

PROSES KOMUNIKASI INTRAPERSONAL REMAJA DALAM MENDENGARKAN LAGU KOREA

THE PROCESS OF YOUTH INTRAPERSONAL COMMUNICATION IN LISTENING TO KOREAN SONG

Dinda Wahyu Pertamasari¹, Lucy Pujasari Supratman²

^{1,2} Universitas Telkom, Bandung

dindawahyup@student.telkomuniversity.ac.id¹, lucysupratman@telkomuniversity.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai bagaimana proses komunikasi intrapersonal remaja dalam mendengarkan lagu Korea. Korea Selatan memiliki industri hiburan yang sangat bagus selain dari drama yang mereka produksi lagu-lagu yang dihasilkan oleh idol dan penyanyi Korea Selatan sangat digemari oleh para penikmatnya. Dalam beberapa tahun belakangan ini demam Korea atau yang dikenal dengan *Korean Wave* tengah menyebar hingga keseluruh dunia terutama di Indonesia. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk Untuk menjelaskan proses komunikasi intrapersonal remaja dalam mendengarkan lagu Korea. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif, dengan menggunakan studi fenomenologi. Serta teknik pengumpulan data yang dilakukan meliputi wawancara dan observasi. Komunikasi intrapersonal adalah komunikasi dengan diri sendiri, komunikasi ini merupakan landasan dari konteks komunikasi lainnya. Sebab sebelum berkomunikasi dengan orang lain kita akan berkomunikasi dengan diri sendiri terlebih dahulu namun dengan cara yang tidak sengaja. Hasil dari penelitian ini yaitu proses komunikasi dapat terjadi pada remaja karena adanya motif yang tumbuh dalam diri mereka, dalam penelitian ini terdapat empat motif berawal dari rekomendasi teman, efek drama korea, lagu yang mudah didengarkan dan rasa penasaran yang dimiliki oleh remaja di Indonesia. Kemudian komunikasi intrapersonal terjadi pada remaja karena mereka telah melalui tahapan yang ada dalam proses komunikasi intrapersonal yaitu sensasi, persepsi, memori dan berfikir.

Kata Kunci: Komunikasi Intrapersonal, Remaja, Lagu Korea.

Abstract

This study, entitled "THE PROCESS OF YOUTH INTRAPERSONAL COMMUNICATION IN LISTENING TO KOREAN SONG" discusses the process of adolescent intrapersonal communication in listening to Korean songs. South Korea has a very good entertainment industry apart from the dramas they produce, the songs produced by South Korean idols and singers are very popular with the audience. In recent years, Korean fever, known as the Korean Wave, is spreading throughout the world, especially in Indonesia. Therefore, this study aims to explain the process of adolescent intrapersonal communication in listening to Korean songs. The method used in this study is a qualitative method, using a phenomenological study. As well as data collection techniques carried out include interviews and observations. Intrapersonal communication is communication with oneself, this communication is the foundation of other communication contexts. Because before communicating with others we will communicate with ourselves first but in an unintentional way. The results of this study are that the communication process can occur in adolescents because of the motives that grow within them, in this study there are four motives starting from friend recommendations, Korean drama effects, songs that are easy to listen to and curiosity possessed by teenagers in Indonesia. Then intrapersonal communication occurs in adolescents because they have gone through the stages in the intrapersonal communication process, namely sensation, perception, memory and thinking.

Keywords: Intrapersonal Communication, Youth, Korean Song.

