan komunitas yang solid dan terus mendukung para mantan member dalam karier masing-masing. Dalam kajian mengenai budaya populer di era digital, Sejalan dengan itu, Aulia dalam studi mereka terhadap komunitas ARMY di Jawa Tengah menunjukkan bahwa identitas kolektif penggemar K-pop terbentuk melalui proses negosiasi terus-menerus antara simbol budaya global K-pop dan praktik budaya lokal [5]. Temuan ini memperkuat argumen bahwa fandom tidak mengalami dekulturasi total, melainkan menghasilkan identitas hibrida yang cair dan kontekstual, sebuah dinamika yang juga teramati secara spesifik dalam komunitas *WIZ*ONE* Indonesia.

Sementara itu, Hening melihat fenomena ini sebagai bentuk dekulturasi digital, di mana media sosial menciptakan ruang pertemuan budaya yang sangat intens. Ia berpendapat bahwa penggunaan bahasa asing dalam komunitas online menjadi mekanisme pembentukan identitas transkultural [6]. Dengan kata lain, anggota fandom tidak sekadar meninggalkan budaya lama, tetapi menggabungkan bahasa Indonesia dengan frasa Korea sehingga menghasilkan hibriditas linguistik. Selain itu Penelitian Dharma melihat betapa pentingnya memahami interaksi antarbudaya dalam mencegah konflik sosial, menekankan komunikasi sebagai kunci mengelola prasangka, stereotip, dan etnosentrisme [7]. Dalam konteks dekulturasi pecinta *Korean Wave*, pendekatan etnografi komunikasi dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana adaptasi budaya dan transaksi simbolik terjadi ketika budaya Korea memengaruhi identitas lokal. Penekanan pada strategi komunikasi yang harmonis menunjukkan bahwa hubungan antarbudaya dapat dikelola tanpa mengorbankan identitas asli. Dari beberapa riset yang telah dilakukan minim sekali riset yang ingin melihat bagaimana terjadinya dekulturasi akibat budaya populer yang dibawa oleh kpop. Dekulturasi

1

Page | 3

adalah proses degradasi terhadap kultur kultur yang mencakup bahasa, gaya hidup, gaya berpakaian, makanan dengan adanya fenomena tersebut penting bagi peneliti untuk mengeksplorasi sebagai kajian kritis dalam Kajian komunikasi karena media sosial ternyata juga membawa peyebaran budaya baru yang mengakibatkan terjadinya dekultrasi menurut Ullah menempatkan dekultrasi sebagai bagian dari dinamika adaptasi budaya bersama dengan akulturasi dan enkulturasi, khususnya dalam konteks migrasi dan mobilitas budaya di Asia Tenggara. Proses ini menunjukkan bahwa perubahan budaya tidak selalu bersifat aditif, tetapi juga dapat mengakibatkan pengikisan praktik dan nilai budaya sebelumnya [8]. Fenomena globalisasi tidak hanya membawa kemajuan teknologi dan informasi, tetapi juga berdampak pada pergeseran nilai-nilai budaya lokal. Sebagaimana diungkapkan oleh Niswah, globalisasi telah menyebabkan tergerusnya nilai-nilai kebudayaan masyarakat, yang berpotensi menghilangkan kebudayaan itu sendiri. Sebuah kondisi yang disebut sebagai dekultrasi. Di Indonesia, fenomena ini terlihat jelas dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam praktik pernikahan adat Jawa yang mulai ditinggalkan oleh generasi milenial karena dianggap rumit dan tidak praktis [9]. Pola serupa juga terjadi dalam komunitas penggemar Korean Wave di Indonesia. Melalui media sosial, budaya Korea yang dibawa oleh K-Pop dan K-Drama menyebar dengan cepat dan memengaruhi gaya hidup, bahasa, dan identitas para penggemarnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana proses dekultrasi terjadi dalam komunitas WIZONE, sebuah fandom dari girl group IZONE, di tengah arus globalisasi yang semakin masif. Selain itu, popularitas *Korean Wave* memang membawa lebih dari sekadar musik. Lewat media sosial, nilai-nilai dan kebiasaan budaya Korea ikut terserap, bahkan berpotensi menggeser budaya asli penggemar yang berarti proses dekultrasi sedang terjadi. Gutierrez menemukan bahwa interaksi aktif penggemar di dunia maya menciptakan ikatan emosional yang erat sekaligus identitas kolektif baru yang lintas negara [10]. Di sisi lain, teori Tajfel dan Turner juga menjelaskan bahwa orang cenderung menyesuaikan diri dengan norma kelompok yang ia ikuti demi pengakuan sosial [11]. Pada fandom *Wiz*one*, efek ini cukup terlihat mereka datang dari berbagai negara, tapi perilaku, gaya, dan cara berinteraksi cenderung seragam. Ini menunjukkan adanya pergeseran identitas, dari akar budaya masing-masing ke identitas fandom yang dominan. Karena itulah, *Wizone* jadi contoh menarik untuk melihat bagaimana dekultrasi terjadi di era sekarang.

