BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

1. Kajian Literatur
2. Review Penelitian

Setelah melakukan pengamatan dan pencarian, peneliti belum menemukan judul penelitian seperti judul di atas, sehingga peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian yang berjudul “Persepsi Hansamo Bandung Mengenai Kasus Bunuh Diri *Idol K-Pop*”. Sementara itu, ada beberapa penelitian terkait dengan kajian seperti di atas. Penelitian tersebut dapat dijadikan sebagai referensi peneliti sebagai bahan kajian dalam menyusun penelitian ini. Penelitian tersebut dilakukan oleh:

Jeane Aryandani dengan judul “POLA KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA PADA KOMUNITAS KOREA HANSAMO BANDUNG” penelitian tersebut dilakukan pada tahun 2016 dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan teori yang digunakan adalah Teori Pengelolaan atau Ketidakpastian atau yang disebut dengan *Anxiety/ Management Theory* Hasil penelitian yang dilakukan oleh Jeane Aryandani ini ialah Bagaimana Pola Komunikasi Antar Budaya dalam Komunitas Hansamo Bandung.

Penelitian yang dilakukan oleh Jeane Aryandani memiliki kesamaan dengan penulis yakni subjek dan objek penelitian yang sama-sama merujuk pada komunitas Hansamo Bandung, sementara untuk landasan teori berbeda.

Selain itu, Tri Yuni Rachmawati dengan judul “PERSEPSI MAHASISWA KOTA BANDUNG MENGENAI PEMUDA HIJRAH” Penelitian tersebut dilakukan pada tahun 2017 dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Teori yang digunakan Teori Persepsi dari Deddy Mulyana yang menghasilkan persepsi mahasiswa Kota Bandung yang mengikuti kajian Pemuda Hijrah.

Penelitian yang dilakukan oleh Tri Yuni Rachmawati memiliki kesamaan dengan penulis ialah dasar teori yang digunakan yaitu Teori Persepsi dari Deddy Mulyana sedangkan subjek penelitian, objek penelitian dan metode penelitiannya berbeda.

1. Kerangka Konseptual
   1. Komunikasi

Komunikasi memiliki peranan penting karena banyak sekali permasalah-permasalahn yang timbul akibat komunikasi. Apabila komunikasi di aplikasikan dengan baik secara benar akan mampu menghilangkan konflik antarpribadi, antarkelompok, antarsuku, antarbangsa, dan antarras, membina kesatuan dan persatuan umat manusia.

Effendi (2003) mengatakan, bahwa hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antarmanusia yang dimaksud adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya. Komunikasi dapat dilakukan dengan berbagai bentuk, baik itu langsung secara tatap muka antara dua orang atau lebih, maupun tidak langsung melalui tulisan.

* + 1. Pengertian Komunikasi

Kata komunikasi atau communication dalam Bahasa Inggris berasal dari kata Latin *Communis* yang berarti “sama,” atau *Communicare* yang berarti “membuat sama”. Sama disini berarti yaitu bagaimana cara memberikan pemahaman yang sama antara yang memberi informasi (komunikator) dengan penerima informasi (komunikan). Komunikasi bergantung pada kemampuan untuk memahami satu sama lain.

West dan turner (2007) mengemukakan pendapatnya mengenai komunikasi, bahwa komunikasi adalah proses sosial dimana individu-individu menggunakan simbol-simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan mereka. Merujuk dari penjelasan tersebut, didapatkan lima istilah kunci dalam komunikasi yaitu : sosial, proses, symbol, makna, dan lingkungan.