Pendahuluan

Korea Selatan memiliki industri hiburan yang sangat bagus selain dari drama yang mereka produksi lagu-lagu yang dihasilkan oleh idol dan penyanyi Korea Selatan sangat digemari oleh para penikmatnya. Dalam beberapa tahun belakangan ini demam Korea atau yang dikenal dengan *Korean Wave* tengah menyebar hingga keseluruh dunia terutama di Indonesia. Berawal dari selesainya acara Korea-Japan World Cup pada tahun 2002 yang menjadikan Korea berada diposisi empat besar, semakin memperlihatkan Korea dimata dunia. Beberapa stasiun televisi mulai menayangkan beberapa drama dari Korea yang semakin dikenal oleh dunia termasuk di Indonesia. Semenjak drama-drama tersebut populer dikalangan masyarakat, para pemeran drama tersebut menjadi idola di tanah air. Korea sendiri mulai gencar dalam ‘mengekspor’ budayanya di Asia, mulai dari produk barang-barang elektronik hingga ke perfilman. Di Indonesia sendiri sudah banyak barang-barang buatan Korea yang digunakan oleh masyarakat, dari situ lah film-film, drama series dan lagu-lagu Korea masuk ke Indonesia hingga banyak remaja yang mendengarkan lagu-lagu dari idol Korea. Selain itu akhir-akhir ini salah satu televisi swasta di Indonesia dapat menghadirkan beberapa idol tersebut menjadikan remaja di Indonesia makin suka dalam mendengarkan lagu-lagu Korea dan makin menyukai budaya dari Korea sendiri. Dari semenjak itu lagu-lagu Korea makin disukai oleh remaja di Indonesia hingga saat ini karena memang lagu-lagu tersebut dapat membawa warna tersendiri bagi penggemarnya sehingga membuat pendengarnya memutar lagu Korea tersebut secara terus menerus.

Berdasarkan hasil survei IDN Times (2019), penggemar kpop tersebar hampir di setiap daerah di Indonesia dan penyebaran terbanyak berada di daerah Jawa dengan jumlah total 76,7 %. Kemudian pada survei ini rentan usia penggemar Kpop adalah 9,3 % dari kalangan usia 10-15 tahun, 38,1% berusia 15-20 tahun, 40,7 % berusia 20-25 tahun, dan 11,9 % berusia lebih dari 25 tahun. Pada demografi penggemar kpop di Indonesia didominasi oleh perempuan dengan jumlah 92,1 %, selain itu penggemar kpop banyak yang berstatus sebagai pelajar dengan jumlah 66,1% dengan kurun waktu menjadi kpopers lebih dari 5 tahun. Akun resmi twitter mengungkapkan daftar negara dengan jumlah penggemar dan cuitan K-pop terbanyak disepanjang tahun 2020, dimana data statistik ini dikumpulkan sejak 1 Juli 2019 hingga 30 Juni 2020 yang kemudian dirilis pada akhir tahun 2020. Dan dalam kurun waktu 1 tahun Indonesia masuk kedalam daftar tersebut dan menduduki posisi ke-4 dengan jumlah penggemar kpop terbanyak didunia (Febriastuti,2020). Kemudian pada tahun 2021 ini akun resmi twitter kembali mengungkap daftar negara dengan jumlah penggemar Kpop terbanyak dan Indonesia berada di urutan pertama dengan jumlah penggemar Kpop terbanyak di twitter sepanjang Juli 2020 hingga Juli 2021 (Javier,2021). Selain itu Indonesia menduduki posisi kedua pada platform spotify sebagai pendengar terbanyak dan lebih aktif dibandingkan negara lain di Asia Tenggara (Yusron,2020).

Lagu-lagu yang mereka hasilkan menjadi motivasi tersendiri bagi penggemarnya selain itu menjadikan motivasi bagi kalangan remaja untuk mengerti dan memahami arti bahasa Korea sendiri. Sehingga para penggemar mulai belajar mengenai bahasa Korea sendiri agar mereka dapat mengartikan setiap lirik dari lagu yang diciptakan oleh idola mereka. Karena semakin banyaknya remaja yang menyukai lagu-lagu Korea menjadikan beberapa agensi Korea selatan melahirkan idola-idola baru dengan lagu-lagu baru yang mana diharapkan dapat menarik lebih banyak lagi penggemar untuk menyukai lagu-lagu yang mereka ciptakan.

Dan pada tahun 2020 ini Lagu Korea makin disukai oleh remaja karena lagunya semakin enak untuk didengar dan juga karena salah satu aplikasi platform video pendek yang didukung oleh musik menjadikan lagu Korea makin di sukai. Sebagai contoh anysong milik zico menjadi lagu yang hampir didengar setiap saat karena aplikasi tersebut karena digunakan untuk *background* saat *dance*. Dan dalam aplikasi spotify tersebut dapat meng-update lagu-lagu Korea yang sedang banyak didengar oleh remaja di Indonesia.

