

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini Konser musik telah menjadi salah satu fenomena budaya yang sangat populer di Indonesia semenjak pandemi Covid-19 berakhir. Konser musik di Indonesia telah berkembang menjadi pengalaman yang sangat beragam dan spektakuler, musik menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat Indonesia dan bisa dibilang saat ini fenomena konser musik di Indonesia merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari budaya dan hiburan masyarakat.

Dari musik tradisional hingga internasional lainnya panggung-panggung Indonesia menjadi tuan rumah bagi berbagai gaya musik. Dengan sejumlah besar artis dan jenis musik yang beragam seperti pop, jazz dan klasik bahkan musik K-pop. Konser-konser ini menyatukan ribuan penggemar dengan cinta mereka terhadap musik.

K-Pop, telah menjadi fenomena global dalam beberapa dekade terakhir, termasuk di Indonesia. Perkembangan K-Pop mulai meledak di Indonesia pada tahun 2009 dengan kesuksesan drama Korea *'Boys Before Flowers'* dan lagu *'Sorry Sorry'* oleh *Super Junior*. Sejak saat itu, K-Pop terus berkembang pesat di Indonesia dengan semakin banyak grup K-Pop yang debut dan mendapatkan popularitas

Seiring dengan meningkatnya popularitas K-Pop di Indonesia, konser musik K-Pop pun semakin sering diadakan. Konser musik K-Pop di Indonesia biasanya dihadiri oleh puluhan ribu penggemar, dan menjadi salah satu acara yang paling ditunggu-tunggu oleh para K-Popers Indonesia.

K-Pop telah menjadi bagian integral dari budaya populer di Indonesia maupun di dunia. Perkembangan K-Pop di Indonesia tidak lepas dari akses yang mudah ke konten K-Pop, kualitas musik dan video yang tinggi, kedekatan dengan penggemar, dan pengaruh budaya Korea. Konser musik K-Pop menjadi salah satu bukti tingginya popularitas K-Pop di Indonesia

Menciptakan atmosfer meriah dan penuh semangat, konser musik merupakan perayaan kebahagiaan bagi para penggemar dan para musisi itu sendiri. Musik memiliki kekuatan luar biasa untuk menginspirasi, menghibur, dan merangsang emosi, dan konser adalah platform utama untuk merayakan perasaan kebahagiaan ini. Ketika seseorang merasa terhubung dengan musik yang mereka cintai, perasaan kebahagiaan dapat timbul secara alami

Meskipun banyak orang merasakan kebahagiaan yang mendalam melalui pengalaman konser, tak dapat diabaikan bahwa ada sebagian individu dari Masyarakat yang malah menghadapi tantangan emosional, bahkan hingga tingkat depresi setelah menghadiri konser musik. Faktor-faktor seperti kecemasan sosial, tekanan sosial, atau masalah pribadi dapat mempengaruhi pengalaman konser untuk sebagian orang.

Istilah baru *Post-Concert Depression* atau *PCD* saat ini sedang marak terjadi dan banyak dibicarakan di segala media sosial. Fenomena *Post-Concert Depression* ini biasanya dialami oleh orang-orang yang suka menonton konser musik. Momen merasakan kemeriahan konser dan bertemu langsung sang idola adalah pengalaman yang sulit dilupakan. Tidak sedikit penonton konser atau penggemar yang mengalami guncangan psikologis, terus menerus berfikir

negatif, Merasa sedih dan putus asa terus menerus, kesulitan untuk keluar dari perasaan tersebut. atau merasa hampa, setelah konser berakhir.

Bahkan beberapa penggemar yang mengalami susah *move on* ini bersedia mengikuti *tour* di negara lainnya untuk merasakan *vibes* yang sama. Terkadang, ditambah adanya rasa kecemasan atau *anxiety* bahwa konser tersebut tidak dapat terulang kembali didalam hidupnya.

Perasaan tersebut ini ialah *Post-Concert Depression*, sebuah kondisi yang dialami oleh beberapa penonton konser setelah menyaksikan aksi panggung idolanya. Penderita bisa tiba-tiba merasa ‘hampa’ sehari setelah mendatangi konser bahkan setelah berakhirnya konser sang idola yang disayanginya.

Biasanya pengalaman *Post-Concert Depression* ini dialami oleh penggemar yang menonton konser Impian mereka atau konser artis yang sangat mereka tunggu-tunggu dan juga konser yang menurut mereka adalah pengalaman konser pertama yang sangat berkesan di hidup mereka.

