

BAB 2

LANDASAN TEORI

2.1 Linguistik Kognitif

2.1.1 Definisi Linguistik Kognitif

Linguistik kognitif tidak dapat dipisahkan dari teori keterampilan kognitif pengguna bahasa yang dikembangkan pada 1960-an dan 1990-an (Verspoor, 2017). Hal tersebut yang menjadikan, beberapa definisi teori kognitif harus dipahami. Sederhananya, ilmu kognitif adalah studi tentang representasi mental dalam linguistik kognitif termasuk simbol, formula, gambar, ide, dan bentuk representasi lainnya (Aryadoust, 2019; Beck, 2019; Schunk & DiBenedetto, 2020). Linguistik kognitif memandang bahasa sebagai sebuah mekanisme kognitif yang esensial dalam pemahaman dunia dan pengalaman manusia. Dalam pandangan ini, bahasa bukanlah sekadar sebuah alat untuk berkomunikasi, tetapi juga secara inheren terhubung dengan cara kita berpikir dan mempersepsikan dunia.

Teori linguistik kognitif mempelajari struktur dan fungsi bahasa, serta bagaimana bahasa digunakan untuk memahami dan membentuk pemikiran. Dalam hal ini, ia mengkaji berbagai aspek seperti grammar, semantik, pragmatik, dan neurolinguistik. Salah satu prinsip utama dalam linguistik kognitif adalah konsep "metafora kognitif". Konsep ini menyatakan bahwa bahasa tidak hanya digunakan untuk mengungkapkan pikiran secara langsung, tetapi juga menggunakan metafora untuk mentransfer pemahaman dari domain yang saling berbeda.

Selain itu, linguistik kognitif juga mempelajari peran struktur kognitif. Konsep ini berkaitan dengan cara kita mengatur dan mengkategorikan informasi dalam pikiran kita. Sejalan dengan pemahaman tentang hubungan antara bahasa dan pikiran, linguistik kognitif juga memiliki kajian yang bertumpu pada penelitian neurolinguistik. Penggunaan teknologi pemindaian otak memungkinkan para peneliti untuk mempelajari aktivitas otak yang terlibat dalam pemrosesan bahasa. Hal ini membantu dalam memahami mekanisme kognitif yang menjadi dasar komunikasi dan pemahaman manusia.

Dalam kesimpulannya, linguistik kognitif adalah cabang ilmu linguistik yang berfokus pada hubungan antara bahasa dan pikiran. Ia mempelajari bagaimana bahasa mempengaruhi pemikiran dan sebaliknya, serta memahami penggunaan bahasa sebagai alat untuk membentuk dan memahami pemikiran manusia. Melalui konsep seperti metafora kognitif, pola dan skema kognitif, serta kajian neurolinguistik, linguistik kognitif memberikan wawasan dan pemahaman yang mendalam tentang peran bahasa dalam cara kita berpikir dan berinteraksi dengan dunia. Seperti yang dikatakan oleh Lakoff bahwa segala sesuatu yang terjadi dalam fenomena bahasa pasti ada yang melatarbelakangi atau yang memotivasinya (Sutedi, 2016:10).

2.1.2 Pendekatan Linguistik Kognitif

Salah satu pendekatan linguistik kognitif adalah konsep koneksi dan kesejajaran. Di dalam konsep ini, pikiran dilihat sebagai jaringan saraf yang terlibat dalam komunikasi saling melalui hubungan antara saraf yang satu dengan saraf yang lain. Dalam hal itu, Keadaan mental ditempatkan sebagai struktur global dan bertugas menciptakan pola atau sistem baru dari lingkungan yang ada, termasuk proses persepsi langsung. Linguistik kognitif menjelaskan hubungan dan koneksi antara bahasa dan pemikiran. Berpikir itu sendiri merupakan proses imajinatif berdasarkan manipulasi model dan rencana kognitif imajinatif yang berkaitan dengan ruang, kekuasaan, perspektif, dan tindakan.

Pendekatan linguistik kognitif juga sangat memperhatikan konsep metafora dan metonimi dalam bahasa. Metafora adalah penggunaan ungkapan yang transfer maknanya dari satu domain ke domain lain yang berbeda, sementara metonimi adalah penggunaan suatu kata atau ungkapan untuk mewakili konsep yang berhubungan erat secara situasional atau kontekstual. Misalnya, dalam ungkapan "dia punya tiga mulut untuk memberi makan keluarganya", metafora di sini adalah "mulut" yang digunakan untuk menggambarkan kemampuan seseorang memberi makan. Selain itu, pendekatan linguistik kognitif juga memperhatikan proses pemindaian kognitif saat berbicara dan memahami bahasa. Pemindaian kognitif mengacu pada pemrosesan pikiran yang terjadi saat kita menerima dan memproduksi bahasa. Pemindaian kognitif juga melibatkan

penggunaan keterampilan inferensi dan pemahaman konteks dalam memahami bahasa, sebab tidak semua informasi yang relevan disampaikan oleh ucapan verbal. Selain dari itu, dalam pendekatan linguistik kognitif juga diperhatikan penggunaan bahasa dalam membentuk konsep dan mempengaruhi pemikiran kita. Bahasa digunakan untuk mengorganisir dan merumuskan gagasan, sehingga penggunaan bahasa dapat mempengaruhi cara kita berpikir tentang dunia. Misalnya, penggunaan bahasa yang seksis dapat mempengaruhi cara pandang kita terhadap peran gender.

