

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan agar dapat membuat penelitian lebih baik. Selain itu, untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Beberapa hal yang akan dibahas oleh peneliti dalam membantu penelitian ini adalah judul penelitian, metode penelitian, tujuan penelitian dan hasil penelitian.

Terdapat tiga penelitian terdahulu sebagai acuan yang membantu peneliti untuk menentukan asumsi dasar dalam menyusun penelitian “Perilaku Komunikasi Anggota Komunitas *WeNeedWorks* Dalam Melakukan *Dance Cover* di Bandung”. Berikut beberapa hasil penelitian yang dijadikan sebagai referensi:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti dan Instansi	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Tujuan Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian ini	Hasil Penelitian
1.	Ridwan Hendrayana (41815103) mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Komputer Indonesia Bandung	Perilaku Komunikasi Video Editor di Rumah Produksi Ancipa Kota Bandung (Studi Deskriptif Mengenai Perilaku Komunikasi Video Editor Dalam Berkolaborasi Dengan	Metode Penelitian Kualitatif, Studi Deskriptif	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku komunikasi video editor dalam berkolaborasi dengan season bags pasca produksi iklan di rumah produksi ancipa kota bandung.	Perbedaannya adalah dalam penelitian ini meneliti mengenai video editor, sedangkan peneliti meneliti mengenai dance cover	Hasil yang diperoleh oleh penulis dalam penelitian ini, bahwa perilaku komunikasi dilihat dari komunikasi verbal adalah penggunaan bahasa serta adanya tulisan berupa script report & sound report lalu ada naskah, storyboard dan moodboard, interaksi langsung dengan sesama anggota rumah produksi, saat rapat pasca produksi serta interaksi dengan pihak season bags melalui virtual message. Komunikasi non verbal

		Season Bags Pasca Produksi Iklan Di Rumah Produksi Ancipa Bandung)				melalui bahasa tubuh, penggunaan aksesoris, ekspresi wajah dan sentuhan. Selanjutnya motif para video editor ini berkolaborasi dengan season bags adalah berdasarkan hobi dan kesukaan, sebagai pengalaman, dan sebagai role model.
--	--	---	--	--	--	--

2.	Siti Nurushobah, Rah Utami Nugrahani. S.Sos., MAB (Program studi Ilmu Komunikasi Universitas Telkom Bandung)	Perilaku Komunikasi <i>Cheerleading</i> Crown Allstar Bandung (Studi Deskriptif Perilaku Komunikasi Cheerleading Crown Allstar Bandung Saat Berlatih)	Metode Penelitian Kualitatif, Studi Deskriptif	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku komunikasi Cheerleading Crown Allstar saat proses berlatih	Penelitian tersebut merujuk pada perilaku komunikasi Cheerleading Crown Allstar Bandung Saat Berlatih, sedangkan penelitian ini merujuk pada saat melakukan kegiatan dance cover	Hasil penelitian diketahui bahwa pada dasarnya, perilaku komunikasi satu dengan yang lainnya sama, yang membedakan adalah penyampaian pesannya. Cheerleading Crown Allstar bentuk komunikasinya berbeda dengan olahraga lainnya. Komunikasi verbal mereka memiliki tata bahasa atau kamus bahasanya sendiri yang tidak bisa digunakan untuk berkomunikasi diluar tim seperti numerik, “tahan”, “kunci”. Komunikasi non verbal, memiliki kode-kode tertentu yang dikomunikasikan melalui gerakan isyarat, gerakan tubuh, dan sentuhan. Sehingga, komunikasi secara verbal dan non
----	--	---	--	---	--	--

						verbal memiliki arti/makna tertentu yang dapat dimengerti dan dipahami anggotanya. Ekspresi diri seorang Cheerleading terlihat melalui kostum, make-up, rambut dan gaya berjalan yang berpengaruh pada image Cheerleading tersebut. Sehingga, dalam perilaku komunikasi Cheerleading Crown Allstar, menggabungkan antara komunikasi verbal dan non verbal yang dikomunikasikan dengan gerakan dan teknik Cheerleading.
3.	Delya Oktovie Apsari (071311533083) mahasiswa Program Studi	Identitas Diri <i>CrossDress</i> Davinci Melalui Dance Cover	Metode Penelitian Kualitatif, Studi Etnografi	Penelitian ini bertujuan untk mengeksplorasi identitas <i>crossdress</i>	Perbedaannya yaitu penelitian tersebut meneliti	Hasil Penelitian melihat bahwa, Davinci selalu menegaskan identitas mereka adalah sebagai laki-laki sekaligus

