

Konstruksi Makna Penggunaan Avatar Oleh Mahasiswa Pengguna Aplikasi X Berdomisili Karawang (Studi Fenomenologi Tentang Motif dan Pengalaman Komunikasi)

Ahman Alpianto¹, Zainal Abidin², Tri Susanto³

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

E-mail: ahmanalpianto@gmail.com¹, zainal.abidin@fisip.unsika.ac.id², tri.susanto@staff.unsika.ac.id

Article History:

Received: 03 Januari 2025

Revised: 01 Maret 2026

Accepted: 16 Maret 2026

Keywords: Construction Of Meaning, Korean Avatar, Social Media X, Phenomenology, Digital Identity

Abstract: The development of South Korean popular culture (Korean Wave) has influenced the way students express their identity on social media, one of which is through the use of Korean avatars in the X application. This phenomenon is not only visual, but also related to the meaning, motives, and communication experiences experienced by users. This study aims to understand the construction of meaning in the use of Korean avatars by X user students who live in Karawang, as well as to reveal the motives and communication experiences that underlie it. This study uses a qualitative method with an Alfred Schutz phenomenological approach. Data were obtained through in-depth interviews, observations, and documentation of three informants selected using a purposive sampling technique. The results show that the use of Korean avatars is interpreted in various ways by students, including as a representation of fandom identity, a strategy for managing self-image and privacy, and a source of inspiration and self-confidence. The motives for using avatars consist of a because motive influenced by past experiences and interest in Korean culture, and an in order to motive oriented towards the goal of building a digital persona and social acceptance. In the communication experience, Korean avatars play a role as a symbol that influences social interactions, increasing a sense of security and self-confidence, although not free from negative comments. This study confirms that the use of Korean avatars is a symbolic communication practice that reflects the process of negotiating students' identities in digital spaces.

PENDAHULUAN

Perkembangan budaya populer Korea Selatan, terutama K-Pop dan drama Korea, telah membawa pengaruh besar terhadap gaya hidup dan perilaku remaja dan mahasiswa di Indonesia.

Salah satu manifestasi nyata dari fenomena ini adalah penggunaan avatar atau foto profil dengan tema Korea, terutama di *platform* media sosial seperti X. Banyak mahasiswa berdomisili di Karawang yang menggunakan avatar bergambar artis atau karakter Korea sebagai bagian dari identitas digital mereka. Penggunaan avatar ini tidak hanya sekadar estetika, melainkan juga mencerminkan identitas, preferensi budaya, dan cara mereka berinteraksi di dunia maya.

Menyebarnya industri hiburan Korea ini sering disebut sebagai *Korean Wave* atau gelombang Korea. *Korean Wave* adalah gelombang budaya musik, film, drama, dan segala sesuatunya yang berhubungan dengan Korea, yang menyebar ke nyaris seluruh negara di dunia, termasuk Indonesia (Akhmad, et al, 2018).

Budaya *Korean Wave* sudah masuk dan hadir di Indonesia pada sekitar tahun 2002, diawali dengan *Korean Drama (K-Drama)* yaitu *Mother's Sea* yang menjadi *K-Drama* pertama kali di Indonesia yang ditayangkan di stasiun TV yaitu Trans TV. *Mother's Sea* sukses diminati di Indonesia, lalu setelahnya muncul berbagai drama lain. Sampai 2017, sekitar 15 tahun kurun waktu. Sudah terdapat 100 *K-Drama* yang telah disiarkan di Indonesia (Mutmainah, 2021).

Korean wave dikenal juga dengan sebutan Hallyu atau Hanryu yang merupakan sebuah popularitas budaya yang populer berasal dari Korea Selatan di Asia. Budaya Korea seperti drama, film dan musik pop nya sangat kuat yang menjadikan ikon dalam *Korean wave*.

Munculnya fenomena *Korean Wave* menunjukkan betapa besar pengaruh dari *Korean Wave* yang telah berhasil menghipnotis publik terutama generasi muda untuk terus menyelam dalam budaya Korea. Pengaruh terbesar dari fenomena ini dalam berbagai produk budaya, salah satunya pada dunia *fashion*. *Korean Wave* mampu memberikan pola hidup atau cara berpikir masyarakat yang dipengaruhi kekuatan budaya Korea terlebih dengan didukung munculnya keberadaan publik figur (Jauhara, 2025).