Dalam kesimpulannya, pendekatan linguistik kognitif mempelajari hubungan antara bahasa dan proses kognitif manusia. Pendekatan ini menyadari bahwa bahasa dapat mempengaruhi cara kita berpikir tentang dunia. Secara konseptual, bahasa linguistik kognitif didasarkan pada asumsi-asumsi dasar yang menyatakan bahwa keterampilan bahasa dan pengetahuan tertanam kuat dari kemampuan kognitif orang itu sendiri. Selain itu, linguistik kognitif juga mengasumsikan hal ini bahwa proses pemaknaan pada hakikatnya adalah proses konseptualisasi.

2.2 Semantik Kognitif

2.2.1 Definisi Semantik Kognitif

Kata semantik berasal dari kata Yunani *sema* yang berarti makna atau tanda. "Semantik" pertama kali digunakan pada tahun 1883 oleh filolog Perancis Michel Breal. Kata Semantik kemudian diterima sebagai ekspresi untuk bidang studi linguistik tanda-tanda linguistik dengan hal-hal yang mereka maksud, oleh karena itu, kata semantik diartikan sebagai ilmu makna atau tanda, yang merupakan salah satu dari tiga tingkatan analisis bahasa: Fonologi, Tata Bahasa dan Semantik (Chaer, 1994:2). Semantik (dari bahasa Yunani: *sema*, memberi tanda, yang berarti dari kata *sema*, tanda) adalah salah satu cabang linguistik yang menyangkut pokok bahasan makna/tanda yang terkandung dalam bahasa, kode atau cara representasi lainnya. Dengan kata lain, semantik adalah studi tentang makna. Semantik biasanya terkait dengan dua aspek lain: Sintaks, pembentukan

simbol kompleks dari simbol dan pragmatik yang lebih sederhana, penggunaan praktis simbol dalam komunitas dalam konteks tertentu.

Semantik kognitif juga menggabungkan elemen-elemen dari ilmu kognitif lainnya, seperti psikologi kognitif dan neurosains, untuk menguji dan memahami proses kognitif yang terlibat dalam pemahaman bahasa. Penting juga untuk memahami bahwa semantik kognitif mengakui bahwa arti tidak hanya tergantung pada kata-kata itu sendiri, tetapi juga konteks di mana kata-kata tersebut digunakan. Konteks dapat termasuk konteks situasional, konteks budaya, atau konteks linguistik lainnya. Konsep makna juga dapat bergantung pada faktor-faktor seperti pengetahuan yang dimiliki oleh pembicara atau pendengar, asosiasi pribadi yang terkait dengan kata-kata tersebut, dan bahkan konstruksi gramatikal dalam kalimat. Semantik kognitif bekerja untuk memahami bagaimana faktor-faktor ini mempengaruhi pemahaman makna dan penggunaan kata-kata dalam bahasa.

Metode penelitian yang digunakan dalam semantik kognitif bervariasi, tetapi sering kali melibatkan eksperimen psikolinguistik dan analisis data kualitatif dan kuantitatif. Eksperimen dapat melibatkan tugas seperti memori kata, pemahaman frasa, atau tugas-tugas lain yang melibatkan manipulasi makna dan penggunaan kata-kata. Data yang dianalisis kemudian digunakan untuk mengidentifikasi pola-pola kognitif dan prinsip-prinsip yang mendasari pemrosesan dan pemahaman bahasa. Dalam beberapa tahun terakhir, semantik kognitif telah mengalami kemajuan yang signifikan dalam pemahaman tentang bagaimana bahasa dan pemahaman konseptual berhubungan. Cabang ini telah mempengaruhi berbagai bidang lain seperti psikolinguistik, terapi wicara, dan kecerdasan buatan. Semantik kognitif juga memiliki aplikasi praktis dalam pengajaran bahasa, terjemahan, dan komunikasi antarbudaya. Dalam rangka memahami bahasa dan pemahaman manusia secara lebih mendalam, semantik kognitif terus berkembang dan mengembangkan teori-teori dan metode penelitian yang baru. Melalui pendekatan kognitif yang holistik, semantik kognitif membantu kita memahami hubungan antara bahasa, pikiran, dan pemahaman konseptual yang diperlukan untuk berkomunikasi dan berinteraksi sebagai manusia.

Kata semantik itu sendiri mengacu pada berbagai ide dari yang populer hingga yang sangat teknis. Itu sering digunakan dalam percakapan sehari-hari untuk menunjukkan masalah pemahaman yang akan segera terjadi pemilihan kata atau makna. Masalah pemahaman ini menimbulkan banyak pertanyaan secara formal, dalam jangka waktu yang lama, terutama dalam ranah semantik formal. Dalam linguistik, ini adalah studi tentang interpretasi tanda atau simbol yang digunakan dalam agen atau instrument masyarakat dalam keadaan dan konteks tertentu. Dalam hal ini suara, ekspresi, Bahasa tubuh dan proksemik memiliki konten semantik (bermakna) dan masing-masing ada beberapa bidang studi. Bahasa tertulis adalah tentang hal-hal seperti struktur paragraf dan tanda baca membawa konten semantik, bentuk bahasa lain membawa konten semantik yang berbeda.