Maksud dari kelima istilah kunci di atas adalah bahwa komunikasi merupakan suatu proses sosial yang berarti selalu melibatkan manusia serta interaksi, selain itu komunikasi dikatakan sebagai proses maksudnya banyak sekali yang dapat terjadi dari awal hingga akhir dari sebuah pembicaraan. Begitupun yang menyatakan komunikasi sebagai simbol yang dimaknai sebagai label atau representasi dari fenomena. Selain proses dan simbol, makna juga memegang peranan penting dalam komunikasi yang tentunya sebuah makna dapat diambil oleh seseorang dari suatu pesan. Istilah yang terkahir adalah lingkungan, yang merupakan situasi atau konteks dimana komunikasi itu terjadi.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia KBBI (2001) Komunikasi adalah suatu proses penyimpanan informasi (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak ke pihak yang lain.

Tubbs dan Moss mendefinisikan komunikasi sebagai proses penciptaan makna atara dua orang atau lebih, sedangkan Gudykunst dan Kim mendefinisikan komunikasi sebagai proses transaksional, simbolik yang melibatkan pemberian makna diantara orang-orang (dari budaya yang berbeda). Selaras dengan Tubbs dan Moss, Pace dan Faules menyatakan dalam komunikasi melibatkan dua bentuk umum terhadap tindakan orang yang terlibat dalam komunikasi, dua bentuk itu adalah bagaimana penciptaan pesan dan penafsiran pesan. Komunikasi menyangkut segala prilaku manusia, meski pada dasarnya tidak semua prilaku manusia merupakan bentuk dari komunikasi (Mulayana, 2006:65).

Komunikasi dikatakan sebagai interaksi disebabkan adanya sebab-akibat ataupun aksi-reaksi yang arahnya bergantian. Sesuai dengan definisi di atas dalam komunikasi terdapat perputaran informasi, dimana adanya seseorang yang menjadi sumber memberkan informasi itu yang diterima oleh orang lain kemudian orang lain itu mengembalikan informasi itu sebagai *feedback* kepada sumber informasi. Selain itu komunikasi dikatakan sebagai transaksi, dimana makna atau pemahaman yang diperoleh pada dasarnya bersifat pribadi.

Berdasarkan penjelasan-penjelasan di atas, dapat di simpulkan jika definisi komunikasi dapat dikatakan sebagai suatu proses sosial dimana didalamnya terdapat pertukaran informasi dan pemberian makna yang diharapkan dapat menemukan saling pengertian dan pemahaman antara orang-orang yang berinteraksi dalam satu konteks. Selain pertukaran informasi, komunikasi pun dapat digunakan sebagai pengungkapan perasaan melalui pesan sebagai penyalurnya.

* + 1. Tujuan Komunikasi

Upaya yang terjadi di dalam komunikasi tentunya memiliki tujuan. Tujuan yang dimaksud tentunya merujuk kepada hasil atau akibat pelaku komunikasi, menurut Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar mengatakan tujuan komunikasi adalah:

Komunikasi mempunyai tujuan isi, yang melibatkan pertukaran informasi yang kita perlukan untuk menyelesaikan tugas, dan tujuan hubungan yang melibatkan pertukaran informasi mengenai bagaimana hubungan kita dengan orang lain. (Mulyana, 2012:4).

Komunikasi dilakukan untuk mengungkapkan identitas diri, membangun hubungan sosial dengan sekitar, dan mempengaruhi orang lain untuk berpikir, bersikap, dan bertingkah laku seperti yang kita ingin. Scheidel menambahkan tujuan dasar berkomunikasi adalah untuk mengendalikan lingkungan fisik dan psikologis.

Tujuan Komunikasi ialah dapat mengubah sikap seseorang, dapat juga mengubah pendapat seseorang mengenai sesuatu, dapat pula mengubah perilaku seseorang, dan dapat mengubah sosial dalam masyarakat. (Effendy, 2003)

* + 1. Fungsi Komunikasi

Komunikasi dilakukan oleh seseorang dengan harapan dapat mengubah baik itu perilaku, sikap, pemikiran, hingga akhirnya keputusan sesuai dengan tujuan dari komunikasi itu sendiri. Sama hal dengan tujuan yang ingin dicapai, komunikasi memiliki beberapa fungsi penting dalam kehidupan.