Faktor lainnya yang dapat memicu terjadinya *Post-Concert Depression* yakni kehidupan pasca-pandemi yang terjadi empat tahun yang lalu. Masa pandemi menyebabkan mobilitas kehidupan terbatas, terutama menonton konser. Konser tersebut menjadi momen yang paling dinanti setelah kehidupan pasca pandemi. Kejadian ini banyak dialami oleh penggemar konser musik pasca menonton konser, salah satu contohnya yaitu para penggemar musik Korean Pop atau biasa disebut (K-Pop).

Penelitian Yap (2020) mengungkapkan sebanyak 90.2% responden merasakan kebahagiaan dan euforia saat hadir di konser. Tetapi, tidak dengan waktu

setelah konser berakhir dan mereka harus kembali ke realita. Menurut hasil survei dari 63% responden merasakan tidak tau caranya move on dari konser tersebut. Hasil lain nya menunjukkan perasaan cemas akan perpisahan dengan BTS (56,1%), dan perasaan sedih dan lelah (46,3%).

Namun, semua responden merasakan pengaruh negatif setelah konser selesai misalnya seperti sering mengalami kesulitan fokus dan konsentrasi, mengalami gangguan tidur, kehilangan nafsu makan dll. Sebanyak 31% diantaranya merasakan pengaruh negatif itu setiap hari, Sedangkan 37% diantaranya merasakan pengaruh negatif itu satu hingga dua kali seminggu. Hasil survei juga menemukan, sebagian dari mereka berhasil melewatinya dengan sedikit-demi sedikit terbiasa dengan realita yang mereka jalani.

Setelah konser, terlihat ada peningkatan minat dalam konsumsi konten BTS, karena mayoritas *ARMY* (sebutan penggemar *boygrup* BTS) menyebutkan bahwa menonton fancam mereka saat konser dan mendengarkan lagu-lagu saat konser akan menghilangkan kecemasan mereka akan perpisahan lainnya dengan BTS.

Ada juga penggemar yang Memajang tiket konser mereka sebagai tanda dan motivasi bahwa mereka harus bertemu lagi dengan BTS di konser-konser mendatang. Namun, beberapa dari mereka ada yang memiliki cara penyesuaian yang tidak baik. Beberapa dari mereka ada yang stres berlebihan hingga tidur berlebihan, sering menangis, hingga merasa benci pada diri sendiri.

Sebagian kecil *ARMY* yang mengisi survei juga merasa bersalah setelah konser dan dalam periode 2 minggu setelah konser. Episode Depresif, menurut *APA* '*American Psychological Association*', juga dapat dipicu oleh peristiwa

kehidupan yang penuh tekanan. Konser BTS, meskipun bisa membuat stres, biasanya dinilai euphoria.

Fenomena *Post-Concert Depression* ini tidak hanya dialami oleh penggemar konser musik yang menyukai K-Pop saja, tetapi juga banyak dialami oleh penggemar dari konser musik selain K-Pop. Namun kebanyakan dari mereka tidak mengetahui istilah *Post-Concert Depression* karena istilah tersebut bisa di bilang baru saja muncul dan disadari oleh kalangan penggemar yang suka menonton konser musik.

Sebagian yang bukan Penggemar K-Pop biasanya merasakan perasaan, hampa, Merasa terjebak dan sulit untuk melupakan konser, merasa ingin kembali mengulang konser dan khawatir sesuatu yang menarik dan menyenangkan tidak akan terjadi lagi setelah menonton konser. Mereka merasakan perasaan seperti itu tanpa tau ada istilah *Post-Concert Depression*, karna istilah *Post-Concert Depression* ini lebih banyak diketahui oleh penggemar Konser K-Pop

Maka dari itu Peneliti memfokuskan untuk meneliti mengenai fenomena *Post-Concert Depression* yang di alami penggemar konser musik ini pada penggemar konser musik K-Pop saja karna interaksi penggemar K-Pop di social media tepat nya di forum komunitas atau *fanbase* setelah menonton konser lebih erat dibanding interaksi yang bukan Penggemar K-Pop.

Peran media sosial dan komunitas penggemar K-Pop terhadap *Post-Concert Depression* sangat kompleks dan tergantung pada berbagai faktor, seperti kepribadian individu, cara mereka menggunakan media sosial, dan jenis interaksi yang mereka miliki dengan komunitas penggemar. Karna biasanya setelah konser

berakhir penggemar pasti akan bertukar informasi, cerita, bahkan berkeluh kesah tentang pengalaman konser yang mereka rasakan kepada para penggemar yang lain di dalam komunitas tersebut.