Fenomena Korean Wave tidak hanya membawa perubahan pada preferensi hiburan, tetapi juga memicu proses negosiasi identitas yang kompleks di kalangan penggemarnya. Di tengah arus globalisasi yang masif, individu tidak lagi menerima budaya asing secara pasif, melainkan secara aktif menegosiasikan identitas mereka untuk memperoleh pengakuan dalam ruang sosial baru. Identity Negotiation Theory (INT) yang dikemukakan oleh Ting Toomey menjelaskan bahwa dalam interaksi antarbudaya, setiap individu memiliki kebutuhan mendasar untuk dihargai, diakui, dan diterima identitasnya baik sebagai pribadi maupun sebagai bagian dari kelompok [12]. Ketika kebutuhan ini terancam, individu akan menggunakan berbagai strategi, mulai dari asertif (menonjolkan identitas baru) hingga akomodatif (menyesuaikan diri dengan norma kelompok), demi menjaga "wajah" (*face*) mereka di hadapan orang lain. Dalam konteks komunitas penggemar K-Pop seperti *WIZ*ONE*, media sosial berperan sebagai arena utama di mana negosiasi identitas ini berlangsung. Melalui platform seperti Twitter, Instagram, dan TikTok, para penggemar tidak hanya mengonsumsi konten budaya Korea, tetapi juga menampilkan afiliasi mereka melalui penggunaan bahasa Korea, peniruan gaya berpakaian idol, serta partisipasi dalam berbagai tantangan digital. Praktik-praktik ini bukan sekadar ekspresi kesukaan, melainkan bentuk strategi asertif untuk menegaskan posisi mereka sebagai bagian dari fandom global dan memperoleh pengakuan dari sesama anggota komunitas. INT menawarkan kerangka yang relevan untuk memahami mengapa penggemar rela meninggalkan sebagian kebiasaan lokalnya—bukan karena budaya lokal dianggap buruk, tetapi karena kebutuhan akan pengakuan identitas di ruang digital sering kali lebih dominan daripada keterikatan pada tradisi. Dengan demikian, penelitian ini menggunakan INT sebagai pisau analisis untuk mengungkap bagaimana proses negosiasi identitas terjadi di kalangan komunitas *WIZ*ONE* di media sosial, serta bagaimana proses tersebut berkontribusi pada pergeseran budaya yang bersifat parsial namun signifikan. Secara keseluruhan, penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa media sosial memainkan peran sentral dalam perubahan budaya. Media sosial bukan hanya alat penyebaran informasi, tetapi juga ruang penghayatan budaya, tempat penggemar membangun makna, identitas, dan praktik sosial. Dalam fandom seperti komunitas *WIZ*ONE*, media sosial menjadi arena negosiasi identitas, baik sebagai bagian dari budaya global maupun sebagai warga budaya lokal Indonesia. Meskipun banyak penelitian telah membahas Korean Wave dan dinamika fandom, belum ada kajian yang secara khusus meneliti bagaimana proses tersebut terjadi dalam komunitas tertentu seperti *WIZ*ONE*. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kontribusi penting dalam memperkaya kajian kualitatif tentang transformasi budaya di era media sosial. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengungkap adanya dekultrasi yang terjadi kepada fandom korea yang terjadi di media sosial. Manfaat penelitian ini adalah untuk menunjukkan kepada setiap pembaca bahwa budaya populer ini memiliki potensi yang sangat besar untuk menjadikan kita terdekulturasi dalam budaya khususnya budaya Jawa.

Commented [1]: Kenapa jaraknya jauh sekali

II. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena bertujuan untuk memahami fenomena secara mendalam berdasarkan makna, pengalaman, dan konteks sosial. Menurut Creswell, penelitian kualitatif adalah pendekatan untuk

1

Copyright © Author. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.

4 | Page

memahami makna yang muncul dari permasalahan sosial atau kemanusiaan. Lewat pendekatan ini, peneliti dapat melihat bagaimana proses dekulturasi budaya korea terjadi secara alami dalam komunikasi penggemar Korean Wave di media sosial [13].

Teknik pengambilan data dalam studi ini menggunakan purposive sampling, peneliti menunjuk lima informan yang dipandang mampu memberikan informasi yang relevan, yaitu Daffa selaku Ketua komunitas Wiz*one Jogjakarta dan Azel selaku Wakil Ketua, yang keduanya mewakili struktur kepengurusan pada komunitas tersebut. Selain itu, dipilih juga Mikhael sebagai anggota senior yang memenuhi seluruh kriteria narasumber, dan Tono sebagai anggota baru yang prospektif.

Data primer diperoleh melalui observasi daring, wawancara mendalam pada tiap informan WIZ*ONE dengan karakteristik sebagai anggota aktif komunitas penggemar *Korean Wave* yang secara rutin berinteraksi di media sosial dan mengikuti tren maupun budaya korea. Menjadi anggota komunitas minimal 5 tahun atau sudah pernah menjadi bagian dari fandom lain selama 5 tahun. Lokasi penelitian berada di Yogyakarta, Jawa Tengah, Indonesia. Dalam proses pengambilan data, peneliti menggunakan Zoom/Meet sebagai media untuk melakukan wawancara kepada informan. Data yang masuk dianalisis kemudian dilakukan triangulasi sumber, yang menurut Moelong adalah data dalam penelitian ini dijaga melalui teknik triangulasi yaitu dengan membandingkan data hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi [14].

