

Hubungan Persepsi pada Poster Digital Konser Musik K-Pop dengan Motivasi Menonton Konser K- Pop pada Siswa SMA

Serafina Shalom Adjikusuma*, Christin Wibhowo, Kristia Greace Sianturi

Universitas Katolik Soegijapranata, Indonesia

Email: serafinashalom@gmail.com*, christine@unika.ac.id

Keywords:

Perception; Digital Poster; K-pop; Motivation; Music Concert.

Abstract

K-pop concerts have become a popular leisure activity among teenagers. However, factors influencing their motivation to attend concerts, particularly the role of perceptions on digital posters, require further investigation. This study aims to determine the relationship between perceptions on digital posters for K-pop concerts and motivation to attend K-pop concerts among YSKI Christian High School students, Class of 2021. Using a quantitative correlational approach, this study used a perception and motivation scale distributed via Google Form to 33 students as participants. The results showed that perceptions on digital posters for K-pop concerts had a positive relationship with motivation to attend concerts. Most students found the posters interesting and relevant to themselves, which contributed to their motivation to attend concerts. This study provides insights for concert organizers and marketers to pay attention to digital poster design elements in an effort to increase audience interest and motivation to attend music concerts. The conclusion of this study is that there is a problem regarding the relationship between perceptions on digital posters for music and students' motivation to attend K-pop concerts.

Kata Kunci:

Persepsi; Poster Digital; K-pop; Motivasi; Konser Musik;

Abstrak

Konser K-pop menjadi kegiatan pengisi waktu luang yang populer di kalangan remaja. Namun, faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi remaja menonton konser, khususnya peran persepsi pada poster digital, perlu diteliti lebih lanjut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara persepsi pada poster digital konser musik K-pop dengan motivasi menonton konser K-pop pada siswa SMA Kristen YSKI Angkatan 2021. Melalui pendekatan kuantitatif korelasional, penelitian ini menggunakan skala persepsi dan motivasi yang disebarluaskan melalui Google Form kepada 33 siswa sebagai partisipan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi terhadap poster digital konser K-pop memiliki hubungan positif dengan motivasi menonton konser. Sebagian besar siswa menganggap poster tersebut menarik dan relevan dengan diri mereka, yang berkontribusi terhadap motivasi mereka untuk menonton konser. Penelitian ini memberikan wawasan bagi penyelenggara konser dan pemasar untuk memperhatikan elemen desain poster digital dalam upaya meningkatkan minat dan motivasi audiens untuk menghadiri konser musik. Simpulan dari penelitian ini yaitu bahwa adanya permasalahan tentang hubungan persepsi terhadap poster digital musik terhadap motivasi siswa untuk menonton konser musik K-pop.

PENDAHULUAN

Musik memang lekat dengan kehidupan manusia. Awalnya, pertunjukan musik berasal dari sebuah gereja sederhana lalu berkembang ke rumah-rumah. Selanjutnya jenis musik berkembang dari jenis musik klasik, jazz hingga pop. Fungsi musik juga tidak lagi tentang keagamaan saja namun berkembang menjadi fungsi sosial (Racconi, dalam Hidayatullah, 2022). Dengan musik, seseorang akan menjadi akrab dengan orang lain karena perbincangan menjadi semakin hangat dan tidak formal. Melihat fungsi musik yang semakin berkembang itu maka pertunjukkan musik mulai berkembang dengan ansambel lengkap, ruang yang memadai dan komposisi yang harmonis. Hal ini menyebabkan adanya pertunjukan musik secara langsung (live) yang disebut juga dengan konser (Hidayatullah, 2022). Berdasar Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), konser ialah pertunjukan musik di depan umum.

Menurut Fadli (2022), menyaksikan konser musik memiliki banyak manfaat, antara lain menghibur diri karena bertemu dengan penyanyi idolnya, membantu membakar kalori dalam tubuh, menurunkan tingkat distress, menurunkan rasa nyeri karena otak menghasilkan endorphin yang bisa meredakan rasa nyeri dan meningkatkan hubungan sosial. Fungsi musik ini menjadi sangat penting, khususnya bagi remaja.

Remaja adalah individu yang berusia diantara 13-19 tahun. Mereka sering mengalami perasaan tidak nyaman yang terkait dengan banyak perubahan dalam dirinya. Monks, Koners dan Haditono (1989) mengatakan bahwa remaja mempunyai arti yang tidak jelas dalam rangkaian perkembangan manusia. Remaja belum dapat dikatakan dewasa namun juga bukan lagi anak-anak. Kebosanan, segan melakukan semua hal, merupakan sifat remaja. Oleh karena itu, remaja membutuhkan kegiatan yang membuat mereka semangat dan senang. Kegiatan yang dapat memenuhi kebutuhan remaja itu, antara lain berolah raga, melakukan hobi dan menonton konser musik. Seperti teman peneliti (bernama VR) mengatakan bahwa tugas-tugas sekolah kadang membuatnya lelah maka ia terdorong untuk mencari kegiatan lain selain mengerjakan tugas. Kegiatan itu yang bersifat menghibur, ada aktivitas fisiknya tapi yang tidak menguras pikiran dan bisa membuatnya semangat. Beberapa kegiatan yang ia pilih yaitu berjalan-jalan di mall atau menonton konser musik.