	Ilmu Komunikasi Universitas Airlangga Surabaya	K-Pop (Studi Etnografi Komunikasi Mengenai Boygroup Davinci)		boygroup dance cover K-Pop, yaitu ‘Davinci’. Grup asal Surabaya yang beranggotakan lima orang laki-laki bernama Kivan, Febian, Arul, Rizqi, dan Ve.	mengenai Identitas diri <i>CrossDress</i> menggunakan Studi Etnografi. Sedangkan penelitian yang peneliti kerjakan sekarang membahas mengenai perilaku komunikasi dalam sebuah grup nya.	<i>crossdresser</i> , karena mereka <i>crossdressing</i> tidak untuk sehari-hari, melainkan hanya diatas panggung saja. Namun, permasalahan muncul akibat pencampuradukkan istilah antara <i>crossdresser</i> , LGBT, dan waria. Sehingga penggunaan identitas sebagai <i>crossdresser</i> tidak bisa secara bebas. <i>Crossdress dance cover</i> K-pop kemudian digunakan untuk melawan stereotip buruk terhadap <i>crossdresser</i> .
--	--	--	--	---	--	---

Sumber: Olah Data Peneliti, 2023

Dari beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan referensi oleh peneliti, terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini. Pada penelitian pertama dan kedua, menggunakan metode kualitatif dengan studi deskriptif. Hal tersebut juga digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini. Sedangkan pada penelitian yang ketiga, menggunakan Studi Etnografi Komunikasi. Perbedaannya dalam penelitian yang dibahas, pada penelitian pertama dan kedua membahas perilaku komunikasi pada objek yang berbeda. Sedangkan untuk penelitian ketiga, perbedaannya terdapat pada Studi Etnografi nya, dan *dance cover* yang disini lebih berfokus mengenai identitas diri seorang *crossdresser* dalam *dance cover K-pop*.

2.2. Tinjauan Pustaka

2.2.1 Tinjauan Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap-muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal (Mulyana, 2021). Komunikasi antarpribadi dinilai paling ampuh dalam mengubah sikap, kepercayaan, opini, dan perilaku seseorang. Hal ini dapat terjadi melalui kontak tatap muka, baik secara langsung maupun melalui media komunikasi. Komunikasi antarpribadi memainkan peran penting dalam membangun hubungan sosial dan kerja sama.

Komunikasi antarpribadi memiliki jenis atau bentuk khusus, bentuk khusus ini yaitu komunikasi diadik dan komunikasi triadik. Komunikasi diadik dapat diartikan sebagai suatu proses pertukaran makna antara orang-orang yang saling berkomunikasi. Komunikasi terjadi secara tatap muka (*face to face*) antara dua individu (Surya & Rismawaty, 2014). Sedangkan komunikasi Triadik merupakan komunikasi antarpribadi yang melibatkan tiga orang, yakni seorang komunikator dan dua orang komunikan. Artinya komunikasi diadik lebih efektif, dikarenakan komunikator hanya memusatkan perhatiannya pada satu orang komunikan saja.

Terdapat ciri-ciri komunikasi antarpribadi menurut beberapa pakar yang telah dihimpun oleh Alo Liliweri, yaitu:

1. Spontanitas, terjadi sambil lalu dengan media utama adalah tatap muka.
2. Terjadi secara kebetulan diantara peserta yang identitasnya kurang jelas.
3. Mengakibatkan dampak yang disengaja dan tidak disengaja
4. Kerap kali berbalas-balasan
5. Mempersyaratkan Hubungan paling sedikit dua orang dengan hubungan yang bebas dan bervariasi, ada keterpengaruh.
6. Harus membuahkan hasil
7. Menggunakan lambang-lambang yang bermakna. (Hanani, 2017)

Hartley (2014) menyebutkan terdapat tujuh proposisi tentang komunikasi antarpribadi yaitu:

1. Pertemuan Tatap Muka (*face to face meetings*)

Komunikasi antarpribadi melibatkan pertemuan tatap muka antara dua peserta komunikasi. Pengecualian terdapat pada komunikasi “bermedia” seperti pembicaraan dengan telepon, karena dalam setiap media perantara komunikasi terdapat karakteristik khusus yang dapat memberi dampak kepada komunikasi itu sendiri.

