

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan suatu proses yang umum dengan dilalui untuk memperoleh teori-teori yang relevan dengan masalah yang berhubungan dengan penelitian terkait. Dengan ini, peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap, pembanding dan memberi gambaran awal mengenai kajian terkait permasalahan dalam penelitian ini.

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Dalam tinjauan pustaka, peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang berkaitan serta relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Dengan demikian, peneliti mendapat rujukan pendukung, pelengkap, serta pembanding dalam menyusun penelitian ini hingga lebih memadai. Selain itu, telaah pada penelitian terdahulu berguna untuk memberikan gambaran awal mengenai kajian terkait dengan masalah dalam penelitian ini.

Untuk pengembangan pengetahuan, peneliti melakukan tinjauan terhadap penelitian terdahulu mengenai komunikasi intrapersonal atau yang berkaitan dengan topik peneliti. Hal tersebut penting dilakukan untuk mengetahui teori dan indikator yang dilakukan peneliti terdahulu, sehingga menjadi rujukan bagi peneliti dalam melakukan penelitian. Setelah peneliti melakukan peninjauan terhadap penelitian terdahulu, berikut beberapa referensi penelitian terdahulu:

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu yang Sejenis

NO	URAIAN NAMA tahun	PENELITIAN		
		Dinda Pertamasari (2021)	Lyen Krenz Yap (2020)	DEA AULIA (2021)
1.	Universitas	Universitas Telkom	Ulster University	Universitas Islam Negeri
2.	Judul	Proses Komunikasi Intrapersonal Remaja Dalam Mendengarkan Lagu Korea	ARMYs <i>Post-Concert Depression</i> as A Clinical Phenomenon July 2020	Pengaruh Fanatisme K-Pop Terhadap Perilaku Imitasi Remaja (Studi Komunitas Purple Army Pekanbaru)
3	Metode	Menggunakan metode Kualitatif Intepretif	Menggunakan survei kuantitatif dan kualitatif	Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif
4	Tujuan	Untuk menjelaskan proses komunikasi intrapersonal remajadalam mendengarkan lagu korea	Untuk mengetahui faktor-faktor yang memotivasi fansclub a.r.m.y menonton konser bts the wings tour in jakarta	untuk melihat apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara fanatisme k-pop terhadap perilaku remaja
5	Hasil	Terdapat motif yang tumbuh dalam diri remaja saat mereka mendengarkan lagu korea karna rekomendasi teman dan juga efek dari drama juga film, remaja tersebut juga sudah melalui 4 tahapan komunikasi intrapersonal yaitu sensasi, persepsi, memori dan berpikir.	Dari hasil analisis pengolahan data menunjukkan kesamaan dan perbedaan yang mencolok antara fitur diagnostik Gangguan Depresi Besar dan Depresi Pasca Konser, khususnya dalam hal pengaruh, kognisi, ingatan, dan mekanisme penanggulangan.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara fanatisme K-pop terhadap perilaku remaja di komunitas purple army Pekanbaru. Besarnya pengaruh ditunjukkan pada nilai R Squaer sebesar 60,1%

Sumber : Peneliti, 2024

2.1.2 Tinjauan tentang Ilmu Komunikasi

2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi berlangsung apabila antara orang-orang yang terlibat kesamaan makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan. Jelasnya jika seseorang mengerti tentang sesuatu yang dinyatakan orang lain kepadanya, maka komunikasi berlangsung. Dengan lain perkataan, hubungan antara mereka itu bersifat komunikatif (Effendy, 1993:4 dalam Rismawaty, Eka Surya, & Juliano Prakasa, 2014).

Mengenai Pengertian komunikasi itu sendiri banyak dikemukakan oleh para ahli, tetapi dari sekian banyak definisi dapat disimpulkan secara lengkap dengan menampilkan maknanya yang hakiki, yaitu Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara lisan maupun tak langsung melalui media (Effendy, 1993 dalam Rismawaty et al., 2014).

Ditinjau dari segi penyampaian pernyataan, komunikasi yang bertujuan bersifat informatif dan persuasif. Komunikasi persuasif lebih sulit daripada komunikasi informatif karena memang tidak mudah untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang atau sejumlah orang. (Effendy, 1993 dalam Rismawaty et al., 2014).

Menurut Liliweri (2009:08) dalam bukunya Dasar-dasar Komunikasi Antar Budaya mengutip pendapat Walstrom dari berbagai sumber menyebutkan beberapa definisi komunikasi, yaitu:

1. Komunikasi antar manusia sering diartikan dengan pernyataan diri yang paling efektif.
2. Komunikasi merupakan pertukaran pesan
3. Pesan secara tertulis dan lisan melalui percakapan, atau bahkan melalui penggambaran yang imajiner.
4. Komunikasi merupakan pembagian informasi atau pemberian hiburan melalui kata-kata secara lisan atau tertulis dengan metode lainnya
5. Komunikasi merupakan pengalihan informasi dari seorang kepada orang lain.
6. Pertukaran makna antar individu menggunakan sistem symbol yang sama.
7. Komunikasi adalah proses pengalihan pesan yang dilakukan seoran melalui suatu saluran tertentu kepada orang lain dengan efek tertentu.
8. Komunikasi adalah proses pembagian informasi, gagasan atau perasaan yang tidak saja dilakukan secara lisan dan tertulis melainkan melalui bahasa tubuh, atau gaya atau tampilan pribadi, atau hal lain disekelilingnya yang memperjelas makna

2.1.2.2 Fungsi Komunikasi

Komunikasi merupakan proses penyampaian dan pertukaran informasi, gagasan, perasaan, atau ide antara individu atau kelompok menggunakan simbol-simbol, kata-kata, atau lambang-lambang tertentu. Fungsi komunikasi sangat penting dalam berbagai aspek kehidupan manusia, baik dalam hubungan sosial, bisnis, pendidikan, maupun dalam konteks personal.

Komunikasi memungkinkan interaksi antara individu atau kelompok, membangun pemahaman bersama, serta membantu menyampaikan pesan secara

efektif. Komunikasi yang dilakukan oleh seseorang memiliki tujuan tertentu, baik untuk kelangsungan hidup pribadinya maupun kelangsungan hidup Masyarakat Komunikasi memiliki banyak fungsi.

Para ahli dalam bidang ilmu komunikasi seperti Effendi, Thomas M. Scheidel, Rudolf F. Verderber, Gordon I. Zimmerman, serta Judy C. Pearson & Paul E. Nelson mengungkapkan beragam fungsi komunikasi yang dilakukan manusia kepada manusia lainnya Berikut ini akan Pakar Komunikasi rangkum 5 fungsi komunikasi dalam keseharian hidup manusia tersebut.

1. Menyampaikan pikiran dan perasaan

Seperti yang dikatakan Effendi dalam bukunya, bahwa salah satu fungsi komunikasi adalah sebagai pengungkapan emosional. Dengan berkomunikasi kita difasilitasi untuk dapat mengungkapkan apa yang kita pikirkan dan rasakan. Mengungkapkan pikiran dan perasaan pribadi kepada orang lain penting untuk dilakukan. Sebab dengan mengungkapkan isi pikiran dan emosi baik itu marah, senang, kecewa, gembira, atau emosi lainnya; orang lain jadi mengerti apa yang kita rasakan. Dilain pihak, kita akan mendapatkan keseimbangan hidup serta kelapangan hati. Namun ada batasan tertentu yang perlu kita jaga dalam pengungkapan isi pikiran dan perasaan. Ada norma yang harus diperhatikan, serta kebijakan pribadi menyangkut privasi. Misalnya sebaiknya tidak mengungkapkan kemarahan kepada seseorang di depan banyak orang. berikan teguran kepada seseorang secara pribadi dan tidak depan umum.