Rudolph F. Verdeber, mengemukkan jika komunikasi memiliki fungsi sosial yang bertujuan untuk kesenangan dengan meperlihatkan bagaimana kedekatan seseorang dengan orang lain, membangun dan memlihara suatu hubungan. Selain itu komunikasi berfungsi sebagai pengambilan keputusan, dimana seseorang dapat memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu pada saat tertentu (Mulyana, 2006:5).

Fakta bahwa komunikasi yang sama mungkin dipersepsi secara berbeda oleh kelompok-kelompok berbeda kultur, dalam hal ini kesalahpahaman hampir tak dapat di hindari. Akan tetapi berbeda belum tentu buruk. Mencemooh sesuatu yang berbeda merupakan tanda kekebalan dan kecongkakan.

Budaya yang berbeda tentu memiliki peranan besar dalam membuat seseorang bersikap dan berpikir. Berangkat dari hal inilah, komunikasi berfungsi sebagai pengamatan untuk emngetahui bagaimana kita harus bersikap, terutama dengan mereka yang memang memiliki latar budaya yang berbeda-beda. Jika tujuan komunikasi untuk mempengaruhi seseorang baik itu pikiran maupun sikap, maka fungsi komunikasi adalah untuk mengenal seseorang agar dapat mengikuti apa yang kita inginkan.

Melalui komunikasi dengan orang lain, tak dipungkiri dapat memenuhi kebutuhan emosional dan intelektual seseorang dengan memupuk hubungan yang hangat dengan lingkungan sekitar.

* + 1. Unsur- Unsur Komunikasi

Harold Lasswell mengatakan, cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut: siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan penagruh bagaimana.

Berdasarkan dari definisi Lasswell dapat diturunkan lima unsur yaitu :

* + 1. Sumber

Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber bisa jadi seorang individu, lembaga, organisasi, kelompok, perusahaan, atau bahkan suatu negara.

* + 1. Pesan

Pesan merupakan seperangkat simbol verbal dan atau non-verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, atau maksud sumber tadi.

* + 1. Saluran atau Media

Saluran yaitu alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. saluran dapat merujuk pada bentuk pesan yang disampaikan kepada penerima, apakah saluran verbal atau saluran non-verbal.

* + 1. Penerima

Penerima sering juga disebut sebagai sasaran/tujuan, komunikate, penyandi balik atau khalayak, pendengar, penafsir, yaitu orang yang menerima pesan dari sumber.

* + 1. Efek

Efek merupakan apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut, misalnya penambahan pengetahuan, terhibur, perubahan sikap, perubahan keyakinan, dan perubahan prilaku.

* + 1. Prinsip- Prinsip Komunikasi

Prinsip-prinsip komunikasi di uraikan menjadi beberapa istilah. Adakalanya para pakar komunikasi menggunakan kata asumsi maupun karakteristtik dalam mengatakan prinsip komuniaksi. Meski sebenarnya, istilah itu merujuk pada satu permahaman dimana prinsip komunikasi pada dasarnya merujuk pada penjabaran lebih jauh mengenai hakikat maupun definisi dari komunikasi itu sendiri. Terdapat beberapa prinsip komunikasi yang dapat di tarik dari definisi komunikasi di atas. Diantaranya :

* + - 1. Komunikasi Adalah Proses Simbolik

Penggunaan lambang dalam kemampuan manusia memungkinkan perkembangan bahasa dan menangani hubungan antara manusia dan objek (baik nyata maupun abstrak) tanpa kehadiran manusia dan objek tersebut.

Lambang atau simbol adalah sesuatu yang digunakan untuk menunjuk sesuatu yang lainnya, berdasarkan sekelompok orang. Makna berada dalam kepala maisng-masing individu, bukan terletak pada lambang itu sendiri. Kalaupun ada orang yang mengatakan bahwa kata-kata mempunyai makna, yang ia masudkan sebenarnya bahwa kata-kata itu mendorong orang untuk memberi makna untuk kata-kata tersebut.