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Koentjaraningrat memberikan pandangan bahwa erosi budaya merupakan peristiwa luntarnya unsur-unsur kebudayaan asli yang semakin tergusur oleh kebudayaan asing, dengan titik serang utama pada lapisan kebudayaan fisik yang paling terlihat [15]. Ia menekankan bahwa alat-alat, teknologi, dan benda-benda material adalah komponen yang paling cepat berubah, sedangkan nilai-nilai spiritual dan sistem keyakinan memiliki daya tahan lebih kuat. Mengikuti logika tersebut, penelitian ini menggunakan empat indikator untuk menangkap tanda erosi budaya di komunitas WIZ*ONE. tergerusnya bahasa lokal oleh kosakata asing, pudarnya institusi sosial tradisional, beralihnya gaya hidup dan selera konsumsi ke arah budaya populer Korea, serta menyusutnya keterlibatan aktif dalam kegiatan adat dan kesenian. Keempatnya menggambarkan bagaimana erosi budaya merambat dari hal-hal konkret ke hal-hal abstrak, sebagaimana diingatkan oleh Koentjaraningrat, sehingga pada akhirnya mengancam keberlanjutan identitas budaya itu sendiri. Dari hasil wawancara mendalam yang dilakukan terhadap para informan, peneliti berhasil mengidentifikasi serta menghimpun sejumlah pernyataan kunci yang dapat dijadikan sebagai indikator untuk mengukur sejauh mana proses dekulturasi telah berlangsung di dalam komunitas penggemar WIZONE. Pernyataan-pernyataan tersebut tidak hanya mencerminkan perubahan preferensi budaya, tetapi juga mengindikasikan adanya pergeseran nilai, norma, serta pola pikir di kalangan anggota komunitas sebagai akibat dari interaksi yang intens dengan budaya populer global, khususnya budaya pop Korea Selatan yang dibawa oleh grup idola K-Pop, IZONE. Dalam upaya menganalisis fenomena tersebut secara lebih sistematis dan akademis, peneliti menggunakan teori erosi budaya yang dikemukakan oleh Koentjaraningrat sebagai kerangka konseptual utama. Menurut Koentjaraningrat, erosi budaya merupakan proses luntarnya unsur-unsur kebudayaan asli suatu masyarakat akibat tekanan dari kebudayaan asing yang lebih dominan, yang berlangsung secara perlahan namun pasti. Proses ini tidak selalu tampak secara kasat mata, tetapi dapat diamati melalui indikator-indikator seperti menurunnya penggunaan bahasa daerah, berubahnya sistem nilai dan norma sosial, bergesernya orientasi pada simbol-simbol budaya lokal, serta meningkatnya adopsi terhadap gaya hidup dan pola konsumsi budaya asing. Jika pendekatan Koentjaraningrat melihat fenomena ini dari sisi dampak (apa yang luntur), maka *Identity Negotiation Theory* memberikan penjelasan mengapa hal itu terjadi. Penggunaan istilah Korea seperti oppa dan unnie bukan sekadar dekulturasi dalam berbahasa, tetapi merupakan strategi asertif untuk menegaskan identitas fandom dan mendapatkan pengakuan dari komunitas. Ketika anggota komunitas lebih memilih hadir di konser K-pop daripada kerja bakti, hal itu mencerminkan bahwa kebutuhan akan pengakuan identitas di ruang digital (fandom) lebih dominan daripada kewajiban sosial berbasis lokal sebuah bentuk negosiasi identitas yang khas di era media sosial. Dengan menjadikan indikator tersebut sebagai acuan, pernyataan-pernyataan yang diperoleh dari para informan dalam wawancara kemudian dipetakan ke dalam beberapa kategori indikator erosi budaya, antara lain.

Dekulturisasi dalam Berbahasa

"Daffa menuturkan bahwa dalam komunitasnya memang terjadi beberapa pergeseran berbahasa pada setiap anggotanya yang dimulai dari menggunakan kata - kata slang korea sebagai imbuhan ataupun mengganti kosakata seperti (ayah, ibu, kakak, terima kasih, halo, lapar) Menjadi (appa,amma, oppa, gomawo, annyonghaseyo,

baegopeuda) mereka lebih sering berkomunikasi menggunakan istilah - istilah tersebut saat sedang dalam komunitas maupun bermedia sosial” (Daffa, Wawancara, 2026).

