

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keterbukaan industri pasar global merupakan salah satu faktor hadirnya Korea Wave. Globalisasi mampu diartikan sebagai integrasi perekonomian, budaya, politik, aspek sosial hingga perkembangan teknologi yang tentunya begitu membantu masyarakat untuk mengakses informasi. Pengaruh besar dari segala aspek suatu negara ialah pengaruh budayanya. Korean Pop atau biasa disebut K-Pop menjadi budaya yang berkembang di Indonesia. Gelombang Korea begitu berpengaruh ketika serial drama “Endless Love” masuk ke Indonesia pada tahun 2000.¹

Istilah K-Pop telah mengepakkan sayapnya hingga penjuru dunia dengan membawa *impact* yang luar biasa. Eksistensi K-Pop akan secara terus menerus berkembang dengan skala besar. Indonesia menjadi negara yang mumpuni penggemar K-Pop dan persebarannya semakin menjamur. Penggemar K-Pop dapat dikategorikan sesuai dengan apa yang mereka sukai, entah *boy group* atau *girl group*. Persebaran penggemar juga akan mempengaruhi idol, dengan kata lain idol tidak akan sukses tanpa adanya penggemar.

¹ Lista Anggraini Putri, “Dampak Korea Wave Terhadap Prilaku Remaja di Era Globalisasi, dalam jurnal *Al-Ittizaan: Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, Vol. 3, No. 1, 2020.

Penggemar di Indonesia dapat dikatakan sebagai penggemar yang loyalitas kepada idolanya. Belum lama ini, telah diselenggarakannya konser Black Pink yang bertajuk “Born Pink World Tour” di Stadion Utama Gelora Bung Karno (SUGBK), Jakarta pada 11-12 Maret 2023. Menghadirkan penonton sebanyak 65.000 orang pada masing-masing hari dengan 2 hari konser dengan jumlah penonton 130.000 orang memadati GBK. Harga tiket yang dimulai dengan harga Rp 1.380.000 hingga Rp 3.800.000 habis terjual untuk 2 hari konser.²

Mampu untuk dikatakan loyalitas karena penggemar mampu untuk datang ke konser sang idola dengan *budget* berapapun seperti konser Black Pink ini. Selain Black Pink, pada bulan yang sama yaitu Maret 2023 turut hadir *group* besar serta ada konser solo di Jakarta dan tiket terjual habis, diantaranya ada NCT Dream, Treasure, dan B.I (Hanbin). Ke-4 (empat) konser tersebut dihadiri oleh ribuan penggemar setiap *grupnya* hingga sukses besar.³

Fenomena penggemar ini merujuk kepada beberapa kategori yang memberi pengaruh kepada idol-idol yang mereka dukung. Setiap penggemar dari *group* manapun memiliki *fandom* dan hampir setiap *group* memilikinya dengan sebutannya masing-masing. Perkumpulan ini

² Helen, “Belum Move On, Berikut Momen-momen Seru di Konser Black Pink Jakarta 2023”, dalam Prambors. <https://www.pramborsfm.com/music/belum-move-on-berikut-momen-momen-seru-di-konser-blackpink-jakarta-2023/all> Diakses Pada Tanggal 11-05-2023

³ Firda Janati, “Daftar Konser Kpop pada Maret 2023”, dalam Kompas. <https://www.kompas.com/hype/read/2023/02/06/101107966/daftar-konser-artis-kpop-pada-maret-2023?page=all> Diakses Pada Tanggal 11-05-2023

dikategorikan sebagai penggemar dengan daya tarik minat yang kuat beserta kesukaannya dengan antusias dan meriah. Golongan orang-orang yang termasuk dalam fandom ini tentunya sangat melihat segala hal secara detail dengan cara menghabiskan waktu dan uang untuk mendukung idol tersebut.

Melalui penggemar K-Pop di penjuru dunia sana, sudah tidak asing lagi bahwa remaja begitu menguasai segala hal yang berbau K-Pop. Tidak kalahnya dengan usia remaja, orang tua masa kini juga ikut menggandrungi musik K-Pop. Umumnya orang tua melarang anaknya untuk tidak menyukai sesuatu hal yang dilarang oleh agama, karena akan merubah perilaku-perilaku hingga terasa terhipnotis.