2. Berinteraksi dengan sesama

Seperti telah kita ketahui bahwa manusia adalah makhluk sosial, tidak dapat hidup sendiri dan perlu bersosialisasi dengan orang lain. Thomas M. Scheidel menyebutkan bahwa dengan berkomunikasi, kita dapat membangun interaksi sosial dengan sesama dan lingkungan sekitar. Dengan begitu kita tidak terisolasi atau terasing dari pergaulan di masyarakat, sekaligus juga menjaga kelangsungan hidup masyarakat. Dengan berkomunikasi kita dapat berdiskusi, bekerjasama, dan melakukan interaksi social lainnya dengan sesama dan lingkungan di sekitar kita.

3. Memberi Informasi

Informasi merupakan hal yang cukup penting, informasi dapat mencegah kita untuk melakukan kesalahan. Misalnya pemberian informasi mengenai arah suatu tempat bisa mencegah tersasarnya seseorang yang akan menuju tempat tersebut. Atau informasi mengenai cara menggunakan suatu alat, penting untuk diketahui agar tidak kegagalan produksi yang bisa jadi berimbas pada kerusakan alat. Melalui komunikasi informasi mengenai suatu peristiwa, masalah, tingkah laku, atau lainnya dapat disampaikan. Informasi yang disampaikan dapat digunakan untuk menilai dan mengevaluasi suatu hal, dan memberikan alternative pilihan yang diambil

4. Menambah Wawasan/ Pengetahuan

Menurut Effendi salah satu fungsi komunikasi adalah 'to educate' atau untuk mendidik. Dengan komunikasi manusia dapat menyampaikan pengetahuan ide, atau gagasannya dan memungkinkan terjadinya transfer ilmu dari seseorang kepada seseorang yang lain. Dengan begitu wawasan

dan pengetahuan seseorang mengenai suatu hal menjadi bertambah. Contohnya komunikasi yang dilakukan guru kepada anak didiknya, seorang dosen kepada mahasiswanya, seorang pelatih kepada muridnya, atau seorang pembicara kepada audiencenya

5. Hiburan

Dengan berkomunikasi seseorang dapat menghibur orang lain serta mendapat penghiburan dari orang lain. Rudolf F. Verderber menyatakan bahwa manusia melakukan komunikasi untuk kesenangan. Effendi juga menyatakan bahwa salah satu fungsi komunikasi adalah 'to entertain', yaitu untuk menghibur orang lain dan menyenangkan hati orang. Contohnya komunikasi yang dilakukan pelaku stand up comedy yang saat ini sedang trend. Hanya dengan mendengarkan perkataan dari komika yang sedang melakukan stand up comedy, orang-orang bisa tertawa dan terhibur.

Awal tahun 1960-an David K. Belo (Cangara, 2004:23) membuat formula komunikasi yang lebih sederhana. Formula ini dikenal dengan nama "SMCR", yakni Source (pengirim), Message (pesan), channel (saluran-media) dan Receiver (penerima). Perkembangan terakhir adalah munculnya pandangan dan Joseph De Vito, K Sereno dan Erika Vora (Cangara, 2004:24) yang menilai factor lingkungan merupakan unsur yang tidak kalah pentingnya dalam mendukung terjadinya proses komunikasi

2.1.2.3 Proses Komunikasi

Proses komunikasi merupakan pertukaran informasi antara dua pihak atau lebih. Para ahli sering mendefinisikan komunikasi dengan beberapa nuansa, tapi

secara umum, ini melibatkan pengiriman pesan dari pengirim ke penerima melalui saluran komunikasi tertentu. Beberapa teori komunikasi melibatkan konsep encoding (pemrosesan pesan oleh pengirim), transmisi (pengiriman pesan melalui saluran), dan decoding (interpretasi pesan oleh penerima).

Menurut Shannon Weaver, komunikasi melibatkan pesan, encoder, saluran, decoder, dan penerima. Di sisi lain, Harold D. Lasswell menyusun pertanyaan dasar dalam komunikasi: "Siapa, apa, saluran, kepada siapa, dengan efek apa?"

Berdasarkan dari paradigm Harold Lasswell dalam buku Onong Uchjana Effendy, membedakan proses komunikasi menjadi dua tahap, yaitu:

1. Proses komunikasi secara Primer

Proses Komunikasi Primer adalah proses komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan Lambang (simbol) sebagai media Komunikasi nya. Dalam Komunikasi Primer, Lambang yang digunakan yaitu Pesan Verbal (Bahasa) dan Pesan Nonverbal (Isyarat, Gesture, Warna, Gambar, dan lainnya). Dalam kedua Proses Komunikasi yaitu Verbal dan Nonverbal harus ada kemampuan untuk menerjemahkan perasaan atau Pikiran dari Komunikator dan juga Pesan yang diterima oleh komunikan. Dengan kata lain, komunikasi adalah proses untuk membuat pesan yang simetris yaitu memiliki dua pemahaman yang sama baik bagi komunikator dan komunikan.

Proses Komunikasi adalah sebagai berikut: Pertama – tama, Sang komunikator melakukan Proses (encode) atau pembuatan pesan yang akan disampaikan kepada komunikan. Di dalam proses ini, Komunikator perlu

menyandi juga membuat formulasi pikiran atau perasaannya ke dalam lambing baik verbal maupun nonverbal. Pesan tersebut harus dimengerti oleh komunikan. Setelah melewati Tahap Encode Pesan, Komunikan harus menterjemahkan pesan yang diberikan Oleh komunikator.

Proses ini disebut dengan Decode. Dalam Proses Decode, Komunikan melakukan tafsir dari lambang yang berisikan pikiran atau perasaan dari Komunikator. Dalam proses menyandi pesan, Komunikator harus mampu menyandi pesan yang sesuai dengan Pikiran dan perasaannya. Dalam proses ini agar komunikasi Menjadi Efektif, Komunikator dan Komunikan harus saling mengerti satu sama lain.

2. Proses Komunikasi secara Sekunder

Proses Komunikasi sekunder adalah proses penyampaian pesan yang dilakukan melalui alat atau Medium sebagai penyambung yang digunakan oleh Komunikator kepada Komunikannya. Alat atau Medium ini akan digunakan untuk menjadi media berkomunikasi apabila jarak Komunikator dan Komunikan jauh, ataupun jika Komunikasinya berjumlah banyak. Media yang lazim digunakan di dalam proses komunikasi Sekunder yaitu Telepon, surat, surat kabar, Majalah, Radio, Televisi, film, dan Media Sosial (direct message, mention, tag).

Orang – orang Jarang menganggap bahwa bahasa adalah sebuah Media Komunikasi. Karena media komunikasi yang dinekal secara Umum yaitu hal – hal yang sudah disebutkan diatas. Hal ini disebabkan oleh bahasa sebagai lambang tidak secara jelas menampilkan dirinya sebagai Media

Komunikasi. Berbeda dengan media dalam bentuk surat kabar, telepon, radio, dan lainnya. Yang tampaknya merupakan suatu Media yang biasanya digunakan Oleh Orang banyak (Effendy, 2003:11-17).

2.1.2.4 Unsur unsur dalam Proses Komunikasi

Untuk melihat sebuah proses komunikasi secara lebih lengkap, seperti yang diungkapkan Laswell dimana komunikasi sebagai sebuah proses merupakan penyampaian pesan dari komunikator (*source*) kepada komunikan (*receiver*) melalui media yang menimbulkan efek tertentu, akan dijabarkan pada point berikut.

