

PERSEPSI “KOMUNITAS JOGJA KPOPERS MEDIA” DALAM PERMASALAHAN KARIR IDOL K-POP

Annisa Sabrina
Universitas Mercu Buana Yogyakarta
Annisasabrina256@gmail.com

ABSTRAK

Permasalahan persepsi terkait idol K-Pop terlihat pada pandangan seseorang terhadap idol Kpop yang dapat memunculkan persepsi positif maupun negatif (persepsi pro kontra) antara para penggemar K-Pop yang cenderung muncul akibat menilai suatu objek permasalahan dari tiga hal yaitu pengalaman, motivasi dan kepribadian sehingga menciptakan persepsi yang berbeda- beda. Persepsi dari komunitas Jogja kpopers media mengatakan permasalahan karir idol terjadi karena adanya faktor isu dari netizen dan dari idol itu sendiri. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan memahami arti persepsi dari komunitas Jogja kpopers media terkait permasalahan karir idol K-Pop. Penelitian ini kualitatif dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data. Peneliti mengkaji penelitian ini dengan menggunakan teori persepsi interpersonal untuk mengetahui persepsi komunitas Jogja kpopers media dalam permasalahan karir idol K-Pop melalui tiga indikator dalam teori persepsi interpersonal. Hasil penelitian (1) Persepsi yang terlihat dari pengalaman narasumber terkait idol K-Pop, (2) Motivasi narasumber untuk mencapai tujuan melalui dorongan positif dan (3) Kepribadian narasumber dalam menyikapi objek permasalahan di penelitian ini. Kesimpulannya bahwa persepsi dapat terbentuk dari adanya pengalaman yang pernah dialami sehingga dapat mempersepsikan objek berdasarkan pengalaman sedangkan motivasi memang sudah menjadi bagian persepsi karena dapat mengacu diri dalam menyikapi suatu objek sehingga dapat menciptakan suatu persepsi.

Kata kunci : Persepsi, Idol K-Pop, Komunitas Jogja kpopers media.

ABSTRACT

Perception problems related to K-Pop idols can be seen in a person's view of K-Pop idols which can give rise to positive and negative perceptions (perceptions of pros and cons) among K-Pop fans which tend to arise as a result of assessing a problem object from three things, namely experience, motivation and personality so that create different perceptions. The perception of the Jogja kpopers media community is that idol career problems occur because of issues from netizens and from the idols themselves. This research aims to find out and understand the meaning of the perceptions of the Jogja kpopers media community regarding K-Pop idol career issues. This research is qualitative with observation, interviews and documentation methods as data collection techniques. Researchers examined this research using interpersonal perception theory to determine the perception of the Jogja kpopers media community regarding K-Pop idol career issues through three indicators in interpersonal perception theory. Research results (1) Perceptions seen from the resource person's experience regarding K-Pop idols, (2) Motivation of the resource person to achieve goals through positive encouragement and (3) Personality of the resource person in responding to the problem object in this research. The conclusion is that perception can be formed from experiences that have been experienced so that you can perceive objects based on experience, while motivation is already part of perception because it can refer to oneself in responding to an object so that it can create a perception.

Keywords: Perception, K-Pop Idol, Community Jogja kpopers media

PENDAHULUAN

Permasalahan persepsi terkait idol K-Pop terlihat dari pandangan seseorang terhadap K-Pop yang memunculkan suatu persepsi negatif dan positif dari idol K-Pop. Persepsi yang pro dan kontra terhadap idol K-Pop cenderung terjadi karena sebagian orang menilai dari gaya penampilan, budaya serta etika idol tersebut sehingga banyak memunculkan persepsi yang berbeda-beda.¹

Berdasarkan observasi peneliti persepsi penggemar K-Pop terhadap permasalahan karir idol K-Pop ini memunculkan dua pemahaman yaitu pro dan kontra bagi masing-masing penggemar termasuk penggemar K-Pop yang tergabung dalam komunitas Jogja Kpopers media dan tertarik kesimpulan dari observasi tersebut bahwa hal-hal yang merusak karir idol K-Pop terjadi karena adanya dua faktor yaitu faktor isu dari orang lain dan faktor dari diri idol itu sendiri.

Permasalahan yang menjadi penghancur dalam karir idol K-Pop dilansir dari situs online resmi *PramborsFM* ada 6 hal yang kerap sekali terjadi ialah bully, hubungan percintaan, kasus perjudian, memakai obat-obatan terlarang, DUI (Driving Under Influence) atau dimaksud dengan berkendara dalam keadaan mabuk dan sengaja menghindari wajib militer yang merupakan hal wajib bagi seorang lelaki di Korea Selatan². Dari 6 contoh tersebut dapat menimbulkan pendapat bahwa dari satu kesalahan membuat semua hal dari masa lalu jadi terungkap.