Salah satu konser musik yang disukai remaja yaitu K-pop (K-Pop /Korean Pop), yakni jenis musik populer yang berasal dari Korea Selatan. Di Indonesia, misalnya di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), demam K-Pop telah mewabah pada banyak anak muda. Bahkan bermunculan sejumlah komunitas penggemar K-Pop, seperti Aikei K- Pop, Jjang Kewerr Parody, Hallyu – UGM, Beyond Generation (BG), GMR (Irmanta, Tjptono, 2013). Di Semarang juga terdapat komunitas penggemar Kpop dengan nama antara lain My Day dan Army Serendipity (Adi, 2019). Konser musik K-pop menjadi salah satu kegiatan yang cukup penting diselenggarakan bagi remaja untuk mengisi waktu luang. Oleh sebab itu penting untuk mengetahui motivasi remaja (13-19 tahun) yang diwakili oleh siswa-siswi SMA Kristen YSKI Angkatan 2021, dalam menonton konser K-pop.

Menurut King (2017), motivasi adalah kekuatan yang menggerakkan seseorang untuk bertindak, berpikir dan merasakan. Terdapat dua hal yang mendorong munculnya motivasi, yaitu: adanya dorongan (drive) fisik untuk melakukan sesuatu dan adanya kebutuhan (need) untuk menghilangkan kekurangan yang dimiliki seseorang. Misalnya ketika seseorang merasa lelah karena banyak tugas, maka ia secara fisik terdorong untuk mencari hiburan, seperti konser musik. Ia merasakan kebutuhan untuk menonton konser musik agar rasa lelahnya berkurang.

Semakin tinggi dorongan dan kebutuhan seseorang maka semakin tinggi motivasi orang tersebut.

Melihat cukup pentingnya menyelenggarakan konser musik bagi remaja, maka perlu untuk melihat faktor-faktor penyebab motivasi. Ada beberapa faktor yang menyebabkan munculnya motivasi yaitu motivasi intrinsik (berasal dari dalam diri seseorang) dan motivasi ekstrinsik (berasal dari lingkungan). Nur I.P dan Widiastuti (2017) menyimpulkan bahwa ada empat cara promosi yang efektif untuk meningkatkan motivasi menonton konser yaitu adanya iklan (poster) melalui media elektronik dan media digital seperti Instagram, TikTok, dan Facebook; promosi penjualan melalui giveaway tiket gratis, penjualan tiket early bird dan presale; hubungan masyarakat melalui media sosial, menjalin hubungan kerja sama dengan media partner, sponsorship, dan ticket partner dan pemasaran langsung dan digital.

Dari penjelasan tersebut maka diketahui bahwa salah satu faktor penyebab motivasi menonton konser musik yaitu persepsi terhadap poster. Persepsi adalah proses mengorganisasi dan menginterpretasikan informasi sensoris agar informasi itu dapat bermakna (King, 2014). Persepsi yang baik terhadap poster akan membuat motivasi seseorang meningkat untuk mengikuti ajakan poster tersebut. Pada saat ini, remaja sangat akrab dengan internet maka poster untuk remaja lebih menarik jika dibuat digital.

Penelitian yang dilakukan Erlinawati (dalam Sitorus, Notowinarto, Sudirman, 2016) menyimpulkan bahwa persepsi terhadap poster berhubungan dengan motivasi. Namun demikian penelitian yang dilakukan oleh Sitorus dkk (2016) menunjukkan bahwa persepsi yang baik terhadap poster tidak ada hubungannya dengan perilaku. Karena ada perbedaan hasil penelitian, maka peneliti akan meneliti kembali tentang hubungan persepsi pada poster digital konser musik K-Pop dengan motivasi menonton konser K-Pop pada siswa SMA Kristen YSKI Angkatan 2021.

Secara lebih operasional, penelitian ini bertujuan untuk: (1) mendeskripsikan tingkat persepsi siswa terhadap poster digital konser musik K-pop, (2) mendeskripsikan tingkat motivasi siswa untuk menonton konser K-pop, dan (3) menguji signifikansi hubungan antara kedua variabel tersebut. Manfaat penelitian ini bagi siswa adalah memberikan kesadaran bahwa keputusan menonton konser dipengaruhi oleh banyak faktor, tidak hanya promosi.

METODE PENELITIAN

Penelitian dapat digolongkan dari berbagai sudut pandang. Dilihat dari pendekatan dalam hal analisisnya, penelitian dapat dibagi menjadi dua, yaitu penelitian kualitatif dan penelitian kuantitatif. Penelitian kualitatif menekankan analisisnya pada dinamika hubungan antar fenomena yang diamati dengan logika ilmiah. Metode pengumpulan datanya antara lain dengan wawancara dan observasi. Sedangkan penelitian kuantitatif menekankan analisisnya dengan menggunakan angka yang diolah dengan statistik (Azwar, 2017).

Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, digunakan metode skala dengan Google Form untuk mengukur persepsi terhadap poster digital konser musik K-pop dan motivasi menonton konser K-pop pada siswa SMA Kristen YSKI Angkatan 2021. Skala digunakan untuk mengukur satu tujuan tertentu, seperti persepsi, motivasi, kestabilan emosi, dan harga diri, berbeda dengan kuesioner yang digunakan untuk mengungkap berbagai data yang diketahui partisipan.

Metode Analisis Data

Menurut Azwar (2017), bila data berupa angka, maka hubungan kedua variabel itu dapat dinyatakan dalam bentuk korelasi yang dapat dianalisa dengan product-moment. Perhitungannya dapat dibantu dengan program SPSS (Statistical Program for Social Science). SPSS merupakan paket program aplikasi komputer untuk menganalisis data statistik. Dengan SPSS peneliti dapat dibantu untuk membuat laporan berbentuk tabulasi, dan statistik deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini ditampilkan hasil dari Google Form dari skala yang telah diisi oleh 33 siswa SMA Kristen YSKI Angkatan 2021. Tabel 1 berikut ini berisi tentang hasil Skala Persepsi Terhadap Poster Digital.