Menurut Seregina yang dikutip oleh Widarti bahwa fanatisme merupakan suatu fenomena yang penting terhadap budaya modern dengan begitu realitas pada sosial masyarakat, karena budaya begitu memberi pengaruh besar kepada individu serta pada hubungan yang pada diri individu sehingga ada suatu penciptaan berupa keyakinan, memahami arti hubungan, kesetiaan, pengabdian, kecintaan, dan lain-lain.⁴

Secara keseluruhan bahwa fanatisme tertuju kepada perilaku penggemar kepada objek fanatik yang digemarinya secara berlebihan dengan menunjukkan kegemarannya tersebut dengan cara yang melampaui

⁴ Widarti, Konformitas dan Fanatisme Remaja Kepada Korean Wave (Studi Kasus pada Komunitas Penggemar Grup Musik CN Blue), dalam jurnal *Jurnal Komunikasi*, Vol. VII, No. 2, 2016.

batas, bahkan hubungan emosional yang ditunjukkan pun dalam kurun waktu lama. Membela dengan cara yang fanatik dan menganggap hal tersebut benar, maka kebenaran tersebut akan menjadi berkembang dengan dukungan sekelilingnya yang sikapnya juga fanatik.⁵

Budaya semakin meluas karena adanya pengaruh dari perkembangan teknologi. Pengaruh kehadiran teknologi saat ini mendukung penyebaran budaya kepada semua khalayak sehingga tidak ada batasan untuk siapapun dapat terpengaruh oleh budaya tersebut. Tetapi dari budaya itu memunculkan banyak oknum dalam hal ini penggemar dengan perilaku yang berlebihan atau fanatik akan budaya tersebut. Pada hal ini dapat dilihat banyak kemajuan teknologi menjadi salah satu wadah untuk memperkenalkan suatu budaya kepada khalayak yang besar.

Salah satu budaya yang saat ini sedang terjadi di Indonesia ialah budaya pasar yakni produk-produk fisik yang dapat dijangkau oleh penggemarnya. Produk-produk yang timbul hadir karena perilaku konsumen pada suatu budaya yang digemarinya. Budaya pasar pada kalangan K-Pop biasanya terdiri dari album, *photo card*, poster, hingga aksesoris. Penjualan produk-produk dari Korea Selatan tersebut sebenarnya bukanlah suatu kebutuhan primer atau kebutuhan yang penting, melainkan hanyalah sesuatu yang diinginkan oleh penggemarnya untuk memenuhi keinginannya saja. Namun, besarnya pengaruh budaya K-Pop

⁵ Jenni Eliani, M. Salia Yuniardi, Alifah Mabilah Masturah, "Fanatisme dan Perilaku Agresif Verbal di Media Sosial pada Penggemar Idola K-Pop", dalam jurnal *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, Vol. 3, No. 1, 2018.

yang masuk di Indonesia menjadi peluang yang besar juga dalam penjualan produk-produk tersebut.

Perkembangan teknologi ini pun memberikan ruang antar idola dan penggemarnya untuk saling berinteraksi atau melakukan komunikasi 1 (satu) arah baik itu antara idola kepada penggemar dan sebaliknya. Kehadiran media sangat memberi pengaruh dalam bertambahnya jumlah penggemar sehingga akan semakin luas budaya K-Pop itu tersebar, sehingga penggemar budaya K-Pop tidak pandang bulu, mau itu muda ataupun tua. Melejitnya popularitas K-Pop tentu karena campur tangan dari media ataupun internet, baik itu berupa musik, *fashion* sampai drama pun banyak orang dapat menikmati seta melihatnya sebagai suatu hiburan yang nantinya akan menjadi sesuatu untuk digemari.⁶

Munculnya fandom tersebut, maka adanya relasi yang intim antara kpop dengan penggemar yang model saat ini termediasi dengan media-media seperti Twitter yang digunakan oleh mereka untuk mengungkapkan kegemarannya kepada idolanya. Motif dari akun-akun tersebut mulai dari akun individu sampai dengan akun *fandom* dengan mengatasnamakan *group* tertentu.