2.2.2 Hakikat Makna Dalam Semantik Kognitif

Menurut teori yang dikembangkan dari pandangan Ferdinand de Saussure, hakikat makna dalam semantik kognitif adalah "pengertian". atau "konsep" yang di miliki atau terkandung dalam tanda linguistik. Menurut de Saussure semua tanda linguistik terdiri dari dua unsur, yaitu (1), yang diartikan (dalam bahasa Perancis: tandai, bahasa Inggris: ditandatangani) dan (2) yang artinya (dalam bahasa Perancis: bermakna, bahasa Inggris: tanda). Apa yang sebenarnya dimaksud seseorang (berarti, berarti). tidak lebih dari konsep atau arti dari tanda fonetik. Bahkan jika itu berarti (Tanda atau Penanda) adalah bunyi yang terbentuk dari fonem bahasa yang berbeda terpengaruh Dengan kata lain: setiap tanda linguistik terdiri dari unsur fonetik dan unsur semantik. Kedua unsur ini merupakan unsur kebahasaan (antarbahasa) yang biasanya menunjuk atau mengacu pada sesuatu. Penting untuk memahami bahwa makna tidak hanya terbatas pada kata-kata atau frasa, tetapi mencakup pemahaman manusia tentang dunia di sekitarnya. Konsep-konsep seperti objek, tindakan, atribut, dan hubungan merupakan bagian dari pemahaman makna yang lebih luas.

Pemahaman makna juga berkaitan erat dengan proses kognitif seperti persepsi, memori, dan pemikiran. Dalam semantik kognitif, ada juga konsep-

konsep seperti konstruksi kognitif, lain mental, dan pola pikir yang digunakan untuk menjelaskan bagaimana manusia membangun dan menafsirkan makna. Misalnya, konstruksi kognitif seperti "pria tampan" dan "wanita cantik" merupakan pola pikir atau konstruksi yang melibatkan penilaian tentang penampilan fisik seseorang.

Dari sini, dapat disimpulkan bahwa hakikat makna dalam semantik kognitif melibatkan proses kompleks yang terkait dengan penyimpanan, pemrosesan, dan penggunaan informasi dalam pikiran manusia. Konsep-konsep seperti prototipe, skema, metafora, dan metonimi membantu menjelaskan cara manusia memahami dan menginterpretasikan makna dari segala aspek kehidupan sehari-hari. Selain itu, pemahaman makna juga memiliki keterkaitan erat dengan proses kognitif lainnya seperti persepsi, memori, dan pemikiran. Semua ini mengindikasikan bahwa hakikat makna dalam semantik kognitif lebih dari sekedar arti kata atau frasa, tetapi juga mencakup pemahaman manusia tentang dunia di sekitarnya.

Rujukan yang merupakan unsur ekstralinguistik. Di bidang semantik, leksem yang bersifat umum biasanya digunakan untuk tanda linguistik didefinisikan sebagai kata atau frase yang mewakili suatu unit yang bermakna (Harimurti, 1982: 98). Sebaliknya konsep kata, umumnya didefinisikan sebagai unit ucapan yang dapat terjadi secara independen satu sama lain morfem atau kombinasi morfem (Harimurti, 1982: 76) adalah istilah dari departemen tata bahasa. Artikel ini mengasumsikan bahwa kedua istilah tersebut memiliki arti yang sama. Harus jelas bahwa tidak semua kata atau leksem memiliki referensi konkrit di dunia nyata.

2.3 Tren Gaya Berpakaian Hijab

2.3.1 Pengertian Tren

Tren menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah suatu bentuk nominal yang mempunyai arti ragam cara atau bentuk terbaru pada suatu waktu tertentu (pakaian, gaya rambut, gaya hijab, dan lain sebagainya). Dalam bahasa Inggris tren merupakan kata yang sudah tidak asing untuk didengar, selain mendengar

mungkin kita pernah atau mungkin sering mengucapkan kata tren. Tren adalah segala sesuatu yang saat ini sedang di bicarakan, diperlihatkan dan dimanfaatkan oleh banyak masyarakat pada saat-saat tertentu.

Secara umum, tren mengacu pada arah atau gaya yang menjadi populer dalam suatu periode waktu. Ini bisa berupa gaya pakaian, kebiasaan makan, gaya rambut, atau bahkan preferensi musik dan hobi. Tren juga mencakup perkembangan dalam dunia teknologi seperti smartphone terbaru, aplikasi populer, atau tren media sosial. Tren dapat berubah seiring berjalannya waktu, karena gaya dan preferensi masyarakat juga berubah. Perubahan ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk perkembangan ekonomi, perkembangan teknologi, globalisasi, dan budaya populer.