Praktik ini mencerminkan adanya hibriditas linguistik, yaitu pencampuran dua sistem bahasa dalam satu percakapan yang menjadi penanda identitas kelompok. Fenomena serupa juga ditemukan oleh Sari dkk, penelitian mereka terhadap tokoh Roy dalam film Balada si Roy (2023), di mana penggunaan kata pinjaman bahasa Inggris (loan words) mendominasi tuturan tokoh dengan 19 dari 30 temuan [16]. Mereka menyimpulkan bahwa dominasi loan words mengindikasikan bahwa peminjaman kata asing tanpa perubahan bentuk merupakan strategi linguistik yang paling sering digunakan karena dianggap lebih mudah dan ringkas dibandingkan penggabungan unsur asing dan lokal atau pergeseran makna kata lokal. Namun, terdapat perbedaan menarik antara temuan Sari dan penelitian ini [16]. Dalam penelitian mereka, hibriditas linguistik didominasi oleh bahasa Inggris yang berfungsi sebagai penanda modernitas dan resistensi terhadap otoritas. Sementara itu, dalam komunitas WIZONE, hibriditas linguistik didominasi oleh bahasa Korea yang berfungsi sebagai penanda identitas fandom dan solidaritas kelompok. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pola hibriditas serupa (dominasi loan words), fungsi sosial dan ideologis dari kata pinjaman dapat berbeda tergantung pada konteks budaya dan afiliasi kelompok. Menurut Salsabila, fenomena campur kode (code-mixing) dan alih kode (code-switching) yang dominan mengarah pada bahasa asing merupakan indikator awal dari dekulturnasi linguistik [17]. Dalam konteks ini, bahasa Korea tidak lagi berfungsi sebagai alat komunikasi semata, tetapi sebagai simbol keanggotaan dalam fandom global. Hal ini sejalan dengan temuan Masada bahwa penggunaan bahasa asing dalam komunitas penggemar K-Pop memperkuat rasa kebersamaan lintas negara sekaligus menggeser frekuensi penggunaan bahasa ibu [18]. Namun, yang perlu dicatat adalah bahwa penggunaan bahasa Korea tersebut bersifat parsial dan situasional, karena informan tetap menggunakan bahasa Indonesia dalam konteks formal dan keluarga. Dengan demikian, dekulturnasi linguistik dalam komunitas WIZ*ONE lebih tepat dipahami sebagai negosiasi identitas, bukan penghapusan total bahasa lokal-sebagaimana ditegaskan oleh Ullah bahwa hibriditas linguistik adalah bentuk adaptasi kreatif, bukan sekadar kehilangan budaya [8]. Hal ini juga sejalan dengan Kustiawan yang menyatakan bahwa Korean Wave telah menjadi modal budaya bagi anak muda Indonesia-mengarah pada perubahan orientasi nilai, dari yang berbasis lokal menjadi berbasis global [3]. Meskipun demikian, perubahan ini belum sepenuhnya menggantikan budaya lokal, karena informan masih mengonsumsi makanan dan produk lokal dalam kehidupan sehari-hari. Dengan kata lain, dekulturnasi pada ranah gaya hidup bersifat parsial dan selektif, mengikuti preferensi pribadi dan konteks sosial.

Dekulturasi pada Gaya Hidup dan Pola Konsumsi yang mulai bergeser

“Azel menyatakan kecenderungan meniru gaya berpakaian idol Korea, meningkatkan konsumsi konten hiburan Korea (drama, variety show, musik), ia pun ketika menanyakan saran kepada komunitas lebih cenderung mendapatkan saran drama Korea, musik Korea, dan tren Korea. Ia pun juga bertanya kepada anggota mengenai produk atau brand apa yang bagus untuk dibeli dan rata – rata memberikan saran produk korea atau yang sedang berkolaborasi dengan artis maupun aktor korea yang sedang naik” (Azel, Wawancara, 2026).

Selain bahasa, perubahan gaya hidup menjadi indikator kedua yang kuat dalam mengukur derajat dekulturnisasi di kalangan penggemar. Fenomena ini bukan sekadar adopsi selera musiman, melainkan sebuah pergeseran orientasi budaya yang lebih dalam. Hal ini sejalan dengan pendapat Paneru dan Bohara bahwa dalam era globalisasi, arus budaya tidak hanya bersifat fisik tetapi juga imajinatif konsumen mengadopsi gaya hidup dari budaya lain melalui media, dan hal ini dapat mengikis preferensi terhadap budaya lokal [18]. Perilaku meniru gaya berpakaian idol, misalnya, bukan hanya soal mengikuti tren mode, tetapi juga merupakan bentuk identifikasi visual dengan standar estetika yang diproduksi oleh industri hiburan Korea. Konsumsi konten seperti drama dan variety show juga turut membentuk cara pandang, nilai, dan bahkan pola interaksi sosial para penggemar. Ketika saran yang diberikan dalam komunitas lebih condong kepada produk budaya Korea daripada produk lokal, hal itu menandakan adanya hegemoni budaya yang bekerja secara halus melalui praktik sehari-hari. Dalam ruang digital dan komunitas fandom, preferensi semacam ini menjadi normal baru yang terus direproduksi, sehingga budaya lokal semakin terpinggirkan tanpa disadari. Masada menambahkan bahwa konsumsi budaya global sering kali menjadi bagian dari pembentukan identitas diri, terutama di kalangan generasi muda [17]. Dalam konteks ini, budaya populer Korea tidak hanya menjadi hiburan, tetapi juga menjadi cermin bagi para penggemar untuk mendefinisikan siapa mereka, bagaimana mereka ingin dilihat, dan dengan siapa mereka merasa terhubung. Identitas yang terbentuk dari konsumsi budaya global ini sering kali bersifat hibrida mencampur unsur lokal dan global tetapi dalam banyak kasus, unsur global lebih dominan karena didukung oleh citra modernitas, kemajuan, dan prestise simbolik yang melekat pada budaya Korea. Dalam konteks WIZ*ONE, penggunaan produk dan gaya hidup Korea bukan sekadar konsumsi, melainkan performa identitas yang menunjukkan afiliasi mereka terhadap fandom global. Membeli merchandise resmi, mengenakan pakaian dengan estetika ala idol, hingga menggunakan kosmetik Korea merupakan tindakan simbolik yang mempertegas posisi mereka sebagai bagian dari komunitas transnasional. Performa ini juga menjadi alat untuk memperoleh pengakuan dan legitimasi sosial di dalam komunitas, di mana kedekatan dengan budaya asal idol dianggap sebagai bentuk kesetiaan dan kedalaman afiliasi. Lebih jauh, fenomena ini juga dapat dipahami sebagai bagian dari cultural proximity kedekatan budaya yang dirasakan oleh penggemar Indonesia terhadap budaya Korea karena adanya kesamaan nilai