Persepsi penggemar K-Pop terkait permasalahan dalam karir idol K-Pop secara umum mengungkapkan bahwa menjadi seorang idol K-Pop harus memperhatikan dengan bijaksana mengenai karirnya agar tidak menimbulkan resiko berbahaya dari idol di negara Korea Selatan yang jika mempunyai masalah sedikit saja itu langsung akan merusak karir karena idol dituntut sempurna, selalu menjaga image, bertahan dengan komentar jahat serta memiliki fans fanatik³.

¹ Azzahra, Fathika. 2023. Pandangan dan Selira Remaja terhadap K-Pop, <https://kumparan.com/fathika-azzahra/pandangan-dan-selira-remaja-terhadap-k-pop-1zUGwTuGFRh/2> . Diakses pada tanggal 24 Mei 2023.

² <https://www.pramborsfm.com/entertainment/6-hal-yang-dapat-merusak-karier-seorang-idol-k-pop-bagian-2/all> diakses pada tanggal 19 Mei 2023.

³ Pemita, Desika. 2015. *4 Resiko Menjadi Artis K-Pop*, <https://www.liputan6.com/showbiz/read/2329335/4-risiko-jadi-artis-k-pop> , diakses pada tanggal 19 Mei 2023.

Peneliti juga sempat bertanya kepada Lola selaku anggota inti dalam komunitas Jogja kpopers media⁴ terkait persepsinya tentang permasalahan karir idol K-Pop, kemudian ia menjawab bahkan untuk menjadi seorang idol harus lebih mempertimbangkan tentang masa lalunya karena jika ada kesalahan dikemudian hari maka netizen akan mencari tau segala keburukan idol tersebut dari masa lalu dan menjadi idol bukan hanya fokus kepada bakat tetapi juga pada image dan cara bagaimana tidak melakukan kesalahan yang fatal.

Fokus penelitian ini tertuju pada persepsi dari subjek penelitian terkait permasalahan karir idol K-Pop karena persepsi merupakan inti dari komunikasi yang membutuhkan data akurat dalam memberikan pemahaman atas suatu hal atau peristiwa dan agar komunikasi menjadi efektif antara peneliti dengan subjek penelitian untuk tujuan mengumpulkan hal penting dalam penelitian yaitu data komunitas tersebut. Oleh karena penelitian yang memiliki fokus pada persepsi dari komunitas Jogja kpopers media membuat peneliti harus meneliti komunitas ini secara rinci dan mendetail.

Komunitas Jogja kpopers media selaku subjek dalam penelitian ini yang akan mengungkapkan persepsi mereka terkait dengan permasalahan karir idol K-Pop. Permasalahan persepsi di komunitas Jogja kpopers media ini berbeda-beda terkait permasalahan dalam karir idol K-Pop karena setiap individu memiliki persepsi mereka masing-masing dan dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan beberapa persepsi dari komunitas Jogja kpopers media untuk menyimpulkan pemahaman terkait permasalahan ini sesuai dengan fungsi persepsi.

Berdasarkan pengamatan dari peneliti penggemar K-Pop mengelompokkan diri ke dalam suatu fandom (kelompok penggemar) diantara mereka. Subjek penelitian yang berupa komunitas Jogja kpopers media ini menjadi penggabung dari keseluruhan fandom-fandom Kpop Fans di kota Jogja melalui media instagram komunitas Jogja kpopers media atau disingkat JOKER Media ini mulai terbentuk pada tanggal 1 Februari 2016 yang mana didirikan untuk penggemar K-Pop wilayah Jogja dan sekitaran Jawa Tengah, komunitas ini digunakan sebagai penghubung antar fandom serta memiliki banyak peminat karena cukup terkenal di media sosial instagram mereka yang memiliki pengikut kurang lebih 11 ribu.

⁴ Wawancara dengan Lola Suraningsih Andriani, pada tanggal 17 Mei 2023.

Komunitas Jogja kpopers media juga termasuk ke dalam komunitas yang menawarkan bentuk jasa seperti menyediakan acara atau event K-Pop di beberapa tempat umum serta menawarkan hadiah- hadiah menarik untuk para penontonnya dan menjual merchendies kesukaan penggemar K-Pop seperti photocard, album, lightstick bahkan menjadi platform untuk paid promote. Event yang biasa diadakan oleh Komunitas ini ialah event dance cover K-Pop, Sing Cover, Birthday party event dan Bazar khusus K-pop, event itu akan digelar ditempat umum yang ramai orang kunjungi dan tentunya dilengkapi dengan banyak doorprize dari berbagai fandom dengan sponsor dari produk yang mereka tawarkan tersebut.