1. Komunikator

Pengirim pesan yang dimaksud disini adalah manusia yang mengambil inisiatif dalam berkomunikasi. Pesan disampaikan komunikator untuk mewujudkan motif komunikasi.

2. Komunikan

Komunikan disebut penerima dalam konteks komunikasi massa, komunikan disebut khalayak, tujuan, pemirsa, pendengar, pembaca, target sasaran.

3. Pesan

Pesan dalam Proses Komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan terdiri dari isi dan lambang. Lambang dalam media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna dan sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan (Effendy, 2000:11 dalam (Rismawaty et al., 2014)

4. Saluran Komunikasi (Media)

Media sering disebut sebagai saluran komunikasi, jarang sekali komunikasi berlangsung melalui satu saluran, kita mungkin menggunakan dua atau tiga saluran secara simultan. Sebagai contoh dalam interaksi tatap muka ketika berbicara dan mendengar yang menghasilkan saluran suara, tetapi juga memberikan isyarat tubuh dan menerima syarat secara visual lalu memancarkan dan mencium bau – bau atau saluran olfaktori.

Menurut Effendy (2000:37), Media juga dapat dilihat dari sudut media tradisional dan modern yang dewasa ini dipergunakan misalnya seperti kentongan, bedug, pagelaran seni, dan lain – lain sedangkan yang lebih modern seperti surat, papan pengumuman, telepon, majalah, film, spanduk, televisi dan yang lainnya yang diklasifikasikan sebagai media tulisan atau cetak, visual, audio dan audio – visual.

5. Efek atau Timbal Balik

Komunikasi selalu mempunyai efek atau dampak atas satu atau lebih orang yang terlibat dalam kegiatan komunikasi. Yang mana timbal balik atau efek tersebut dapat diartikan sebagai jawaban komunikan atas pesan komunikator yang disampaikan kepadanya. Dalam komunikasi yang dinamis, komunikator dan komunikan terus-menerus saling bertukar peran. Karenanya, umpan balik pada dasarnya pesan juga, yakni ketika komunikan berperan sebagai komunikator.

2.1.3 Tinjauan Komunikasi Intrapersonal

Komunikasi intrapersonal adalah komunikasi yang terjadi di dalam diri sendiri atau komunikasi satu orang saja, seperti berbicara kepada diri sendiri, memberikan makna (intelektual dan emosional) kepada lingkungan, memikirkan suatu masalah, mempertimbangkan sampai mengambil keputusan, dan lain-lain. Semua komunikasi sampai pada batas tertentu merupakan komunikasi intrapersonal, yaitu setiap komunikasi yang selalu menjadi objek bagi penafsiran kita sendiri.

Komunikasi intrapersonal merupakan keterlibatan internal secara aktif dari individu dalam pemrosesan simbolik dari pesan-pesan. Seorang individu menjadi pengirim sekaligus penerima pesan, memberikan umpan balik bagi dirinya sendiri dalam proses internal yang berkelanjutan. Dalam Proses Komunikasi intrapersonal, seorang komunikator melakukan pengolahan informasi yang ia peroleh, hingga menjadi pesan yang ia pahami dan diberikan makna.

2.1.3.1 Elemen – Elemen Komunikasi Intrapersonal

Menurut Rahmiana (2019:82) Komunikasi intrapersonal juga memiliki elemen-elemen komunikasi atau komponen-komponen komunikasi atau unsur-unsur komunikasi yang mendukung proses komunikasi intrapersonal. Adapun elemen-elemen komunikasi intrapersonal adalah sebagai berikut :

1. *Decoding* bagian dari proses komunikasi intrapersonal yang harus dilalui pesan atau informasi diambil ke otak dan dibuat menjadi masuk akal.
2. Integrasi (Integration) bagian dari proses komunikasi intrapersonal dimana berbagai bagian kecil informasi ditempatkan bersama. Kita

menghubungkan satu bagian informasi kepada orang lain. Membuat perbandingan dan analogi, menggambarkan perbedaan, dan kemudian mengelompokkannya atau membuat sebuah keputusan tentang bagian informasi dimana ia berbeda.

3. Memori (*memory*) yaitu ruang penyimpan dalam komunikasi intrapersonal. Dalam ruang penyimpan ini berbagai kenyataan dalam kejadian, sikap, penilaian sebelumnya dan kepercayaan disimpan. Memori dalam hal ini melibatkan kemampuan untuk menyimpan informasi dan memanggilnya kembali.
4. Serangkaian persepsi atau schemata menggambarkan struktur berpikir atau cara mengorganisasikan informasi.
5. *Encoding* bagian akhir dari proses komunikasi intrapersonal dimana pemaknaan diberikan untuk menghasilkan komunikasi yang penuh makna.
6. Umpan balik (*feedback*) komunikasi intrapersonal juga memiliki umpan balik yang dinamakan umpan balik diri. terdapat dua jenis umpan balik diri yaitu umpan balik diri eksternal dan umpan balik internal. Yang dimaksud dengan umpan balik diri eksternal adalah bagian dari pesan yang didengar. Sementara itu yang dimaksud dengan umpan balik diri internal adalah bagian yang kita terima dalam diri kita sendiri.
7. Gangguan elemen-elemen lain dalam komunikasi intrapersonal adalah interferensi atau gangguan. Bentuk gangguan terjadi ketika memproses beberapa informasi pada tingkatan yang salah. Hal ini dapat menimbulkan hambatan-hambatan komunikasi.

2.1.3.2 Konsep Diri dalam Komunikasi Intrapersonal

Proses komunikasi dengan orang lain yang pertama adalah melalui sebuah keluarga. Di dalam keluarga seorang anak akan memperoleh pengetahuan tentang siapa kita dan bagaimana seharusnya kita bertindak. Di dalam keluarga pula, sebuah label pertama kali diberikan, tentang “kamu laki-laki” atau “kamu perempuan”, “kamu pintar” atau “ kamu bodoh” dan seterusnya.

Gaya pengasuhan yang diberikan oleh anggota keluarga kepada seorang anak di dalam keluarga itupun akan memengaruhi pandangannya terhadap dirinya sendiri maupun terhadap orang lain. Sehingga hal-hal inilah yang menjadi awal mula seseorang akan terpengaruh untuk menentukan siapa dirinya dan bagaimana dia harus bertindak.

Pengetahuan tentang diri tidak dibawa dari lahir melainkan terus berkembang selama kita berkomunikasi dengan orang lain. Dengan berkomunikasi dengan orang lain, kita mulai melihat pandangan mereka mengenai dunia, mengenai sekitarnya dan pandangan mereka mengenai kita. Lewat internalisasi itulah kita akhirnya melakukan dialog dengan diri kita sendiri (komunikasi intrapersonal) untuk menentukan siapa kita.

Menurut Julia T. Wood (dalam Wood, 2012) “diri (self) adalah proses internalisasi dan bertindak dari perspektif sosial yang dipelajari melalui sebuah proses komunikasi”

Anita Taylor (dalam Rakhmat, 2011) mengungkapkan, konsep diri adalah *“all you think and feel about you, the entire complex of beliefs and attitudes you hold about yourself.”*

Menurut William D. Brooks (dalam Rakhmat, 2011), “konsep diri adalah pandangan dan perasaan kita tentang diri kita.

Selain keluarga, pada fase berikutnya anak akan melakukan komunikasi dengan teman sebayanya. Biasanya dengan berinteraksi dengan teman sebayanya, seseorang akan terlibat dalam “perbandingan sosial” untuk membandingkan dirinya dengan orang lain untuk membentuk penilaian tentang kemampuan dan kekurangan atau untuk menentukan apakah dirinya memiliki ras, warna atau agama yang sama.