Peran media digital (*new digital*) semakin meningkat dalam dunia orang-orang penyuka K-Pop. Salah satu media yang kerap digunakan oleh

⁶ Ageng Rara Cindoswari, Dina Diana, "Peran Media Massa Terhadap Perubahan Perilaku Remaja di Komunitas Kpopers Batam", dalam jurnal *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, Vol. 5, No. 2, Oktober 2019.

semua golongan dan memiliki kecepatan informasi yaitu Twitter. Tidak asing lagi bahwa Twitter menjadi media sosial *favorite* penggemar K-Pop untuk berkomunikasi dengan sang idola. Kehadiran Twitter menjadi jembatan penggemar dengan idolanya untuk berinteraksi serta membantu eksistensi mereka. Twitter menjadi sosial media yang mudah dijangkau oleh penggemar idola K-Pop karena kecepatan informasi yang didapat hingga mampu untuk mempelajari sesuatu hal yang berbau idolanya.

Selain dari penggemar, akun-akun *official* dengan mengatas namakan group idolnya juga mempermudah penggemar untuk melakukan interaksi. Akun-akun *official* memberi suapan berupa *text*, mengupload foto bahkan video dalam 1 cuitan. Hal ini menjadikan bahwa *user* pengguna Twitter khususnya penggemar K-Pop merasa diberikan asupan dari artisnya langsung. Melalui fitur “Trending” pengguna Twitter dapat mengetahui apa yang sedang terjadi di belahan dunia luar, termasuk *trends* dalam dunia K-Pop.⁷

Kedekatan dari sebuah hubungan sosial yang dibangun dan sifatnya begitu dalam dari satu individu ke individu lainnya dapat diartikan dengan intimitas. Tanda yang terlihat dari intimitas dilihat dari kelekatan dimulai dari saling kenal dan munculnya rasa kasih sayang dalam berkelompok di suatu masyarakat. Terciptanya intimitas ini dilakukan bisa lebih dari 2 (dua) orang untuk melakukan komunikasi secara dekat,

⁷ Vivian Vebryanti, “Peran Media Sosial Terhadap Perkembangan Korean Wave”, dalam Kumparan. https://kumparan.com/vivian-vebryanti/1us0VCNwzhV?utm_source=Desktop&utm_medium=copy-to-clipboard&shareID=ZEgz1XfyXpQV Diakses pada tanggal 11-05-2023

sehingga hubungan ini ada karena adanya kedekatan yang dilakukan secara intim.⁸

Dalam kedekatan antara penggemar dengan idol, adanya interaksi yang dilakukan meski tidak secara langsung. Media digital yang termediasi ini menunjukkan bahwa segala aktivitas sang idola melalui konten-konten dapat diakses menggunakan internet. Konten-konten tersebut secara hadir menyajikan banyak ragam, bisa sang idola mengirim gambar, *audio*, bahkan cukup tulisan saja. Karena media telah memberi kemudahan kepada penggunanya, maka media digital bagi penggemar K-Pop menjadi gampang untuk melakukan interaksi dan menambah teman. Selain itu intimitas yang terbangun dari penggemar K-Pop ini untuk menunjukkan kehadirannya sebagai *fans* demi mendukung tokoh idola.

Globalisasi dengan segala keterbukaan industri budayanya membuat orang tua masa kini ikut untuk menikmati musik K-Pop terlepas dari *title* mereka sebagai orang tua. Padahal dapat diketahui bahwa budaya-budaya K-Pop ini sebetulnya tidak sejalan atau berbenturan dengan ajaran agama Islam yang pada dasarnya sangat kental untuk tidak mengikuti budaya-budaya seperti itu.

Bukan suatu fenomena yang biasa, tetapi makna intimitas penggemar K-Pop dengan idol di kalangan orang tua menjadi hal yang

⁸ Lutfiana, L. (2018). Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Intimitas Relasi Sosial Pada Wanita. Universitas Muhammadiyah Surakarta. <https://eprints.ums.ac.id/69588/10/NASKAH%20PUBLIKASI-9.pdf> Diakses Pada Tanggal 09-05-2023 Pukul 23.00

menarik untuk diteliti. Penelitian ini berfokus kepada makna intimitas yang dibangun dari para orang tua muslim untuk *keep in touch* dengan idolanya walaupun sudah memiliki keluarga.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang telah dijabarkan, maka rumusan masalah yang akan diteliti yaitu bagaimana persepsi orang tua muslim terhadap makna intimitas relasi termediasi antara penggemar dengan idol k-pop?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi orang tua muslim terhadap makna intimitas relasi termediasi antara penggemar dengan idol k-pop dan juga mengetahui seberapa kedekatan yang dibentuk oleh penggemar dengan idol kpop.