2. Peran (*roles*)

Komunikasi antarpribadi melibatkan dua orang dengan peran yang berbeda tetapi saling berhubungan. Secara umum dalam komunikasi terdapat dua peran yaitu peran formal dan peran informal. Komunikasi antarpribadi dapat terjadi antara dua orang hanya ketika dua orang tersebut saling memahami dan berbagi satu pemahaman yang sama tentang bagaimana seharusnya menjadi manusia dan menyadari bagaimana orang lain merasakan.

3. Dua Arah (*two way*)

Komunikasi antarpribadi selalu berlangsung secara dua arah. Dalam model komunikasi terdapat bentuk komunikasi yaitu linier, interaksional, dan transaksional. Dalam model linier memandang komunikasi sebagai proses satu arah, pengirim menyampaikan pesan kepada penerima. Model Interaksional melihat komunikasi sebagai proses dimana penerima (komunikasi) memberikan umpan balik (*feedback*) kepada pengirim (komunikator) terkait pesan yang disampaikan. Dalam Model Transaksional membutuhkan kemampuan dari komunikator dan

komunikasi dalam mengenali pesan, hambatan, dan konteks yang terjadi selama proses komunikasi berlangsung.

4. Makna (*meaning*)

Dalam komunikasi antarpribadi bukan hanya terjadi pertukaran pesan. Proses tersebut juga melibatkan penciptaan dan pertukaran makna. Dalam konteks ini, komunikasi mempersyaratkan transaksi atau kesepakatan akan pesan yang dipertukarkan.

5. Tujuan (*intention*)

Komunikasi antarpribadi merupakan aktivitas yang dilakukan secara sebagian atau keseluruhan dengan tujuan tertentu.

6. Proses (*process*)

Komunikasi antarpribadi adalah proses yang berlangsung secara terus menerus bukan seperti rangkaian kejadian atau peristiwa saja. Sedangkan dalam komunikasi antarpribadi proses tersebut berlangsung secara terus menerus.

7. Waktu (*time*)

Komunikasi antarpribadi terjadi dalam rangkaian peristiwa dari waktu ke waktu dengan proses yang dinamis. Dalam komunikasi antarpribadi, peristiwa yang terjadi dalam konteks sekarang tidak dapat dilepaskan dari peristiwa yang mendahuluinya dan bahkan harapan atas peristiwa kedepannya (Rakhmawati, 2019)

Berdasarkan pemaparan mengenai komunikasi antarpribadi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi antarpribadi merupakan

proses saling menyampaikan pesan oleh dua orang atau lebih untuk mencapai suatu tujuan pemahaman pesan tertentu. Pada penelitian ini, proses komunikasi antarpribadi yang dilakukan adalah pada saat anggota melakukan komunikasi antar anggota *k-pop dance cover* yang sedang melakukan kegiatan *dance cover*.

2.2.2 Tinjauan Komunikasi Kelompok

Ketika berbicara mengenai komunikasi kelompok, ada dua istilah kata yang perlu ditekankan yaitu komunikasi dan kelompok. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan atau informasi dari satu pihak kepada pihak lainnya sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Sedangkan kelompok merupakan kumpulan beberapa orang yang memiliki tujuan yang sama, atau yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut, meskipun setiap anggota boleh jadi punya peran berbeda. Dengan demikian, komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan kelompok kecil (*small group communication*), jadi bersifat tatap-muka. Komunikasi kelompok dengan sendirinya melibatkan juga komunikasi antarpribadi, karena itu kebanyakan teori komunikasi antarpribadi berlaku juga bagi komunikasi kelompok (Mulyana, 2021:82).

Dalam sebuah kegiatan *dance cover* pasti terdapat komunikasi kelompok didalamnya, dikarenakan saat kegiatan *dance cover* pasti ada

proses latihan, hingga saat mereka menampilkan hasil latihannya diatas panggung. Dalam proses tersebut pasti terdapat komunikasi kelompok yang tidak bisa dihindari, karena dalam sebuah grup *dance cover* para anggotanya memiliki peran yang berbeda namun mereka memiliki satu tujuan yang sama agar grup tersebut dapat berjalan dengan lancar.

2.2.3 Tinjauan Perilaku Komunikasi

Menurut KBBI, perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Menurut Woodworth dan Marquiz (dalam Sarwono, 2010:10) perilaku dibagi menjadi tiga bentuk aktivitas, yaitu aktivitas motorik, aktivitas kognitif, dan emosional.