Dengan mengukur kesamaan dan perbedaan ini, seseorang dapat memutuskan dengan mereka siapa cocok antara satu sama lain. pada umumnya, semua orang cenderung menyukai orang-orang yang memiliki kesamaan dengan dirinya.

Pengaruh yang ketiga adalah interaksi dengan masyarakat pada umumnya, ketika seseorang mempelajari dan berinteraksi dengan orang lain secara luas, mempelajari bagaimana orang-orang memandang setiap jenis kelamin, ras, orientasi seksual dan sosial-ekonomi untuk membentuk perspektif yang lebih luas. Perspektif ini dapat berasal dari sebuah lingkungan sekitar, institusi atau bahkan media yang mengkomunikasikan nilai-nilai yang mereka junjung tinggi dan diamini masyarakat seperti laki-laki harus begini, dan perempuan harus begitu, dan lain lain.

Meskipun “diri” dianggap merujuk kepada sebuah entitas tunggal, pada dasarnya diri memiliki banyak dimensi. Kita mengenal diri secara fisik, seperti ukuran tubuh, berat badan, warna kulit dan sebagainya. Namun setiap manusia memiliki diri kognitif yang meliputi kecerdasan, bakat dan pendidikan. Selain itu, seseorang memiliki konsep diri emosional dan konsep diri sosial, yang mana

kemudian seseorang bisa jadi menunjukkan “dirinya” yang sebenarnya ketika sedang sendirian atau dihadapan keluarga atau teman dekatnya, dan menunjukkan sisi yang lain ketika sedang dihadapkan pada situasi tertentu.

2.1.3.3 Fungsi Komunikasi Intrapersonal

Menurut Rahmania (2019:85) komunikasi intrapersonal memiliki beberapa fungsi, yaitu

1. Kesadaran Diri

Komunikasi intrapersonal memungkinkan orang untuk menyadari setiap aspek kepribadian mereka sendiri. Dengan introspeksi, orang akan menjadi sadar akan kualitas yang membantu membentuk kepribadiannya yang pada gilirannya membuatnya sadar akan motivasi, aspirasi, dan harapannya kepada dunia jika pemahaman diri seseorang mutlak, akan membantu mengkomunikasikan keinginan dan kebutuhannya kepada orang lain dengan mudah

2. Rasa percaya diri

Sadar diri membuat seseorang merasa aman dan meningkatkan kepercayaan diri.

3. Manajemen diri

Fakta bahwa seseorang sadar akan kekuatan dan kekurangan yang dimilikinya, ia melengkapi dirinya untuk mengelola urusan sehari-hari secara efisien dengan menggunakan kekuatannya secara maksimal yang pada gilirannya mengkompensasi kelemahannya

4. Motivasi diri

Pengetahuan mutlak tentang apa yang seseorang inginkan dari kehidupan dan memungkinkan orang tersebut berusaha mencapai tujuan dan sasaran tersebut sambil terus memotivasi diri mereka sendiri.

5. Terfokus

Kualitas motivasi diri dan manajemen diri akan membantu mengembangkan konsentrasi yang lebih dalam mengarahkan fokusnya pada tugas yang ada.

6. Kemandirian

Kesadaran diri memungkinkan orang untuk mandiri.

7. Kemampuan beradaptasi

Orang akan sangat mudah beradaptasi dengan lingkungannya karena pengetahuan tentang kualitasnya sendiri memungkinkan untuk percaya diri dan dengan tenang mengambil keputusan dan mengubah pendekatannya sesuai dengan respon terhadap stimulus situasional

2.1.3.4 Faktor yang Mempengaruhi Komunikasi Intrapersonal

Menurut Potter dan Perry (1997), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kemampuan komunikasi intrapersonal seseorang, antara lain yaitu:

1. Perkembangan

Tingkat perkembangan dalam berbicara bervariasi dan hal ini berhubungan erat dengan perkembangan anak. Orang tua memberikan pengaruh penting terhadap kemampuan anak untuk berkomunikasi. Perkembangan pada individu menentukan jenis komunikasi apa yang akan dipilih.

2. Nilai.

Nilai dapat mempengaruhi interpretasi pesan dan juga bagaimana individu menginterpretasikan ide yang datang dari orang lain. Jika nilai yang dimiliki seseorang berbeda dan tidak ada penyesuaian antar individu kemungkinan akan terjadi konflik saat melakukan komunikasi.

3. Emosi.

Emosi dapat membuat seseorang salah menginterpretasikan pesan yang diterima. Jika emosi mempengaruhi komunikasi dimaknai sebagai perasaan subjektif seseorang dan mempengaruhi individu bagaimana berinteraksi dengan seseorang. Jika pada seseorang yang berkomunikasi tidak terkontrol emosinya maka akan terjadi perdebatan karena emosi yang muncul.

4. Latar belakang sosiokultural.

Budaya adalah hasil dari mempelajari cara berbuat, berpikir, dan merasakan. Pengaruh kebudayaan menetapkan batas bagaimana seseorang bertindak dan berkomunikasi, dalam hal ini komunikator harus bisa menyesuaikan dengan kebudayaan komunikan agar komunikasi yang berjalan menjadi efektif.

5. Gender.

Pria dan wanita memiliki cara berkomunikasi yang berbeda-beda. Anak perempuan biasanya perkembangan pusat komunikasi di otaknya lebih bagus dari pada laki-laki.

6. Pengetahuan.

Penggunaan bahasa yang umum sangat tepat digunakan jika pengirim dan penerima pesan memiliki tingkat pengetahuan yang berbeda. Pesan akan

menjadi tidak jelas jika kata yang digunakan tidak dikenal penerima. Karena pemakaian bahasa yang lazim menjadi faktor yang sangat membantu dalam berkomunikasi untuk menjembatani perbedaan yang terjadi.

7. Lingkungan.

Seseorang dapat berkomunikasi lebih baik dalam lingkungan yang nyaman. Kurangnya kebebasan seseorang bisa mengakibatkan kebingungan, ketegangan. Gangguan lingkungan juga bisa mengganggu pesan yang dikirim. Lingkungan yang nyaman sangat membantu dalam proses komunikasi, karena inilah lingkungan menjadi faktor yang berpengaruh dalam komunikasi.

2.1.4 Tinjauan Tentang *Post-Concert Depression*

2.1.4.1 Pengertian *Post-Concert Depression*

"*Post-Concert Depression*" (*PCD*) adalah istilah informal yang digunakan untuk menggambarkan perasaan sedih, hampa, atau kekosongan yang muncul setelah seseorang menghadiri konser atau pertunjukan musik yang sangat dinantikan. Meskipun istilah ini tidak memiliki status resmi sebagai kondisi medis atau psikologis yang diakui, banyak orang menggunakannya untuk merinci perasaan hampa atau kehilangan yang muncul setelah momen bersemangat menonton 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.

Pakar Psikologi UNAIR yaitu Atika Dian Ariana menerangkan, salah satu gejala yang nampak pada orang dengan *post concert depression* adalah pikiran negatif, perasaan sedih yang mendalam, dan susah *move on* dari suasana konser. Susah *move on* itu menyebabkan rasa ingin kembali lagi pada konser tersebut

“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,”

Bukan hanya itu, mereka akan memiliki kecenderungan untuk mengulang-ulang tayangan konser melalui ponsel dan menceritakan momen bahagia secara terus-menerus. Peristiwa tersebut merupakan hal yang tidak baik karena akan menimbulkan perasaan tiada hal yang penting selain konser tersebut.