1.4 Manfaat Akademis dan Praktis

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1.4.1 Manfaat Akademis

Manfaat dari penelitian ini secara teoritis diharapkan mampu mengetahui ide gagasan dalam ilmu komunikasi dan juga menambah pengetahuan akan apa yang menjadi dasar dari makna intimitas relasi dari penggemar K-Pop di kalangan orang tua muslim. Penelitian ini

juga diharapkan memberi referensi untuk peneliti selanjutnya dalam mengkaji makna intimitas relasi bagi penggemar K-Pop di kalangan orang tua muslim.

1.4.2 Manfaat Praktis

Pada penelitian ini diharapkan memberi informasi mengenai makna intimitas penggemar K-Pop khususnya pada penggemar orang tua muslim.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan bagaimana seseorang melihat dengan cara pandang dalam hidupnya dan dapat mempengaruhi orang sekitarnya. Paradigma penelitian suatu kerangka berpikir yang dijelaskan sehingga peneliti memiliki cara pandang dari fakta kehidupan sosial sebagai satu dasar dari ilmu.⁹ Dalam paradigma penelitian mengartikan secara keseluruhan kepada suatu kejadian dan menjadi titik fokus pada penelitian tersebut, sehingga adanya pedoman dasar untuk penelitian. Dengan menggunakan paradigma kualitatif dengan memfokuskan pada penelitian yang sifatnya alami.

⁹ Nikmatur Ridha, "Proses Penelitian, Masalah, Variabel dan Paradigma Penelitian", dalam jurnal *Jurnal Hikmah*, Vol. 14, No. 1, Januari-Juni 2017.

1.5.2 Metode Penelitian

Metode penelitian dalam melakukan penelitian ini adalah dengan cara sesuatu yang bisa diteliti yaitu dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif berfokus kepada makna intimitas relasi pada penggemar K-Pop dengan idol di kalangan orang tua muslim. Makna intimitas memahami bagaimana individu satu dengan yang lainnya saling berhubungan untuk saling mengenal dan lebih dekat. Pengamatan ini dengan melihat fenomena-fenomena yang ada serta apa saja pengaruhnya jika dilihat dari segi sosialnya. Sehingga dalam penelitian ini peneliti akan menganalisis secara deskriptif mengenai makna intimitas relasi pada penggemar K-Pop.

1.5.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini berfokus kepada penggemar K-Pop di kalangan orang tua muslim. Ada beberapa kriteria yang penulis pakai untuk mencari sumber informan, diantaranya:

- a. Penggemar K-Pop yang sudah menikah dan memiliki anak.
- b. Penggemar K-Pop yang beragama Islam.
- c. Penggemar K-Pop yang minimal sudah 6 bulan atau lebih menyukai K-Pop.
- d. Penggemar K-Pop yang gemar mengoleksi *merchandise* K-Pop.
- e. Penggemar K-Pop memiliki akun sosial Twitter.

Dari beberapa kriteria di atas, alasan yang mendasar ialah agar lebih spesifik dan tidak terlalu luas. Pada poin 1, penulis memilih penggemar K-Pop yang sudah menikah karena penggemar masa kini tergolong penggemar remaja, yang masih sekolah atau kuliah. Dengan memilih subjek yang sudah menikah, penulis mencari sesuatu yang unik dan tidak terlalu biasa saja.

Poin 2, penulis memilih penggemar K-Pop yang beragama muslim karena akan melihat seberapa religius subjek terhadap agama Islam, mengetahui secara iman atau pun dari ibadahnya.

Poin 3, penulis memilih penggemar K-Pop yang sudah menyukai K-Pop minimal 6 bulan atau lebih, dan alasannya adalah agar lebih mendalam informasi yang penulis dapatkan dari subjek yang sudah menyukai K-Pop sejak lama serta seluk beluk K-Pop.

Poin 4, memilih informan dari kegemarannya mengoleksi *merchandise* K-Pop. Alasan penulis ialah ingin mengetahui seberapa banyak *merchandise* K-Pop yang mereka beli hingga menjadi kolektor dan mencari tahu alasannya, apakah dengan mengoleksi *merchandise* K-Pop hubungan antara penggemar dan idol menjadi intim atau hanya sekedar hobi untuk kesenangan semata.