Ada beberapa indikator dari *Korean Wave*, diantaranya: *Understanding* (Pemahaman), dimana penikmat menerima adanya *Korean Wave* karena telah memahami arti dan sifat keanekaragaman dari perbedaan budaya yang dianggap memiliki kesempatan dan hal yang sama di dalam masyarakat. Selain itu ada juga *Attitude and behavior* (Sikap dan perilaku), dimana hal ini merupakan cara penikmat merespon adanya *Korean Wave*, yaitu berdasarkan atribut suatu produk dalam perilaku pembelian konsumen. Dan yang terakhir ada *Perception* (Persepsi), dimana hal ini merupakan proses individu dalam menginterpretasikan, menentukan dan memberikan kesan serta informasi terhadap lingkungan, dengan tujuan untuk menciptakan ilustrasi terhadap sesuatu yang memiliki arti (Ifadha, 2023).

Korean Wave menyebar di Indonesia dengan sangat masif dalam 10 tahun terakhir, yang berdampak pada kesukaannya pada publik figur Korea menjadikan Mahasiswa di Karawang menggunakan avatar Korea pada akun media sosialnya. Mereka menggunakan avatar Korea yang berbeda sesuai dengan publik figur kesukaan mereka, dan masing-masing menggunakan avatar tersebut dengan alasan dan tujuan yang berbeda-beda.

Sosial Media X sebagai salah satu media sosial yang populer memberikan ruang bagi penggunaannya untuk mengekspresikan diri melalui avatar dan status. Avatar yang dipilih sering kali menjadi representasi dari kepribadian dan komunitas tempat mereka merasa terhubung. Penggunaan avatar bertema Korea oleh mahasiswa di Karawang ini menarik untuk dikaji karena menunjukkan adanya proses pembentukan identitas yang unik dan personal dalam ranah digital, yang mungkin berbeda dengan identitas offline mereka.

Namun, pengalaman subjektif mahasiswa dalam memilih dan menggunakan avatar Korea ini belum banyak diteliti secara mendalam. Bagaimana mereka memaknai penggunaan avatar tersebut? Apa yang menjadi alasan dan makna di balik pilihan tersebut? Pertanyaan-pertanyaan

ini penting untuk dijawab agar kita dapat memahami fenomena sosial yang berkembang di media sosial dengan perspektif yang lebih manusiawi dan mendalam.

Pendekatan fenomenologi sangat tepat digunakan dalam penelitian ini karena fokusnya adalah memahami pengalaman hidup dan makna subjektif yang dialami oleh para mahasiswa pengguna X tersebut. Menurut Alfred Schutz Fenomenologi adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep kepekaan yang implisit. Schutz meletakkan hakikat manusia dalam pengalaman subjektif, terutama ketika mengambil tindakan dan mengambil sikap terhadap dunia kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini, Schutz mengikuti pemikiran Husserl, yaitu proses pemahaman aktual kegiatan kita, dan pemberian makna terhadapnya, sehingga ter-refleksi dalam tingkah laku (Linanda, 2023).

Melalui fenomenologi, penelitian ini tidak hanya akan menjelaskan “apa” yang terjadi, tetapi juga “bagaimana” dan “mengapa” penggunaan avatar Korea menjadi bagian penting dari identitas digital para mahasiswa. Hal ini memungkinkan pemahaman yang lebih kaya tentang dinamika komunikasi digital yang selama ini kurang terlihat dalam penelitian kuantitatif atau pendekatan lain yang lebih objektif.

Peneliti berusaha untuk mengkonstruksi makna dalam penggunaan avatar Korea pada sosial media X. Penciptaan Makna dapat dipahami sebagai proses kognitif dimana individu mengatur persepsi mereka tentang dunia dengan mengidentifikasi dan mengkategorikan perbedaan-perbedaan yang signifikan. Prosedur tersebut selanjutnya dilakukan dengan mengkonstruksi kode-kode sosial, budaya, dan sejarah tertentu. Pemanfaatan sistem penandaan memainkan peran penting dalam proses sosial dalam membangun makna (Kappa, 2023).