Tabel 1. Hasil Skala Persepsi Terhadap Poster Digital

No.	Pertanyaan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1.	Saya setuju dengan isi poster	0%	3%	54,5%	39,4%
2.	Aku menganggap poster itu warnanya menarik	0%	3%	45,5%	48,5%
3.	Menurutku gambar dalam poster itu bagus	3%	9,1%	33,3%	51,5%
4.	Aku dapat mengerti maksud dari poster tersebut	0%	12,1%	30,3%	54,5%
5.	Aku dapat memahami warna warna dalam poster tersebut	0%	15,2%	42,4%	39,4%
6.	Dengan melihat gambar pada poster, aku dapat mengambil kesimpulan bahwa poster itu memang cocok buatku	0%	33,3%	36,4%	27,3%
7.	Gambar pada poster ini mudah menarik perhatian	0%	9,1%	45,5%	42,4%
8.	Menurutku, poster ini bagus dibandingkan dengan poster lain.	0%	33,3%	48,5%	15,2%
9.	Warna dalam poster ini menarik perhatianku walau ada poster-poster lain disebelahnya	0%	24,2%	45,5%	27,3%

Tabel 2. Hasil Skala Motivasi Menonton Konser Musik K-Pop

No.	Pertanyaan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1.	Aku terdorong untuk melihat konser musik itu	0%	30,3%	39,4%	27,3%
2.	Aku berniat menonton konser musik itu	9,1%	36,4%	24,2%	27,3%
3.	Setelah kupikir, penting bagiku untuk melihat konser itu	27,3%	30,3%	27,3%	12,1%

No.	Pertanyaan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
4.	Bagiku, menonton konser musik itu merupakan kebutuhan	42,4%	36,4%	15,2%	3%
5.	Aku menyusun rencana untuk menonton konser itu	27,3%	42,4%	27,3%	0%
6.	Aku tidak akan menunda-nunda untuk menonton konser musik tersebut	36,4%	36,4%	21,2%	3%

Berdasarkan data yang ditampilkan pada Tabel 2, maka dapat diketahui bahwa kebanyakan partisipan tidak memiliki motivasi yang tinggi untuk menonton konser musik K-pop. Agar lebih jelas maka berikut disampaikan hasil dari jawaban partisipan terhadap Skala Persepsi Terhadap Poster Digital dan Skala Motivasi Menonton Konser Musik K-pop, dalam bentuk diagram.

Saya setuju dengan isi poster
33 jawaban

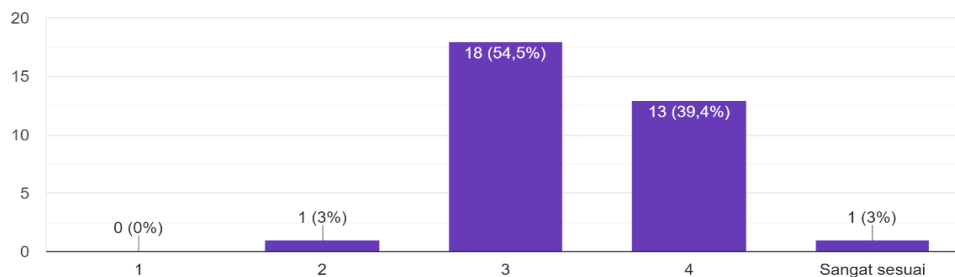


Diagram 1.

Berdasarkan Diagram 1, maka diketahui bahwa sebanyak 97% partisipan setuju dengan isi poster. Sebanyak 3% partisipan tidak setuju dengan isi poster.

Aku menganggap poster itu warnanya menarik
33 jawaban

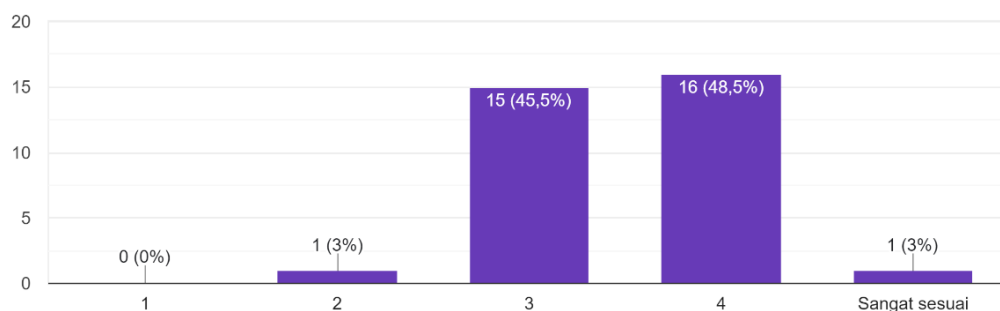


Diagram 2.

Sebanyak 97% partisipan menganggap bahwa warna poster menarik dan 3% menganggap warna poster tidak menarik.