Poin terakhir yaitu penggemar K-Pop yang memiliki akun Twitter. Memilih Twitter karena lebih fleksibel dan segala informasi mengenai K-Pop bersumber di Twitter. Di kalangan Kpopers, Twitter

menjadi tempat untuk meningkatkan pertemanan, mendapat informasi tercepat dari artis idolanya, dan juga menjadi tempat aktivitas sesama penggemar K-Pop.

Dari beberapa kriteria di atas, ada alasan penulis memilih kriteria tersebut dan menjadi kriteria dalam memilih informan. Pemilihan kriteria ditekankan pada segala pertimbangan tertentu sesuai dengan penelitian yang dikerjakan. Penentuan informan juga berdasarkan dari kriteria peneliti sehingga subjek penelitian ini merupakan orang-orang yang peneliti pilih dan memiliki informasi yang dibutuhkan serta bersedia untuk diwawancarai. Dari kriteria 1 dan 2 merupakan kriteria sesuai dengan judul peneliti dan lingkaran lingkupnya tidak terlalu luas karena spesifik hanya yang sudah menikah dan beragama muslim. Kriteria ke-3 dilihat secara lebih detail karena begitu banyak penggemar yang menyukai K-Pop dan hanya sekedar suka saja, tidak mengetahui seluk beluk K-Pop. Jika diberi minimal waktu minimal menyukai K-Pop, maka informasi yang didapatkan cukup relevan karena sesuai dengan kriteria peneliti. Kriteria ke-4 menjadi kriteria yang pas, karena kriteria ini melihat dari informan yang mengoleksi *merchandise* K-Pop walau sudah menikah dan berumah tangga. Kriteria ini menjadi kriteria terakhir karena banyaknya penggemar K-Pop yang menggunakan Twitter untuk bisa berkomunikasi dengan idol favoritnya dan bisa membentuk suatu komunitas. Sebagai peneliti alasan untuk mencari

informan yang memiliki akun sosial Twitter menjadi lebih tepat, karena bisa memantau perkembangan informasi informan terhadap informasi yang didapat dari idol K-Pop tersebut.

Peneliti mendapatkan subjek penelitian dengan cara melakukan membuat cuitan di Twitter. Cuitan tersebut berisi tentang dicarinya informan sesuai dengan kriteria peneliti, serta dijelaskan maksud dan tujuan agar bisa berkomunikasi antara peneliti dan informan hingga sampai tahap wawancara. Melalui dari kriteria yang peneliti tulis, ada beberapa informan yang menghubungi peneliti. Dari informan-informan tersebut, ada yang merasa cocok dengan beberapa kriteria dan ketika peneliti menjelaskan maksud tujuannya, informan menyetujui dan siap untuk memberi informasi. Peneliti juga memilah mana pertanyaan yang peneliti ajukan, agar informan tidak merasa tersinggung. Karena dari sekian informan, ada 1 informan yang tidak cocok dengan kriteria penulis, salah satunya agama.

1.6 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data ini dilakukan dengan bentuk observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik yang dilakukan peneliti yaitu:

a. Observasi

Bentuk observasi ini dilakukan oleh peneliti dengan memperhatikan akun-akun dari penggemar K-Pop di

kalangan orang tua tersebut, serta mengetahui apa saja fenomena yang ada dari para orang tua yang menggemari musik K-Pop.

b. Wawancara

Pengumpulan data melalui wawancara dilakukan oleh peneliti berdasarkan dari sudut pandang yang berbeda. Wawancara ini bertujuan untuk melihat makna intimitas dari penggemar K-Pop khususnya kalangan orang tua, sehingga dapat mengetahui bagaimana relasi yang dibangun dari penggemar 1 (satu) ke yang lainnya. Proses wawancara ini dilakukan dengan mengajak 5 (lima) orang yang sama-sama penyuka K-Pop dengan *fandom* yang berbeda.

c. Dokumentasi

Melalui dokumentasi ini diambil dari tweet yang ditulis oleh narasumber untuk memperkuat hasil dari wawancara. Dokumentasi tersebut juga merujuk kepada bukti dari isi Twitter dari akun informan dan juga dokumentasi berupa merchandise yang dimiliki informan sehingga ada pernyataan yang cukup untuk memenuhi penelitian.