Perilaku komunikasi merupakan tindakan yang dilakukan oleh manusia dalam berkomunikasi atau melakukan interaksi dengan sesamanya. Tindakan dalam komunikasi meliputi tindakan verbal dan tindakan nonverbal, atau yang lebih dikenal dengan perilaku komunikasi verbal dan perilaku komunikasi nonverbal bahwa pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih (Kuswarno, 2013:103). Perilaku komunikasi menuntut adanya suatu bentuk penguasaan dari beberapa keterampilan dan kompetensi, baik dalam bentuk keterampilan linguistic atau bahasa, keterampilan berinteraksi, dan keterampilan budaya dalam berperilaku dari seorang penutur (Purwoko, 2008:4). Pengertian suatu perilaku komunikasi tidak akan lepas dari pengertian perilaku dan komunikasi.

Perilaku komunikasi terdiri dari dua variabel, yaitu variabel yang perilaku komunikasinya dapat diukur dan variabel yang perilaku komunikasinya tidak dapat diukur. Variabel yang dapat diukur adalah semua gejala yang timbul dan dapat diamati. Sedangkan, variabel yang tidak dapat diamati, dapat diberi contoh seperti sikap, persepsi, kecerdasan, makna, dan kepribadian. Perilaku komunikasi yang tampak disebut juga *overt behavior* dan perilaku yang tidak tampak disebut *covert behavior*.

Pada penelitian ini, peneliti ingin meneliti lebih dalam mengenai perilaku komunikasi yang terjadi dalam sebuah grup maupun komunitas saat melakukan kegiatan *dance cover*, entah saat berlatih, maupun saat mereka melakukan penampilan diatas panggung.

2.2.4 Tinjauan Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal tidak semudah yang kita bayangkan. Pesan verbal merupakan semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Suatu system kode verbal disebut Bahasa. Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas. Bahasa verbal adalah sarana utama untuk menyatakan pikiran, perasaan, dan maksud kita. Bahasa verbal menggunakan kata-kata yang merepresentasikan berbagai aspek realitas individual kita.(Mulyana, 2021).

Pada komunikasi verbal ini terdapat beberapa unsur penting, yaitu:

a. Bahasa

Dalam komunikasi verbal, lambang bahasa yang dipergunakan adalah bahasa verbal entah lisan, tertulis pada kertas, ataupun elektronik. Bahasa suatu bangsa atau suku berasal dari interaksi dan hubungan antara warganya satu sama lain.

b. Kata

Kata merupakan inti lambang terkecil dalam bahasa. Kata adalah lambang yang melambangkan atau mewakili sesuatu hal, entah orang, barang, kejadian, atau keadaan. Jadi, kata itu bukan orang, barang, kejadian, atau keadaan sendiri. Makna kata tidak ada pada pikiran orang.

Dengan demikian komunikasi verbal adalah bentuk komunikasi yang menggunakan simbol-simbol verbal, seperti kata-kata, untuk menyampaikan informasi dan pesan. Komunikasi verbal terbagi menjadi dua kategori: komunikasi lisan (berbicara dan mendengar) dan komunikasi tertulis (menulis dan membaca). Dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi verbal memainkan peran penting dalam menyampaikan informasi dan pesan, baik secara efisien maupun secara efektif. Pemahaman dan pengembangan kemampuan komunikasi verbal sangat penting untuk membantu individu dalam berinteraksi sosial dan menjaga hubungan yang sehat dengan orang lain, contohnya dalam sebuah komunitas *dance cover*, pasti komunikasi verbal sangatlah penting terutama saat dalam proses latihan, agar tidak banyak terjadi kesalahpahaman antara para anggota.