Menurutku gambar dalam poster itu bagus

33 jawaban

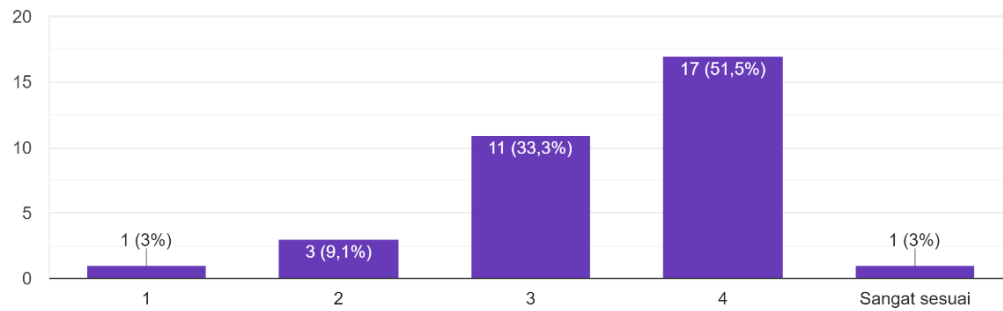


Diagram 3.

Berdasarkan pada Diagram 3, dapat diketahui bahwa sebanyak 91% partisipan menganggap bahwa gambar di poster terlihat bagus. Hanya 9% partisipan yang menganggap gambar pada poster tidak bagus.

Aku dapat mengerti maksud dari poster tersebut

33 jawaban

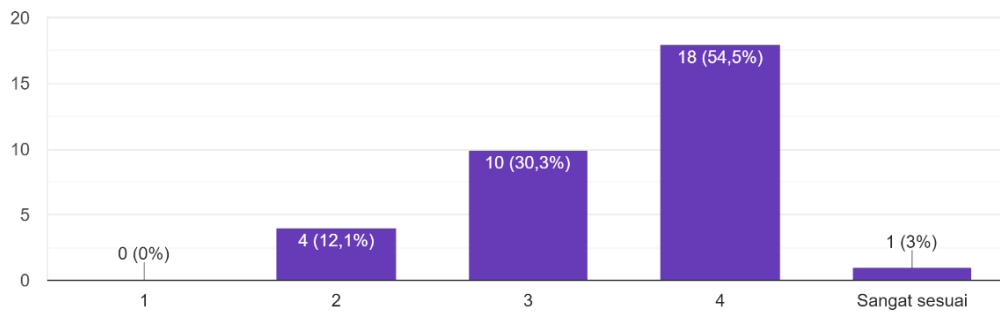


Diagram 4.

Sebanyak 78% partisipan memahami maksud dari poster, sedangkan 12% partisipan tidak memahami maksud dari poster.

Aku dapat memahami warna warna dalam poster tersebut

33 jawaban

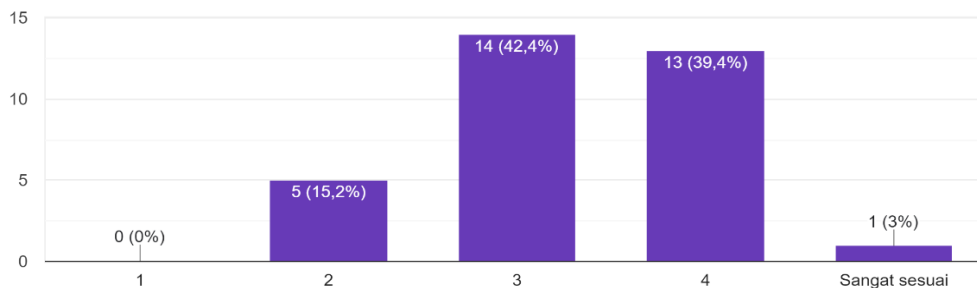


Diagram 5.

Berdasarkan hasil penelitian yang ditampilkan pada Diagram 5, maka diketahui bahwa 85% partisipan memahami warna dalam poster. Sebanyak 15% partisipan tidak memahami warna dalam poster.

Dengan melihat gambar pada poster, aku dapat mengambil kesimpulan bahwa poster itu memang cocok buatku
33 jawaban

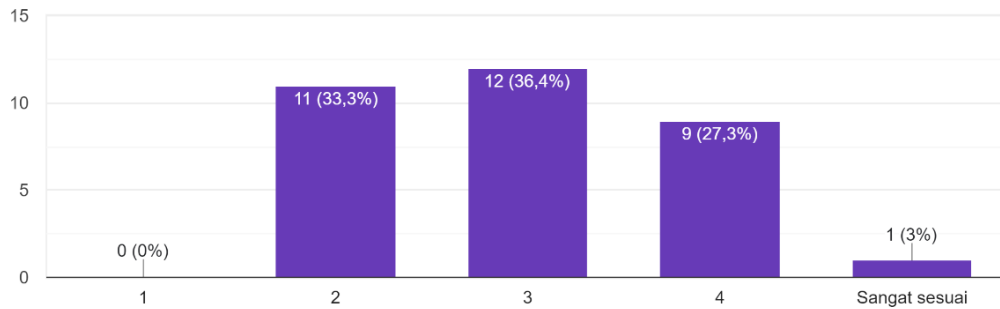


Diagram 6.

Diagram 6 menunjukkan bahwa sebanyak 67% partisipan menilai bahwa poster digital cocok buatnya. Di sisi lain, sebanyak 33% menyatakan poster tersebut tidak cocok untuknya.