* 1. Setiap Prilaku Mempunyai Potensi Komunikasi

Seperti yang sudah diuraikan di atas, jika komunikasi menyangkut perilaku manusia, namun pada dasarnya tidak semua perilaku dapat dikatakan sebagai komunikasi.

Komunikasi terjadi apabila seseorang memberi makna pada perilaku orang lain atau perilakunya sendiri. Seperti, saat seorang tamu restoran sedang makan namun tidak mengucapkan sepatah kata pun kepada orang yang ia temui menampilkan perilaku yang potensial untuk ditafsirkan bahwa ia sedang marah, frustasi, patah hati, sakit gigi atau bisu.

* 1. Komunikasi Punya Dimensi Isi Dan Hubungan

Dimensi isi disandi secara verbal, sementara dimensi hubungan disandi secara nonverbal. Dimensi isi menunjukan muatan komunikasi, yaitu apa yang dikatakan atau disampaikan. Sedangkan dimensi hubungan menunjuk pada bagaimana cara mengatakannya yang juga mengisyratkan bagaimana hubungan para komunikasi itu, dan seharusnya bagaimana pesan itu ditafsirkan.

* 1. Komunikasi Berlangsung Dalam Berbagai Tingkat Kesengajaan

Komunikasi dilakukan dalam berbagai tingkat, muali dari yang tdaik direncanakan hingga yang benar-benar direncanakan dan disadari. Kesadaran dalam berkomunikasi biasanya lebih tinggi dalam situasi khusus daripada situasi rutin.

Kesengajaan bukanlah syarat mutlak bagi seseorang untuk berkomunikasi. Dalam komunikasi antara orang-orang yang berbeda budaya ketidaksengajaan komuniasi lebh relavan untuk diperhatikan. Banyak kesalahpahaman antar budaya disebabkan oleh perilaku seseorang yang tidak disengaja yang dipersepsi, ditafsirkan dan direspon oleh orang dari budaya lain.

* 1. Komunikasi Terjadi Dalam Konteks Ruang Dan Waktu

Makna pesan juga tergantung pada konteks fisik dan ruang, waktu, sosial dan psikologis. Waktu mempengaruhi makna terhadap suatu pesan. Suasana psikologis peserta komunikasi tidak pelak mempengaruhi suasana komunikasi.

* 1. Komunikasi Melibatkan Prediksi Peserta Dan Komunikasi

Prinsip ini mengasumsikan bahwa hingga drajat tertentu ada keteraturan pada perilaku manusia. Dengan kata lain, perilaku manusia, minimal secara persial, dapat diramalkan.

* 1. Komunikasi bersifat sistematik

Dikatakan bersifat sistematik karena komunikasi dalam prosesnya saling berhubungan dan terususun secara berurutan. Mulai dari pengirim pesan yang mengirimi pesan untuk dimaknai oleh penerima hingga dikembalikan lagi kepada pengirim pesan sebagai *feedback*.

* 1. Semakin Mirip Latar Belakang Sosial-Budaya Semakin Efektiflah Komunikasi.

Komunikasi yang efektiflah komunikasi yang hasilnya sesuai dengan harapan para pesertanya. Kesamaan dalam suatu hal msialnya agama, ras (suku), bahasa, tingkat pendidikan, atau tingkat ekonomi akan mendorong orang-orang untuk saling tertarik pada gilirannya karena kesamaan tersebut komunikasi mereka menjadi lebih efektif.

* 1. Komunikasi Bersifat Nonkuensial

Komunikasi yang biasa digunakan adalah komunikasi dua arah. Beberapa pakar komunikasi mengakui sifat sirkuler atau dua arah komunikasi. Meskipun bersifat sirkuler digunakan untuk menandai proses komunikasi, unsur-unsur proses komunikasi yang sebenernya tidak terpola secara kaku.