Intinya, konstruksi makna mengacu pada proses menghasilkan makna dengan menggunakan Bahasa linguistik. Penting untuk dicatat bahwa konsep konstruksi makna dapat berubah dan dapat mengalami modifikasi. Evolusi makna dan perspektif yang berkaitan dengan gagasan representasi yang sudah mapan merupakan fenomena yang sedang berlangsung. Konsep makna pada dasarnya bersifat cair, karena ia mengalami proses negosiasi dan adaptasi yang terus menerus sebagai respons terhadap keadaan yang berkembang, hasilnya bersifat tindakan penandaan, sebuah proses yang memberi makna pada sebuah entitas (Kappa, 2023).

Secara Subjektif, Peneliti memilih topik ini karena tertarik dengan fenomena budaya populer Korea yang semakin meluas di kalangan mahasiswa dan ingin memahami lebih dalam pengalaman mereka dalam berkomunikasi melalui avatar di media sosial. Peneliti juga ingin mengaplikasikan pendekatan fenomenologi untuk menggali pengalaman tersebut secara otentik dan mendalam, sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih nyata dan berarti.

Kesimpulannya, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap makna pengalaman mahasiswa pengguna X di Karawang yang menggunakan avatar Korea, dengan pendekatan fenomenologi yang mampu menangkap kompleksitas pengalaman subjektif mereka dalam membangun identitas digital di era media sosial.

Untuk itu peneliti telah berdiskusi dengan pembimbing dan sepakat untuk mengambil judul *Konstruksi Makna Penggunaan Avatar Korea oleh Mahasiswa Pengguna X Berdomisili Karawang (Studi Fenomenologi tentang Motif dan Pengalaman Komunikasi)*.

LANDASAN TEORI

Teori Fenomenologi

Nindito (dalam Munawwar 2023) juga menjelaskan Alfred Schutz adalah salah seorang

perintis pendekatan fenomenologi sebagai alat analisa dalam menangkap segala gejala yang terjadi di dunia ini. Selain itu Schutz menyusun pendekatan fenomenologi secara lebih sistematis, komprehensif, dan praktis sebagai sebuah pendekatan yang berguna untuk menangkap berbagai gejala (fenomena) dalam dunia sosial. Dengan kata lain, buah pemikiran Schutz merupakan sebuah jembatan konseptual antara pemikiran fenomenologi pendahulunya yang bernuansakan filsafat sosial dan psikologi dengan ilmu sosial yang berkaitan langsung dengan manusia pada tingkat kolektif, yaitu masyarakat.

Inti pemikiran dari teori fenomenologi Alfred Schutz adalah bagaimana memahami tindakan sosial (yang berorientasi pada perilaku orang atau orang lain pada masa lalu, sekarang dan akan datang) melalui penafsiran. Untuk menggambarkan seluruh tindakan seseorang, maka Schutz mengelompokkan dalam dua tipe motif, yaitu Motif tujuan (*In order to motive*), dan Motif karena (*Because motive*) (Linanda, 2023).

Konstruksi Makna

Konstruksi makna adalah proses di mana orang membangun dan menafsirkan kesan sensorik untuk memberi makna pada lingkungan mereka. Menurut Juliastuti (dalam Munawwar, 2023), konstruksi makna adalah proses menghasilkan makna melalui bahasa, dan karena konsep representasi yang ada selalu memiliki makna dan perspektif baru, konsep konstruksi makna dapat berubah. Karena makna itu sendiri tidak tetap, ia selalu dalam posisi negosiasi untuk beradaptasi dengan situasi baru.

Meninjau kembali fenomenologi secara sosial dari Alfred Schutz bahwa makna dan konstruksi makna adalah sumbangan yang penting dan orisinal untuk pemikiran fenomenologi. Makna terbentuk dari tipikasi yaitu penyusunan dan pembentukan tipe-tipe pengertian dan tingkah laku untuk memudahkan pengertian dan tindakan. Schutz dan pemahaman kaum fenomenologis, tugas utama analisis fenomenologi adalah merekonstruksi dunia kehidupan manusia yang “sebenarnya” dalam bentuk yang mereka sendiri alami (Munawwar, 2023).

Motif

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian “Motif” adalah kata benda yang memiliki arti “alasan” dengan kata lain dapat diartikan sebagai alasan seseorang untuk melakukan sesuatu. Motif adalah suatu pengertian yang meliputi semua penggerak, alasan, atau dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu. Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai motif (Linanda, 2023).