2.1.4.2 Gejala *Post-Concert Depression*

Mengutip dari situs Choosing Therapy dan situs Halodoc, beberapa dari gejala *Post-Concert Depression* ini mencerminkan depresi klinis seperti hilangnya motivasi atau minat pada berbagai hal diantara lain sebagai berikut:

- 1. Kehilangan Koneksi Sosial:** Konser sering kali merupakan pengalaman sosial yang kuat di mana orang dapat merasakan koneksi dengan artis dan sesama penonton. Setelah konser berakhir, terkadang seseorang merasa kehilangan koneksi ini.
- 2. Kehilangan Antusiasme:** Konser sering diisi dengan kegembiraan, antusiasme, dan energi yang tinggi. Setelah konser berakhir, peralihan dari keadaan euforia ini ke keseharian dapat menimbulkan perasaan kehampaan.

3. **Kehilangan Intensitas Sensorik:** Konser sering kali menyajikan pengalaman sensorik yang intens, dengan suara yang keras, cahaya yang spektakuler, dan atmosfer yang khusus. Setelah kembali ke rutinitas sehari-hari, seseorang mungkin merasa kekurangan stimulasi ini.
4. **Terus Menerus Berpikir Negatif:** Merasa sedih dan putus asa terus menerus, Khawatir sesuatu yang menarik dan menyenangkan tidak akan terjadi lagi dan kesulitan untuk keluar dari perasaan tersebut.
5. **Merasa ingin kembali mengulang konser:** Sebagian orang merasa terjebak dan sulit untuk melupakan konser, hal ini terjadi ketika sudah mulai beraktivitas seperti biasa, namun kesulitan untuk fokus karena otak dan pikiran masih terjebak pada kenangan konser.

Gejala-gejala tersebut ditangani paling baik dengan beberapa pengendalian yang sehat, penanganan orang dengan *Post-Concert Depression* sama dengan penanganan kasus depresi. Salah satunya, berinteraksi dengan orang sekitar di lingkungan kita. membentuk pola hidup yang sehat kembali. Mulai mengatur jadwal istirahat, pola makan, dan pikiran. Selain itu merancang aktivitas perlu dilakukan untuk meningkatkan *sense* atas kehidupan yang nyata.

2.1.4.3 Batasan Gejala Penggemar K-Pop yang mengalami *Post-Concert Depression*

Dalam membahas batasan seseorang yang mengalami *Post-Concert Depression*, sejumlah gejala dan faktor penentu dapat diidentifikasi berdasarkan durasi, intensitas emosi, dan dampak terhadap fungsi harian. Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Thompson (2019) dalam jurnal penelitiannya yang

berjudul *Post-Event Depression: Understanding Emotional Aftermaths*. *Post-Concert Depression* adalah perasaan sedih atau hampa yang dirasakan seseorang setelah mengalami kegembiraan emosional yang intens, seperti menonton konser

“*Post-Concert Depression* biasanya muncul dalam waktu singkat setelah konser berakhir, mulai dari beberapa jam hingga beberapa hari setelah acara. Batasan umum untuk mengidentifikasi *Post-Concert Depression* adalah jika gejala-gejala emosional negatif seperti kesedihan, kehampaan, atau rasa kehilangan berlangsung selama 2-3 hari setelah konser, Jika gejala ini berlanjut lebih dari 1-2 minggu dan semakin intens, ada kemungkinan bahwa hal tersebut bukan hanya *Post-Concert Depression*, tetapi bisa berkaitan dengan masalah emosional atau psikologis yang lebih serius, seperti depresi klinis” Thompson (2019)

Intensitas emosi juga menjadi batasan penting dalam menentukan apakah seseorang mengalami PCD. Seperti dikemukakan oleh Smith & Rogers (2020), individu yang merasa sulit untuk beralih dari perasaan euforia selama konser dan terus-menerus mengalami kenangan yang menyedihkan mungkin memiliki PCD yang lebih signifikan. Gejala emosional yang intens sering kali mempengaruhi kemampuan individu untuk kembali ke rutinitas harian dan berfungsi secara normal. Mereka mungkin merasa tidak termotivasi, kehilangan minat pada kegiatan lain, dan terisolasi secara sosial.

"Batasan *Post-Concert Depression* terletak pada sejauh mana gejala emosional ini mengganggu kehidupan sehari-hari seseorang dan apakah individu tersebut dapat kembali pada rutinitas normalnya" (Smith & Rogers, 2020).

Batasan *Post-Concert Depression* juga dapat dilihat dari cara berpikir individu setelah konser. Mereka yang mengalami *Post-Concert Depression* sering kali memutar ulang kenangan konser berulang-ulang, merasa sulit menerima kenyataan bahwa konser telah berakhir, atau bahkan mengalami fantasi berlebihan tentang skenario alternatif atau momen-momen tertentu yang diidealkan.

Jika hal ini berlanjut hingga individu kehilangan kontak dengan realitas atau kesulitan melepaskan diri dari kenangan konser, maka hal tersebut bisa dianggap sebagai tanda *Post-Concert Depression* yang lebih parah. Sebaliknya, orang yang mampu menerima kenyataan dengan lebih cepat dan melanjutkan aktivitas sehari-hari tidak dianggap memiliki *Post-Concert Depression* yang mendalam.

Batasan lain yang penting dalam *Post-Concert Depression* adalah ekspektasi yang tinggi sebelum konser juga menjadi faktor penentu apakah seseorang mengalami *Post-Concert Depression*. Jika konser tersebut tidak memenuhi harapan individu misalnya, interaksi dengan idola tidak seperti yang diinginkan, atau pengalaman keseluruhan tidak sebaik yang dibayangkan, hal ini dapat memperburuk gejala *Post-Concert Depression*. Ketidakpuasan ini bisa memicu kekecewaan yang mendalam, dan orang yang tidak mampu mengatasi perbedaan antara harapan dan kenyataan mungkin lebih rentan mengalami *Post-Concert Depression* yang lebih signifikan. Sebagaimana dijelaskan oleh **Brown (2020)** dalam jurnal penelitiannya yaitu *Expectation vs Reality: How Concert Experiences Shape Emotional Outcomes*,

"kekecewaan yang disebabkan oleh ekspektasi yang tidak terpenuhi memperburuk perasaan *post-concert depression* karena menciptakan celah emosional antara harapan dan realitas yang dialami" (Brown, 2020).

Fenomena *FOMO* atau *Fear of Missing Out* juga berkontribusi sebagai batasan yang dapat memperburuk *Post-Concert Depression*. Penggemar yang merasa tertinggal karena tidak dapat terus mengikuti idola mereka atau melewatkan acara selanjutnya bisa mengalami kecemasan yang berlebihan. Dalam konteks penggemar K-Pop yaitu Orang yang merasa terisolasi setelah konser, misalnya

mereka yang merasa tertinggal dalam lingkaran pertemanan atau fandom karena tidak bisa terus mengikuti aktivitas komunitas penggemar, lebih rentan terhadap *Post-Concert Depression*, Menurut Miller (2017) dalam penelitiannya yang berjudul *FOMO and Fan Culture: The Emotional Impact of Missing Out* menyebutkan bahwa:

"kecemasan yang disebabkan oleh FOMO sering kali memperburuk *Post-Concert Depression* karena penggemar merasa seolah-olah mereka kehilangan bagian penting dari kehidupan idola mereka" (Miller, 2017)

Dalam keseluruhan proses ini batasan penting *Post-Concert Depression* adalah kemampuan individu untuk kembali menjalani kehidupan normal setelah konser. Orang yang mengalami *Post-Concert Depression* mungkin merasa sulit untuk menemukan aktivitas lain yang bisa memberikan kepuasan emosional yang sama seperti konser. Jika seseorang tidak dapat menemukan kesenangan dalam aktivitas lain atau cenderung menunda kegiatan penting karena terus memikirkan konser, maka hal ini merupakan indikasi bahwa *Post-Concert Depression* mereka lebih dalam. Sebaliknya, mereka yang dengan cepat dapat menyeimbangkan kembali kehidupan sehari-hari meskipun merasa sedikit sedih, biasanya tidak mengalami *Post-Concert Depression* yang parah.