* 1. Komunikasi Bersifat Prosesual, Dinamis, Transaksional

Komunikasi sebagai proses dapat dianalogika dengan pernyataan Heraclicus enam abad sebelum masehi bahwa seseorang manusiat tidak akan pernah melangkah disungai dua kali.

* 1. Komunikasi Bersifat Irreversible

Suatu perilaku adalah peristiwa. Sifat irreversible adalah implikasi dari komunikasi sebagai proses yang berubah. Prinsip ini seyiogyanya menyardarkan kita bahwa kita harus hati-hati dalam menyampaikan pesan ke orang lain karena efek yang ditiadakan sama sekali, meskipun berusaha meralatnya.

* 1. Komunikasi bukan panasea untuk menyelesaikan berbagai masalah

Banyak terjadi konflik hanya karena kesalahpahaman komunikasi. Namun komunikasi bukan panesea (obat mujarab) untuk menyelesaikan permasalah atau konflik, karena konflik mungkin berkaitan dengan masalah structural. (Mulyana 2016:91)

* 1. Komunikasi Antarbudaya

Budaya adalah sesuatu yang sudah menajdi kebiasaan yang sudah sukar diubah (KBBI:2003). Budaya merupapakan sebuah nilaiatau praktik sosial yang berlaku dan diperlukan dalam hubungan antarmanusia baik sebagai individu maupun anggota masyarakat.

Gudykunst dan Kim mendefinisikan komunikasi (antarbuadya) sebagai proses transaksional, simbolik yang melibatkan pemberian makna antara orang-orang (dari budaya yang berbeda). Dalam berkomunikasi dengan orang-orang yang berbeda budaya, perlu adanya penundaan penilaian dan keputusan. Sesuatu yang diangap indah, baik, sopan, atau etis dalam satu budaya belum tentu berarti demikian dalam budaya lain (Mulyana, 2016:65).

Nasrullah (2012), mengatakan budaya dan komunikasi bsia saling mempengaruhi, dalam arti budaya tidak hanya mempengaruhi komunikasi tetapi budaya juga bisa dipengaruhi oleh komunikasi itu sendiri.

Menurut Martin dan Nakayama (1997), ada tiga pendekatan dalam mempelajari komunikasi antarbudaya. Pertama, pendekatan fungsional dimana seseorang dapat mengetahui kebiasaan seseorang dari penampilan luarnya dan dapat digambarkan. Kedua, pendekatan interpretative yang menegaskan bahwa manusia pada dasarnya mengkontruksikan dirinya dan realitas yang berbeda ddi laur dirinya. Pendekatan ini meyakini bahwa budaya dna komunikasi bersifat subjektif. Ketiga, pendekatan kritis yang dilakukan tidak hanya mempelajari kebiasaan, namun bagaimana kekuasaan sosial dan politik berfungsi dalam siatuasi budaya tertentu akan memebrikan solusi pada manusia dalam menyikapi kekuasaan.

Komunikasi antarbudaya dalam prosesnya memiliki tujuan akhir adalah munculnya efek. Efek komunikasi ini diharapkan mampu mengubah pengetahuan atau kepercayaan, kebiasaan, serta komunikasi antarpibadi yang saling berinteraksi.

Komunikasi antarbudaya dapat dikatakan sebagai proses pertukaran informasi yang didalamnya melibatkan satu budaya dengan budaya lain yang bertujuan adanya saling pemahaman mengenai perbedaan (budaya) serta diharapkan adanya perubahan pengetahuan atau kepercayaan dan kebiasaan. Berangkat dari hal ini, komunikasi antarbudaya dalam penelitian ini merujuk pada perilaku komunitas Korea di Kota Bandung yang memang dengan sengaja mempelajari kebudayaan Korea. Sesuai dengan deinisi di atas, dalam Komunikasi budaya terdapat proses pemberian makna terhadap budaya yang berbeda. Perbedaan inilah yang menjadi landasan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu bagaimana sikap penggemar K-Pop di Kota Bandung menyikapi perbedaan kebudayaan yang ada antara Indonesia dan Korea, terutama mengenai kasus bunuh diri Idol K-Pop sesuai dengan masalah yang diterdapat pada judul penelitian ini.