Gambar pada poster ini mudah menarik perhatian
33 jawaban

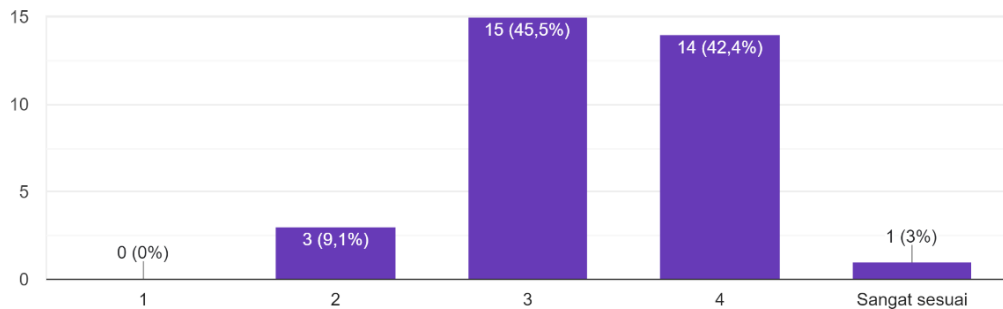


Diagram 7.

Hanya 9% partisipan yang menilai poster tidak menarik perhatian. Sebanyak 91% partisipan menyatakan bahwa poster itu menarik perhatiannya.

Menurutku, poster ini bagus dibandingkan dengan poster lain.
33 jawaban

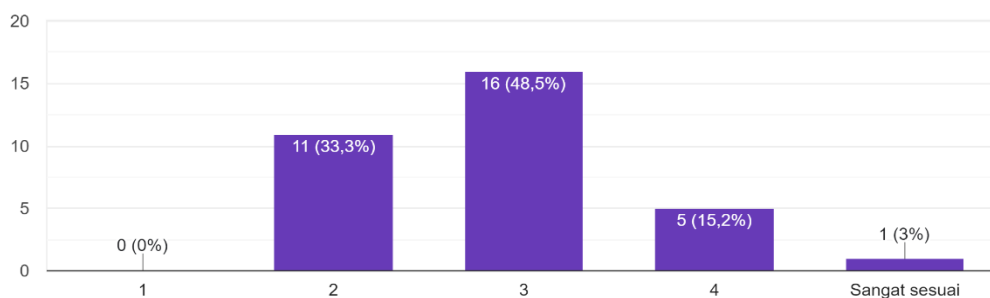


Diagram 8.

Sebanyak 67% partisipan menyatakan bahwa poster digital konser K-pop itu lebih bagus dibanding poster lain. Terdapat 33% partisipan yang menyatakan bahwa poster ini tidak lebih bagus dibanding poster lain.

Warna dalam poster ini menarik perhatianku walau ada poster-poster lain disebelahnya

33 jawaban

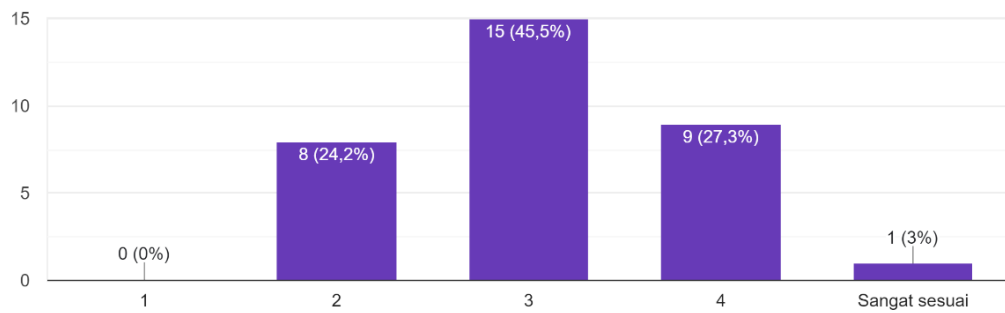


Diagram 9.

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diketahui bahwa sebanyak 76% partisipan menyatakan bahwa warna pada poster itu menarik perhatiannya walau ada poster lain di sebelah. Hanya 24% partisipan yang menganggap bahwa warna poster tidak menarik.

Aku terdorong untuk melihat konser musik itu

33 jawaban

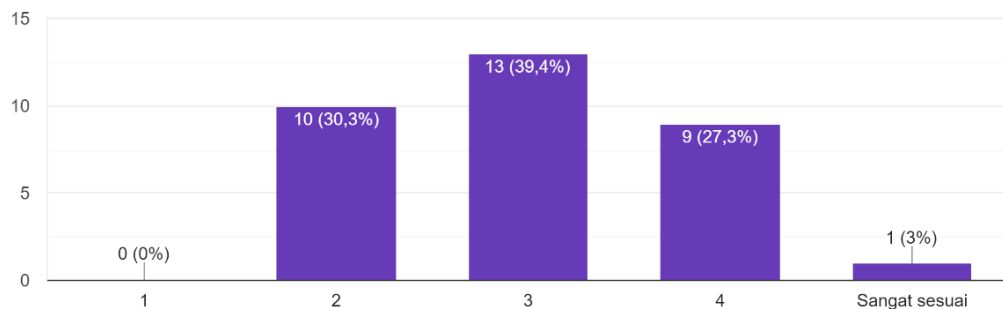


Diagram 10.

Sebanyak 30% partisipan tidak terdorong untuk mengikuti konser musik. Partisipan yang merasa terdorong untuk melihat konser sebanyak 70%.

Aku berniat menonton konser musik itu

33 jawaban

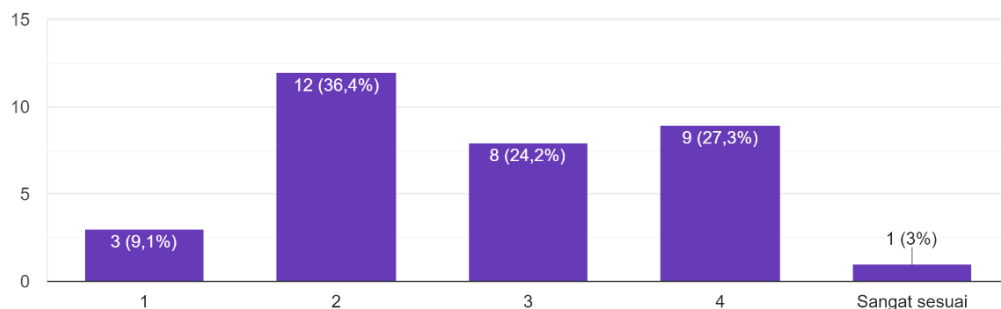


Diagram 11.