Commented [2]: Minimal 5 baris untuk 1 paragraf

6 | Page

tertentu, seperti pentingnya hierarki sosial, kesopanan, atau estetika visual. Namun, kedekatan yang dirasakan ini sering kali bersifat selektif dan dimediasi oleh representasi media yang sudah dikemas sedemikian rupa sehingga tampak ideal. Akibatnya, yang terjadi bukanlah pertukaran budaya yang setara, melainkan dominasi satu arah di mana budaya Korea dianggap lebih unggul dan layak ditiru. Oleh karena itu, peneliti menilai bahwa selain bahasa, terdapat dimensi lain yang mengalami dekulturisasi, yaitu gaya hidup. Perubahan ini mencakup cara berpakaian, pola konsumsi media, preferensi produk, hingga cara para penggemar membangun identitas sosial mereka. Dekulturisasi gaya hidup ini bersifat gradual dan sering kali tidak disadari karena berlangsung dalam keseharian yang tampak alami. Namun, akumulasi dari praktik-praktik kecil tersebut pada akhirnya membentuk lanskap budaya yang semakin menjauh dari akar lokal dan semakin terikat pada pusat budaya global baru, dalam hal ini Korea Selatan.

Keterikatan terhadap Budaya Korea

Indikator ketiga yang ditemukan adalah menurunnya perhatian dan keterlibatan terhadap budaya lokal. "Mikhael merasa ia lebih bersemangat ketika hadir dalam event komunitas ataupun konser korea daripada mengikuti kerja bakti di area tempat tinggalnya ataupun kegiatan seperti upacara adat didaerahnya" (Mikhael, Wawancara, 2026). "Tono juga menegaskan bahwa hal-hal seperti itu juga terjadi pada komunitas sebelumnya dimana hal ini sudah wajar, yaitu lebih tertarik ketika mengikuti gathering komunitas ataupun acara mengenai budaya korea." (Tono, Wawancara, 2026).

Pernyataan ini tidak dapat dianggap remeh, karena keduanya menunjukkan adanya pergeseran orientasi nilai dari tanggung jawab sosial berbasis komunitas lokal menuju keterlibatan emosional dalam ruang budaya populer global. Artinya, partisipasi dalam kegiatan komunitas berbasis budaya Korea tidak hanya dianggap sebagai aktivitas rekreasi, tetapi telah mengambil peran afektif yang sebelumnya diisi oleh kegiatan-kegiatan lokal. Hal ini sejalan dengan pandangan Ullah, yang menyatakan bahwa dekulturasi tidak hanya berarti penambahan unsur budaya baru, tetapi juga pengikisan praktik budaya sebelumnya [8]. Dengan demikian, kehadiran budaya pop Korea dalam keseharian komunitas WIZ*ONE tidak bersifat aditif semata, melainkan juga subtraktif terhadap praktik budaya lokal. Dalam perspektif ini, dekulturasi terjadi ketika ruang dan waktu yang seharusnya digunakan untuk menghidupkan tradisi lokal justru digantikan oleh agenda budaya asing yang lebih menarik secara emosional dan simbolik.

Namun, peneliti mencatat bahwa tidak satu pun informan yang sepenuhnya meninggalkan budaya Indonesia. Mereka tetap menggunakan bahasa Indonesia, merayakan hari raya nasional, dan berinteraksi dengan keluarga dalam konteks lokal. Hal ini menunjukkan bahwa dekulturasi pada komunitas WIZ*ONE berlangsung secara bertahap dan sebagian, melalui proses negosiasi budaya antara nilai-nilai global (Korea) dan lokal (Indonesia). Artinya, identitas budaya mereka tidak serta-merta tercerabut dari akar lokalnya, tetapi mengalami transformasi yang kompleks dan dinamis. Proses ini mirip dengan apa yang disebut Kunst dan Sam sebagai integrasi, yaitu mempertahankan budaya asli sambil mengadopsi elemen budaya baru, bukan asimilasi total [20]. Temuan ini memperkuat argumen bahwa budaya pop global tidak selalu menjadi ancaman mutlak bagi budaya lokal, tetapi lebih sering menciptakan ruang negosiasi identitas yang cair dan hibrid. Dengan demikian, temuan penelitian ini memperkuat argumentasi bahwa media sosial bukan sekadar alat penyebaran informasi, melainkan arena pertukaran simbol budaya yang dapat mengarah pada perubahan identitas. Peran tagar, seperti #WIZ*ONE di berbagai platform, menjadi elemen kunci dalam penyebaran Korean Wave sekaligus sebagai alat pemersatu komunitas. Tagar memungkinkan penggemar dari berbagai wilayah untuk berkumpul dalam satu ruang digital, berbagi konten, dan menunjukkan solidaritas kolektif sebagaimana ditemukan dalam studi tentang fenomena hibriditas linguistik yang terjadi pada komunitas WIZONE menunjukkan bagaimana media sosial menjadi ruang bagi terbentuknya identitas baru melalui penggunaan bahasa asing.