Seperti penelitian sebelumnya (Andina,2013) menjelaskan dimana informan dari peneliti yang dilakukannya mendapat stimulasi emosi yang berupa perasaan senang, sedih, dan marah saat mendengarkan musik Korea serta sebagai sarana untuk belajar bahasa asing yaitu bahasa Korea itu sendiri. Serta perilaku hedon yang dilakukan remaja demi memiliki pernak-pernik yang berbau Korea. Kemudian diperkuat dengan adanya beberapa penelitian lain seperti (Olivia dan Hapsari,2019) yang menjelaskan bahwa budaya Korea yang masuk ke Indonesia menjadi tren bagi mahasiswa karena pembaharuan yang selalu dilakukan setiap saatnya menjadikan budaya ini disukai oleh para remaja. Serta pada penelitian (Lathifah, Herman dan Yusaputra,2018) menjelaskan dimana perilaku imitasi yang dilakukan oleh para remaja seperti cara

berpakaian, tingkah laku dan menyukai idol secara berlebihan, selain itu dengan kemajuan teknologi yang semakin berkembang semakin memudahkan remaja dalam mengakses hal-hal yang berbau Korea.

Maka pada penelitian kali ini peneliti ingin meneliti mengenai bagaimana proses komunikasi intrapersonal yang terjadi pada remaja setelah mendengarkan lagu Korea. Dengan menggunakan pendekatan fenomenologi, peneliti akan meneliti mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi dari Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom. Oleh karena itu peneliti ingin membahas mengenai fenomena ini sebab peneliti ingin menjelaskan mengenai bagaimana para remaja berkomunikasi dengan diri sendiri setelah mereka mendengarkan lagu korea. Mengingat demam Korea sedang terjadi hingga saat ini dan banyaknya remaja yang menyukai korean wave atau kpop. Sehingga pada penelitian ini peneliti ingin meneliti mengenai proses komunikasi intrapersonal remaja dalam mendengarkan lagu Korea.

Tinjauan Pustaka

Penelitian ini menggunakan beberapa pustakan dan teori sebagai pedoman penelitian. Penjelasan lebih lengkapnya akan dijelaskan dalam sub bab berikut:

2.1.1 Komunikasi Intrapersonal

Komunikasi intrapersonal adalah komunikasi dengan diri-sendiri dimana komunikasi ini merupakan landasan dari komunikasi antarpribadi dan konteks-konteks lainnya dengan kata lain komunikasi intrapersonal merupakan komunikasi yang terjadi pada dua orang, tiga orang dan seterusnya karena sebelum berkomunikasi dengan orang lain biasanya kita akan berkomunikasi dengan diri sendiri hanya saja caranya tidak disengaja (Mulyanan,2016:80).

Selain itu komunikasi intrapersonal tidak langsung terjadi begitu saja namun melalui proses tertentu yang pada akhirnya menimbulkan kesimpulan pada diri seseorang. Proses komunikasi ini berlangsung dalam diri seseorang lalu diterjemahkan melalui sistem komunikasi intrapribadi, menurut Rakhmat (2017:48) proses pengolahan sistem komunikasi ini meliputi sensasi, persepsi, memori dan berpikir.

2.1.1.1 Proses Komunikasi Intrapersonal

Menurut Rakhmat proses komunikasi ini memiliki beberapa tahap, meliputi :