1.7 Teknik Analisis Data

Hermeneutika merupakan sebuah studi yang menjelaskan mengenai arti dari pemahaman dengan mengutamakan dalam suatu

interpretasi baik tindakan maupun teks. Hermeneutika dibagi berbagai macam, seperti interpretasi terhadap kitab injil, interpretasi literatur kuno, interpretasi perkembangan dan penggunaan dalam tata bahasa, interpretasi pada tindakan personal dan sosial manusia, proses dalam pemahaman, hingga pengungkapan makna yang tersembunyi pada setiap simbol.¹⁰

Melalui teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis hermeneutik yang dikembangkan oleh John B. Thompson.

Analisis interpretasi ideologi atau hermeneutik lebih dikenal dengan sebutan *depth hermeneutics* atau sebagai analisis utama dari Thompson. Dalam penekanan hubungan ini antara ideologi dengan proses interpretasi terhadap fenomena tanpa menjelaskan bagaimana sebuah ideologi tersebut dibentuk. Dalam mempelajari ideologi, berarti memahami bagaimana sebuah makna membenarkan relasi dominasi dasar ideologi atau proses dari sebuah hubungan kekuasaan yang tidak simetris.¹¹

Dalam Sugiyono, analisis data merupakan suatu proses untuk mencari serta menyusun data sistematis melalui pengumpulan data seperti wawancara, dokumentasi dan catatan lapangan jika dibutuhkan. Data-data yang diperoleh akan dimasukkan kategori serta menyusunnya ke pola

¹⁰ Drs. Daryanto, Dr. Muljo Rahardjo, M. Pd, 2016, "Teori Komunikasi", Yogyakarta: Penerbit Ghava Media, hal 291.

¹¹ Buku John B. Thompson, Analisis Ideologi: Kritik Wacana Ideologi-ideologi Dunia dalam jurnal Ulin Na'mah, "Analisis Hermeneutis Sebagai Kritik Ideologi Dalam Perspektif John B. Thomposon", dalam jurnal *Empirisma* Vol. 16, No. 1, 2017

untuk memilih mana data yang penting untuk dipelajari dan diteliti, sehingga dapat menarik kesimpulan untuk diri sendiri atau orang lain.¹²

Analisis data merupakan proses untuk mengurutkan data dalam bentuk kategori, pola, serta uraian untuk menjawab rumusan masalah sehingga penelitian ini ada beberapa teknik analisis data yang diperlukan, yaitu:

1. Reduksi Data

Dalam teknik peneliti akan memilih data-data penting serta informasi yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Data-data tersebut diperoleh melalui proses wawancara bahkan dokumentasi.

2. Penyajian Data

Data-data penelitian yang telah diperoleh kemudian akan dikategorikan dalam suatu narasi singkat, bagan, dan menghubungkan antar data-data sesuai kategorinya. Penyajian data berguna untuk peneliti dalam memahami fokus penelitian melalui data yang diperoleh.

3. Penarikan Kesimpulan

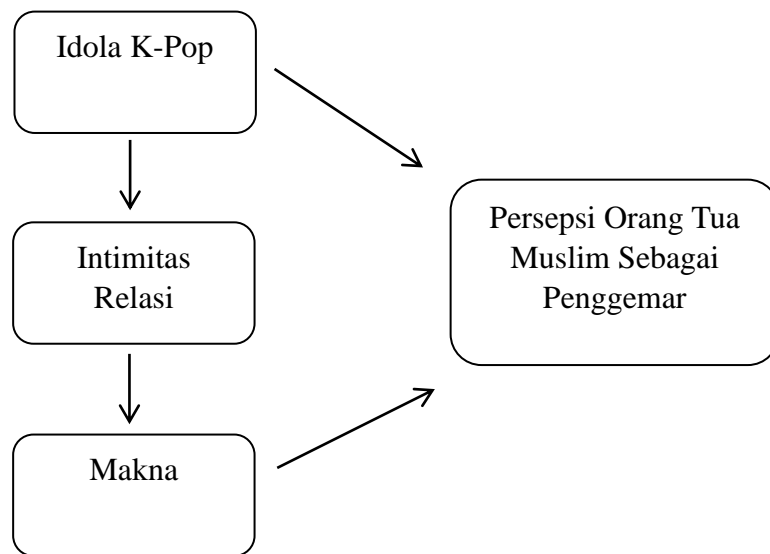
Setelah melakukan reduksi data dan penyajian data, maka langkah akhir adalah penarikan kesimpulan. Kesimpulan sendiri akan menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.