Dari event-event yang diselenggarakan di atas akan peneliti jadikan sumber data untuk alasan mengapa peneliti mengambil komunitas Jogja kpopers media ini sebagai subjek penelitian. Alasan yang menguatkan dari komunitas ini sehingga peneliti jadikan sebagai subjek penelitian ialah karena banyak event sukses yang telah mereka selenggarakan sejak tahun 2016 menarik perhatian penggemar K-Pop di Jogja yang jadi percaya bahwa komunitas Jogja Kpopers media memahami banyak informasi tentang idola K-Pop. Jadi peneliti pun ikut yakin untuk mengambil komunitas Jogja kpopers media sebagai subjek penelitian ini. Penjelasan mengenai data event yang pernah diselenggarakan oleh komunitas Jogja kpopers dapat dibuktikan sumber datanya melalui akun media sosial yang bisa dilihat langsung dari akun media sosial komunitas ini di *Reels* Instagram⁵ dan juga tersedia video pada akun tiktok ⁶ komunitas Jogja kpopers media.

PERMASALAHAN DAN TUJUAN KAJIAN

Permasalahan yang ada pada penelitian ini yaitu persepsi Bagaimana persepsi komunitas Jogja kpopers media dalam berbagai permasalahan yang terkait pada karir idol K-Pop dan persepsi atas permasalahan tersebut nantinya berujung pada teratasinya tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan memahami persepsi komunitas Jogja Kpopers media terkait permasalahan – permasalahan yang terjadi pada karir idol K-Pop terhadap masa depan, penggemar K-Pop, netizen serta diri idol itu sendiri dan untuk mengatasi masalah tersebut.

⁵ <https://instagram.com/jogjakpopermedia?igshid=YmMyMTA2M2Y> , Diakses pada tanggal 24 Mei 2023.

⁶ <https://www.tiktok.com/@jogjakpopermedia? t=8VN9HiaTYvJ& r=1> , Diakses pada tanggal 24 Mei 2023.

KERANGKA TEORI

Teori persepsi yang diartikan sebagai suatu proses penginderaan, perolehan, penafsiran, pemilihan, dan pengaturan informasi inderawi tentang objek⁷ dengan teori ini yang dapat memahami orang lain dan diri lalu peneliti dapat menyelesaikan penelitian karena untuk mengetahui persepsi subjek terhadap permasalahan yang menjadi sumber persepsi membutuhkan informasi tentang orang lain, seperti penelitian ini yang menyangkut persepsi Komunitas Jogja kpopers media terhadap permasalahan karir idol K-Pop. Oleh karena itu persepsi komunitas diperoleh tentang orang lain yaitu idol K-Pop melalui informasi yang diketahui subjek. Hal tersebut dijadikan sebagai teori dalam penelitian karena sesuai dengan pengertian dari teori persepsi.

Teori persepsi interpersonal yang dikemukakan oleh Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya yang berjudul psikologi komunikasi edisi revisi tahun 2018⁸ dan menurut David Krech dan Richard S. Crutchfield (19977 : 235) adalah faktor personal atau fungsional yang ditentukan berdasarkan faktor penentu persepsi.

Definisi konsep disebut sebagai gambaran singkat terhadap objek yang sedang diteliti. Konsep dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut :

1. Persepsi

Menurut Jalaluddin Rahmat, Persepsi diartikan sebagai pemahaman terhadap objek, peristiwa atau hubungan- hubungan yang tengah diamati dan itu dihasilkan melalui penafsiran informasi atau juga pesan. Persepsi juga memberikan pemahaman pada stimulus (rangsangan) inderawi atau biasa disebut dengan istilah sensory stimulus. Persepsi seringkali disamakan dengan sensasi karena setiap melakukan persepsi orang- orang akan melibatkan sensasi. Persepsi juga memiliki makna sesuai atau sama dengan sensasi dan tak hanya itu atensi, ekpetaksi, motivasi dan memori karena menafsirkan

⁷ Supartman, Lucy Pujasari & Mahadian, Adi Bayu. 2016. Psikologi Komunikasi. Yogyakarta : Deepublish.

⁸ Rakhmat, Jalaluddin. 2018. Psikologi Komunikasi (edisi revisi). Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. Hh 50-66

makna pesan inderawi, semua yang tergolong tersebut merupakan bagian dari persepsi.