2.1.5 Tinjauan Tentang Penggemar

Penggemar berasal dari kata dasar gemar yang berarti suka akan suatu hal, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Penggemar, sering juga disebut sebagai "*fans*" adalah individu atau kelompok orang yang memiliki ketertarikan atau dukungan yang kuat terhadap suatu hal, seperti artis, tokoh publik, film, buku, tim olahraga, atau jenis hiburan lainnya.

Menurut Lewis (1992) penggemar diartikan sebagai pengikut yang antusias dalam bidang olahraga, seni atau pengagum selebritis, yang berfikiran, berperasaan, dan bertingkah laku ekstrim.

Penggemar merupakan seseorang yang terobsesi dengan seorang bintang, selebriti, film, acara televisi, atau grup musik. Seorang penggemar adalah orang yang bisa memberikan banyak informasi mengenai hal-hal yang digemarinya (Hills, 2002). Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa penggemar merupakan individu yang menyukai atau menggemari suatu hal, seperti olahraga atau seni serta dapat memberikan informasi mengenai hal-hal yang disukai atau digemarinya tersebut.

Penggemar dapat di klasifikasikan lagi dengan penggemar biasa atau penggemar fanatik. Penggemar biasa hanya menyukai sesuatu hal tanpa harus berlebihan dan selalu ingin memilikinya, berada didekatnya, dan melakukan segala hal untuk mendapatkan yang disukai.

Sedangkan penggemar fanatik adalah penggemar-penggemar yang rela melakukan apa saja demi mendapatkan apa yang disukainya atau idolanya. Penggemar fanatik inilah yang biasanya gemar membeli berbagai macam *merchandise* K-Pop ataupun konser konser musik yang mereka selenggarakan.

Menjadi seorang penggemar dapat memberikan berbagai manfaat, baik secara pribadi maupun sosial salah satu manfaat menjadi penggemar seringkali mendorong pengembangan pengetahuan mendalam tentang objek kegemaran. Ini termasuk memahami sejarah, konteks, dan elemen-elemen yang terkait dengan objek tersebut.

2.1.6 Tinjauan Tentang Konser Musik

Konser berasal dari bahasa Italia yaitu *concerto* dan bahasa Latin *concertare* yang artinya berjuang, berlomba dengan orang lain. Konser adalah suatu pertunjukan langsung, biasanya musik, di depan penonton. Musik dapat dimainkan oleh musikus tunggal, kadang disebut resital, atau suatu ensemble musik, seperti orkestra, paduan suara, atau grup musik. Konser dapat diadakan di berbagai jenis lokasi, contohnya stadion, lapangan outdoor maupun indoor aula konser khusus, dan gedung serbaguna.

Konser yang diadakan di suatu tempat yang sangat besar kadang disebut konser arena. Di manapun dilangsungkan, musisi biasanya tampil di atas suatu panggung. Sebelum meluasnya musik rekaman, konser merupakan satu-satunya kesempatan bagi seseorang untuk mendengarkan penampilan seorang musisi. Menurut pandangan seorang Musikologis Nicholas Cook (1998)

“Konser sebagai suatu bentuk interaksi antara musisi dan pendengar di dalam suatu ruang dan waktu tertentu” Nicholas Cook (1998)

Pendapat ini memperkuat konsep bahwa konser bukan hanya sekadar penampilan musik, melainkan juga sebuah dialog emosional dan artistik yang terjadi antara pemain dan penonton. Seorang psikolog musik yaitu John Sloboda dalam penelitiannya yang berjudul ‘*The Musical Mind: The Cognitive Psychology of Music*’ juga menyebut

“Konser sebagai suatu pengalaman sosial yang melibatkan ekspresi artistik dan tanggapan emosional” Sloboda, J. (2000)

Perspektif ini memperlihatkan bahwa konser memiliki elemen sosial yang penting, di mana partisipasi audiens memberikan makna tambahan bagi

pengalaman musik itu sendiri. Lalu menurut Richard Leppert, seorang ahli musik, menggambarkan dalam jurnal penelitiannya yang berjudul '*Music and Image: Domesticity, Ideology and Socio-cultural Formation in Eighteenth-Century England*' konser sebagai

"Suatu bentuk ritual yang melibatkan musik, pemain musik, dan pendengar"
Leppert, R. (1988)

Konser musik menawarkan beragam manfaat yang mencakup aspek artistik, sosial, dan ekonomi. Pertama-tama, konser musik memberikan pengalaman langsung yang tak tergantikan, memungkinkan audiens merasakan emosi dan energi yang dihasilkan dari pertunjukan live. Ini menciptakan ikatan yang unik antara musisi dan pendengar, menciptakan momen berbagi yang intens, berikut beberapa manfaat dari Konser Musik dari berbagai perspektif, berikut:

1. Perspektif Artistik

Konser musik memberikan kesempatan berharga bagi musisi untuk mengembangkan keterampilan mereka, baik dalam bermusik maupun berinteraksi dengan penonton. Pertunjukan live memperkaya pemahaman artistik mereka dan memungkinkan mereka mengeksplorasi dimensi ekspresi yang mungkin sulit dicapai dalam lingkungan rekaman.

2. Perspektif Secara Sosial

Konser musik memainkan peran penting dalam membentuk komunitas budaya. Mereka menciptakan ruang bagi penggemar musik untuk berkumpul, berbagi antusiasme mereka, dan merayakan keanekaragaman musik. Konser juga memainkan peran dalam pendidikan musik dengan meningkatkan kesadaran masyarakat akan berbagai jenis musik

3. Prespektif Segi Ekonomi

Konser musik dapat memberdayakan industri hiburan dengan menciptakan peluang pekerjaan bagi musisi, produser, dan berbagai pekerja di industri tersebut. Konser juga dapat meningkatkan pariwisata budaya dan ekonomi lokal karena mereka sering kali menarik pengunjung dari berbagai tempat.

4. Prespektif Rekreasi Hiburan

Konser musik memberikan rekreasi dan hiburan bagi penonton, menciptakan pengalaman yang berkesan dan menyenangkan. Kesempatan untuk meresapi musik secara langsung seringkali dianggap sebagai bentuk terapi, membantu orang melepaskan stres dan menikmati momen hiburan yang mendalam.

Dengan semua manfaat ini, konser musik bukan hanya sekadar pertunjukan musik biasa mereka merupakan peristiwa budaya yang memperkaya kehidupan individu dan komunitas secara keseluruhan

2.1.7 Tinjauan Tentang K-POP

K-Pop merupakan singkatan dari Korean Pop yaitu jenis musik yang identik dengan sekelompok boyband atau girlband. K-Pop sendiri mencakup berbagai jenis program musik, genre musik, dan apa pun yang berhubungan dengan musik. Musik K-pop seringkali menampilkan grup musik atau idol yang terdiri dari beberapa anggota, meskipun ada juga penyanyi solo dalam industri ini.

K-Pop menjadi salah satu kebudayaan yang berasal dari Korea Selatan. Kebudayaan K-Pop di Korea sendiri sangat diperhatikan dan banyak menarik

perhatian dari masyarakat terutama para pelajar yang mengidolakan para artisnya. Tak hanya terkenal dan menyebarkan virus demam K-Pop di Korea saja, tetapi demam K-Pop telah menjalar ke berbagai negara dan merajai musik di Asia.