Menurut Ahmadi (dalam Munawwar, 2023), Motif merupakan dorongan dalam diri manusia yang timbul dikarenakan adanya kebutuhan-kebutuhan yang ingin dipenuhi oleh manusia tersebut. Motif berasal dari bahasa latin *movere* yang bererati bergerak atau *to move*. Karena itu motif diartikan untuk mendorong untuk berbuat atau driving force. Motif sebagai pendorong sangat terikat dengan faktor-faktor lain, yang disebut dengan motivasi. Motivasi merupakan keadaan dalam diri individu atau organism yang mendorong perilaku kearah tujuan

Pengalaman Komunikasi

Pengalaman merupakan suatu hal yang dialami setiap manusia. Dengan pengalaman, manusia dapat memiliki pengetahuan. Setiap manusia pasti memiliki pengalaman yang berbeda yang disertai dengan kejadian dan nilai yang berbeda juga. Semakin bernilai suatu pengalaman, maka pengalaman tersebut akan semakin teringat. Karena pada dasarnya nilai (*value*) suatu pengalaman dari setiap orang pastinya berbeda. Hal ini sesuai dengan pernyataan bahwa *all*

objects of knowledge must conform to experience yang berarti semua objek pengetahuan harus sesuai dengan pengalaman (Munawwar 2023).

Wild (dalam Munawwar, 2023) mengungkapkan, Schutz menganggap bahwa Pengetahuan yang mendasari kesadaran yang membentuk pemaknaan. Atas dasar pemaknaan dan kesadaran tersebut, seorang tergerak untuk melakukan perilaku atau tindakan tertentu yang merujuk pada *behavior is an experience of consiousness that bestows meaning through spontaneous activity* yang artinya ialah perilaku sebagai pengalaman yang memberikan makna melalui aktivitas secara langsung. Dengan hal tersebut, dapat diartikan bahwa pengalaman menjadi penahan bagi setiap manusia dalam melakukan suatu Tindakan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif menyelidiki sudut pandang partisipan dengan menggunakan metode interaktif dan mudah beradaptasi. Sugiyono (dalam Santosa, 2025) mengutarakan bahwa Penelitian kualitatif mengacu pada jenis penelitian yang menyelidiki ciri-ciri benda alam, dengan peneliti sebagai instrumen utama. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus deskriptif.

Secara umum, data gambar dalam penelitian ini dikategorikan menjadi dua bagian berbeda. Kedua bagian tersebut antara lain adalah Data Primer dan Data sekunder, dimana mereka menjadi aspek penting dalam sumber data yang digunakan sebagai sarana pengumpulan data untuk keperluan penelitian.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari wawancara, Observasi, dan dokumentasi. Dalam penelitian kualitatif diperlukan adanya penentuan informan. Penentuan subjek dalam penelitian ini tidak diambil acak melainkan menggunakan Teknik *purposive sampling* atau Teknik sampel bertujuan. Tujuan penggunaan Teknik ini adalah untuk memilih individu yang memahami secara baik fenomena yang diteliti (*central phenomena*) sehingga subjek dapat memberikan informasi yang banyak kepada peneliti (Abyari, 2023).

Dalam melakukan penelitian ini, mahasiswa pengguna avatar korea di sosial media X memenuhi kriteria tertentu. Adapun kriteria yang dijadikan pertimbangan adalah sebagai berikut: Adapun kriteria informan dalam penelitiannya adalah:

1. Memiliki akun sosial media X dengan menggunakan avatar Korea setidaknya minimal satu tahun.
2. Berstatus sebagai mahasiswa berdomisili Karawang
3. Bersedia untuk berpartisipasi dalam wawancara dan memberikan informasi secara jujur dan terbuka.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan beberapa tahapan, yaitu :

1. Reduksi Data: Dalam tahap ini, peneliti melakukan proses pemusatan topik, pemilihan, peabstraksian dan mentransformasi data kasar yang didapatkan lapangan. Reduksi data merupakan tahapan dari analisis yang bekerja untuk memfokuskan, mengarahkan, dan mengorganisir data dengan sedemikian rupa sehingga akhirnya dapat menarik sebuah kesimpulan (Linanda, 2023).
2. Penyajian data: Penyajian data merupakan tahap mendeskripsikan berbagai informasi yang telah terususun dan memberikan kemungkinan untuk adanya penarikan kesimpulan atau tindakan. Penyajian data kualitatif disajikan dalam bentuk narasi dan semuanya disusun untuk menghubungkan informasi yang terancang dalam bentuk yang mudah dipahami (Linanda, 2023).