Contoh kekeliruan yang dapat mengubah persepsi menjadi sensasi, saat teman mengatakan “Bagus” tapi kita mendengarnya “Agus” maka pemikiran kita atau persepsi kita terhadap kata bagus itu keliru dan kekeliruan tersebut disebut dengan sensasi. Saat seseorang salah mengartikan suatu kalimat maka hal tersebut akan dikatakan salah dalam mempersepsikan pesan dari kalimat tersebut.

2. Komunitas Jogja Kpopers Media

Komunitas adalah salah satu kata yang sering kita dengar dan kata komunitas ini menggambarkan suatu kelompok tertentu yang seringkali muncul untuk mengatasnamakan salah satu bidang, tokoh, kegemaran, satu hobi atau yang lainnya sesuai apa yang diminati oleh kelompok tersebut. Secara umum, komunitas dikatakan sebagai kelompok manusia sosial dalam lingkungan yang terdiri dari beberapa individu dimana mereka akan berinteraksi satu sama lain tentang persamaan mereka.⁹ Keterbentukan komunitas sesungguhnya muncul dengan sendirinya tergantung pada konsepnya.

Dari pengertian komunitas dapat kita simpulkan bahwa komunitas yang berisi beberapa individu dengan ketertarikan akan satu hal yang sama.

Komunitas Jogja Kpopers media disini merupakan bentuk nyata dari adanya komunitas dan menjadi subjek dalam penelitian dan persepsi atau pemikiran mereka tentang permasalahan yang akan diteliti menjadi objek dalam penelitian. Komunitas dengan 5 orang anggota inti sebagai subjek penelitian memiliki kriteria sebagai seorang informan atau orang yang akan diwawancari. Kriteria informan dari 5 anggota ini ialah tergabung ke dalam komunitas sejak 2017 atau setahun sejak komunitas ini berdiri, dapat

⁹ Pengertian komunitas, jenis dan manfaatnya. 2022. <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/pengertian-komunitas-jenis-dan-manfaatnya/> diakses pada tanggal 19 Juni 2023.

mencerna berita idol K-Pop dengan cermat dan yang terpenting bagi mereka untuk mengetahui arti persepsi yang sebenarnya.

3. Permasalahan karir Idol K-Pop

Permasalahan pada penelitian ini akan menjadi topik dalam menentukan jawaban dari hasil penelitian yang mana subjek penelitian akan menjelaskan persepsi sebagai objek penelitian dari permasalahan. Objek penelitian akan menemukan hasilnya jika ada permasalahan yang dibahas oleh karena itu permasalahan dalam karir idol K-Pop menjadi fokus permasalahan yang akan dinilai dari sebuah persepsi komunitas Jogja kpopers media selaku subjek penelitian.

Permasalahan Karir Idol K-Pop terbilang cukup banyak dan rata-rata akan menghasilkan dampak bagi karirnya, contoh kasus yang tidak benar sekalipun akan menyebabkan dampak besar bagi karir seorang idol K-Pop. Contoh kasus tersebut dapat dilihat dari artikel KompasTV yang membahas tentang kasus bullying idol K-Pop Migyu Seventeen dan ternyata itu adalah sebuah kesalahpahaman¹⁰tapi banyak orang yang mulai membenci sosok Mingyu.

METODE KAJIAN

Faktor personal yang membentuk persepsi, faktor ini menyebutkan bahwa ia berasal dari pengalaman atau hal lain yang kita sebut sebagai faktor-faktor personal. Hal yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk rangsangan tetapi karakteristik orang yang akan kita beri respon pada rangsangan tersebut atau bisa dikatakan persepsi kita terhadap objek yang sedang dibahas. Menurut eksperimen dari Levine dkk, memperlihatkan dua gambar yang tidak jelas kepada dua kelompok mahasiswa lalu lebih banyak ditanggapi sebagai makanan oleh mahasiswa yang lapar daripada oleh mahasiswa yang merasa kenyang. Persepsi berbeda ini disebabkan oleh adanya

¹⁰ Puspita Sari, Rintan. 2021. Kasus Bullying Mingyu Seventeen, Pledis sebut ada kesalahpahaman. https://www.kompas.com/hype/read/2021/03/12/154535466/kasus-bullying-mingyu-seventeen-pledis-sebut-ada-kesalahpahaman?page=all#google_vignette . diakses pada tanggal 20 Juni 2023.

rangsangan atau stimulus dari kedua kelompok mahasiswa tersebut dan perbedaan tersebut terlihat jelas berdasarkan faktor personal dari objek yang diteliti.