1. Sensasi
Sensasi menurut Benyamin W. Wolman (1973:3443) adalah pengalaman elementer yang segera dan tidak memerlukan penguraian verbal, simbol, atau konseptual terutama dengan alat indera manusia. Apapun pengertian dari sensasi fungsi alat indera manusia sangat berperan penting dalam menerima informasi dari lingkungan. Sensasi dipengaruhi oleh faktor situasional yang merupakan sumber informasi baik dari luar (eksternal) maupun dalam (internal) diri seseorang. Faktor yang mana informasi luar diindera oleh eksteroseptor seperti telinga dan mata, sedangkan informasi dalam diindera oleh interoseptor seperti peredaran darah serta pergerakan tubuh yang diindera oleh proprioseptor seperti organ vestibular.
2. Persepsi
Memberikan makna pada stimulus inderawi (Rakhmat,2012:50), dimana stimulus yang mengenai individu akan diorganisir, diinterpretasikan sehingga individu tersebut dapat mengerti tentang apa yang terjadi pada lingkungan disekitarnya. Persepsi bersifat individual dimana hasil dari stimulus indera setiap orang berbeda walaupun orang tersebut mengalami pengalaman yang sama.
3. Memori
Dalam komunikasi intrapersonal memori memiliki peran penting dalam mempengaruhi baik persepsi maupun pikiran seseorang. Memori sendiri adalah sistem yang berstruktur yang dapat menyebabkan organisme dapat merekam fakta yang terjadi di dunia dan dapat menggunakan pengetahuannya untuk perilakunya (Schlessinger dan Grove dalam Rakhmat,2012:63). Memori memiliki tiga proses yaitu perekaman, penyimpanan dan pemanggilan, perekaman merupakan pencetakan informasi yang didapat melalui indera dan saraf internal, penyimpanan merupakan berapa lama informasi berada dalam individu serta dalam bentuk apa dan dimana, pemanggilan merupakan mengingat kembali informasi yang sudah didapat dan disimpan.
4. Berpikir
Dalam berpikir kita akan melibatkan proses sensasi, persepsi dan memori, berpikir sendiri digunakan untuk memahami kenyataan yang ada untuk mengambil keputusan (decision making) memecahkan masalah (problem solving) dan menghasilkan sesuatu yang baru (creativity). Berpikir ada dua macam

yaitu berpikir autistik atau melamun dimana seseorang akan menganggap kehidupan sebagai sebuah fantasi dan berpikir realistis atau nalar dimana seseorang akan berpikir dalam rangka menyesuaikan diri dengan dunia nyata.

2.1.2 Remaja

Remaja atau tumbuh menjadi dewasa berarti masa muda yang terjadi pada usia antara 17-30 tahun, menurut Yulia S.D.Gunarsa dan Singgih D. Gunarsa dalam kutipan Psikologi Perkembangan Remaja istilah lain dari remaja adalah puberty yang berarti kedewasaan yang dilandasi oleh sifat dan tanda. Remaja merupakan masa transisi dari kanak-kanak menjadi dewasa yang dilandai dengan perubahan fisik, psikis, psikososial dan kognitif. Masa ini dimulai pada usia 10-12 tahun dan di akhiri pada usia 18-22 tahun, biasanya remaja akan mengalami perubahan fisik yang menonjol. Perkembangan pada masa remaja terjadi pada pola penganggungan sikap dan perilaku saat masa kanak-kanak dan mengadakan persiapan untuk menghadapi masa remajanya, untuk mencapai kemandirian dan mencari identitas diri menjadi hal yang paling menonjol karenanya remaja memiliki rasa ingin tahu yang lebih tinggi lagi.

2.1.2.1 Ciri-ciri Remaja

Ciri-ciri periode perkembangan pada masa remaja antara lain:

1. Remaja merupakan masa paling penting dimana fisik dan mental seseorang akan berkembang dan perlu penyesuaian untuk mental serta pembentukan sikap, minat dan nilai-nilai lainnya.
2. Merupakan masa peralihan dari masa kanak-kanak menjadi dewasa, mulai mencoba gaya hidup yang berbeda, menentukan pola perilaku, nilai dan sifat yang sesuai dengan dirinya.
3. Remaja merupakan masa perubahan, bukan hanya pada fisik saja namun juga pada emosi mereka yang meninggi, minat, peran, nilai, dan sikap yang menjadi ambivalen.
4. Sebagai masa transisi, remaja belum mampu menyelesaikan masalah dengan cara yang mereka yakini. Sehingga pada masa ini merupakan masa usia bermasalah.
5. Mencari identitas diri, menginginkan identitas diri yang berbeda dari konsep diri pada masa kanak-kanak. Menurut Erikson pada masa ini merupakan tugas dari psikososial yang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti lingkungan, kelompok dan tokoh idola.
6. Usia yang menimbulkan ketakutan, banyak stereotip negatif mengenai remaja yang memberikan dampak pada konsep diri seseorang. Dengan hal ini menimbulkan banyak pertentangan antara orang tua dengan anaknya.
7. Masa yang tidak realistis, dimana mereka melihat dirinya sendiri dengan orang lain sebagaimana mereka inginkan. Tidak seperti realitas yang ada.
8. Sebagai ambang masa dewasa, mereka mulai memfokuskan diri pada perilaku yang berhubungan dengan status dewasa. Menganggap apa yang mereka lakukan dapat memberikan citra yang mereka inginkan.