¹² Dian Sari, "Analisis Kesiapan Implementasi Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil dan Menengah (SAK EMKM) Pada UMKM di Kabupaten Brebes", (Universitas Peradaban:2018), hal. 62.

Dalam kesimpulan tersebut ada uraian singkat mengenai penelitian yang dibahas serta objek penelitian.

1.8 Kerangka Konsep dan Definisi Konsep

1.8.1 Kerangka Konsep



1.8.2 Definisi Konsep

a. Persepsi

Persepsi merupakan aksi dari pemikiran manusia secara menyeluruh untuk menyadarkan mengenai suatu hal dalam objek. Persepsi juga menjadi bagian dari reaksi dan pendapat pada keahlian pengamatan sesuatu. Pembentukan proses komunikasi terjalin karena adanya komunikan dan komunikator. Komunikan sebagai penyambung ide juga

gagasan, dan komunikator perlu untuk menyeimbangkannya secara jujur.¹³

Persepsi mengarah kepada sikap individu mengenai apa yang menjadi keputusannya dalam menjalankan suatu hal dan perlu untuk dilaksanakan. Cara ini bisa menjadi contoh dari individu yang menyukai musik K-Pop. Jika persepsi sudah masuk kedalam pikiran seseorang, selanjutnya akan dimasukan pada perasaan individu serta pengalaman yang sudah pernah dirasakan sebelumnya.¹⁴

b. Orang Tua Muslim

Orang tua sudah pasti memiliki peran untuk mendidik kita sebagai anak. Segala jerih payah yang mereka keluarkan, peran mereka yang dijalankan, hingga jasa-jasanya yang belum tentu sebagai anak belum mampu untuk membalasnya maka kita perlu untuk berbakti kepada mereka. Salah satu perintah dalam agama Islam yaitu dengan *Birrul Walidain* yang artinya berbakti kepada orang tua. Perintah tersebut sebuah perintah paten dalam agama Islam, sehingga barang siapa khususnya umat yang

¹³ Pdt. Dr. S.M. Siahaan, 1990, *Komunikasi (Pemahaman dan Penerapannya)*, Penerbit: PT BPK Gunung Mulia, hal 131.

¹⁴ Farhan F. Muhammad, dkk, "Pembentukan Persepsi Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi President University tentang Vaksinasi COVID-19", dalam *jurnal Dynamic Media, Communications, and Culture*, 2021, hal 3.

beragama Islam tidak hanya dasar norma sopan santun saja melainkan dengan dasar agama sekalipun.

c. Intimitas

Intimitas merupakan sebuah hubungan yang diawali dengan saling mengenal pada 1 (satu) orang atau lebih pada suatu kelompok, sehingga seiring berjalannya waktu hubungan tersebut semakin dekat karena ada komunikasi yang dibentuk.

Intimitas tidak selamanya bersifat positif, akan tetapi ada sifat negatif juga. Dalam mendapatkan komunikasi yang positif dan membangun, maka kedua belah pihak bisa melalui obrolan secara langsung atau melalui media sosial sehingga mampu untuk membantu kedekatan dalam berhubungan sosial. Kedekatan antar keduanya juga menjadi ajang untuk memiliki rasa percaya tinggi untuk bersosialisasi, terlebih mempunyai teman sebaya.