Gambar 1. 1

Peran komunitas di sosial media terkait Fenomena *Post-Concert Depression*



Sumber: Tangkap Layar pada Komunitas di Sosial Media Platform Twitter

Komunitas penggemar K-Pop menawarkan dukungan sosial dan *sense of belonging* atau perasaan yang melibatkan rasa memiliki dalam diri seseorang. Rasa ini berpusat pada penerimaan, perhatian, serta dukungan yang diberikan kepada orang lain, begitu juga sebaliknya bagi para penggemar

Namun, dinamika komunitas juga dapat memengaruhi *Post-Concert Depression* yaitu Tekanan untuk menyesuaikan diri, Penggemar mungkin merasa tertekan untuk mengikuti tren dan berperilaku dengan cara tertentu seperti '**FOMO**

(*Fear of Missing Out*)' Penggemar takut ketinggalan momen atau informasi penting, menyebabkan kecemasan.

Kekhawatiran Utama lain pada komunitas penggemar yang ada di social media yaitu, Kurangnya pemahaman tentang *Post-Concert Depression* di kalangan penggemar dan komunitas K-Pop, Stigma yang terkait dengan kesehatan mental, membuat penggemar enggan mencari bantuan.

Dengan memahami peran media sosial dan komunitas penggemar K-Pop terhadap *Post-Concert Depression*, penggemar dapat Meningkatkan kesadaran tentang masalah kesehatan mental ini, Mengembangkan intervensi yang efektif untuk membantu penggemar yang terkena dampak Menciptakan komunitas K-Pop yang lebih suportif dan inklusif.

Depresi Pasca Konser adalah pengalaman yang normal karena disebabkan oleh pemicu yang spesifik dan dapat diidentifikasi, dan tidak menyebabkan disfungsi klinis yang luar biasa. Meskipun mungkin tidak menjadi penyebab kekhawatiran klinis, *Post-Concert Depression* tetap menjadi aspek penting dari pengalaman menonton konser dan sangat penting dalam memahami budaya fandom atau penggemar secara umum.

Pakar Psikologi UNAIR Atika Dian Ariana menjelaskan bahwa peristiwa *Post-Concert Depression* merupakan bentuk dari luapan emosi yang terasa secara melankolis dan menimbulkan kesedihan yang mendalam usai konser

Luapan emosi dan perasaan bahagia terluapkan saat konser, ditambah ekspektasi tinggi yang mereka bentuk sebelum konser terbayar dengan lunas.

Namun, luapan emosi tersebut menjadi faktor pemicu terjadinya post concert depression pada penonton dan penggemar.

“Rasa bahagia yang dirasakan tidak dapat diungkapkan, terutama konser tersebut merupakan hal yang dinanti sejak lama. Namun, setelah konser itu berakhir mereka mengalami perubahan suasana yang ekstrim. Mereka harus kembali pada aktivitas sehari-hari yang tak seindah saat konser itu berlangsung,”

Saat diminta mengingat momen-momen konser yang meninggalkan kenangan spesial dan tak terhapuskan dalam diri mereka, sebagian besar penggemar justru menyebutkan momen-momen menjelang konser, seperti mengantri, memasuki stadion, dan menangis saat penampilan pertama. Mereka berbagi bahwa hal itu meninggalkan perasaan yang tidak nyata saat benar benar melihat mereka untuk pertama kalinya orang, setelah hanya mengenal mereka melalui layar.

Dalam hal ini *Post-Concert Depression* dapat menimbulkan motivasi diri terhadap seseorang dikarenakan merupakan aspek yang dapat saling berbagi terkait pengalamam perasaan nya bagi seseorang karena dapat memotivasi juga berfungsi sebagai penggugah rasa semangat dalam kegiatan sehari-hari. Pada kenyataannya, lemahnya motivasi merupakan masalah yang cukup serius

“Namun, perlu digaris bawahi perasaan tersebut secara diagnosis bukanlah tergolong gangguan mental. Namun, hal ini bukanlah hal remeh dan harus mendapat perhatian dengan baik karena akan berdampak pada keberlangsungan hidup sehari-hari,”

Ucap seorang pakar psikolog Atika Dian saat melanjutkan *statement* sebelumnya yang dikutip dari sebuah artikel wawancara nya mengenai ‘Cara Berdamai dengan *Post-Concert Depression* Ala Pakar Psikologi’ di website Universitas Airlangga.