3. Penarikan Kesimpulan: Tahap ini merupakan tahap verifikasi atau bisa dikatakan langkah terakhir dalam analisis data. Peneliti harus bisa untuk sampai pada tahap kesimpulan dan peneliti harus siap untuk bertanggung jawab terhadap hasil dari kesimpulan. Peneliti melakukan sebuah analisis data di mana didalamnya ada pembahasan yang tersusun serta kesimpulan terkait akan motif, makna, dan juga pengalaman dari Mahasiswa berdomisili Karawang yang menggunakan avatar korea di sosial media X.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini memaparkan hasil temuan penelitian yang diperoleh melalui wawancara mendalam dengan tiga orang informan yang telah memenuhi kriteria penelitian. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan pendekatan fenomenologi Alfred Schutz, dengan tujuan untuk memahami makna subjektif di balik pengalaman para informan dalam menggunakan avatar Korea di media sosial X.

Pendekatan fenomenologi berfokus pada bagaimana individu memaknai dunia sosial yang mereka alami secara langsung. Dalam konteks ini, pengalaman informan tidak hanya dipandang sebagai perilaku penggunaan media sosial semata, tetapi juga sebagai proses kesadaran dan refleksi diri yang membentuk identitas mereka di ruang digital.

Hasil penelitian ini dibagi ke dalam beberapa bagian utama yang menggambarkan proses pemaknaan, motivasi, serta konsekuensi sosial dari penggunaan avatar Korea. Setiap bagian disusun berdasarkan tema-tema yang muncul secara konsisten dari hasil wawancara, kemudian diinterpretasikan menggunakan konsep kunci fenomenologi Schutz seperti makna subjektif (subjective meaning), dunia kehidupan (lebenswelt), dan tindakan sosial (social action).

Dengan demikian, bagian ini tidak hanya menjelaskan “apa” yang dilakukan para informan, tetapi juga “mengapa” dan “bagaimana” mereka memberi makna terhadap tindakannya dalam konteks kehidupan digital sehari-hari.

Konstruksi Makna Penggunaan Avatar Korea

Penggunaan avatar Korea oleh ketiga informan menunjukkan bahwa makna yang mereka bangun tidak bersifat tunggal, melainkan hasil dari refleksi dan pengalaman masing-masing. Informan pertama memaknai avatar sebagai bentuk identitas fandom dan sarana ekspresi diri. Bagi dia, avatar idol yang digunakan merepresentasikan bagian penting dari dirinya yang terhubung dengan komunitas K-pop di X. Melalui avatar tersebut, ia merasa diterima, memiliki ruang untuk mengekspresikan perasaan, serta lebih percaya diri berinteraksi tanpa harus menampilkan diri yang sebenarnya.

Informan kedua memiliki makna yang berbeda. Ia menggunakan avatar Korea bukan semata karena fandom, melainkan sebagai strategi komunikasi. Baginya, avatar menjadi cara untuk menampilkan diri yang lebih netral dan estetik tanpa perlu mengungkapkan identitas pribadi. Pilihan ini didorong oleh keinginan untuk menjaga privasi, namun tetap aktif berpartisipasi dalam percakapan daring. Dengan begitu, makna avatar bagi informan kedua lebih bersifat fungsional dan rasional, sebagai alat untuk mengelola citra diri di ruang digital.

Sementara itu, informan ketiga menempatkan avatar sebagai wujud kekaguman terhadap sosok idolanya, Jang Wonyoung. Ia merasakan semacam inspirasi dan motivasi positif setiap kali melihat profilnya sendiri menggunakan avatar tersebut. Bagi dia, avatar bukan hanya lambang fandom, tetapi juga simbol semangat dan daya tarik personal yang ingin ia bawa dalam aktivitas online. Dengan begitu, penggunaan avatar menjadi bentuk penguatan diri, cara untuk menghadirkan sisi ideal yang ia kagumi ke dalam pengalaman komunikasinya di dunia maya.

Dari ketiga informan tersebut, tampak bahwa makna avatar Korea dibangun melalui pengalaman komunikasi yang berbeda-beda. Namun, pada dasarnya, avatar berfungsi sebagai sarana untuk menegosiasikan identitas dan membentuk keterhubungan sosial. Fenomena ini menunjukkan bahwa ruang digital telah menjadi tempat di mana individu berusaha mengonstruksi makna diri mereka melalui simbol-simbol visual seperti avatar.