2.1.3 Lagu

Lagu merupakan gubahan seni nada atau suara dalam urutan kombinasi dan hubungan temporal diiringi dengan alat musik sehingga menghasilkan musik yang memiliki kesatuan dan kesinambungan irama. Lagu merupakan suatu karya musik yang memiliki struktur didalamnya, menurut Cangara Flor (2018:141) mengatakan bahwa lagu adalah ekspresi artistik yang mendasar dalam kreatifitas kehidupan manusia dimana irama musik dan bait-bait puisi digabungkan menjadi satu. Dalam sebuah lagu mengandung irama, urutan suara dan seni nada serta didalam lagu terselip sebuah pesan yang ingin disampaikan. Pesan dalam lagu terdapat pada teks lagu dimana dalam teks tersebut mengandung makna dan tanda yang tersirat, dikatakan pesan yang menggunakan media lagu ini bukan hanya tersampaikan begitu saja namun pesan tersebut dapat menyentuh emosi dan perasaan pendengarnya.

2.1.4 Proses Komunikasi

Proses komunikasi adalah tindakan atau perubahan sikap penerima pesan sesuai dengan keinginan dari pengirim, makna dari suatu pesan dipengaruhi oleh bagaimana penerima merasakan pesan yang disampaikan sesuai konteks. Menurut Lasswell proses komunikasi dimulai dari *komunikator* (pengirim pesan)

menyampaikan *message* (pesan) melalui *channel* (media) yang diterima oleh *komunikan* (penerima pesan) yang kemudian menciptakan umpan balik (*feedback*) yang diberikan oleh *komunikan* pada *komunikator*.

2.1.4.1 Unsur – Unsur Proses Komunikasi

Unsur – unsur proses komunikasi menurut Lasswell yaitu:

1. **Komunikator (Pengirim Pesan)**
Komunikator merupakan unsur penting yang bertindak sebagai penyampai pesan, sumber informasi untuk *komunikan*. Cara dalam menyampaikan pesan *komunikator* sangat mempengaruhi keberhasilan dari sebuah komunikasi, dapatkah *komunikan* menangkap dan mengerti pesan yang disampaikan atau tidak serta respon yang diberikan oleh *komunikan* sangat ditentukan oleh kemampuan *komunikator* dalam menyampaikan pesan.
2. **Message (Pesan)**
Pesan merupakan ide, informasi dan berita yang disampaikan oleh *komunikator* dimana mengandung materi yang ditujukan untuk mempengaruhi *komunikan*. Pesan dapat berupa kata, tulisan, simbol, gambar dan lainnya.
3. **Channel (Media)**
Channel merupakan sarana atau saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan oleh *komunikator*. Dalam komunikasi pesan akan diterima oleh pancaindra yang kemudian diproses dalam pikiran dan menghasilkan *feedback*.
4. **Komunikan (Penerima Pesan)**
Komunikan merupakan pihak yang menjadi sasaran dari komunikator, target yang ditentukan oleh komunikator untuk menerima pesan yang disampaiannya. Komunikan bisa individu, kelompok organisasi atau lainnya. Dimana komunikan memiliki tanggung jawab untuk dapat memahami pesan yang disampaikan oleh komunikator, oleh karena itu komunikan yang baik harus memperhatikan apa yang disampaikan oleh komunikator dengan baik.
5. **Feedback (Umpan Balik)**
Feedback merupakan sebuah umpan balik yang diberikan oleh komunikan untuk menanggapi pesan yang telah disampaikan oleh komunikator. Seperti unsur yang sebelumnya *feedback* memiliki peran penting dalam tercapainya tujuan dari komunikasi, dimana umpan balik ini mengukur apakah komunikasi berjalan dengan baik, apakah komunikan memahami isi dari pesan yang disampaikan serta apakah tujuan dari komunikasi tercapai atau tidak.