Dalam teori persepsi interpersonal yang dikemukakan oleh Dr. Jalaludin Rakhmat pada bukunya yang berjudul Psikologi komunikasi menjelaskan bahwa ada tiga indikator yang perlu diketahui untuk dapat menganalisis proses pembentukan persepsi¹¹, yaitu melalui 3 hal sebagai berikut :

1. Pengalaman

Pengalaman secara umum diartikan sebagai serangkaian peristiwa yang pernah kita alami atau hadapi dan akan membantu kita dalam memahami informasi tentang suatu permasalahan yang akan terjadi di masa mendatang. Pengalaman termasuk ke dalam faktor yang dapat mempengaruhi kecermatan persepsi. Pengalaman tidak selalu lewat proses belajar formal. Pengalaman kita bertambah juga melalui rangkaian peristiwa yang pernah kita hadapi. Inilah yang menyebabkan seorang ibu segera melihat hal yang tidak beres pada wajah anaknya atau pada petunjuk kinesik lainnya. Ibu lebih berpengalaman mempersepsi anaknya daripada bapak. Ini juga sebabnya mengapa kita lebih sukar berdusta di depan orang yang paling dekat dengan kita.

2. Motivasi

Motivasi memiliki 3 poin utama atau dimensi yaitu kebutuhan, dorongan dan keinginan untuk mencapai tujuan yang dapat menentukan sebuah persepsi karena motivasi merupakan bagian dari persepsi. Proses konstruktif yang banyak mewarnai persepsi interpersonal juga sangat banyak melibatkan unsur-unsur motivasi. Motivasi menjadi unsur dalam terbentuknya persepsi karena melalui faktor keinginan dari dalam diri. Dalam motivasi ada motif yang disebut pembelaan perseptual yang mana itu diartikan bila kita dihadapkan dengan rangsangan atau stimulus yang dapat mengancam kita, lalu kita akan memberikan berbagai macam reaksi bahkan tidak sadar bahwa ancaman itu

¹¹ Rakhmat, Jalaluddin. 2018. Psikologi Komunikasi (edisi revisi). Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. Hal 110-2

ada. Terakhir, kita harus mempercayai motivasi yang seharusnya memang terjadi dan sudah diatur oleh dunia seperti percaya pada keinginan untuk menjadi orang sukses akan tercapai bila kita giat belajar dan pandai dalam suatu hal.

3. Kepribadian

Dalam psikoanalisis dikenal proyeksi, sebagai salah satu cara pertahanan ego. Proyeksi adalah mengeksternalisasikan pengalaman subjektif secara tidak sadar. Pada persepsi interpersonal orang mengenakan pada orang lain sifat-sifat yang ada pada dirinya. Kepribadian umumnya terlihat ada 4 (empat) tipe yang dimiliki setiap orang dan masing-masing orang memiliki satu tipe kepribadian dalam dirinya yang kepribadian terbentuk dari keturunan, lingkungan sekitar dan dari kebiasaan. Setiap kepribadian dapat mempengaruhi atau membentuk persepsi dari diri sendiri maupun persepsi orang lain terkait objek yang dipersepsikan. Kepribadian mengajarkan kita untuk menerima diri sendiri apa adanya agar dapat menafsirkan suatu hal dengan cermat dan untuk tidak menerima diri sendiri karena hal itu membuat pemikiran kita menjadi pudar. Jadi sikap kita pada suatu objek penelitian akan menghasilkan sebuah persepsi.

HASIL KAJIAN

Temuan data terpapar dari wawancara dengan kelima informan untuk mengetahui apakah mereka paham tentang persepsi dan apa jawaban mereka ketika peneliti mengajukan pertanyaan terkait pemahaman persepsi dan beberapa pertanyaan terkait permasalahan karir idol K-Pop berdasarkan faktor-faktor pembentuk persepsi yaitu pengalaman, motivasi dan kepribadian dalam teori persepsi interpersonal sebagai berikut :

- A. Berdasarkan Pengalaman Persepsi yang terbentuk dari pengalaman dapat dilakukan dengan cara memahami atau menafsirkan suatu objek yang diteliti. Pengalaman tidak hanya melalui proses yang kita alami tetapi juga yang kita lihat, pengalaman akan terus bertambah melalui rangkaian peristiwa yang kita alami atau hadapi di masa lalu. Oleh

karena itu persepsi dari pengalaman yang pernah terjadi akan terus menjadi persepsi kita sampai saat ini.

Informan Lola menyampaikan persepsinya terkait permasalahan karir idol k-pop tercipta dari pengalamannya sebagai penggemar K-Pop. Persepsi dari Lola mengungkapkan bahwa permasalahan karir idol K-Pop sering sekali dialami oleh public figure, kasus yang sering menimbulkan permasalahan dalam karir idol K-Pop ialah kasus bullying, penyalahgunaan narkoba dan mengendara sambil mabuk.