Ada juga tren jangka panjang dan tren jangka pendek. Tren jangka panjang mencerminkan perubahan yang bertahan dalam jangka waktu yang lebih lama, sementara tren jangka pendek adalah tren yang bisa cepat berubah dalam periode waktu yang lebih singkat. Tren juga dapat digunakan dalam konteks bisnis dan industri. Perusahaan sering memonitor tren pasar untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan mereka, serta untuk memprediksi perubahan yang akan terjadi dalam permintaan produk atau jasa tertentu. Mengikuti tren bisnis dapat membantu perusahaan merencanakan strategi dan mengambil keputusan yang lebih baik.

Dalam era digital, tren juga dapat mengacu pada tren media sosial atau tren online lainnya. Pada saat yang sama, tren ini juga bisa menjadi momentum bagi bisnis untuk memperoleh branding yang lebih besar dengan berpartisipasi dalam tren tersebut dan mengeksplorasi peluang yang ditawarkan. Selain itu, tren juga bisa digunakan dalam konteks sosial dan politik. Misalnya, tren politik mengacu pada arah atau pergeseran kebijakan atau tindakan politik dalam suatu periode waktu. Demikian pula, tren sosial mencakup perubahan dalam nilai-nilai, keyakinan, dan norma sosial yang dapat ditemukan dalam masyarakat. Jadi, secara umum, tren adalah perubahan atau arah yang terjadi dalam jangka waktu tertentu dan dapat diamati dalam berbagai konteks seperti bisnis, industri, mode, teknologi, dan sosial. Pengetahuan tentang tren dapat memberikan informasi

berharga untuk membuat keputusan yang lebih baik dan mengikuti perubahan yang terjadi di dunia.

Dalam hal ini, tanda-tanda suatu objek sedang menjadi trend ini terjadi pada saat tertentu saja, karena tren mempunyai masa atau waktu di masyarakat. Jadi inti dari sebuah trend adalah objek yang sedang menjadi pusat perhatian di masyarakat pada saat tertentu. Jika dikaitkan dengan gaya berpakaian atau busana. Tren adalah busana yang sedang digemari oleh sebagian besar masyarakat pada periode waktu tertentu.

2.3.2 Pengertian Gaya Berpakaian

Gaya berpakaian telah menjadi bagian penting dari gaya hidup, *trend* dan penampilan sehari-hari semua orang. Menurut Soekanto gaya berpakaian berarti suatu kondisi yang tidak berlangsung lama, yang berhubungan dengan gaya bahasa, perilaku, hobi hingga model pakaian tertentu (Raja Grafindo, 2014). Ide yang sama juga diungkapkan oleh Lypovettsky, Gaya berpakaian merupakan suatu bentuk perubahan yang ditandai dengan berlalunya waktu cepat, jadi gaya berpakaian atau *fashion* adalah kekuatan individualitas yang memungkinkan seseorang untuk mengekspresikan dirinya di dalam berpakaian. Peneliti lain juga mengatakan bahwa Polhemus dan Procter *fashion* yang digunakan sebagai sinonim atau setara busana, mode dan hubungan gaya dalam masyarakat (Jalasutra 2016). Gaya berpakaian adalah faktor penting yang membentuk pengalaman kehidupan sosial, oleh karena itu *fashion* memiliki beberapa fungsi. Manusia adalah media yang dapat menyampaikan nilai sosial, status, dan pesan artifisial non-verbal. Gaya berpakaian juga bisa untuk mengekspresikan suasana hati seseorang.

Gaya berpakaian mempunyai suatu fungsi kesopanan dan kemenarikan. Sebagai fenomena budaya, gaya berpakaian sebenarnya bisa mengespresikan banyak tentang identitas pemakainya. Gaya berpakaian juga bisa digunakan mengekspresikan nilai dan status sosial karena orang dapat menciptakan sesuatu kesimpulan tentang siapa anda dan kelompok sosial apa yang anda ikuti mode menengah (Ibid, 2016). Banyak orang yang suka berdandan busana Islami dalam setiap aktivitas sehari-hari yang merupakan kreasi busana Islami sebagai gaya

berpakaian dan gaya hidup. Menurut Contemporary English Indonesian Dictionary of Bahasa Inggris, Houghton Mifflin Company di Amerika 2004 bahwa gaya berpakaian diartikan sebagai gaya atau tingkah laku misalnya dalam perilaku atau pakaian. Jika gaya menyangkut pemahaman seseorang tentang kepribadiannya dan kemudian menggunakan pakaian yang sesuai dengan selera anda.

2.3.3 Kategori Hijab

1. Perempuan Hijaber

Perempuan berhijab ini adalah perempuan berkelas yang mengenakan jilbab longgar, yaitu jilbab yang sering dikenakan oleh wanita muslimah yang biasanya memakai syal dan pakaian besar yang dapat menutup perut, punggung dan bahkan kepala hingga mencapai pinggang, agar pas dengan syal yang dikenakannya terlihat sangat lebar dan tinggi. Jenis jilbab yang dikenakan oleh perempuan hijaber muslim bentuknya lembaran persegi panjang lebar, yang kemudian dilipat menjadi segitiga dan diperbaiki dengan peniti atau jarum di bagian bawah dagu. Penggunaan jilbab ini dikaitkan dengan pakaian Islami yang terdiri dari jas atau jubah yaitu baju tanpa potongan ukuran dan kaus kaki yang sangat longgar. Ada juga yang memadukannya dengan atasan yang sangat longgar yang panjangnya selutut dan dipasangkan dengan rok penuh.