Metode Penelitian

Metode penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bersifat interpretif dimana melibatkan banyak metode untuk menelaah masalah peneliti dimana hal-hal yang ditelaah berada dalam lingkungan, berdasarkan makna yang orang berikan kepada hal tersebut (Deddy,2018:7). Penelitian kualitatif yaitu pengumpulan data pada suatu fenomena, dengan metode alamiah yang dilakukan oleh peneliti (David William:1995). Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan fenomenologi, yang mana fenomenologi adalah studi yang berusaha mencari esensi dari fenomena yang dialami oleh beberapa individu (Creswell,2015:viii). Selain itu fenomenologi menurut Schutz yaitu bagaimana kita memahami suatu tindakan sosial melalui penafsiran, proses penafsiran ini dapat digunakan untuk memperjelaskan atau memeriksa makna yang ada agar dapat memberikan konsep kepekaan yang ada didalamnya (Kuswarno,2009:18).

Hasil Penelitian

Pada penelitian ini, penulis akan menyampaikan hasil dari penelitian yang telah dilakukan. Peneliti melakukan wawancara secara online dengan menggunakan akses via *voice note*, dalam wawancara ini peneliti mewawancarai enam informan dimana terdapat lima informan kunci dan satu informan ahli. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh penulis dengan lima informan kunci dimana terdapat motif atau dorongan dari diri informan dalam mendengarkan lagu korea. Motif tersebut berawal dari rekomendasi teman, selanjutnya efek dari melihat drama korea, kemudian karena lagu korea mudah untuk didengarkan, dan rasa penasaran yang tinggi. lalu proses komunikasi dapat terjadi karena remaja-remaja tersebut telah

melalui tahapan yang ada pada proses komunikasi intrapersonal yaitu sensasi, persepsi, memori dan berfikir.

Pembahasan

Komunikasi intrapersonal tidak dapat langsung terjadi begitu saja namun harus melalui beberapa tahap. Menurut Rakhmad (2017:48) komunikasi dapat terjadi melalui tahap sensasi, persepsi, memori dan berfikir, sama seperti proses komunikasi remaja dalam mendengarkan lagu Korea yang tidak dapat langsung terjadi begitu saja namun harus melalui tahapan yang ada.

Kemudian motif sendiri merupakan dorongan, hasrat, keinginan dan tenaga penggerak yang berasal dari dalam diri, selain itu motif merupakan dorongan yang terjadi dari dalam diri seseorang untuk berbuat sesuatu.

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan dengan informan, bahwasanya terdapat beberapa alasan yang menyebabkan mereka mendapatkan motif atau dorongan dari dalam diri mereka untuk mendengarkan lagu Korea.

Empat informan merasa mendapat dorongan untuk mendengarkan lagu Korea karena mendapatkan rekomendasi dari teman yang pada saat itu sedang mendengarkan salah satu lagu dari idol Korea. Satu informan mengatakan bahwa ia mendengarkan lagu Korea karena informan melihat drama Korea yang ditayangkan oleh salah satu stasiun televisi di Indonesia, dimana setiap drama Korea memiliki lagu yang akan diputar di setiap adegan yang ada. Dari sini lah informan mendapatkan dorongan untuk mendengarkan lagu Korea.

Kemudian empat informan mengatakan bahwa mereka mendapatkan dorongan untuk mendengarkan lagu Korea karena lagu-lagu Korea mudah diingat walaupun menggunakan bahasa yang berbeda menurut mereka lagu Korea mudah untuk didengarkan dan secara tidak sadar lagu Korea mudah diingat oleh informan.

Selain itu dua informan mengatakan bahwa mereka merasa penasaran dengan lagu Korea, sehingga mereka mencaritahu lebih mendalam mengenai lagu Korea. Mereka mengatakan bahwa setelah mencaritahu lebih mendalam informan menemukan lagu B-side dari setiap idol Korea.

Selanjutnya pada tahapan komunikasi intrapersonal informan melewati empat tahapan. Tahap awal adalah sensasi, pada tahap ini informan mengatakan perasaan yang dirasakan pada saat mereka mendengarkan lagu Korea. Lima informan merasakan perasaan yang tidak menentu saat mendengarkan lagu-lagu tersebut.

Informan mengatakan bahwa saat mendengarkan lagu Korea, informan merasakan perasaan yang campur aduk, enjoy, sedih, dan senang disaat mereka mendengarkan lagu-lagu tersebut. Perasaan ini akan muncul tergantung lagu apa yang mereka dengarkan.