Menurut Jamieson yang ada di buku Redeferensi Keintiman menyebutkan bahwa dimulai dari banyaknya konteks, komponen praktik keintiman memiliki komponen memberi, berbagi, menghabiskan waktu, mengetahui, merawat, merasa terhubung, hingga mengungkapkan kasih sayang. Melalui setiap komponen tersebut, dalam praktik

yang dikerjakan lebih kepada membuahakan hasil keintiman namun kualitasnya hingga sampai kepada menciptakan relasi keintiman terpaku pada subjektivitasnya secara konstektual pada budaya masyarakat. Praktik-praktik tersebut tentu menjadi bagian dari praktik keintiman hingga sampai memiliki nilai kualitas dan diakui secara kualitatif yang berbeda.¹⁵

Komponen praktik keintiman:

- 1) Memberi. Menyerahkan sesuatu kepada seseorang untuk memuaskan hasrat berbagi secara emosional.
- 2) Berbagi. Membagi sesuatu hal bersama seseorang yang kita tuju sehingga mendapatkan pengalaman.
- 3) Menghabiskan waktu. Memakai waktu yang kita punya untuk suatu hal hingga habis.
- 4) Mengetahui. Menyadari akan suatu hal yang belum kita ketahui sebelumnya.
- 5) Merawat. Memelihara pada suatu hal yang kita miliki.
- 6) Merasa terhubung. Terdapat suatu ikatan spesial dengan seseorang atau satu hal.

¹⁵ Dian Arymami, 2023, *Redeferensi Keintiman (Di Balik Perselingkuhan dan Cinta Kaum Urban)*, Yogyakarta: Warning Books, hal 26.

7) Pengungkapkan kasih sayang. Menunjukkan perasaan kasih sayang dari hati untuk seseorang atau satu hal.

d. Makna

Makna menjadi sesuatu yang tidak dipisahkan oleh keadaan apapun. Sesuatu yang dimaksud bisa berdasarkan dengan kata-kata yang mampu untuk dipahami seseorang. Melalui makna tersebut, bisa melalui dengan kejadian atau situasi secara langsung atau tidak langsung.

Makna dalam komunikasi menjadi penting karena apa yang dapat kita sampaikan melalui simbol-simbol bisa tersampaikan sesuai pesannya.

e. Relasi

Dalam kehidupan bersosial dengan manusia, tidak mungkin bahwa manusia hidup sendiri tanpa bantuan orang lain. Demi memenuhi kebutuhan sekunder, maka sebagai manusia perlu untuk membangun relasi dengan sesamanya mulai dengan ranah secara personal atau bisa lebih luas. Layaknya manusia ingin berkembang dan ini memiliki hubungan dengan sesama manusia, maka ada hubungan kerjasama yang dibangun dimanapun ia berada. Relasi dari

hubungan 1 (satu) orang atau lebih maka disebut dengan relasi interpersonal.¹⁶

Relasi interpersonal bisa dimulai dengan kebutuhan beserta kepentingannya melalui respon dari pihak yang berhubungan dan menjadi target kebutuhannya. Relasi interpersonal ini ada proses yang dikerjakan secara terus menerus sehingga menciptakan relasi baik. Dalam keadaan yang baik pula, akan menghasilkan kualitas terbaik dalam kehidupan manusia.¹⁷

f. Idola

Idola merupakan seseorang yang memiliki karakter baik untuk dijadikan panutan untuk banyak orang. Umumnya idola ini memiliki cerminan terhadap bentuk suatu kekaguman pada seseorang melalui pujian-pujian. Mengagumi seseorang terlebih kepada idolanya menjadi suatu hal yang normal, pada masa usia yang beranjak remaja.

Tokoh idola ini menjadikan sosok figur yang bisa memberi pengaruh baik kepada penggemarnya. Memberikan inspirasi dengan sentuhan emosional, maka bisa memberikan inspirasi.

¹⁶ Rustini Wulandari, Amelia, "Relasi Interpersonal Dalam Psikologi Komunikasi", dalam jurnal *Islamic Communication Journal*, Vol. 3, No. 1, 2018. Hal 57

¹⁷ *Ibid*, hal 57-58

g. K-Pop

Sudah tidak asing lagi bahwa Korean Pop sudah menjelajahi penjuru dunia dengan produk-produk yang negara Ginseng mereka keluarkan. Sejatinya bahwa K-Pop sudah sangat dikenal tanpa memandang usia. Melalui K-Pop ada beberapa *genre* musik yang dihadirkan seperti hip-hop, jazz, music pop, R&B, dan lain lain.

Kegandrungan musik K-Pop memang sudah menjadi hal yang lumrah, terlebih telah masuk ke Indonesia. Kepopuleran K-Pop pada jaman yang serba canggih melalui teknologi tidak akan lepas begitu saja, karena semakin hari akan masuk sesuatu hal yang baru.