2.2.5 Tinjauan Komunikasi Non Verbal

Komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang menggunakan pesan nonverbal. Istilah nonverbal biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi di luar kata-kata terucap dan tertulis. Secara teoritis komunikasi nonverbal dan komunikasi verbal dapat dipisahkan. Namun dalam kenyataannya, kedua jenis komunikasi ini saling jalin menjalin, saling melengkapi dalam komunikasi yang kita lakukan sehari-hari (Solihat et al., 2015). Komunikasi nonverbal juga biasa disebut dengan komunikasi spontan. Komunikasi nonverbal meliputi semua aspek komunikasi selain kata-kata sendiri seperti bagaimana kita mengucapkan kata-kata (volume), fitur, lingkungan yang mempengaruhi interaksi (suhu, pencahayaan), dan benda-benda yang mempengaruhi citra pribadi dan pola interaksi (pakaian, perhiasan, mebel)(Kurniati, 2016). Dalam komunikasi nonverbal ini terdapat beberapa karakteristik yang bersifat universal yaitu:

1. Komunikatif, yaitu perilaku yang disengaja/tidak disengaja untuk mengkomunikasikan sesuatu sehingga pesan yang ada bisa diterima secara sadar.
2. Kesamaan Perilaku, yaitu kesamaan perilaku nonverbal antara 1 orang dengan orang lain. Secara umum bisa dilihat pada gerak tangan, cara duduk, berdiri, suara, pola bicara, kekerasan suara, cara diam.
3. Artifaktual, yaitu komunikasi nonverbal bisa juga dalam bentuk artefak seperti cara berpakaian, tata rias wajah, alat tulis, mobil,

- rumah, perabot rumah & cara menatanya, barang yang dipakai seperti jam tangan.
4. Kontekstual, yaitu bahasa nonverbal terjadi dalam suatu konteks. Membantu tentukan makna dari setiap perilaku non verbal. Misalnya, memukul meja saat pidato akan berbeda makna dengan memukul meja saat dengar berita kematian.
 5. Paket, yaitu bahasa nonverbal merupakan sebuah paket dalam satu kesatuan. Paket nonverbal jika semua bagian tubuh bekerjasama untuk komunikasikan makna tertentu. Harus dilihat secara keseluruhan (paket) dari perilaku tersebut.
 6. Dapat dipercaya, Pada umumnya kita cepat percaya perilaku non verbal. Verbal & non verbal haruslah konsisten. Ketidak konsistenan akan tampak pada bahasa nonverbal yang akan mudah diketahui orang lain. Misalnya seorang pembohong akan banyak melakukan gerakan-gerakan tidak disadari saat ia berbicara.
 7. Dikendalikan oleh aturan, seperti tata krama dan adat istiadat. Misalnya: Mempelajari penyampaian simpati (kapan, dimana, alasan) atau menyentuh (kapan, situasi apa yang boleh atau tidak boleh).
Duncan dalam Rakhmat (2011) menyebutkan bahwa ada enam jenis pesan nonverbal, yaitu:
 - a. Kinesik atau gerakan tubuh Merupakan pesan nonverbal yang menggunakan gerakan tubuh. Pesan kinesik ini terdiri dari pesan parsial, pesan gestural, dan pesan postural.

- b. Paralinguistik atau suara Pesan paralinguistik adalah pesan nonverbal yang berhubungan dengan cara mengucapkan pesan verbal yang terdiri dari nada, kualitas suara, dan volume suara.
- c. Proksemik atau penggunaan ruang personal dan sosial Merupakan penyampaian pesan melalui pengaturan jarak dan ruang.
- d. Olfaksi atau penciuman Merupakan proses penyampaian pesan yang termasuk pesan nonverbal nonvisual dan nonvokal.
- e. Sensitivitas kulit Pesan nonverbal seperti sentuhan maupun bebauan.
- f. Faktor artifaktual Merupakan proses penyampaian pesan yang diungkapkan melalui penampilan tubuh dan kosmetik.

Pada penelitian ini komunikasi nonverbal diperlukan dalam menyampaikan pesan melalui gerakan tari yang mereka bawa, dan juga penampilan seperti riasan wajah dan baju yang digunakan saat tampil di atas panggung.

2.2.6 Budaya Populer

Kebudayaan merupakan konsep fundamental dalam disiplin ilmu antropologi (Simbar, 2016). Kebudayaan mencakup keseluruhan sistem gagasan, tindakan dan hasil karya manusia dalam kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan belajar (Koentjaraningrat, 2009). Kebudayaan terus berubah dan menjadi gaya hidup masyarakat.

Budaya populer merupakan budaya yang disenangi oleh orang banyak. Menurut Ardia, budaya populer adalah budaya yang dibentuk

oleh masyarakat dan secara tidak sadar diterima kemudian diadopsi secara luas dalam masyarakat. Budaya populer adalah budaya yang banyak disukai, dan karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang.