Motif Penggunaan Avatar Korea

Motif penggunaan avatar Korea juga menunjukkan keragaman pengalaman subjektif. Pada informan pertama, motif sebab (because motive) berakar dari keterlibatannya di komunitas fandom sejak lama. Pengalaman positif dalam interaksi daring membuatnya merasa avatar idol adalah bagian dari identitas digital yang tidak terpisahkan. Sedangkan motif tujuan (in order to motive)-nya adalah untuk memperkuat rasa kebersamaan dan diterima oleh komunitas tersebut.

Berbeda dengan itu, informan kedua memiliki motif sebab berupa pengalaman menggunakan media sosial yang lebih terbuka terhadap opini publik. Ia pernah merasa tidak nyaman saat menampilkan foto asli, sehingga kemudian memilih avatar idol yang dirasanya lebih netral dan aman. Motif tujuannya adalah menjaga privasi sekaligus menciptakan tampilan akun yang tetap menarik dan profesional.

Sedangkan pada informan ketiga, motif sebabnya berawal dari kekagumannya terhadap Jang Wonyoung yang menurutnya merepresentasikan keanggunan dan semangat muda. Ia merasa nyaman menggunakan wajah idol tersebut sebagai representasi dirinya. Adapun motif tujuannya adalah menghadirkan versi diri yang lebih percaya diri dan penuh energi di ruang digital, semacam internalisasi nilai yang ia kagumi pada idolanya.

Dari ketiga motif ini, terlihat bahwa tindakan menggunakan avatar Korea tidak hanya dilandasi oleh alasan estetika atau tren semata, melainkan berkaitan erat dengan pengalaman personal dan tujuan sosial yang ingin dicapai oleh setiap informan.

Pengalaman Komunikasi Penggunaan Avatar Korea

Dalam pengalaman komunikasi, avatar Korea berperan sebagai perantara yang memengaruhi cara informan berinteraksi dengan pengguna lain. Informan pertama mengaku lebih mudah diterima dan mendapatkan respons positif di X setelah menggunakan avatar idol. Hal ini membuatnya lebih percaya diri dan lebih aktif dalam percakapan daring.

Menariknya, meski sempat menerima komentar negatif, informan 1 justru menganggap hal itu sebagai penguat identitas dirinya. Ia semakin yakin dengan pilihannya, karena baginya avatar idol adalah bentuk ekspresi diri yang sah di dunia digital. Artinya, komunikasi yang ia jalani tidak hanya soal interaksi antar pengguna, tapi juga tentang bagaimana ia menegaskan posisi dan identitasnya di tengah masyarakat digital yang luas.

Informan kedua mengalami hal yang serupa, meski dengan nuansa berbeda. Ia merasa avatar membantunya menjaga jarak sosial yang sehat, tetap bisa berkomunikasi aktif tanpa harus terlalu terbuka secara personal. Ia menyebut bahwa orang cenderung lebih sopan atau ramah ketika ia memakai avatar idol, dibanding saat menggunakan foto asli.

Walaupun begitu, informan 2 tidak menampik bahwa ada pengalaman negatif yang didapatkan. Saat ia menerima komentar negatif seperti dibilang “sok estetik”, ia tidak menganggapnya sebagai gangguan berarti. Justru hal itu menegaskan bahwa ia sadar penuh akan motif tindakannya: menggunakan avatar bukan untuk mencari validasi, tapi karena ingin menjaga batas antara diri pribadi dan ruang publik. Ini menunjukkan bahwa pengalamannya di dunia digital terbentuk dari kesadaran reflektif atas bagaimana ia ingin dilihat oleh orang lain.

Sementara informan ketiga mengungkapkan bahwa avatar Jang Wonyoung justru memicu interaksi yang lebih luas. Banyak pengguna lain yang menanggapi secara positif, baik sesama

penggemar maupun pengguna umum yang tertarik dengan tampilan akunnya. Namun, ia juga mengakui pernah menerima komentar negatif dari pengguna lain yang tidak menyukai idol tersebut, meski hal itu tidak terlalu ia ambil hati.

Secara umum, pengalaman komunikasi para informan memperlihatkan bahwa penggunaan avatar Korea tidak hanya membentuk citra diri, tetapi juga memengaruhi dinamika sosial di ruang digital. Avatar berfungsi sebagai jembatan komunikasi yang memungkinkan individu menyesuaikan diri, berekspresi lebih bebas, dan membangun relasi dengan cara yang mereka anggap paling nyaman.