Berdasarkan pengalamannya sebagai seorang penggemar idol Hanbin yang permasalahan karirnya terjadi karena ia terlibat kasus penyalahgunaan narkoba akibat kesalahannya sendiri. Pada intinya informan selaku penggemar idol tersebut seketika kehilangan keperdulian pada idol tersebut.

Hasil wawancara dengan Abdi di atas menunjukkan persepsinya terkait permasalahan karir idol k-pop ini diperoleh dari pengalaman setelah mengamati beberapa idol K-Pop yang informan ikuti dari awal- awal debut.

Abdi juga menyampaikan persepsinya terkait karir idol K-Pop di industri musik menjadi salah satu hal yang menjanjikan terlebih lagi k-pop tergolong genre musik yang paling banyak digemari saat ini sehingga jika terjadi permasalahan dalam karir yang meskipun karir tersebut sudah susah terbangun itu akan hancur oleh satu masalah.

Atika mengatakan bahwa persepsi terkait idol K-pop ada yang positif dan negatifnya dan dari pandangannya sebagai seorang penggemar juga sebagai anggota komunitas komunitas Jogja kpopers media. Dikatakan persepsi akan timbul dari pengalaman informan setelah memahami permasalahan karir idol k-pop yang ditemui.

Contohnya permasalahan yang terjadi pada idol A ialah terlibat kasus bullying pada masa lalu dan permasalahan tersebut biasanya muncul ke publik di saat idol tersebut tengah naik daun sehingga persepsi yang dihasilkan dari permasalahan itu adalah kasus bullying memberikan dampak besar dalam permasalahan karir karena jika tersandung kasus bullying maka penggemar asal korea selatan akan mencari bukti- bukti dari masa lalu bahkan korban- korban dari kasus tersebut juga mengungkapkan kebenaran pada publik.

Hasil wawancara berdasarkan pengalaman anggota komunitas Jogja kpopers media yang sudah memahami masalah dalam karir idol K-Pop mempersepsikan bahwa dalam permasalahan karir idol K-Pop sangat wajar terjadi, permasalahan karir terjadi ketika idol memutuskan untuk terjun ke dunia seni musik yang memiliki agensi dengan peraturan sendiri dan penggemar yang selalu mengawasi pergerakan idol juga dapat menimbulkan permasalahan dalam karir.

B. Motivasi

Motivasi dapat dipahami dengan cara kita memandang suatu objek dan upaya untuk mendeteksi pengaruh motivasi terhadap persepsi. Motivasi dapat digambarkan dari karakteristik objek, kepribadian dan perasaan terhadap rangsangan objek. Motivasi terbentuk dari tiga poin yang dapat membentuknya yaitu kebutuhan, dorongan dan keinginan untuk mencapai suatu tujuan seperti wawancara kepada informan utama terkait tujuan komunitas yang ingin memberikan dorongan bagi pengikutnya untuk menyebarkan informasi positif tentang idol K-pop.

Berdasarkan hasil wawancara dengan kelima informan di atas maka dijelaskan bahwa motivasi terbentuk dari tiga komponen yang berkaitan kebutuhan, dorongan dan keinginan. Motivasi juga merupakan salah satu bagian dari persepsi karena setiap orang membutuhkan objek untuk dipersepsikan, perlu dorongan untuk menciptakan pandangan dan memiliki keinginan agar dapat mencapai yang kita inginkan. Contohnya kita membutuhkan seseorang yang punya wewenang atas Idol A untuk mendorong keinginan banyak penggemar agar permasalahan yang terjadi pada idol A dapat terselesaikan.

Motivasi dari persepsi kelima anggota komunitas Jogja kpopers media juga dapat memotivasi pengikut atau penggemar K-Pop Jogja dalam keikutsertaan memberikan dorongan pada idol yang terkena masalah terutama idol k-pop yang terkena masalah akibat tuduhan.

C. Kepribadian

Kepribadian dikatakan sebagai proyeksi atau cara kita dalam mempertahankan ego karena kita semua memiliki kepribadian yang berbeda-beda. Secara umum kepribadian manusia terbagi menjadi 4 tipe dan ada juga yang mengatakan 16 macam kepribadian

tetapi 16 macam itu hanya 4 tipe kepribadian tadi yang dikembangkan. Dinyatakan bahwa orang yang mudah bergaul dan ramah akan cenderung memberikan penilaian positif terhadap objek atau pada orang lain.