Budaya populer terdiri dari berbagai jenis, salah satu budaya populer yang cukup diminati yaitu budaya populer Korea yang juga dikenal dengan sebutan *Korean Wave*, *Hallyu*, atau gelombang Korea. *Korean Wave* pada mulanya hanya berkembang dan digemari di Asia pada awal tahun 1990-an. Seiring dengan berjalannya waktu dan kecanggihan teknologi, sekarang *Korean Wave* sudah digemari bahkan diminati oleh masyarakat di berbagai penjuru dunia. *Hallyu* atau *Korean Wave* pada hakikatnya merupakan fenomena gelombang budaya Korea Selatan yang disebarkan melalui *Korean Pop Culture* ke seluruh penjuru dunia lewat media massa, dan yang terbesar lewat jaringan internet serta televisi (Valentina & Istriyani, 2013). Kota Bandung termasuk salah satu Kota di Indonesia yang ikut serta dengan budaya ini. Terlihat dari banyaknya komunitas-komunitas *dance cover*.

Karena adanya budaya populer *Korean Wave* ini, terlihat banyak remaja yang semakin menggemari budaya populer Korea dan akhirnya kurang tertarik dengan budaya lokal. Cukup terlihat dengan berkurangnya para remaja yang gemar bermain alat musik daerah seperti angklung, kendang, dsb. Juga masih lebih banyak remaja yang aktif mengikuti *modern dance* dan juga *k-pop dance cover* dibandingkan dengan remaja yang mengikuti tarian tradisional maupun tarian kontemporer.

Dari yang peneliti lihat, jika seorang remaja atau dewasa sudah menggemari budaya populer Korea ini, mereka cenderung mendalami budaya Korea yang ada, dimulai dari cara berbicara yang terkadang menggunakan Bahasa Korea walau hanya dari beberapa kata, hingga cara mengumpat dalam Bahasa Korea pun diucapkan. Selain itu cara mereka berpakaian atau yang biasa disebut *style* berpakaian pun akan mengikuti budaya orang Korea. Tidak hanya *style* berpakaian, namun *style* rambut pun biasanya mengikuti trend budaya Korea Selatan tersebut.

Dalam penelitian ini, unsur budaya populer diterapkan dalam kegiatan *k-pop dance cover* yang dilakukan oleh anggota komunitas *WeNeedWorks*, dimana mereka membawakan penampilan yang semuanya serba dari Korea Selatan. Mulai dari musik, tarian, kostum, riasan wajah, tatanan rambut serta ekspresi wajah yang mereka tampilkan menyerupai *idol k-pop*.

2.2.7 K-Pop Dance Cover

Korean Pop atau yang lebih dikenal dengan *K-Pop* merupakan genre musik yang berasal dari negara Korea Selatan. *K-Pop* ini terdiri dari beberapa jenis genre musik pop, *electronicpop*, *hip hop*, *rock*, *R&B* dan *dance*. Menurut Anggraini dalam bernas.com, *k-pop* merupakan salah satu bagian dari *korean wave* atau *hallyu*, yang mengacu pada popularitas budaya pop Korea Selatan.

Meluasnya *k-pop* di berbagai negara juga perlahan masuk ke negara Indonesia. Budaya *k-pop* yang populer di Indonesia yang masuk

sangat beragam mulai dari drama, *fashion*, *film* serta musik. Salah satu kehadiran *k-pop* yang populer yaitu grup penyanyi Korea Selatan yang kerap disebut *girlgroup* dan *boygroup*.

Musik *k-pop* yang masuk ke Indonesia, membuat beberapa penggemar *k-pop* ingin tampil layaknya seperti grup idola mereka, mulai dari penampilan *fashion*, gaya rambut, hingga memperagakan gerakan tarian layaknya grup *idol k-pop* yang biasanya disebut *dance cover*. *Dance cover* merupakan suatu komunitas atau perkumpulan beberapa orang yang menyukai musik dan budaya Korea Selatan. *K-Pop Dance Cover* adalah tarian yang di *cover* atau gerakan yang ditirukan oleh para penggemar musik *k-pop* dalam membuat video maupun mengikuti perlombaan khusus (Hapsari, 2021).

