

INTISARI

Fenomena dalam budaya populer Korea Selatan, khususnya *Korean Pop* (K-pop), telah menghasilkan berbagai bentuk neologisme (kata baru). Neologisme tersebut digunakan secara luas oleh penggemar, khususnya di Korea Selatan untuk berkomunikasi dan mengidentifikasikan diri sebagai bagian dari komunitas penggemar K-pop. Salah satu kelompok penggemar yang aktif dalam menggunakan neologisme adalah penggemar Aespa.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan proses pembentukan kata dan makna dari neologisme terkait K-pop yang digunakan oleh penggemar Aespa di media sosial X dalam kurun waktu bulan Mei hingga Juli 2024. Teori pembentukan kata yang digunakan dalam analisis data penelitian, yaitu teori pembentukan kata dan neologisme menurut Gu Bon Gwan, dkk. (2015). Metode penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dan kuantitatif dengan teknik penyajian analisis deskriptif. Data penelitian diperoleh melalui dokumentasi unggahan penggemar Aespa di media sosial X, kemudian dianalisis menggunakan pendekatan morfologis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pembentukan neologisme dibagi menjadi kata tunggal (6 bentuk), kata majemuk (3 bentuk), derivasi (9 bentuk), akronim (43 bentuk), dan *blending* (4 bentuk). Adapun sebagian besar neologisme terbentuk melalui akronimisasi. Hal ini disebabkan oleh dibatasinya jumlah kata dalam satu kali unggahan di media sosial X. Selain itu, penggunaan akronim juga lebih efektif dalam berkomunikasi karena beberapa istilah akan terlalu panjang apabila ditulis atau digunakan untuk berkomunikasi. Sementara itu, mayoritas neologisme yang ditemukan merupakan istilah-istilah yang memiliki makna berkaitan dengan budaya penggemar K-pop. Hal ini terjadi karena penggemar aktif berinteraksi sehingga memunculkan berbagai istilah baru yang mencerminkan budaya penggemar tersebut.

Kata kunci: neologisme, K-pop, pembentukan kata, penggemar Aespa, media sosial X

ABSTRACT

The phenomenon within South Korean popular culture, particularly in Korean Pop (K-pop), has led to the creation of numerous neologisms (newly coined words). These terms are widely used by fans, especially in South Korea, as a means of communication and self-identification within the K-pop fan community. One of the active fan groups utilizing such neologisms is the fandom of girl group Aespa.

This study aims to describe the process of word formation and the meanings of K-pop related neologisms used by Aespa fans on the social media platform X during the period from May to July 2024. The analysis in this research is based on the word formation and neologisms theory proposed by Gu Bon Gwan et al. (2015). The research employs both qualitative and quantitative approaches, using descriptive analysis techniques. The data were obtained through documentation of Aespa fans' posts on X and analyzed using morphological approach.

The results show that the processes of forming neologisms are categorized into five types: simple words (6 forms), compound words (3 forms), derivation (9 forms), acronyms (43 forms), and blending (4 forms). The majority of neologisms are formed through acronymization, which is likely influenced by the character limitations imposed by the X platform. In addition, acronyms are more efficient for communication, as some expressions would otherwise be too lengthy to use in informal interactions. Most of the neologisms identified in this study carry meanings that are closely related to K-pop fan culture, reflecting the high level of interaction among fans which gives rise to new expressions specific to the fandom context.

Keywords: neologisms, K-pop, word formation, Aespa fandom, social media X

초록

대한민국 대중문화, 특히 케이팝(K-pop) 분야에서는 다양한 형태의 신조어가 생성되고 있다. 이러한 신조어들은 주로 팬들 사이에서 의사소통 수단이자 케이팝 팬 커뮤니티 내 정체성을 표현하는 방식으로 널리 사용되고 있다. 특히, 걸그룹 에스파(aespa)의 팬덤은 이러한 신조어를 적극적으로 활용하는 팬 그룹 중 하나이다.

본 연구는 2024 년 5 월부터 7 월까지의 기간 동안, 소셜미디어 플랫폼 X(엑스)에서 에스파 팬들이 사용한 케이팝 관련 신조어의 단어 형성 과정과 의미를 기술하는 데 목적이 있다. 이 연구는 구분관 외(2015)가 제시한 단어 형성 및 신조어 이론에 기반하고 있으며, 질적 및 양적 접근을 병행한 기술적 분석 방법을 사용한다. 연구 자료는 에스파 팬들이 소셜미디어 X 에 게시한 텍스트를 문서화하는 방식으로 수집되었으며, 형태론적 접근법을 통해 분석되었다.

연구 결과, 신조어의 형성 방식은 다음과 같은 다섯 가지 유형으로 분류되었다: 단일어(6 개), 복합어(3 개), 파생어(9 개), 약어(43 개), 혼성어(4 개). 이 중 약어 방식이 가장 두드러지게 나타났으며, 이는 플랫폼 X의 글자 수 제한과 관련된 것으로 보인다. 또한 약어는 긴 표현을 간단하게 줄여 의사소통을 보다 효율적으로 할 수 있는 장점이 있다. 본 연구에서 확인된 대부분의 신조어는 팬덤 문화와 밀접한 의미를 내포하고 있으며, 팬들 간의 활발한 상호작용 속에서 생성된 표현임을 보여준다.

키워드: 신조어, 케이팝, 단어 형성, 에스파 팬덤, 소셜 미디어 X