2. Perempuan berhijab sedang

Perempuan dengan kategori hijab moderat adalah wanita muslimah mengenakan hijab yang sedang, tidak terlalu longgar dan tidak terlalu minimalis. Jilbab, yang sebagian besar berlaku hari ini tersedia di toko *fashion*, supermarket, pasar dan banyak lagi yang siap digunakan. Penerapannya mencakup seluruh tubuh wajah dan telapak tangan dan memadukannya dengan pakaian Islami yang sesuai dengan kategori penutup aurat. Sebagian wanita muslim mengasosiasikannya dengan baju/jubah atau terusan yang tidak terlalu longgar bahkan mungkin terlihat lekuk tubuhnya, biasanya kemeja dipadukan dengan celana panjang longgar dan ada yang memadukannya dengan rok panjang.

3. Perempuan berhijab dengan pakaian seksi

Perempuan kelas tiga ini adalah perempuan yang memakai jilbab dengan pakaian seksi, atau dipadukan dengan hijab medium atau minimalis, yaitu jilbab yang dikenakan oleh perempuan muslim dan dengan demikian diubah sehingga terlihat sangat kecil dan bisa dipadankan dengan pakaian juga minimalis. Busana yang dipilih dan dipakai oleh wanita muslim ini ukurannya cukup kecil dan tampak agak sesak karena ukuran yang kecil sehingga memperlihatkan lekuk tubuhnya. Ada juga yang memakai kemeja lengan panjang yang sangat ketat, beberapa lainnya ada yang hanya memakai sampai lengan panjang sudut siku sehingga separuh tangan terlihat jelas warnanya dan bentuk namun, tak sedikit wanita muslimah yang memakainya celana ketat dengan celana pensil dipadukan dengan atasan panjang yang menutupi pinggul, hijab yang dikenakannya pun beragam, baik hijab minimalis maupun hijab sedang dengan kain segi empat yang dibentuk segitiga dengan satu ujung diikat ke ujung lainnya.

2.4 Pecinta K-Pop

2.4.1 Karakteristik Pecinta K-Pop

Karakteristik pecinta K-Pop yakni mereka kompak dengan antar penggemar lainnya. Penampilan yang mereka gunakan juga mengikuti gaya dari idola yang mereka sukai. Terlihat dari minat mereka yang sama terhadap musik K-Pop, sehingga ketika mereka berkumpul mereka akan terus membicarakan idolanya. Saling bertukar informasi, bertukar album, koleksi musik video, dan bertukar gosip tentang idola mereka. Dari segi penampilan mereka terlihat bahwa mereka adalah pecinta K-Pop dengan aksesoris dan model pakaian yang digunakan. Gaya hidup merupakan sebuah pola yang dilakukan secara berulang dan dilakukan oleh orang banyak. Gaya hidup tidak bersifat personal, ia memiliki pengikut, jika sebuah gaya hidup hanya dilakukan oleh satu orang maka akan menjadi sebuah keanehan dan tidak lazim (Puspitasari, 2013).

Pecinta K-Pop merupakan kelompok besar penggemar musik pop Korea yang terus berkembang seiring dengan popularitas K-Pop yang mendunia. Karakteristik dari seorang pecinta K-Pop mencakup beragam aspek termasuk

passion yang tinggi terhadap musik K-Pop, penghargaan terhadap seni dan estetika, kecintaan terhadap artis dan grup K-Pop favorit, partisipasi aktif dalam komunitas K-Pop, dan kemampuan untuk mengikuti tren dan perkembangan terbaru di industri musik Korea.

Pecinta K-Pop memiliki passion yang tinggi terhadap musik K-Pop. Mereka mendengarkan dan menikmati musik K-Pop di berbagai genre, seperti pop, hip hop, EDM, dan ballad. Mereka sering mencari dan mendengarkan lagu-lagu baru dari artis K-Pop favorit mereka, serta rajin mengikuti lagu-lagu yang populer di tangga lagu Korea dan internasional. Selanjutnya, pecinta K-Pop juga memiliki penghargaan yang tinggi terhadap seni dan estetika. Mereka menghargai kualitas produksi musik, tarian, dan visual yang disajikan oleh artis dan grup K-Pop. Mereka tidak hanya menikmati musik, tetapi juga menikmati penampilan panggung yang spektakuler, video musik yang kreatif, dan konsep yang unik dari artis K-Pop. Mereka menganggap K-Pop sebagai seni yang kompleks dan menikmati proses merasakan dan mengartikan pesan melalui musik dan visual.