Informan 1 memaknai avatar sebagai sarana membangun keakraban dan pengakuan sosial di dalam komunitas fandom. Informan 2 menjadikannya sebagai strategi pencitraan dan perlindungan identitas pribadi. Sementara informan 3 melihat avatar sebagai sumber kepercayaan diri dan energi positif dalam berinteraksi.

Jika dilihat melalui pendekatan fenomenologi Schutz, seluruh pengalaman para informan dapat dipahami sebagai proses membangun makna melalui interaksi dengan dunia sosial yang mereka alami sehari-hari, atau dalam konteks ini pengalaman komunikasi di media sosial X. Avatar Korea menjadi simbol yang tidak hanya menandai minat budaya tertentu, tetapi juga menampilkan dinamika identitas, rasa aman, dan penerimaan sosial.

Tindakan memilih avatar bukanlah hal spontan, melainkan hasil refleksi dari pengalaman masa lalu dan harapan akan penerimaan di masa kini. Dengan demikian, penggunaan avatar Korea mencerminkan bagaimana individu menavigasi identitas digital mereka di tengah arus budaya global, serta bagaimana mereka memaknai kehadiran diri di dunia maya dengan cara yang paling sesuai dengan kenyamanan dan tujuan personalnya.

Berdasarkan wawancara mendalam dengan tiga informan yang menggunakan avatar Korea di media sosial X, dapat disimpulkan bahwa fenomena ini bukan sekadar tren visual, melainkan bentuk pengalaman komunikasi yang sarat makna personal dan sosial.

Pertama, **dalam aspek** konstruksi makna, setiap informan membangun pemahaman yang berbeda tentang penggunaan avatar Korea. Informan pertama memaknainya sebagai representasi identitas fandom dan ruang ekspresi diri, informan kedua melihatnya sebagai strategi komunikasi dan pengelolaan citra diri, sedangkan informan ketiga menafsirkan avatar sebagai simbol inspirasi dari sosok yang dikagumi. Dari ketiganya tampak bahwa avatar berfungsi sebagai medium representasi diri yang fleksibel, memungkinkan individu menegosiasikan identitasnya di ruang digital sesuai pengalaman dan kenyamanannya masing-masing.

Kedua, dalam aspek motif penggunaan avatar, ditemukan bahwa tindakan ini dipengaruhi oleh motif ganda, *because motive* dan *in order to motive*. Motif sebab muncul dari pengalaman masa lalu yang membentuk hubungan emosional atau kognitif dengan budaya populer Korea, serta pengalaman bermedia sosial yang menuntut kehati-hatian dalam menampilkan diri. Sementara motif tujuan mengarah pada keinginan untuk membangun persona, menjaga privasi, memperluas jejaring sosial, atau menunjukkan kekaguman terhadap figur tertentu.

Ketiga, dalam aspek pengalaman komunikasi, penggunaan avatar Korea terbukti memengaruhi pola interaksi informan di media sosial X. Avatar membantu membuka ruang komunikasi yang lebih cair dan positif, memberi rasa aman serta meningkatkan kepercayaan diri dalam berinteraksi. Meski demikian, pengalaman negatif tetap ada, seperti komentar nyinyir atau stereotip, namun sebagian besar informan mampu meresponsnya secara dewasa dan menjadikannya bagian dari proses refleksi diri di ruang digital.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan avatar Korea merupakan fenomena komunikasi yang kompleks, tidak hanya mencerminkan minat terhadap

budaya populer, tetapi juga proses pencarian identitas, pengelolaan diri, dan adaptasi sosial di dunia maya. Dengan menggunakan avatar, individu membangun jembatan antara dunia personal dan sosial, antara realitas diri dan representasi digitalnya.

Temuan ini menegaskan relevansi teori fenomenologi Alfred Schutz dalam memahami perilaku komunikasi digital: bahwa setiap tindakan memiliki makna yang lahir dari pengalaman subjektif individu di dunia kehidupannya (pengalaman komunikasinya). Penggunaan avatar Korea pada akhirnya menjadi cermin bagaimana individu membentuk, memaknai, dan menegosiasikan eksistensi diri dalam dinamika budaya digital yang terus berkembang.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan memahami makna, motif, dan pengalaman komunikasi mahasiswa pengguna media sosial X dalam menggunakan avatar Korea melalui pendekatan fenomenologi Alfred Schutz. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan avatar Korea dimaknai sebagai simbol identitas digital yang merepresentasikan minat, perasaan, dan nilai personal, serta menjadi sarana ekspresi diri dan keanggotaan komunitas fandom.