Cover dance memang menirukan koreografi yang dipopulerkan oleh *idol K-Pop*, tapi ada aspek-aspek lain yang membuatnya istimewa dan sebenarnya tidak mudah untuk dilakukan. *Cover dance* juga membutuhkan teknik, cinta dan penghayatan saat melakukannya. Para orang yang melakukan *cover dance* harus memahami dengan baik *idol* yang mereka *cover* sebelum tampil, baik dalam rekaman video maupun di atas panggung. Tidak hanya gerakan *dance* yang ditirukan, melainkan semua hal detail mengenai *idol k-pop* menjadi sorotan para pelaku *k-pop dance cover* agar lebih menjiwai karakternya menjadi seorang *idol* dalam grup tersebut. Itulah kenapa banyak penggemar *K-Pop* yang begitu menikmati

penampilan *cover dance*, karena mereka bisa mengingatkan para penonton dengan *idol* aslinya.

Misalnya jika ada orang yang akan menirukan gerakan *dance* suatu grup *idol K-pop* yang bernama *NewJeans* yang beranggotakan 5 orang, maka anggota *dance cover* yang akan menampilkan *dance* grup tersebut juga harus sesuai dengan jumlah anggota grup aslinya yaitu sejumlah 5 orang. Berdasarkan hal tersebut, maka terbentuklah grup *k-pop dance cover* di kalangan penggemar genre musik *k-pop* ini. Terbentuknya grup *k-pop dance cover* ini berkembang pada kegiatan suatu *event k-pop* berupa perlombaan maupun acara pribadi suatu *entertainment dance cover*. Biasanya setiap *entertainment* memiliki keunggulan, keunikan, dan ciri khas masing – masing untuk menarik calon anggotanya. Dalam lingkungan *k-pop dance cover*, komunitas yang menaungi beberapa grup ini biasa disebut sebagai *entertainment*.

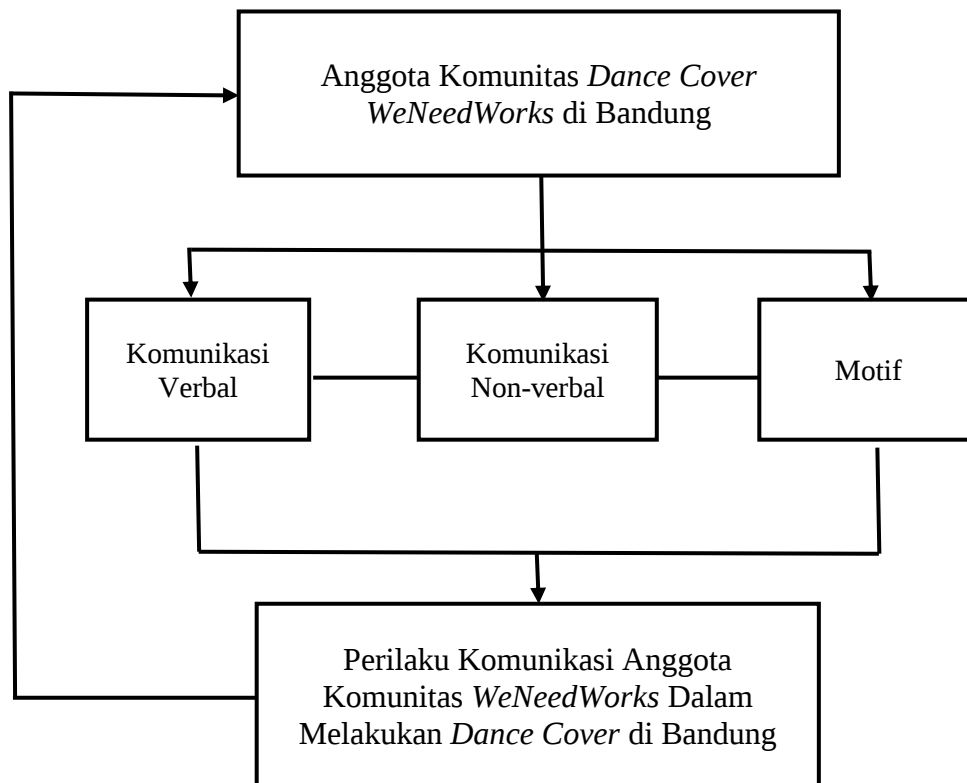
Pada penelitian ini, komunitas *WeNeedWorks* pasti memiliki keunggulan dibandingkan komunitas lain, sehingga banyak anggota yang tertarik untuk bergabung dengan komunitas ini. Umumnya, setiap *entertainment* atau komunitas *k-pop dance cover* melakukan kegiatan mulai dari latihan *dance* rutin hingga melakukan penampilan *dance cover* untuk suatu acara tertentu.