Selain itu, pecinta K-Pop juga memiliki kecintaan yang kuat terhadap artis dan grup favorit mereka. Mereka bisa menjadi fans tegar, yang mendukung dan mengikuti karir artis K-Pop dari awal hingga saat ini. Mereka merasa terhubung dengan artis dan grup tersebut melalui musik dan pesan yang disampaikan oleh mereka. Pecinta K-Pop akan dengan antusias menghadiri konser, fan meeting, atau acara yang melibatkan artis atau grup K-Pop favorit mereka untuk menunjukkan dukungan dan cinta mereka. Pecinta K-Pop juga aktif dalam komunitas K-Pop. Mereka menjadi bagian dari komunitas online dan offline yang terdiri dari pecinta K-Pop lainnya. Mereka terhubung melalui forum, grup pencinta, media sosial, dan acara komunitas. Melalui komunitas ini, pecinta K-Pop dapat berbagi informasi, berdiskusi, dan berinteraksi dengan orang yang memiliki minat yang sama. Mereka juga aktif ikut serta dalam kampanye sosial dan gerakan fans yang dilakukan oleh komunitas.

Pecinta K-Pop memiliki kemampuan untuk mengikuti tren dan perkembangan terbaru di industri musik Korea. Mereka selalu up-to-date dengan berita, perilisan lagu, comeback, dan aktivitas artis K-Pop. Mereka mengikuti jadwal promosi, siaran acara musik, dan pengumuman terbaru melalui media

sosial, situs web resmi, dan aplikasi streaming musik. Kemampuan ini memungkinkan pecinta K-Pop untuk menjadi bagian dari percakapan dan mendiskusikan musik K-Pop dengan pecinta lainnya. Secara keseluruhan, karakteristik pecinta K-Pop mencerminkan antusiasme dan cinta mereka terhadap musik, seni, dan artis Korea. K-Pop telah menginspirasi dan menyatukan pecinta dari berbagai latar belakang secara global, menciptakan komunitas yang dinamis dan multidimensi.

2.4.2 Pengertian K-Pop

K-Pop merupakan kepanjangan dari Korean Pop yaitu jenis musik yang identic dengan sekelompok *boyband* atau *girlband*. Budaya K-Pop sendiri mencakup berbagai jenis program musik, jenre musik dan apapun yang berhubungan dengan dunia musik. Musik K-Pop tak hanya sekedar dianggap sebagai music biasa. K-Pop menjadi salah satu kebudayaan yang berasal dari Korea Selatan. Kebudayaan K-Pop di Korea Selatan sendiri juga sangat diperhatikan dan banyak menarik perhatian masyarakat terutama para pemuda yang mengidolakan para artisnya. Tidak hanya terkenal dan menyebarkan virus demam K-Pop di Korea saja, tetapi K-Pop juga telah menyabar ke berbagai penjuru dunia dan menguasai musik di kawasan Asia.

K-Pop, juga dikenal sebagai Korean Pop, adalah fenomena budaya dari Korea Selatan yang sekarang ini meraih popularitas global. Musik K-Pop bermula pada tahun 1990-an, tetapi popularitasnya mulai merajai dunia pada tahun 2010-an. K-Pop melibatkan sejumlah genre musik, termasuk pop, hip hop, R&B, dan elektronik, serta menampilkan performa yang energik, koreografi yang rumit, dan busana yang unik. Sejak awal 2000-an, K-Pop telah menjadi salah satu hal terbesar dalam industri hiburan Korea. Sejumlah perusahaan hiburan, seperti SM Entertainment, JYP Entertainment, dan YG Entertainment, telah mengorbitkan sejumlah grup dan artis K-Pop yang populer di dalam maupun luar Korea. Beberapa grup K-Pop yang terkenal, seperti BTS, BLACKPINK, EXO, TWICE, dan Red Velvet, telah berhasil menaklukkan panggung musik global dan mendapatkan penggemar dari segala penjuru dunia.

Salah satu hal yang membedakan K-Pop dengan genre musik lainnya adalah keunikan dari pelatihan dan produksi artis. Sebelum debutnya, calon artis K-Pop akan melewati masa pelatihan yang intensif selama bertahun-tahun dalam penampilan, vokal, tarian, bahasa, dan perilaku. Para artis ini juga akan terus didorong untuk menjaga kualitas fisik mereka agar tetap tampil menarik di depan penggemar. K-Pop juga dikenal dengan aura dan pesonanya yang tercipta melalui media sosial. Para artis K-Pop sering berbagi momen keseharian mereka di platform seperti Instagram, Twitter, dan YouTube. Mereka juga terlibat dalam interaksi langsung dengan penggemar melalui konten live streaming dan acara fan meeting. Penggunaan media sosial ini memberikan penggemar akses yang lebih dekat dengan artis idola mereka dan membangun ikatan emosional yang mendalam.