Berdasarkan Diagram 11, maka dapat diketahui bahwa sebanyak 64% partisipan berniat menonton konser. Terdapat 36% partisipan yang tidak berniat menonton konser.

Setelah kupikir, penting bagiku untuk melihat konser itu
33 jawaban

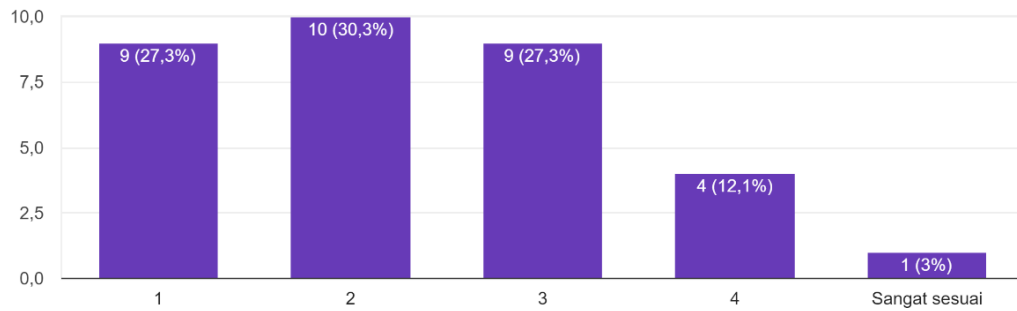


Diagram 12.

Sebanyak 57% partisipan menyatakan tidak penting untuk menonton konser musik. Partisipan yang menyatakan penting untuk menonton konser hanya sebanyak 43%.

Bagiku, menonton konser musik itu merupakan kebutuhan
33 jawaban

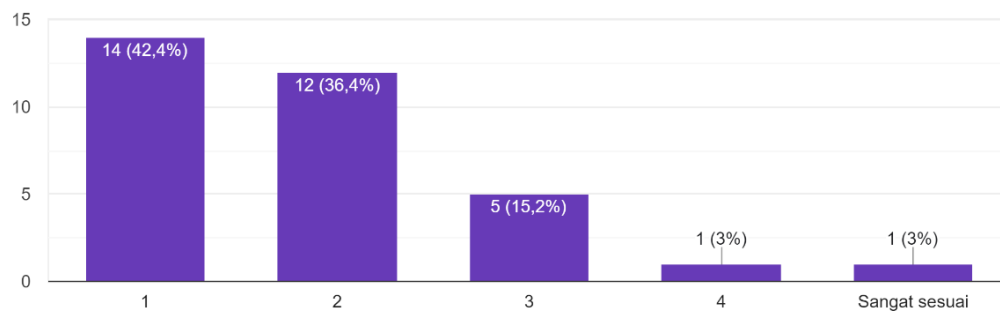


Diagram 13.

Partisipan yang menyatakan bahwa menonton konser itu merupakan kebutuhan sebanyak 21% saja. Partisipan yang menyatakan bahwa menonton konser itu bukan merupakan kebutuhan ada sebanyak 79%.

Aku menyusun rencana untuk menonton konser itu
33 jawaban

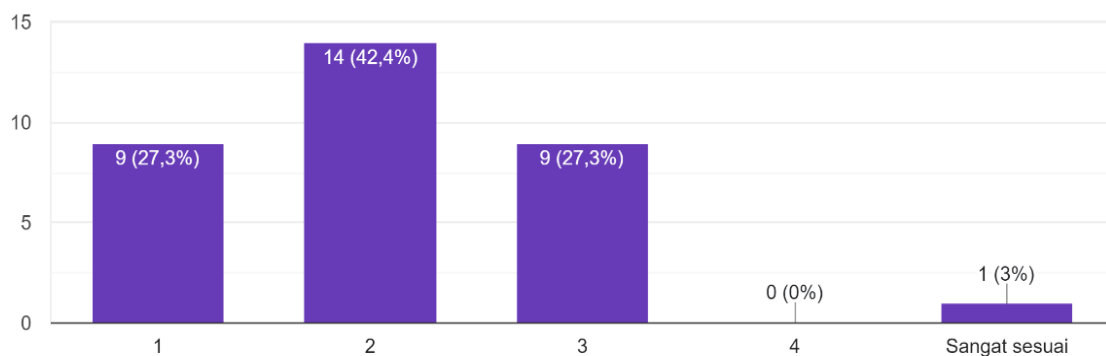


Diagram 14.

Berdasarkan Diagram 14 dapat diketahui bahwa hanya 27% partisipan yang menyusun rencana untuk menonton konser. Sebanyak 73% partisipan tidak menyusun rencana untuk menonton konser.