2.3. Kerangka Pemikiran

Di dalam penelitian kualitatif, dibutuhkan sebuah landasan yang mendasari penelitian agar lebih terarah. Oleh karena itu dibutuhkan kerangka pemikiran untuk mengembangkan konteks dan konsep penelitian lebih lanjut, sehingga dapat memperjelas konteks penelitian, metodologi, serta penggunaan teori dalam penelitian. Penjelasan yang disusun akan menggabungkan antara teori dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini peneliti bermaksud untuk mengetahui bagaimana perilaku komunikasi anggota komunitas *WeNeedWorks* dalam melakukan kegiatan *dance cover* di Bandung. Untuk memperoleh hasil tersebut peneliti mengambil sub focus komunikasi verbal, komunikasi nonverbal, dan motif. Peneliti menentukan sub focus tersebut berdasarkan buku *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* oleh Prof. Deddy Mulyana yang menjelaskan bahwa setiap perilaku memiliki potensi komunikasi, dan dalam komunikasi tersebut terdapat banyak unsur didalamnya.

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Sumber : Olah Data Peneliti, 2023

Berdasarkan alur pikir peneliti tersebut, peneliti ingin menggambarkan dan menjelaskan mengenai Perilaku Komunikasi Anggota Komunitas *WeNeedWorks* Dalam Melakukan Kegiatan *Dance Cover* di Bandung, yang dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu komunikasi verbal, komunikasi nonverbal, dan motif. Peneliti mencoba mendeskripsikan langkah-langkah dan tahapan sebuah perilaku komunikasi pada remaja atau dewasa yang mengikuti kegiatan *dance cover* pada

grup yang dinaungi oleh komunitas *WeNeedWorks* di Bandung menggunakan studi deskriptif.

Perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Perilaku komunikasi merupakan tindakan yang dilakukan oleh manusia dalam berkomunikasi atau melakukan interaksi dengan sesamanya. Tindakan yang dimaksud meliputi tindakan verbal dan tindakan nonverbal yang ada pada tingkah laku seseorang. Perilaku komunikasi terbentuk karena adanya interaksi baik secara verbal maupun nonverbal dan diperkuat dengan adanya motif.

Komunikasi verbal adalah bentuk komunikasi yang menggunakan simbol-simbol verbal, seperti kata-kata, untuk menyampaikan informasi dan pesan. Komunikasi verbal itu mencakup pada Bahasa yang diutarakan, tulisan, kode, dan lain sebagainya. Sedangkan untuk komunikasi nonverbal meliputi semua aspek komunikasi selain kata-kata sendiri seperti bagaimana kita mengucapkan kata-kata (volume), fitur, lingkungan yang mempengaruhi interaksi (suhu, pencahayaan), dan benda-benda yang mempengaruhi citra pribadi dan pola interaksi (pakaian, perhiasan, mebel) (Kurniati, 2016). Komunikasi nonverbal mengacu pada Bahasa tubuh atau gerakan, tanda, tindakan/perbuatan, dan juga objek. Motif merupakan konfigurasi makna yang menjadi landasan untuk bertindak, oleh karena itu motif penting dalam setiap tindakan informan. Motif yang dimaksud pada penelitian ini mencakup pada motif sebab (*because of motive*) atau motif masa lalu, dan juga motif tujuan (*in order to motive*) atau motif yang akan datang. Sehingga dapat diketahui apa saja aspek yang membentuk perilaku komunikasi seorang anggota *dance cover* dalam melakukan kegiatan *dance cover* tersebut.

Dalam hal ini, komunikasi verbal yang terjadi antara para anggota komunitas saat melakukan kegiatan *dance cover* dapat terlihat dari cara bagaimana mereka berkomunikasi saat kegiatan latihan rutin, dan juga bagaimana mereka berkomunikasi lewat grup chat yang ada. Untuk komunikasi nonverbalnya sendiri akan terlihat pada sikap atau gerak-gerik saat latihan dan juga dari cara bagaimana mereka dapat menyampaikan pesan lewat tarian atau penampilan yang mereka bawakan ketika diatas panggung. Terakhir mengenai motif, dapat diketahui dengan peneliti bertanya langsung dengan para anggota komunitas *dance cover* mengenai alasan dan tujuan mereka dalam melakukan kegiatan *dance cover*.