* 1. Persepsi

2.1.2.3.1 Pengertian Persepsi

Persepsi dapat dikatakan sebagai hasil pengamatan terhadap suatu hal, atau stimulus yang diberikan terhadap suatu proses pemaknaan. Publik akan memberikan makna atau arti terhadap rangsang berdasarkan pengalamannya tersebut dan kemampuan mempersepsi itulah yang dapat melanjutkan proses pembentukan citra. Persepsi akan positif jika informasi yang diberikan dapat memenuhi kognisi individu.

Persepsi adalah pengalaman tentang suatu objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan (Rakhmat, 2011: 50). Persepsi ialah memberikan makna pada stimulus indrawi (*sensory Stimuli*).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, persepsi adalah tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu. Proses mengetahui beberapa hal melalui panca indra.

Bimo Walgito (2004) mengungkapkan bahwa persepsi merupakan suatu proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap stimulus yang diterima oleh organisme atau individu sehingga menjadi sesuatu yang berarti, dan merupakan aktivitas yang integrated dalam diri individu.

Setiap orang mempunyai kecenderungan dalam melihat benda yang sama dengan cara yang berbeda-beda. Perbedaan itu bisa dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya adalah pengetahuan, pengalaman, dan sudut pandangnya.

Dari penjelasan di atas dapat ditarik suatu kesamaan pendapat bahwa persepsi merupakan suatu proses yang dimulai dari penglihatan hingga terbentuk tanggapan yang terjadi dalam diri individu sehingga individu sadar akan segala sesuatu dalam lingkungannya melalui indra-indra yang dimilikinya.

2.1.2.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Setiap orang mempunyai kecenderungan dalam melihat benda atau suatu hal yang sama dengan cara yang berbeda-beda. Perbedaan tersebut dipengaruhi oleh banyak faktor.

Menurut Toha (2003), persepsi seseorang dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya perasaan, sikap, dan kepribadian individu, prasangka, keingian atau harapan, perhatian (focus), proses belajar, keadaan fisik, gangguan fisik, gangguan kejiwaan, nilai, kebutuhan juga minat dan motivasi yang termasuk ke dalam faktor internal. Sementara faktor ekternal yang mempengaruhi, seperti latar belakang kelaurga, informasi yang diperoleh, penegtahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, pengulangan gerak, hal-hal baru dan familiar atau ketidak asingan suatu objek.

Merujuk pada pendapat Toha (2003) mengenai faktor yang mempeengaruhi persepsi di golongkan menjadi dua, faktor internal yang merupakan pengaruh dari dalam seseorang itu sendiri dan faktor eksternal yang di pengaruhi oleh lingkungan sekitar.

Walgito (2004) mengatakan bahwa faktor yang berperan dalam persepsi, seperti objek yang dipersepsi, yaitu objek yang menimbulkan stimulus yang mengenai alat indra atau reseptor. Stimulus datang dari luar individu, namun dapat juga datang dari dalam individu yang langsung mengenai syaraf penerima yang bekerja disebut reseptor. Selain itu, alat indra syaraf dan susunan syaraf ikut berperan dalam persepsi. Dimana stimulus yang diterima oleh alat indra langsung di teruskan ke pusat susunan syaraf, yaitu otak sebagai pusat kesadaran. Perhatian juga berperan dalam persepsi yang memusatkan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang ditujukan kepada suatu sekumpulan objek.

Faktor-faktor tersebut menajdikan persepsi indvidu berbeda satu sama lainnya dan akan berpengaruh pada individu dalam mempersepsi suatu objek, stimulus, meskipun objek tersebut benar-benar sama.