Dari latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian mengenai bagaimana **“PROSES KOMUNIKASI INTRAPERSONAL PENGGEMAR KONSER MUSIK K-POP YANG MENGALAMI *POST-CONCERT DEPRESSION* DI INDONESIA (Studi Fenomenologi Mengenai Proses Komunikasi Intrapersonal Penggemar Konser Musik K-Pop Yang Mengalami *Post-Concert Depression* di Indonesia).**

Untuk mengetahui apakah keterkaitan Sensasi, Persepsi, Memori, Dan Cara Berpikir dalam diri seseorang yang mengalami *Post-Concert Depression* ini mempengaruhi kehidupan sehari-hari dan apakah menyebabkan suatu permasalahan dikalangan sosial pada saat ini.

Harapan peneliti tentu saja Dengan memahami fenomena *Post-Concert Depression* yang dialami penggemar K-Pop pasca konser di Indonesia, kebijakan yang tepat dapat dirumuskan untuk membantu mereka menemukan kembali motivasi diri, atau bahkan mencegah terjadinya Depresi ini dan menjaga kesehatan mental mereka serta hanya merasakan kebahagiaan setelah menonton konser.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian penjelasan latar belakang masalah di atas, maka fokus peneliti disini ingin mengetahui sebagai berikut:

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Bagaimana Proses Komunikasi Intrapersonal Penggemar Konser Musik K-Pop Yang Mengalami *Post-Concert Depression* Di Indonesia?

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

1. Bagaimana Proses **Sensasi** Komunikasi Intrapersonal Penggemar Konser Musik K-Pop Yang Mengalami *Post-Concert Depression* Di Indonesia?
2. Bagaimana Proses **Persepsi** Komunikasi Intrapersonal Penggemar Konser Musik K-Pop Yang Mengalami *Post-Concert Depression* Di Indonesia?
3. Bagaimana Proses **Memori** Komunikasi Intrapersonal Penggemar Konser Musik K-Pop Yang Mengalami *Post-Concert Depression* Di Indonesia?
4. Bagaimana Proses **Berpikir** Komunikasi Intrapersonal Penggemar Konser Musik K-Pop Yang Mengalami *Post-Concert Depression* Di Indonesia?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini ialah untuk memahami dan menjelaskan tentang Proses Komunikasi Intrapersonal penggemar K-Pop yang mengalami *Post-Concert Depression* di Indonesia.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang peneliti rumuskan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Proses **Sensasi** Komunikasi Intrapersonal Penggemar Konser Musik K-Pop Yang Mengalami *Post-Concert Depression* Di Indonesia.
2. Untuk Mengetahui Proses **Persepsi** Komunikasi Intrapersonal Penggemar Konser Musik K-Pop Yang Mengalami *Post-Concert Depression* Di Indonesia.

3. Untuk Mengetahui Proses **Memori** Komunikasi Intrapersonal Penggemar Konser Musik K-Pop Yang Mengalami *Post-Concert Depression* Di Indonesia.
4. Untuk Mengetahui Proses **Berpikir** Komunikasi Intrapersonal Penggemar Konser Musik K-Pop Yang Mengalami *Post-Concert Depression* Di Indonesia.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan secara teoritis maupun praktis, antara lain:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan penelitian ini secara teoritis adalah diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat dan membantu dalam pengembangan dalam Ilmu Komunikasi secara umum artinya penelitian ini diharapkan menjadi sarana untuk mengembangkan keilmuan yang umumnya berhubungan dengan komunikasi, khusus nya yang berkaitan dengan komunikasi intrapersonal dan psikologi komunikasi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Kegunaan Untuk Universitas

Penelitian ini berguna bagi mahasiswa Unikom secara umum, Mahasiswa Ilmu Komunikasi secara khusus bagi literatur terutama pada peneliti yang melakukan penelitian pada kajian yang sama yaitu mengenai proses Komunikasi Intrapersonal dan Psikologi Komunikasi.

2. Kegunaan Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat membuka wawasan baru untuk peneliti yang mengangkat topik yang sama yaitu *Post-Concert Depression* juga tentang proses komunikasi dan juga memberikan kontribusi penting bagi pemahaman tentang bagaimana individu berkomunikasi dengan diri mereka sendiri, yang dapat bermanfaat bagi peneliti lain di bidang komunikasi psikologi maupun komunikasi intrapersonal.

3. Kegunaan Bagi Masyarakat

Dapat menentukan kebijakan setelah mengetahui mengenai fenomena *Post-Concert Depression* yang sedang dialami penggemar setelah menonton konser, kemudian dapat membantu menemukan motivasi diri bahkan mencegah terjadi nya *Post-Concert Depression* setelah menonton konser musik khusus nya konser musik K-Pop di indonesia