K-pop telah meraih popularitas global yang signifikan, terutama dalam beberapa tahun terakhir. Grup-grup K-pop sering melakukan tur dunia dan merilis lagu dalam berbagai bahasa untuk menjangkau penggemar di seluruh dunia. K-pop bukan hanya tentang musik, tetapi juga mempengaruhi mode, gaya rambut, tarian, dan gaya hidup. Istilah-istilah K-pop, seperti "bias" (penyanyi favorit seseorang) atau "*comeback*" (pengembalian grup dengan album baru), telah menjadi bagian dari budaya populer.

Konser musik K-pop adalah salah satu aspek yang sangat menonjol dalam industri ini. Konser-konser K-pop seringkali menjadi acara spektakuler yang menggabungkan pertunjukan musik yang energik dengan elemen panggung yang menakjubkan. Konser K-pop dikenal karena atmosfer yang penuh energi, kegembiraan yang luar biasa, serta antusiasme yang sangat tinggi dari penggemar. Musik yang enerjik dan penampilan panggung yang mengagumkan menciptakan.

Berkat popularitas global K-pop, grup-grup atau artis K-pop sering melakukan tur dunia. Ini memberi kesempatan bagi penggemar dari berbagai negara untuk menikmati pertunjukan langsung dari idola mereka momen yang tak terlupakan bagi semua yang hadir.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah sebuah bagian yang menggambarkan alur berpikir penelitian dalam memberikan penjelasan kepada orang lain untuk memecahkan suatu masalah dengan jelas, sistematis dan terarah. Dalam hal ini diperlukan teori yang mendukung.

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. (Sugiyono, 2009)

Pada kerangka penelitian ini, peneliti berusaha untuk membahas permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Adapun permasalahan yang akan diteliti yaitu mengenai **“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)”

Guna mengkaji, meneliti atau melakukan penelitian, diperlukan landasan teoritis sebagai acuan dalam mencapai penyelesaian tujuan penelitian tersebut.

Fokus pada penelitian ini yaitu mengkaji dan menganalisa bagaimana permasalahan tersebut mengaplikasikan teori yang dikemukakan menurut Dr. Jalaluddin Rakhmat, dalam bukunya yang berjudul Psikologi Komunikasi (2019:60-94), tentang Proses komunikasi intrapersonal yang melalui empat tahapan, yaitu; Sensasi, Persepsi, Memori, dan Berpikir. Adapun penjelasan dari tahapan-tahapan komunikasi intrapersonal adalah sebagai berikut:

1. Sensasi

Tahap pertama dalam penerimaan informasi ialah sensasi. Sensasi berasal dari kata *sense*, artinya alat penginderaan, yang menghubungkan organisme dengan lingkungannya. Sensasi adalah kemampuan yang dimiliki manusia untuk menyerap segala hal yang diinformasikan oleh pancaindra. Informasi yang diserap oleh pancaindra disebut stimulus yang kemudian melahirkan proses sensasi. Dengan demikian sensasi adalah menangkap stimulus.

Sensasi merupakan pengalaman elementer segera yang tidak memerlukan penguraian verbal, simbolis atau konseptual, dan terutama berhubungan dengan kegiatan alat indra. Apa saja yang menyentuh alat indra, dari dalam atau dari luar disebut stimuli. Stimuli yang diterima oleh alat indra diubah menjadi energi syaraf untuk disampaikan ke otak melalui proses transduksi. Stimuli harus cukup kuat agar dapat diterima oleh alat indra.

Ketajaman sensasi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor personal. Misalnya, dalam konteks kepribadian *Extrovert* dan *Introvert*. Individu yang *ekstrovert* dan sensitif terhadap rangsangan mungkin mengalami *Post-Concert Depression* yang lebih intens, seperti perasaan kehilangan, kesedihan, dan kecemasan yang lebih kuat. Individu yang *introvert* dan kurang sensitif terhadap rangsangan mungkin mengalami *Post-Concert Depression* yang lebih ringan dengan gejala yang lebih mudah diatasi.

Perbedaan sensasi pada dua kepribadian tersebut dapat disebabkan oleh beragam pengalaman atau lingkungan budaya selain kapasitas alat indra

yang berbeda. Perbedaan kapasitas alat indra ini dapat menentukan preferensi seseorang ketika memilih mendengarkan musik secara langsung misalnya melalui konser atau mendengarkan musik melalui perangkat misalnya dari Radio.

Dalam konteks Penelitian ini, terdapat kesesuaian antara Sensasi yang berhubungan dengan pengalaman Penggemar Konser Musik K-Pop di Indonesia dalam mengalami *Post-Concert Depression*. Sensasi yang dimaksud adalah hasil pengalaman yang berkaitan dengan panca indra seperti keadaan penggemar saat merasakan kehadiran sang idola, dimulai dari memasuki area konser, melihat idolanya secara langsung, menghirup aroma di sekitar area konser, ataupun mendengar segala sesuatu yang berkaitan dengan konser musik yang apakah nantinya akan mengatasi *Post-Concert Depression*. Hal ini diperkuat dengan korelasi erat tentang hubungan antara sensasi yang dialami dan pengaruhnya terhadap persepsi.

2. Persepsi

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi memberikan makna pada stimuli indrawi (*sensory stimuli*). Sensasi merupakan bagian dari persepsi. Adapun persepsi dipengaruhi oleh hasil serapan panca indra (sensasi). Selain itu persepsi juga dipengaruhi oleh perhatian (*attention*), harapan (*expectation*), motivasi dan ingatan.

Seperti halnya sensasi, persepsi juga berkaitan dengan cara penggemar konser musik K-Pop dalam mengalami *Post-Concert Depression* yang

dipengaruhi oleh beberapa faktor. Salah satu faktor yang sangat mempengaruhi persepsi yaitu perhatian. Perhatian adalah proses mental ketika stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah. Perhatian terjadi apabila kita konsen terhadap salah satu indra dan mengesampingkan stimuli dari indra yang lain.

3. Memori

Dalam komunikasi intrapersonal, memori memegang peranan penting dalam mempengaruhi baik persepsi maupun berpikir. Memori adalah sistem yang sangat terstruktur yang menyebabkan organisme sanggup merekam fakta tentang dunia dan menggunakan pengetahuannya untuk membimbing perilakunya. Setiap stimuli yang datang akan direkam, baik secara sadar ataupun tidak. Kapasitas memori manusia diciptakan sangat besar, tetapi hanya sedikit orang yang mampu menggunakan memori tersebut sepenuhnya, bahkan Einstein yang tercatat manusia paling jenius baru mengoperasikan 15% dari memorinya.

Sesuatu yang sudah tersimpan dalam memori akan mempengaruhi pemaknaan/persepsi seseorang terhadap sesuatu di waktu yang lain. Begitupun dalam berpikir, untuk memutuskan/memerintahkan sesuatu, seseorang akan membuka memorinya untuk mengetahui apa yang perlu dipertimbangkan dalam memutuskan sesuatu, atau siapa yang perlu diperintah untuk melakukan sesuatu tersebut sehingga memori memiliki peranan penting bagi individu dalam menentukan persepsi dan berpikir.