Perbedaan persepsi pada dasarnya dapat ditelusuri pada perbedaan-perbedaan individu, perbedaan-perbedaan dalam kepribadian, perbedaan-perbedaan dalam sikap atau motivasi. Proses tebentuknya persepsi terjadi dalam diri seseorang, namun persepsi juga dipengaruhi oleh pengalaman, proses belajar, dan pengetahuannya.

* 1. Komunitas
     + - 1. Pengertian Komunitas

Komunitas adalah sekumpulan orang yang mempunyai ikatan emosional yang sama. Komunitas bermula dari beberapa kesamaan seperti kesamaan nasib, tujuan, dan kegemaran.

Komunitas merujuk pada sekelompok orang yang berkumpul atau hidup bersama untuk mencapai tujuan tertentu, dan mereka berbagi makna dan sikap (Mulyana,2013: 48). Komunitas bergantung pada pengalaman dan emosi bersama, dan komunikasilah yang berperan dalam menjelaskan kebersamaan itu.

Soenarno (2002) mengatakan, komunitas adalah sebuah identifikasi dan interaksi sosial yang dibangun dengan berbagai dimensi kebutuhan fungsional.

Komunikasi manusia di dalamnya terdapat individu-individu yang memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferansi, kebutuhan, resiko, dan sejumlah kondisi lainnya yang serupa.

* 1. Pengertian *Korean Wave*

Istilah budaya popular atau popular culture dalam bahasa latin merujuk secara harfiah pada “culture of the people” (budaya orang-orang atau masyarakat).

Budaya popular muncul dengan sendirinya pada masyarakat, bkan hanya dijejalkan oleh media contohnya. Budaya popular berkembang dengan sendirinya dalam masyarakat, sebagai suatu proses yang aktif dan hidup, seperti halnya dengan budaya popular dari Korea Selatan yang sedang berkembang di masyarkat Indonesia saat ini dikenal dengan nama Korean Wave atau Hallyu.

Korean Wave dalam Bahasa Indonesia dapat disebut sebagai “gelombang Korea” merupakan sebuah istilah yang diberikan untuk fenomena tersebarnya budaya Korea secara global di seluruh penjuru dunia. Umumnya Korean Wave memicu banyak orang di negara tersebut untuk memperlajari Bahasa Korea dan kebudayaan Korea.

Kegemaran akan budaya pop Korea ini dimulai dari Negara Republik Tiongkok dan di Asia Tenggara pada akhir tahun 1990. Istilah Hallyu diadopsi oleh media Cina setelah album music pop Korea, H.O.T, dirilis di Cina. Kemudian serial drama TV Korea mulai diputar di Cina dan menyebar ke negara-negara lainnya, seperti Hongkong, Vietnam, Thailand, Fillipina, Amerika Serikat, Amerika Latin, Timur Tengah, hingga Indonesia.

Saat ini, Hallyu diikuti denan banyaknya penelitian dan minat pada segala produk yang berkenaan dengan Korea Selatan, seperti K-Food, K-Fashion, K-Cosmetic, dan lain-lain. Fenomena yang terjadi ini di manfaatkan untuk mempromosikan Bahasa Korea dan Kebudayaan Korea ke berbagai negara di dunia.

1. Kerangka Teoritis
2. Teori Persepsi

Penelitian ini akan menggunakan konsep dan teori yang relavan dengan permasalah yang akan diteliti oleh peneliti. Menurut Deddy Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi suatu Pengantar mengatakan bahwa persepsi adalah inti dari Komunikasi, sedangkan penafsiran adalah inti dari persepsi, yang identic dengan penyandian-balik (decoding) dalam proses komunikasi.

Persepsi disebut inti komunikasi, karena jika persepsi kita tidak akurat, tidak mungkin kita dapat berkomunikasi dengan baik.