Kepribadian dapat mempengaruhi persepsi karena bergantung dari sikap kita dalam menyikapi sesuatu misalnya kepribadian kita introvert dan ada orang yang bertanya pendapat kita tentang tempat ramai sehingga kepribadian orang introvert yang tidak menyukai tempat ramai akan mempersepsikan tempat itu tidak menarik dan sebaliknya persepsi dapat mempengaruhi kepribadian tetapi berpengaruh pada persepsi orang lain, contohnya kepribadian ekstrovert lebih cenderung dapat mempengaruhi orang lain sehingga ia dinilai bisa mengajak orang agar sependapat dengannya. Perlu diingat pula bahwa kepribadian dapat menentukan sikap dalam mempersepsikan objek dan dalam berkomunikasi.

Dari hasil wawancara dengan kelima informan terkait kepribadian dalam menentukan persepsi ini dapat peneliti simpulkan bahwa tipe kepribadian seseorang meskipun sama tetapi tidak dapat menyimpulkan sifatnya juga akan sama. Persepsi anggota komunitas Jogja kopers media terkait permasalahan karir idol K-Pop berdasarkan kepribadian dapat menyatakan bahwa permasalahan karir yang terjadi pada idol K-Pop juga terjadi karena kepribadian idol itu sebab orang yang menghadapi masalah akan menyikapinya sesuai dengan kepribadian yang dimilikinya seperti idol A dengan kepribadian extrovert yang mendapatkan rumor tidak benar akan menyikapi rumor tersebut dengan memberikan penjelasan di depan public dengan percaya diri bahwa rumor tersebut palsu.

Setelah hasil temuan dalam informasi dari wawancara sudah menjadi data maka langkah berikutnya ialah membahas data- data dalam hasil temuan tersebut. Pembahasan disini bermaksud untuk mengkaji bagaimana persepsi komunitas Jogja kopers media dalam permasalahan karir idol K-Pop yang sudah diuraikan dari hasil wawancara atau jawaban dari narasumber (informan).

Dalam penyusunan penelitian ini peneliti mengacu pada anggota komunitas Jogja kopers media yang memberikan penilaian atau persepsi terhadap permasalahan karir idol K-Pop dengan teori persepsi interpersonal dalam buku Psikologi Komunikasi (2018) oleh

Dr. Jalaluddin Rakhmat. Persepsi yang dilakukan peneliti ini tergolong dari tiga indikator dalam teori persepsi interpersonal yaitu pengalaman, motivasi dan kepribadian.

Dalam pengalaman komunitas Jogja kpopers media yang aktif dalam membagikan informasi tentang idol K-pop serta menggelar banyak acara untuk para penggemar K-pop dalam menyalurkan hobi dan bakat itu menjadikan komunitas ini sebagai informan yang tepat dalam kelancaran penelitian.

KESIMPULAN

Berdasarkan data- data yang telah peneliti kumpulkan dan rangkum dari komunitas Jogja kpopers media berdasarkan kebutuhan pada penelitian yang peneliti angkat menggunakan topik pembahasan “Persepsi Komunitas Jogja kpopers media dalam permasalahan karir idol K-Pop”. Penelitian ini pun juga dapat terselesaikan dengan menggunakan teori persepsi interpersonal yang mengartikan pentingnya persepsi dalam membentuk dan mempengaruhi komunikasi dengan faktor personal melalui tiga indikator yang mempengaruhi persepsi sebagai berikut :

1. Pengalaman, berdasarkan hasil penelitian dari indikator ini mengatakan bahwa Dalam keseluruhan pernyataan informan dari hasil wawancara ini menyimpulkan bahwa kelima informan memahami dan pernah belajar tentang persepsi lalu dalam komunitas Jogja kpopers media memiliki pengalaman dan motivasi terkait idol K-Pop, melalui pengalaman informan dapat mempersepsikan permasalahan karir idol K-Pop yang terlihat dari gambaran proses pandangan. Pengalaman yang dapat menentukan persepsi itu terlihat ketika gambaran seorang idol K-Pop yang tentu akan mengalami permasalahan karir jika tidak waspada terhadap kehidupannya sebagai seorang *public figure*.
2. Motivasi, Indikator ini memiliki motif personal untuk mempengaruhi persepsi kita Pada motivasi peneliti dapat menyimpulkan persepsi anggota komunitas Jogja kpopers dalam permasalahan karir idol K-Pop yang mengikuti dalil komunitas untuk selalu mendengarkan apa yang ingin didengar tanpa memperdulikan perkataan orang lain, sama halnya dengan persepsi ini yang mereka hanya percaya akan persepsi dari mulut mereka sendiri terkait permasalahan karir idolnya tanpa memperdulikan persepsi orang luar

meskipun begitu para anggota tetap dengan cermat mengikuti informasi agar tidak salah dalam mempersepsikan sesuatu berita. Komunitas percaya bahwa keinginan untuk mencapai tujuan dalam komunitas ini dapat memberikan dorongan motivasi bagi penggemar K-Pop yang mengikuti komunitas Jogja kpopers media.