Aku tidak akan menunda-nunda untuk menonton konser musik tersebut
33 jawaban

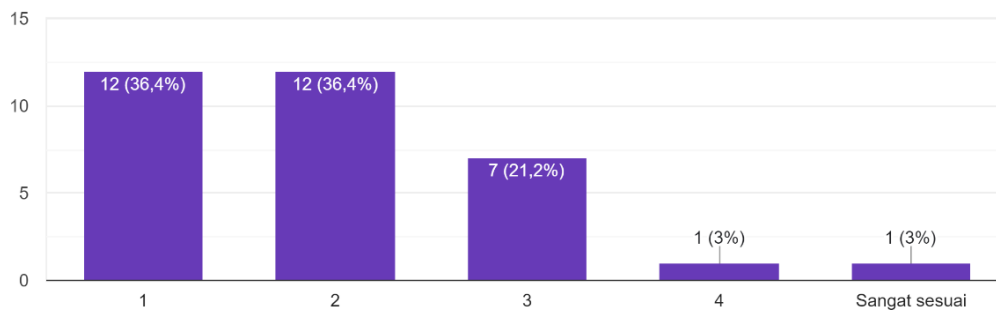


Diagram 15.

Berdasarkan hasil penelitian (Diagram 15) maka dapat diketahui bahwa sebanyak 73% partisipan menunda untuk menonton konser. Hanya 27% yang tidak menunda untuk menonton konser.

Secara umum dari hasil analisis data, dapat diketahui bahwa 97% partisipan memiliki persepsi yang baik mengenai warna poster digital tentang konser musik. Sebanyak 91% partisipan menyakan bahwa poster digital menarik perhatiannya. Partisipan (85%) juga memahami maksud dari poster tersebut. Walaupun demikian hanya 21% partisipan yang menyatakan butuh untuk menonton konser k-Pop, setelah melihat poster. Bahkan sebanyak 79% dari partisipan tidak menganggap menonton konser k-pop itu sebagai kebutuhan. Dengan kata lain, walaupun partisipan (siswa SMA Kristen YSKI Angkatan 2021), memiliki persepsi yang baik terhadap poster digital konser musik K-pop namun motivasinya rendah untuk menonton konser K-pop tersebut

Hasil tersebut sesuai dengan hasil analisa data menggunakan analisa product moment. Hasil analisa data juga menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara persepsi terhadap poster digital konser musik K-pop dengan motivasi untuk menonton konser K-pop tersebut. Hal ini ditunjukkan dengan hasil hubungan sebesar 0,261 dengan peluang kesalahan sebesar 0,074 (karena lebih besar dari 0,05 maka hubungan disebut tidak signifikan). Hasil ini dapat dilihat pada Lampiran, bagian D.

Dari beberapa teori yang telah disampaikan sebelumnya, maka dipahami bahwa jika siswa menerima dan memahami yang disampaikan oleh poster (persepi baik) maka ia akan terdorong (termotivasi) untuk mengikuti pesan dari poster tersebut. Jika poster dinilai baik oleh siswa, maka siswa memiliki kebutuhan untuk melakukan yang disampaikan oleh poster. Dengan kata lain, persepsi yang baik terhadap poster digital tentang K-pop akan meningkatkan motivasi siswa untuk menonton konser K-pop. Penelitian yang menyimpulkan bahwa ada hubungan antara persepsi dan motivasi, telah diteliti oleh Putri (2019) dan Wardana, dkk (2018).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa partisipan setuju dengan isi poster (97%), menganggap warna poster menarik (97%), menilai gambar pada poster itu bagus (91%), maksud poster dapat dipahami (78%), paham dengan maksud dari warna poster (85%), poster cocok dengan dirinya (67%), poster menarik perhatian (91%), poster menarik bila dibandingkan dengan poster lain (67%) dan warna poster menarik dibanding warna poster

lain(76%). Dengan demikian diketahui bahwa lebih dari 50% partisipan memiliki persepsi yang baik terhadap poster digital konser musik.

Walaupun partisipan memiliki persepsi yang baik terhadap poster, namun partisipan tidak terdorong (70%), tidak berniat (64%), merasa tidak penting (57%), tidak butuh (79%), tidak berencana (73%) dan menunda (73%) untuk menonton konser K-pop. Jadi lebih dari 50% partisipan tidak memiliki motivasi untuk menonton konser musik K-pop.

Dengan demikian maka penelitian ini membuktikan bahwa persepsi yang baik terhadap poster tidak berhubungan dengan motivasi siswa untuk menonton konser musik K-pop. Hal ini dikarenakan ternyata ada banyak faktor lain yang menyebabkan siswa memiliki motivasi untuk menonton konser musik, yaitu antara lain untuk memuaskan kebutuhan fisik, kebutuhan rasa aman, kebutuhan untuk dicintai, kebutuhan untuk dihargai dan aktualisasi diri. Faktor lain yang juga memengaruhi motivasi yaitu adanya rasa ingin tahu, tantangan, kompetensi dan kesenangan, adanya imbalan, insentif, imbalan dan hukuman (King, 2017). Tokoh lain yaitu Formica dan Uysal (dalam Alkhair, Budiman, 2019) mengatakan bahwa ada lima faktor penyebab motivasi menonton konser, yaitu mencari kesenangan dan sensasi, sosialisasi, hiburan, keterbaruan acara dan kebersamaan keluarga.

Dengan demikian partisipan dalam penelitian ini memang memiliki persepsi yang baik terhadap poster digital konser musik, namun persepsi yang baik ini tidak cukup untuk membuat partisipan termotivasi untuk menonton konser musik K-pop. Terdapat faktor lain yang dipertimbangkan oleh partisipan untuk termotivasi menonton konser atau tidak. Partisipan mempertimbangkan juga tentang insentif yang mereka dapat setelah membayar sejumlah uang untuk menonton konser. Mereka merasa rugi kalau sudah membayar sejumlah uang untuk tiket konser dan transport ke tempat konser hanya untuk kesenangan pribadi.