Motif penggunaan avatar terdiri atas *because motive* yang dipengaruhi pengalaman masa lalu, seperti ketertarikan pada budaya Korea dan alasan privasi, serta *in-order-to motive* yang berorientasi pada tujuan membangun persona digital, afiliasi komunitas, dan kesan positif di media sosial.

Pengalaman komunikasi melalui avatar Korea umumnya bersifat positif, karena mampu meningkatkan rasa percaya diri, keamanan, dan penerimaan sosial, meskipun terdapat tantangan berupa stereotip atau komentar negatif. Secara keseluruhan, penggunaan avatar Korea merupakan praktik komunikasi simbolik yang mencerminkan proses negosiasi identitas dan posisi sosial individu di ruang digital.

DAFTAR REFERENSI

- Abyari, T. R. (2023). *Studi fenomenologi tentang strategi regulasi emosi pada mahasiswa yang mengalami ghosting setelah melakukan hubungan seksual dalam hubungan tanpa status*. (Skripsi). Universitas Negeri Walisongo Semarang.
- Adityana Akhmad, R. (2018). Fenomenologi penggunaan televisi dan media sosial dalam menyikapi budaya pop Korea di kalangan remaja Makassar. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1).
- Balqis, R. P. (2024). Fenomena budaya Korean Wave terhadap perubahan gaya hidup remaja Gampong Hagu Teungoh Lhokseumawe. *AT-TABAYYUN: Journal Islamic Studies*, 5(2).
- Ifadha, E. D. (2023). *Pengaruh brand ambassador, Korean Wave dan kualitas produk terhadap minat beli produk skincare Somethinc x NCT Dream*. (Skripsi). Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta.
- Jauhara, A. S. (2025). *Fenomena Korean Wave gaya fashion pada generasi muda (Studi kasus mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan Universitas Sanata Dharma)*. (Skripsi). Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Kappa, A. (2023). *Konstruksi makna "thrifting" sebagai identitas diri (Studi fenomenologi pada mahasiswa Universitas Fajar)*. (Skripsi). Universitas Fajar.
- Khairunisah, M. S. Y. (2025). *Gaya hidup Korean Wave pada remaja (Studi fenomenologi penggemar Korea komunitas Adorable Representative M.C for Youth (ARMY) di Instagram)*. (Skripsi). Institut Agama Islam Negeri Curup (IAIN Curup).
- Kristina, S. (2024). *Konstruksi identitas diri remaja pengguna Korean fashion pada media sosial*

- TikTok. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2).
- Linanda, M. (2023). *Pengalaman komunikasi generasi “sandwich” (Studi fenomenologi pada mahasiswa di Kabupaten Karawang)*. (Skripsi). Universitas Singaperbangsa Karawang.
- Maknuniyah, A. R. (2025). Analisa kuantitatif deskriptif perilaku Hallyu pada remaja Desa Cangkring. *Prosiding Simposium*, 3.
- Mumtaz, Z. A. (2022). *Fenomena belanja online di kalangan mahasiswa Bekasi (Studi fenomenologi belanja online bagi mahasiswa Bekasi penonton tayangan #RacunTIKTOK)* (Skripsi). Universitas Singaperbangsa Karawang.
- Munawwar, A. F. (2023). *Kontruksi makna mural bagi seniman mural (Studi fenomenologi mengenai makna, motif dan pengalaman komunikasi bagi seniman mural dalam pembuatan karya mural di jalanan di Karawang)*. (Skripsi). Universitas Singaperbangsa Karawang.
- Mutmainah. (2021). *Pengaruh Korean Wave terhadap maraknya produk dan tren kosmetik Korea Selatan (K-Beauty) di Indonesia periode 2017–2020*. (Skripsi). Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Santosa, A. G. (2025). *Strategi komunikasi pemasaran Kaze Headquarter dalam menarik minat beli konsumen*. (Skripsi). Universitas Singaperbangsa Karawang.
- Yasmin, A. (2025). *Pengaruh Korean Wave dan brand awareness terhadap minat beli produk Innisfree (Studi kasus pada mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Prima Indonesia)* (Skripsi). Universitas Medan Area.