3. Kepribadian merupakan indikator terakhir yang mana indikator ini berasal dari dalam diri kita masing-masing. Kesimpulan terkait hasil pemahasan dari kepribadian anggota komunitas Jogja kpopers media yang mempunyai kepribadian masing-masing dalam mempersepsikan permasalahan karir idol K-Pop dapat disimpulkan bahwa setiap anggota percaya sifat dari kepribadian di dalam dirinya dapat membantu dalam menyikapi sebuah persepsi bahkan hampir seluruh anggota yakin kepribadian dapat menentukan dan mempengaruhi persepsi penggemar K-Pop lain. Masing-masing anggota komunitas juga memberikan pernyataan yang beda tetapi meski berbeda kepribadian anggota tetap memiliki satu tujuan yang sama dalam komunitas Jogja kpopers media.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Ibrahim, M. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Alfabeta: Bandung
- Afrizal. 2019. *Metode Penelitian Kualitatif*. Depok: Rajagrafindo Persada
- Alizamar, Couto, 2016. *Psikologi Persepsi dan Desain Informasi; Sebuah Kajian Psikologi Persepsi dan Prinsip Kognitif untuk Kependidikan*. Yogyakarta: Media Akademi.
- Atnan, Nur. 2017, *Paradigma Penelitian Komunikasi*,
<https://nuratnan.staff.telkomuniversity.ac.id/files/2017/02/Paradigma-Dalam-Penelitian-Komunikasi.pdf> .
- Aurellia, Anindyadevi. 2022. *Persepsi Adalah : Arti, Contoh, dan Faktor yang mempengaruhinya*. <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6243693/persepsi-adalah-arti-contoh-dan-faktor-yang-mempengaruhinya> .
- Azzahra, Fathika. 2023. *Pandangan dan Selira Remaja terhadap K-Pop*,
<https://kumparan.com/fathika-azzahra/pandangan-dan-selira-remaja-terhadap-k-pop-1zUGwTuGFRh/2> .

- Fadila, Dewi; Lestari, S. 2013. *Perilaku konsumen*. Palembang: Citra Books Indonesia
- Fahmi, D. 2020. *Persepsi*. Yogyakarta: Psikologi Corner
- Hasanah, H. 2016. *Teknik-Teknik Observasi*. at-Taqaddum
- Marbun, Lastrida S. 2019. *Persepsi Mahasiswa Tentang Gaya Komunikasi Politik Presiden Joko Widodo Melalui Media Sosial Youtube*. Universitas Medan Area.
- Milyane, Tita Melia. 2022. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Penerbit Widina : Bandung.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2018. *Psikologi Komunikasi (edisi revisi)*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2015. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT.Remaja Rosda Karya
- Pemita, Desika. 2015. *4 Resiko Menjadi Artis K-Pop*,
<https://www.liputan6.com/showbiz/read/2329335/4-risiko-jadi-artis-k-pop>
- Ridwan, Anang, 2016. *Komunikasi Antarbudaya :Mengubah Persepsi Dan Sikap Dalam Meningkatkan Kreativitas Manusia*, Cv Pustaka Setia:Bandung.
- Suciati. 2016. *Psikologi Komunikasi (Sebuah Tinjauan Teoritis dan Perspektif islam)* Litera Yogyakarta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta : Bandung
- Sumanto. 2014. *Psikologi Umum*. Yogyakarta : CAPS
- Supartman, Lucy Pujasari & Mahadian, Adi Bayu. 2016. *Psikologi Komunikasi*. Yogyakarta : Deepublish
- Sutrisman, Dudih. 2019. *Pendidikan Politik, Persepsi, Kepemimpinan, Dan Mahasiswa*. Guepedia : Bogor.
- Wardana, Alfyan Nur. Hairunnisa. Wibowo, Sarwo Eddy. 2018. *Pengaruh Resepsi Siwa SMAN 2 Samarinda terhadap Minat dalam Memilih Universitas Mulawarman (Studi pada Siswa Kelas 3)*. Ejournal Ilmu Komunikasi.
- Widyastuti, Yeni. 2014. *Psikologi Sosial*. Yogyakarta : Graha Ilmu.