Keberhasilan K-Pop juga terkait dengan popularitas budaya Korea Selatan secara keseluruhan, yang dikenal sebagai Hallyu Wave. Drama Korea (K-Drama), film Korea (K-Movie), fashion Korea (K-Fashion), dan makanan Korea (K-Food) semuanya menjadi populer di luar Korea. K-Pop adalah bagian penting dari fenomena Hallyu Wave, dengan musiknya menjadi suara utama yang menghipnotis penikmatnya. Tidak hanya menjadi popularitas internasional, K-Pop juga memiliki dampak ekonomi yang signifikan. K-Pop membantu mendiversifikasi ekonomi Korea Selatan dan berkontribusi pada pertumbuhan pariwisata dalam negeri. Konser K-Pop dan acara fan meeting sering menjadi daya tarik turis dan menghasilkan pendapatan yang besar. Selain itu, industri mode dan kosmetik Korea juga tidak bisa dilewatkan, dengan artis K-Pop yang sering menjadi brand ambassador dan efek mode mereka yang cukup signifikan.

Faktor lain yang menjadi daya tarik K-Pop adalah inovasi dan eksperimen yang dilakukan dalam musik dan tariannya. Produser musik K-Pop sering mencampur genre yang berbeda-beda, menciptakan suara yang segar dan unik. Selain itu, koreografi yang rumit dan sinematik di panggung menjadi ciri khas K-Pop. Para artis sering kali menyajikan penampilan yang terkoordinasi dengan rumit, menggunakan gerakan yang terinspirasi dari berbagai gaya tari termasuk tarian tradisional Korea. Semua ini membuat penampilan K-Pop tidak hanya sekedar musik, tetapi juga pertunjukan yang mengesankan secara visual.

Bukan hanya di atas panggung, K-Pop juga memiliki impact dalam bidang fashion dan gaya hidup. Gaya fashion K-Pop sering mencakup busana yang unik, fashion-forward, dan kadang-kadang eksentrik. Artis K-Pop menjadi ikon fashion yang mempengaruhi tren fashion di dunia. Selain itu, kehidupan sehari-hari artis seperti makanan, ekspresi diri, dan gaya hidup sehari-hari mereka juga menjadi inspirasi bagi penggemar, baik di Korea maupun di luar negeri. K-Pop juga menjadi wadah bagi teman-teman penyanyi dan penari. Setiap grup K-Pop biasanya terdiri dari sejumlah anggota yang memiliki bakat yang berbeda-beda. Selain menyanyi dan menari, anggota grup juga dapat memainkan alat musik, menulis lagu, atau fokus pada keahlian lainnya seperti aktor, model, atau pembawa acara. Setiap anggota memiliki peran dan posisi unik dalam grup, dan mereka bekerja sama untuk menciptakan keharmonisan dalam penampilan dan dinamika grup.

Namun, seperti halnya industri hiburan lainnya, K-Pop juga menghadapi sejumlah kontroversi dan tekanan. Kehidupan artis K-Pop sering kali memiliki jadwal yang sangat padat, terkadang mengorbankan waktu istirahat dan privasi mereka. Beberapa artis juga menderita tekanan mental dan fisik yang berat karena ekspektasi yang tinggi dari industri ini. Selain itu, terdapat juga isu-isu seputar pemilihan anggota grup, pemecatan, dan manajemen artis yang menciptakan ketegangan di antara penggemar dan perusahaan hiburan. Meskipun demikian, K-Pop tetap menjadi fenomena yang menginspirasi dan menciptakan pengaruh global. Musisi dan penari K-Pop berusaha mencapai kesempurnaan, memberikan penampilan menakjubkan, dan membuat musik yang mempengaruhi jutaan orang di seluruh dunia. Dengan terus memperluas daya tariknya, mengembangkan inti Korean Wave, dan berinovasi dalam industri hiburan, K-Pop mungkin akan terus memainkan peran penting di dunia musik dan budaya populer.

2.5 Tren Hijab

Tren hijab telah menjadi fenomena sosial dan fashion yang kuat dalam beberapa tahun terakhir. Hijab adalah penutup kepala yang dipakai oleh wanita Muslim sebagai simbol kepatuhan terhadap ajaran agama mereka. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, hijab telah mengalami transformasi besar-besaran dan

telah menjadi bagian penting dari dunia mode dan tren global. Sebelumnya, hijab adalah simbol kesederhanaan dan ketaatan agama, dengan sebagian besar wanita Muslim memakainya sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari mereka untuk menunjukkan dedikasi terhadap agama mereka. Namun, dengan munculnya media sosial dan peningkatan aksesibilitas informasi, hijab telah berevolusi menjadi tren fashion yang menarik bagi banyak orang.

Pada awalnya, hijab terdiri dari kerudung yang longgar yang mungkin tidak menggambarkan gaya pribadi seseorang. Namun, dengan hadirnya banyak desainer dan merek fashion Muslim terkemuka, hijab sekarang tersedia dalam berbagai desain, bentuk, pola, dan bahan yang berbeda. Wanita Muslim sekarang memiliki pilihan yang lebih luas dalam memilih hijab yang mencerminkan kepribadian dan gaya mereka. Seiring perkembangan media sosial, para hijabers (istilah untuk wanita yang memakai hijab) telah menggunakan platform ini untuk berbagi gaya dan inspirasi fashion mereka. Mereka menciptakan konten yang menunjukkan cara mereka mengenakan hijab dengan gaya dan kreativitas, mengutip tren mode terkini dan menambahkan sentuhan pribadi mereka sendiri. Ini menciptakan komunitas online yang solid di antara para hijabers di seluruh dunia, yang memungkinkan mereka untuk saling mendukung dan berbagi ide-ide kreatif.