Persepsi meliputi penginderaan (sensasi) melalui alat-alat indra kita (indra peraba, indra penglihat, indra pencium, indra pendengaran, indra pengecap), atensi, dan interpretasi (Mulyana, 2011: 181).

Berdasarkan pemaparan di atas maka dapat di tarik 3 unsur yang membentuk persepsi, yaitu :

1. Sensasi

Sensasi merujuk pada pesan yang di kirimkan ke otak melalui keseluruhan alat indra yang dimiliki manusia. Reseptor indrawi meliputi mata, telinga, hidung, kulit, dan lidah adalah penghubung antara otak manusia dan lingkungan sekitar. Makna pesan yang dikirimkan ke otak harus dipelajari, sehingga semua indra itu punya andil bagi berlangsungnya komunikasi manusia. Penglihatan menyampaikan pesan nonverbal ke otak untuk diinterpretasikan. Oleh karena otak menerima dua pertiga persen melalui rangsangan visual. Penglihatan mungkin merupakan indra paling penting. Pendengaran juga menyampaikan pesan verbal ke otak untuk di tafsirkan. Tidak seperti visual yang menuntut mata menagrah pada objek, suara diterima dari semua arah. Penciuman, sentuhan, pengecapan terkadang memainkan peran penting dalam komunikasi melalui lewat bau yang menyenagt, jabatan tangan yang kuat, dan rasa air garam di pantai.

1. Atensi

Atensi merupakan proses dimana sbelum kita merespon atau menafsirkan kejadian atau rangsangan apapun, kita harus lebih dulu memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut. Ini berarti bahwa persepsi mensyaratkan kehadiran suatu objek untuk dipersepsi, rangsangan yang menarik perhatian kita cenderuang kita anggap lebih penting daripada yang tidak menarik perhatian kita. Rangsangan seperti itu cenderung dianggap penyebab kejadian-kejadian berikutnya.

1. Interpretasi

Tahap terpenting dalam persepsi adalah interpretasi atas informasi yang kita peroleh melalui salah satu atau lebih indra kita. Namun anda tidak dapat menginterpretasikan makna informasi yang anda percayai mewakili objek tersebut. Jadi pengetahuan yang kita peroleh melalui persepsi bukan pengetahuan mengenai objek yang sebenarnya, melainkan pengetahuan mengenai bagaimana tampaknya objek tersebut. Interpretasi juga dapat dikatakan sebagai proses subjektif yang menjelaskan persepsi untuk menetapkan maknanya kepada semua objek. Untuk mengartikan makna, orang merancang penjelasan dari apa yang mereka katakana dan lakukan.

1. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan sebuah gambaran singkat mengenai tahapan-tahapan penelitian mulai dari awal hingga akhir penelitian.

Kasus bunuh diri yang menimpa Idol K-Pop merupakan salah satu fenomena yang hingga saat ini masih sering terjadi. Pada akhir tahun 2017 hingga awal 2018 terdapat 3 kasus bunuh diri yang melibatkan selebriti Korea. Kasus bunuh diri *Idol K-Pop* sempat menggegerkan industri hiburan Korea maupun negara-negara lain yang terdapat klub penggemar dari Idol Korea atau komunitas peicnta Budaya Korea.

Komunitas adalah sekumpulan orang yang mempunyai ikatan emosional yang sama. Komunitas bermula dari beberapa kesamaan seperti kesamaan nasib, tujuan, dan kegemaran. Sehingga dengan adanya kasus ini tentunya menimbulkan pandangan tersendiri bagi penggemar mengenai Idola mereka.

**Gambar 2.1**

**Bagan Kerangka Pemikiran**

Interpretasi

Sensasi

Atensi

Persepsi Hansamo Bandung Mngenai Kasus Bunuh Diri Idol K-Pop

Teori Persepsi

(Deddy Mulyana)

**Sumber : Deddy Mulyana, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar.**