Hal ini sejalan dengan temuan Dharma dkk dalam penelitian mereka tentang tagar #Kadrun di Instagram, yang mengungkap bahwa media sosial tidak hanya menjadi ruang ekspresi budaya populer, tetapi juga arena kontestasi identitas yang kuat. Dalam studi tersebut, ditemukan bahwa penggunaan istilah-istilah seperti "Wan Abud" dan "Yohanies" untuk menggantikan nama tokoh politik, serta pengulangan kata "khilafah" secara masif, merupakan strategi framing yang sengaja digunakan untuk membentuk persepsi publik [22]. Sama halnya dengan komunitas WIZONE yang menggunakan istilah Korea sebagai penanda identitas kelompok, para buzzer politik dalam tagar #Kadrun juga menggunakan diksi-diksi tertentu untuk membangun identitas kolektif dan memengaruhi opini publik [19]. Kedua fenomena ini memperlihatkan bahwa bahasa di media sosial berfungsi ganda sebagai alat pembentukan identitas budaya sekaligus sebagai instrumen politik identitas.

Fenomena serupa juga terlihat pada komunitas penggemar K-Drama di media sosial X, di mana penggunaan tagar dan campuran kode (code-mixing) berfungsi tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai penanda identitas dan afiliasi kelompok. Bahkan, dalam situasi krisis seperti kontroversi manipulasi suara IZ*ONE, para penggemar justru menggunakan media sosial dan tagar untuk menyatakan dukungan, yang menunjukkan bahwa identitas kolektif yang terbangun melalui komunitas digital lebih kuat daripada sekadar asal-usul grup itu sendiri. Korean Wave melalui mediasi media telah menjadi kekuatan kultural yang signifikan di kalangan generasi muda Indonesia, tetapi tidak sampai menghapus akar budaya lokal. Sebaliknya, yang terjadi adalah dekulturnasi parsial yang ditandai oleh hibriditas bahasa, perubahan gaya hidup, penguatan identitas digital, dan melemahnya minat terhadap budaya lokal. Ini menegaskan bahwa paparan budaya asing melalui media sosial tidak beroperasi secara linear, melainkan melalui proses seleksi, adaptasi, dan negosiasi yang dipengaruhi oleh konteks sosial, emosional, dan identitas masing-masing individu. Dari hasil wawancara didapati bahwa mayoritas komunitas WIZ*ONE telah mengalami dekulturnasi, di mana mereka hanya menggunakan kosakata bahasa Korea atau slang seperti oppa, unnie, appa, amma, annyeong pada saat bersosial media. Fenomena ini sejalan dengan temuan Wulandari dan Kurniawan dalam penelitian mereka mengenai pergeseran bahasa ibu di kalangan remaja perkotaan [21]. Dalam studinya, mereka menemukan bahwa remaja kehilangan penguasaan teknis terhadap tata bahasa dan kosakata kompleks bahasa Sunda, namun tetap mempertahankan penggunaan sapaan kekerabatan tertentu seperti "Aa" dan "Teteh" sebagai penanda identitas dan solidaritas kelompok.

Pola yang serupa tampak pada pernyataan Daffa, mereka tidak menguasai bahasa Korea secara struktural maupun fungsional secara penuh, tetapi mengadopsi secara selektif istilah-istilah kekerabatan dan sapaan akrab (oppa, unnie, appa, eomma, annyeong) sebagai simbol kedekatan emosional dan penanda identitas sebagai penggemar Kpop. Ini membuktikan bahwa adopsi bahasa bukanlah sekadar fenomena linguistik, tetapi juga strategi pembentukan identitas kolektif yang bersifat afektif. Sementara itu, ada beberapa informan yang sudah mencapai tahap yang lebih tinggi dari dekulturnasi, yang tercermin dari mulai ditinggalkannya budaya lokal meskipun belum sepenuhnya, serta tumbuhnya preferensi terhadap tren Korea. Proses dekulturnasi tersebut berlangsung secara situasional, yakni hanya ditampilkan saat berada dalam komunitas atau pada acara tertentu, tetapi kecenderungan ini turut mempercepat terkikisnya budaya lokal. Hal ini sejalan dengan pendapat William yang menyatakan bahwa konvensi anime berfungsi sebagai safe space bagi wibu untuk menampilkan jati diri tanpa rasa takut terhadap stigma sosial. William menyebut fenomena ini sebagai performative fandom, di mana identitas dimainkan secara sadar dalam batasan ruang dan waktu tertentu [22]. Bainbridge menambahkan bahwa di luar ruang tersebut, penggemar cenderung menyembunyikan identitas otaku mereka sebagai strategi menghindari shame dan penilaian negatif dari masyarakat arus utama [23]. Di sisi lain, Vertovec menjelaskan bahwa sifat situasional dari perilaku tersebut dapat dijelaskan melalui konsep identitas situasional (situational ethnicity/identity) yang kini dikembangkan lebih lanjut dalam studi super-diversitas [24]. Sementara itu, Brandy dan Andy menegaskan bahwa identitas budaya tidak bersifat tetap, melainkan dapat diaktifkan dan ditampilkan secara berbeda sesuai dengan konteks sosial tertentu [25]. Dengan kata lain, komunitas WIZ*ONE menunjukkan bentuk identitas yang tidak tunggal dan tidak statis, melainkan identitas yang dikelola secara reflektif dalam ruang-ruang sosial yang berbeda.