Seperti saat mendengarkan lagu dengan genre lagu yang ngebeat informan akan ikut menyanyi bahkan informan mengatakan akan menari secara asal, sebaliknya disaat informan mendengarkan lagu dengan genre yang sedih informan mengatakan bahwa mereka akan terbawa suasana yang diciptakan dari lagu tersebut hingga menangis karena lagu yang mereka dengarkan.

Pada tahap persepsi ini terdapat beberapa sikap yang dapat menafsirkan pesan terhadap diri sendiri. Sikap tersebut adalah tenang dalam menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi, dimana informan mengatakan bahwa setelah mendengarkan lagu Korea informan mendapatkan dorongan untuk menyelesaikan permasalahan yang sedang terjadi dengan tenang.

Selanjutnya adalah sikap kagum, satu informan mengatakan bahwa setelah mendengarkan lagu Korea informan merasa kekagumannya terhadap lagu-lagu tersebut.

Kemudian tahap memori, pada tahap ini informan mengingat atau recall fakta atau informasi secara apa adanya. Saat wawancara informan mengatakan bahwa dengan mendengarkan lagu Korea informan dapat mengingat kembali kenangan dari masa lalunya seperti awal mula menjadi kpopers, mengingat masa SMP/ SMA, atau mengingat saat sekolah dasar yang saat itu informan mencoba untuk menghafalkan salah satu lagu Korea.

Salah satu informan menyampaikan bahwa saat mendengarkan salah satu lagu Korea, informan mengingat kenangan disaat kedua orang tua dari informan bertengkar. Hingga saat ini ingatan tersebut masih terus teringat oleh informan saat mendengarkan lagu tersebut.

Tahap berikutnya yaitu berfikir, pada tahap ini informan memahami kenyataan untuk mengambil suatu keputusan. Pada wawancara yang dilakukan dengan informan mereka menyampaikan bahwa dengan mendengarkan lagu korea dapat mengambil suatu keputusan yang dirasa tepat untuk mereka

Seperti dengan mendengarkan lagu korea informan merasa bahwa masih ada orang-orang yang memahami informan, memotivasi diri sendiri, mengembalikan suasana hati, menjadi lebih tenang dalam mengambil keputusan, dan dapat lebih mengontrol diri mereka sendiri.

Hal-hal tersebut dapat mempengaruhi informan agar dapat menerima setiap keadaan yang ada sehingga informan dapat terus melanjutkan aktivitas sehari-hari dari informan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, serta data-data yang telah dikumpulkan oleh peneliti melalui wawancara dan observasi dengan enam informan yaitu lima informan kunci dan satu informan ahli.

Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa motif yang tumbuh dalam diri remaja saat mereka mendengarkan lagu korea adalah karena rekomendasi teman, efek drama korea, lagu yang mudah didengarkan dan rasa ingin tahu yang tinggi.

Komunikasi intrapersonal dapat terjadi karena remaja-remaja tersebut telah melalui tahapan yang ada dalam proses komunikasi intrapersonal yaitu tahap sensasi, persepsi, memori dan berfikir. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi komunikasi intrapersonal pada remaja dan hal tersebut dapat mempengaruhi kegiatan sehari-hari yang dilalui oleh informan.