Memori, dengan proses perekaman, penyimpanan, dan pemanggilannya, menjadi fondasi bagi individu dalam membangun persepsi dan menavigasi proses berpikirnya. Pemahaman mendalam tentang memori membuka peluang untuk menggali lebih dalam tentang bagaimana individu, dalam hal ini adalah seorang penggemar musik K-Pop dalam mengatasi berbagai situasi, termasuk fenomena *Post-Concert Depression* yang dihadapi para penggemar musik. Proses kerja memori melewati tiga proses, yaitu perekaman, penyimpanan dan pemanggilan. Perekaman (encoding) adalah pencatatan informasi melalui reseptor indra dan sirkuit syaraf internal. Penyimpanan (storage) adalah menentukan berapa lama informasi itu berada beserta kita, dalam bentuk apa dan dimana. Penyimpanan bisa aktif dan pasif. Penyimpanan aktif terjadi apabila kita menambah informasi. Pemanggilan (retrieval), adalah mengingat lagi atau menggunakan informasi yang disimpan.

4. Berpikir

Berpikir merupakan manipulasi atau organisasi unsur-unsur lingkungan dengan menggunakan lambang-lambang sehingga tidak perlu langsung melakukan kegiatan yang tampak. Dalam berpikir kita akan melibatkan semua proses yang kita sebut di atas yaitu, sensasi, berpikir, dan memori. Saat berpikir maka memerlukan penggunaan lambang, visual atau grafis. Berpikir merupakan aktivitas fundamental untuk memahami realitas, mengambil keputusan, menyelesaikan masalah, dan menghasilkan sesuatu yang baru. Pada fenomena *Post-Concert Depression* yang dialami oleh

penggemar konser musik K-Pop, mereka dapat Mengalaminya melalui proses berfikir Autistik dan berpikir realistis. Berpikir autistik contohnya melamun, mengkhayal, dan berfantasi. Sedangkan berpikir realistis disebut juga berpikir nalar ialah berpikir dalam rangka menyesuaikan diri dengan dunia nyata. Berpikir realistis terbagi dalam tiga jenis, yaitu; Deduktif, Induktif, dan Evaluatif.

Berpikir Deduktif ialah mengambil kesimpulan dari dua pernyataan yang dimulai dengan pernyataan umum. Berpikir deduktif dapat digunakan untuk mengembangkan penelitian, Peneliti dapat memulai dengan teori yang menyatakan bahwa stres dapat mengganggu konsentrasi dan memori. Berdasarkan teori tersebut, peneliti dapat dikembangkan bahwa seseorang yang stres akan memiliki proses komunikasi dan cara berfikir yang lebih rendah daripada seseorang yang tidak stres. Sebaliknya, Berpikir induktif dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Data penelitian adalah informasi yang dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data penelitian dapat dikumpulkan dengan berbagai cara, seperti survei, wawancara, atau eksperimen.

Berpikir induktif dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian dengan cara mengajukan pertanyaan yang spesifik dan mengumpulkan data yang relevan dengan pertanyaan tersebut. Misalnya, seorang peneliti ingin mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi *Post-Concert Depression* yang dialami penggemar setelah menonton konser apakah berpengaruh ke perilaku sehari-harinya setelah konser itu berakhir.

Dalam berpikir evaluatif kita tidak menambah atau mengurangi sesuatu/gagasan, namun menilainya menurut kriteria tertentu. Berpikir evaluatif dapat digunakan untuk menganalisis data penelitian dan menarik kesimpulan. Data penelitian perlu dianalisis untuk menjawab pertanyaan penelitian. Analisis data penelitian dapat dilakukan dengan berbagai metode, seperti statistik, kualitatif, atau kombinasi keduanya.

Berpikir evaluatif digunakan untuk menganalisis data penelitian dengan cara menilai kualitas data penelitian, kesesuaian metode analisis data dengan pertanyaan penelitian, dan interpretasi hasil analisis data. Misalnya, seorang peneliti menemukan bahwa ada hubungan negatif antara stres, depresi dan perasaan setelah menonton konser. Peneliti perlu mengevaluasi hasil penelitian dengan cara menilai kualitas data penelitian. Kesesuaian metode analisis data dengan pernyataan penelitian dan interpretasi hasil analisis data.

Pada Model Kerangka penelitian ini menjelaskan bahwa, Dalam mengalami *Post-Concert Depression* yang terjadi oleh penggemar konser musik K-Pop di Indonesia, mereka melewatinya dengan proses komunikasi intrapersonal dalam diri mereka melalui 4 aspek yaitu aspek sensasi, Persepsi, Memori, dan Berpikir. Ke-empat aspek tersebut saling berhubungan yang dapat mempengaruhi pengalaman dalam mengatasi *Post-Concert Depression*

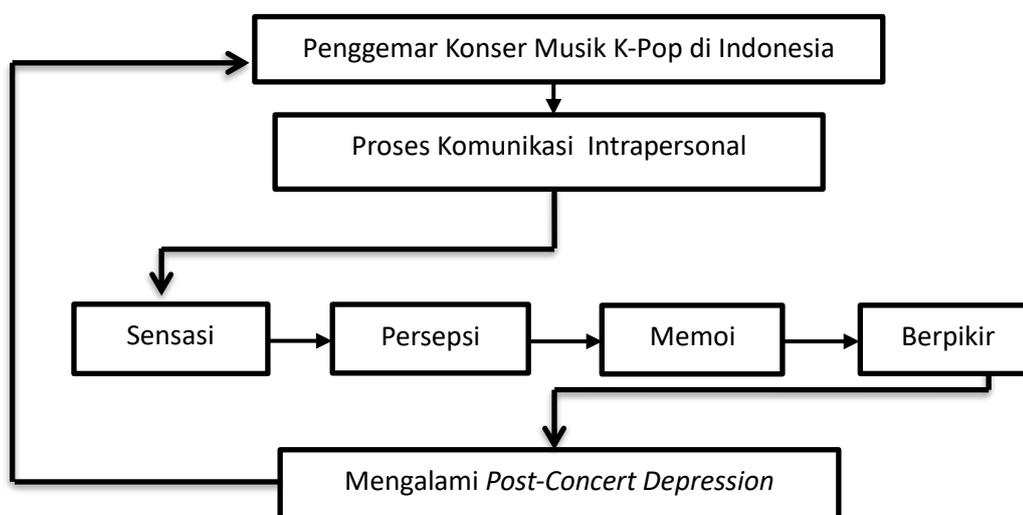
Pengalaman sensoris saat konser seperti melihat idola di konser tersebut lalu merasakan atmosfer konser dipengaruhi oleh faktor individu, dipengaruhi juga oleh dipengaruhi oleh skema kognitif atau penafsiran dan makna yang diberikan

individu terhadap pengalaman sensoris lalu Penyimpanan dan mengingat pengalaman konser dalam memori jangka pendek dan jangka panjang. Proses kognitif yang dilakukan individu untuk memahami dan menginterpretasikan pengalaman melibatkan ruminasi juga *selftalk* atau dialog internal tentang pengalaman konser.

Pengalaman konser yang telah dipersepsi kemudian disimpan dalam memori, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Kenangan-kenangan ini sering kali diidealkan, di mana momen-momen tertentu diingat secara berlebihan sementara yang lainnya mungkin diabaikan. Proses penyimpanan ini tidak hanya melibatkan mengingat visual dan auditori, tetapi juga emosi yang dirasakan saat itu, yang membuat kenangan tersebut lebih kuat dan signifikan. Proses berpikir yang terjadi melibatkan analisis, evaluasi, dan refleksi atas pengalaman konser.

Keempat aspek ini saling terkait dan membentuk siklus komunikasi intrapersonal yang mempengaruhi bagaimana penggemar K-Pop di Indonesia mengalami dan mengatasi *Post-Concert Depression*

Gambar 2. 1
Model Kerangka Penelitian



Sumber: Peneliti, 2024