Identitas Korea yang mereka tampilkan di ruang komunitas atau media sosial bisa jadi tidak muncul dalam ruang keluarga atau lingkungan tempat tinggal. Ini adalah bentuk strategi adaptif dalam menghadapi keragaman nilai budaya yang mereka hidupi sehari-hari. Lebih jauh, fenomena ini juga menunjukkan bahwa identitas tidak lagi semata-mata ditentukan oleh asal-usul etnis atau budaya lokal, tetapi oleh pilihan-pilihan kultural yang tersedia dalam lanskap media global. Media sosial, dalam hal ini, menjadi panggung utama tempat identitas-identitas alternatif dibentuk, diuji, dan ditampilkan. Ketika individu lebih banyak menghabiskan waktu di ruang digital yang didominasi oleh konten Korea, maka afiliasi emosional mereka pun bergeser ke arah nilai-nilai budaya yang direpresentasikan oleh konten tersebut. Hal ini tidak serta-merta buruk, tetapi menuntut perhatian serius terhadap bagaimana generasi muda merawat dan memaknai identitas budayanya sendiri di tengah arus globalisasi budaya yang semakin deras. Oleh karena itu, temuan ini menegaskan bahwa dekulturnasi yang terjadi pada komunitas WIZ*ONE bukanlah bentuk penolakan total terhadap budaya lokal, melainkan bentuk baru dari praktik budaya yang hibrid, cair, dan kontekstual. Ini memperlihatkan bahwa globalisasi budaya tidak selalu berujung pada homogenisasi, tetapi justru menciptakan ruang-ruang kreatif bagi terbentuknya identitas baru yang melampaui batas-batas nasional dan etnis. Namun, tetap penting untuk mencatat bahwa pengikisan terhadap praktik budaya lokal, sekecil apa pun, adalah sinyal bahwa ruang bagi budaya lokal dalam kehidupan generasi muda semakin menyempit. Maka, dibutuhkan strategi kultural yang adaptif baik dari institusi pendidikan, keluarga, maupun komunitas untuk menyeimbangkan keterbukaan terhadap budaya global dengan keberpihakan pada pelestarian budaya lokal. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengonfirmasi adanya dekulturnasi di kalangan penggemar K-pop, tetapi juga membuka ruang diskusi lebih lanjut tentang bagaimana identitas budaya generasi muda Indonesia dibentuk ulang oleh arus budaya global, dan bagaimana masyarakat dapat meresponsnya secara kritis dan produktif.

IV. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Korean Wave* yang tersebar melalui media sosial turut mendorong terjadinya dekulturasi secara bertahap dalam komunitas *WIZ*ONE*. Gejala ini terlihat dari perubahan cara berkomunikasi penggemar, terutama melalui penggunaan istilah bahasa Korea dan pencampuran bahasa dalam percakapan sehari-hari di ruang digital maupun di luar komunitas. Pengaruh tersebut juga tampak pada perubahan pola hidup dan selera budaya, seperti kecenderungan meniru gaya berpakaian idol, meningkatnya konsumsi konten hiburan Korea, serta preferensi terhadap produk yang berkaitan dengan Korea. Hal ini menandakan bahwa budaya Korea telah menjadi referensi penting dalam membentuk pilihan dan identitas penggemar.

Media sosial berfungsi sebagai sarana utama yang memperkuat keterikatan emosional antaranggota fandom sekaligus mempercepat penyebaran praktik budaya Korea. Intensitas interaksi di ruang digital membuat simbol budaya Korea lebih dominan, yang pada akhirnya dapat mengurangi perhatian terhadap budaya lokal, meskipun tidak sepenuhnya menghilangkannya. Oleh karena itu, dekulturasi dalam komunitas *WIZ*ONE* dapat dipahami sebagai proses pergeseran identitas yang terjadi melalui negosiasi antara budaya global dan budaya lokal. Budaya Korea cenderung lebih menonjol dalam ruang digital, sementara budaya lokal masih tetap hadir dalam kehidupan sosial penggemar. Temuan ini menegaskan bahwa media sosial memiliki peran besar dalam membentuk arah transformasi budaya generasi muda di tengah arus globalisasi. Simpulan menggambarkan jawaban dari hipotesis dan/atau tujuan penelitian atau temuan ilmiah yang diperoleh.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis memanjatkan rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan lancar. Penulis juga menyampaikan penghargaan dan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, serta kontribusi selama proses penelitian dan penulisan artikel ini. Terima kasih secara khusus diberikan kepada komunitas *WIZ*ONE*, terutama Daffa selaku admin komunitas, beserta seluruh informan yang telah bersedia meluangkan waktu dan berbagi pengalaman serta informasi yang sangat berarti bagi penelitian ini. Keterlibatan dan keterbukaan para informan menjadi faktor penting dalam keberhasilan penelitian ini. Penulis turut menyampaikan apresiasi kepada dosen pembimbing atas arahan, bimbingan, dan motivasi yang diberikan selama proses penyusunan penelitian. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada keluarga, sahabat, dan semua pihak yang senantiasa memberikan dukungan, baik secara moral maupun material. Semoga segala bantuan dan kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang setimpal. Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian mengenai budaya populer, media sosial, dan dekulturasi.