Referensi

- Mulyana, D. (2016). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (dua puluh). PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (P. Latifah (Ed.); 9th ed.). PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, J. (2017). *Psikologi Komunikasi* (T. Surjaman (Ed.); dua puluh t). PT Remaja Rosdakarya.
- Rezi, M. (2018). *Psikologi Komunikasi* (selfietara (Ed.)). Phoenix Publisher.
- Kuswarno, E. (2009). *Fenomenologi: Konsep, Pedoman, dan Contoh Penelitian*.
- Purnamawati, S. A. (2019). *POP CULTURE SEBAGAI SIMBOL KOMUNIKASI GENERASI MILENIAL DI SURABAYA (Studi Pada Penggemar Korean Wave)*.
- & Wolfman, L. S. B. A. (2013). MUSIK POPULER KOREA, FANATISME REMAJA, DAN PSIKOLOGI SUFISTIK Dalam. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Kim, A. (2017). *Korean Popular Music (K-Pop), Youth Fan Culture, and Art Education Curriculum*. <https://search.proquest.com/sociologicalabstracts/docview/2022418255/7600E5548D054146PQ/44?accountid=15172>
- Jin, D. Y. (2018). An analysis of the Korean wave as transnational popular culture: North American youth engage through social media as TV becomes obsolete. *International Journal of Communication*, 12, 404–422.
- Jin, D. Y., & Ryoo, W. (2014). Critical interpretation of hybrid K-pop: The global-local paradigm of english mixing in lyrics. In *Popular Music and Society* (Vol. 37, Issue 2, pp. 113–131). Taylor & Francis. <https://doi.org/10.1080/03007766.2012.731721>
- Andina, A. N. (2013). *Minat Terhadap Musik Korea di Kalangan Remaja di Yogyakarta (Studi pada Penggemar K-Pop di Daerah Sleman)*. 32.
- Widarti. (2016). Konformitas dan Fanatisme Remaja Kepada Korean Wave (Studi Kasus pada Komunitas Penggemar Grup Musik CN Blue). *Jurnal Komunikasi*, 7(2), 12–18. <https://doi.org/10.31294/jkom.v7i2.1486>

- Lathifah, I. N., Herman, A., & Yusaputra, M. I. (2019). Pengaruh Mengakses Korean Wave terhadap Perilaku Imitasi Remaja di Kota Palu. *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 111.
<https://doi.org/10.21070/kanal.v6i2.1933>
- Ridaryanthi, M. (2014). Bentuk Budaya Populer dan Konstruksi perilaku Konsumen ... *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(01), 87–104.
- Ibrahim, I. S. (2018). Budaya Populer Sebagai Komunikasi: dinamika popscape dan mediascape di Indonesia kontemporer. *Jalasutra*, Desember, 417.
- Putri, I. D. A. H. (2019). Kapita Selekta Ilmu Komunikasi (Memahami Komunikasi secara Teoritis dan Konseptual). *Widya Duta: Jurnal Ilmiah Ilmu Agama Dan Ilmu Sosial Budaya*, 13(2), 35–45.
- Kuswarno, E. (2007). Tradisi Fenomenologi pada Penelitian Komunikasi Kualitatif Sebuah Pedoman Penelitian dari Pengalaman Penelitian. *Sosiohumaniora*, 9(2), 161–176.
- Jaclyn Cabral. (2011). of Undergraduate Research in Communications. *Spring*, 3–12.
- Jurnal metode Penelitian Kualitatif*. (2002). 50–61.
- Yani, W. O. N. (n.d.). *KOMUNIKASI INTRAPRIBADI DALAM MEMBENTUK SIKAP PERCAYA DIRI MELALUI NEURO LINGUISTIC PROGRAMMING INTRAPERSONAL COMMUNICATION IN FORMING THE ATTITUDE OF CONFIDENCE THROUGH NEURO LINGUISTIC PROGRAMMING* Wa Ode Nurul Yani Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas. 124–135.
- Wave, K., Study, T. C., Wave, K., Fans, Y., & Kong, H. (2013). 유투브 (YouTube) 이용자들의 참여에 따른 한류의 확산: 홍콩의 10-20대 유투브 (YouTube) 이용자조사를 중심으로. 155–169.
- Yoon, K. (2018). Diasporic youth culture of K-pop. *Journal of Youth Studies*, 22(1), 138–152.
<https://doi.org/10.1080/13676261.2018.1496407>
- Hasbiansyah, O. (2008). Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 9(1), 163–180.
<https://doi.org/10.29313/mediator.v9i1.1146>
- Weeks, D. P. C. C. L. E. Y. N. to K. in 20. (2015). TINJAUAN PUSTAKA. *Dk*, 53(9), 1689–1699.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Victoria Lelu Sabon, Mochamad Tommy Putra Perdana, Permata Citra Stella Koropit, W. C. D. P. (2008). Jurnal 4.Pdf. In *Korelasi Nilai Anion Gap Dengan Nilai Base Excess Serta Peranan Kadar Klorida Terhadap Anion Gap Pada Penderita Asidosis Metabolik: Vol. XL No 4* (pp. 163–176).
- Interpretasi Kritis dari Hybrid KPop The Global* (p. 46). (2012).
- Analisis Gelombang Korea sebagai Budaya Populer Transnasional*. (n.d.).