Partisipan mempertimbangkan kondisi keluarga dan jadwal sekolah yang mungkin terganggu karena mereka harus ke kota lain demi menonton konser. Apalagi saat ini pertunjukan-pertunjukan musik sudah dapat dinikmati melalui youtube. Dengan demikian walaupun mereka memiliki persepsi yang baik terhadap poster digital konser musik, belum tentu mereka termotivasi menonton konser musik tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sitorus, Marina & Notowinarto, Notowinarto & Sudirman, Destaria. (2016). Hasil penelitian mereka juga menyimpulkan bahwa tidak ada hubungan persepsi siswa terhadap poster bertema perilaku hidup sehat dan bersih dengan perilaku kesehatan.

KESIMPULAN

Simpulan dari penelitian ini yaitu bahwa adanya permasalahan tentang hubungan persepsi terhadap poster digital musik terhadap motivasi siswa untuk menonton konser musik K-pop. Setelah dilakukan penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak ada hubungan persepsi terhadap poster digital musik terhadap motivasi siswa untuk menonton konser musik K-pop pada siswa SMA YSKI Angkatan 2021. Oleh karena itu, untuk meningkatkan motivasi siswa selain menggunakan poster, dapat juga dengan mempertimbangkan faktor lain, seperti biaya, tempat dan waktu pelaksanaan. Jadi berdasarkan penelitian yang telah saya lakukan, saya mendapatkan bahwa persepsi poster yang baik tidak menentukan motivasi untuk menonton konser yang baik juga. Karena masih ada banyak faktor selain persepsi yang membuat motivasi seseorang untuk menonton konser meningkat, seperti

artis yang ditampilkan merupakan artis favorit mereka, lalu mereka memiliki waktu luang untuk menonton konser, dan masih banyak faktor lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, G. K. H. (2019). *Korean wave (Studi tentang pengaruh budaya Korea pada penggemar K-pop di Semarang)*. Retrieved from 123dok
- Alkhair, H., & Budiman, A. (2019). Motivasi pengunjung ke festival musik: Studi kasus Jazz Gunung Bromo 2018. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 4(2), 251–261.
- Azwar, S. (2017). *Metode penelitian psikologi*. Pustaka Pelajar.
- Fadli, R. (2022). Selain menghibur, ini 6 manfaat menyaksikan konser. Retrieved from Halodoc
- Hidayatullah, R. (2021). Komunikasi musikal dalam konser “Musik untuk Republik”. *Tonika: Jurnal Penelitian dan Pengkajian Seni*, 4(2), 145–160.
- Irmanto, V. R., & Tjiptono, F. (2013). Motivasi dan perilaku penggemar K-pop di Daerah Istimewa Yogyakarta. *MODUS*, 25(1), 1–25.
- King, L. A. (2014). *Psikologi umum: Sebuah pandangan apresiatif* (Jilid 1, P. G. Gayatri, Trans.). Salemba Humanika.
- King, L. A. (2017). *Psikologi umum: Sebuah pandangan apresiatif* (Jilid 2, P. G. Gayatri, Trans.). Salemba Humanika.
- Nugroho, F. T. (2021). Jenis-jenis musik pop dan ciri-cirinya yang perlu diketahui. Retrieved from Bola.com
- Nur I, P., & Widiastuti, R. (2021). *Strategi promosi konser musik An Intimate Concert di iKonser Channel* [Tugas akhir]. Retrieved from UGM Repository
- Putri, T. S. (2019). Hubungan antara persepsi siswa terhadap *sense of humor* guru dengan motivasi belajar siswa. *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan dan Konseling*, 5(8).
- Rahmadi, M. (2022). 8 contoh poster digital beserta tujuan dan fungsinya yang bisa jadi inspirasi. Retrieved from Bukalapak Mitra
- Rikmasari, R., Wati, D. M., & D. (2017). Hubungan persepsi penggunaan media visual gambar (poster) dengan cara berpikir kreatif siswa kelas 3 pada mata pelajaran Bahasa Indonesia di Bekasi. *Holistika: Jurnal Ilmiah PGSD*, 1(1).
- Sasongko, M. H. (2016). Mata kuliah musik pop dalam kurikulum pendidikan tinggi seni di Indonesia. *Promusika: Jurnal Pengkajian, Penyajian, dan Penciptaan Musik*, 4(1), 27–35.
- Sitorus, M., Notowinarto, N., & Sudirman, D. (2016). Persepsi siswa terhadap poster bertema perilaku hidup sehat dan bersih (PHBS) di lingkungan sekolah SMP Tunas Baru Jin-Seung Batam. *Simbiosis*, 5, 75–84.
- Sitrus, D. A. (2020). *Pengaruh penggunaan media poster terhadap hasil belajar siswa pada mata pelajaran Pendidikan Agama Islam kelas XI di SMA Tamansiswa Binjai* [Skripsi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara].
- Sumartono, A., & Astuti, H. (2018). Penggunaan poster sebagai media komunikasi kesehatan. *Komunikologi*, 15(1).
- Suryabrata, S. (2016). *Metodologi penelitian*. PT RajaGrafindo Persada.
- Wardana, A. N., Hairunnisa, & Wibowo, S. E. (2018). Pengaruh persepsi siswa SMA N 2 Samarinda terhadap minat dalam memilih Universitas Mulawarman (Studi pada siswa kelas 3). *eJournal Ilmu Komunikasi*, 6(4), 327–341.