REFERENCE

- [1] H. Kim, J. Kim, S. Park dan Y. Choi, "The global influence of Korean Wave: Cultural diffusion and fandom practices," *Journal of Asian Popular Culture*, no. 8, pp. 145-162, 2022.
- [2] J. Kim dan M. Kwon, "Innovative cultural production in K-Pop: Global marketing and digital aesthetics," *International Journal of Cultural Studies*, no. 25, p. 380-397, 2022.
- [3] R. Kustiawan, L. P. Sari dan A. Putra, "Korean Wave sebagai budaya populer yang mengakar di kalangan anak muda Indonesia," *Jurnal Studi Budaya*, no. 10, pp. 55-73, 2023.
- [4] N. Syafaah dan H. S. Ignatius, "Fear of Missing Out dan Korean Wave : Implikasinya pada Keputusan Pembelian Kosmetik asal Korea," *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, vol. 05, p. 403-413, 2022.
- [5] R. N. Aulia dan A. Naryoso, "Pembentukan Identitas Kolektif dan Solidaritas Virtual pada Komunitas Fandom K-Pop di Indonesia (Studi pada ARMY-BTS Region Jawa Tengah)," *Jurnal ASPIKOM (Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi)*, vol. 8, no. 2, 2022.

- [6] P. Hening, "Dekulturasi digital dan identitas transkultural di media sosial," *Deepublish*, 2024.
- [7] S. Dharma, *Komunikasi antarbudaya: Teori dan praktik dalam mencegah konflik sosial*, Rajawali Press., 2019.
- [8] H. Ullah, "Cultural adaptation: Enculturation, acculturation, and deculturation in Southeast Asia," *Asian Journal of Cultural Dynamics*, no. 3, pp. 22-40, 2022.
- [9] U. Niswah, *DEKULTURASIBUDAYA PENGANTIN JAWA OLEH FALSAFAH ISLAM DI ERA MILENIAL*, Sukoharjo: TAHTA MEDIA GROUP, 2024.
- [10] A. Gutierrez-Jauregi, M. E. Aramendia-Muneta dan I. G.-. Cámara, "Harmony in diversity: unraveling the global impact of K-Pop through social media and fandom dynamics," *Media Asia*, vol. 53, no. 2, pp. 366-392, 2025.
- [11] T. Henri dan T. John Charles, "An integrative theory of intergroup conflict," Monterey, Brooks/Cole, 1979, pp. 33-47.
- [12] S. T. Toomey, "Theorizing about intercultural communication," dalam *Identity negotiation theory: Crossing cultural boundaries*, Thousand Oaks, CA, SAGE Publications, 2005, pp. 211-233.
- [13] J. W. Creswell, *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.), SAGE Publications, 2017.
- [14] L. J. Moleong, *Metodologi penelitian kualitatif*, Remaja Rosdakarya, 2017.
- [15] Koentjaraningrat, *Pengantar Ilmu Antropologi Edisi Revisi*, Jakarta: Rineka Cipta, 2009, pp. 145-162.
- [16] N. W. A. P. Sari, D. F. Rahmi dan N. N. C. D. Anggraeni, "Hibriditas Bahasa Leksikal sebagai Praktik Sociolinguistik Tokoh Roy dalam Film Balada si Roy (2023)," *Hortatori : Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, vol. 9, p. 308-315, 2025.
- [17] A. N. Salsabila, A. D. E. Ngasi, M. Ulfa, A. Jamaluddin, C. Malik dan Anhar, "Code-Mixing dan Code-Switching dalam Media Sosial Studi Sociolinguistik pada Mahasiswa STIE Balikpapan," *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Bahasa*, vol. 4, pp. 357-373, 2025.
- [18] D. G. Masada, "Cultural Fusion: The Impact of K-Pop on the Indonesian Perspectives and Identities," *Research Gate*, pp. 34-44, 2020.
- [19] F. A. Dharma, D. Hariyanto dan F. Muharram, "Construction of Political Identity on Instagram: Unveiling the Kadrun Hashtag Movement in Indonesia's 2024 Presidential Election," *acopen*, vol. 8, no. 2, pp. 6-8, 2023.
- [20] S. Vertovec, "Superdiversity," dalam *Migration and Social Complexity*, Taylor&Francis, 2023, p. 251.
- [21] B. Andy dan R. Brady, "Negotiated identities in digital spaces: Youth, social media, and the situational self," *Journal of Youth Studies*, vol. 25, no. 7, pp. 893-908, 2022.
- [22] J. R. Kunst dan D. L. Sam, "Acculturation in the 21st century: Expanding the framework," *International Journal of Intercultural Relations*, vol. 86, pp. 1-5, 2022.
- [23] A. William, "Cosplay, identity and performative fandom," *Journal of Fandom Studies*, vol. 10, no. 1, p. 43-58, 2022.
- [24] J. Bainbridge, "Negotiating otaku identity: Stigma, shame and community in Australian anime conventions," *M/C Journal*, vol. 26, no. 4, 2023.
- [25] H. Jenkins, *Convergence Culture Where Old and New Media Collide*, New York and London: NEW YORK UNIVERSITY PRESS, 2006.

- [26] T. Wulandari dan E. Kurniawan, "Pergeseran Bahasa Ibu di Kalangan Remaja Perkotaan: Studi Kasus Bahasa Sunda di Bandung," *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, vol. 18, no. 2, pp. 210-222, 2018.
- [27] N. R. Paneru dan B. Bohara, "Globalization, Language, and Culture: Reflections on Appadurai's Perspectives," *Spandan*, vol. 13, pp. 60-57, 2023.
- [28] H. I. Schiller, *The Mind Managers*, Boston: Beacon Press, 1973.
- [29] V. Glodev, G. Wijaya dan R. Ida, "The Korean Wave as the Globalization of South Korean Culture," *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, vol. 22, no. 1, pp. 108-120, 2023.

Copyright © Author. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.