Tren hijab juga telah menarik minat banyak merek dan rumah mode ternama. Mereka sekarang memasukkan hijab dalam koleksi mereka sebagai upaya untuk mencerminkan keragaman dan inklusi dalam industri mode. Beberapa rumah mode juga telah menandatangani kesepakatan dengan model berjilbab terkenal untuk mewakili merek mereka. Hal ini bertujuan untuk menunjukkan bahwa kecantikan dan gaya tidak terbatas pada wanita yang tidak memakai hijab, dan setiap wanita dapat merayakan individualitas mereka dengan berbagai cara. Selain itu, tren hijab secara luas telah mempengaruhi industri kosmetik. Banyak merek kosmetik yang sekarang memiliki lini produk khusus untuk hijabers, mulai dari make-up yang tahan lama hingga perawatan kulit yang ramah hijab. Beberapa merek juga telah mempekerjakan hijabers sebagai duta merek mereka, menunjukkan betapa pentingnya hijab di dunia mode dan kecantikan.

Namun, tren hijab juga telah menghadapi banyak kritik. Beberapa orang berpendapat bahwa tren ini dapat menjadi kesempitan dalam interpretasi agama dan mendorong kesetiaan pada citra fisik yang sempurna. Mereka berpendapat bahwa penting untuk menghormati dan memahami arti sebenarnya dari hijab sebagai manifestasi spiritual daripada hanya memandangnya sebagai bagian gaya dan mode semata. Selain itu, analogi fashion pada hijab dapat menimbulkan masalah lain, seperti komersialisasi agama dan apa yang disebut sebagai "hijab shaming". Beberapa orang berpendapat bahwa menggunakan hijab untuk tujuan fashion dapat menyebabkan orang-orang memandang rendah pada perempuan yang memilih untuk tidak memakai hijab, seolah-olah mereka kurang religius atau tidak modis. Hal ini mendorong pemisahan dan ketegangan di antara komunitas Muslim, yang sebenarnya bertentangan dengan konsep solidaritas dan kerukunan yang diharapkan oleh agama mereka.

Seiring berkembangnya zaman, maka penampilan seseorang juga akan mengikutinya, mulai dari pakaian, atribut, bahkan hijab yang digunakan oleh perempuan muslim zaman sekarang. Adanya budaya-budaya baru yang masuk maka juga akan mempengaruhi model, bahkan warna dari hijab yang digunakan. Mereka cenderung menyesuaikan dengan pakaian yang digunakan. Bahkan fungsi hijab saat ini tidak hanya untuk menutup aurat saja, namun hijab juga sebagai pelengkap *fashion* yang sedang mereka pakai, sehingga akan tampak lebih menarik jika perpaduan antara hijab dan pakaian yang digunakan sesuai

2.6 Persepsi Pecinta K-Pop

2.6.1 Pengertian Persepsi

Persepsi dapat dikatakan sebagai proses input pesan atau informasi untuk diintegrasikan ke dalam otak manusia dengan pikiran, perasaan, dan pengalaman individu. Teori pembelajaran sosial menyatakan bahwa perilaku individu tidak bukan hanya refleks atau stimulus otomatis, tetapi efek Reaksi yang terjadi sebagai akibat interaksi antara lingkungan dengan lingkungan skema kognitif individu itu sendiri. Dalam Gibson et al. (1989). manajemen organisasi dan perilaku, struktur; memberikan definisi persepsi sebagai proses kognitif yang

digunakan individu menafsirkan dan memahami dunia sekitarnya (vs Obyek). Gibson juga menjelaskan bahwa persepsi adalah sebuah proses pentingnya individu terhadap lingkungan. Karena, Masing-masing memberi makna pada stimulus dengan cara yang berbeda walaupun tujuannya sama. Seringkali cara seseorang memandang suatu situasi lebih penting situasi itu sendiri.

Persepsi adalah pandangan umum atau Global objek dari berbagai sudut yang memungkinkan dipahami oleh seseorang dan merupakan suatu proses kognitif yang kompleks (Akbar, 2015; Simbolon, 2007). Pengamatan didasarkan pada asumsi Pengalaman atau informasi yang terkadang berbeda satu sama lain orang dengan orang lain atau terkadang keadaan lain yang sebenarnya. Untuk mengetahui persepsi orang terhadap sesuatu lembaga pendidikan merupakan upaya untuk mengenali keinginan tersebut atau harapan masyarakat terhadap lembaga tersebut. Universitas lembaga sosial tinggi yang tumbuh dan berkembang dan kepada masyarakat tidak dapat dipisahkan dari maksud dan tujuan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat itu sendiri, begitu pula perguruan tinggi mereka yang mencapai tujuan ini akan selalu dicarui masyarakat. Apalagi ketika pihak lain memiliki persepsi yang berbeda menyatakan bahwa pendidikan tidak dapat memberikan jaminan tentang masa depan.

2.6.2 Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi menurut Miftah Toha (2003:154), faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi manusia adalah sebagai berikut:

a. Faktor internal:

Perasaan individu, sikap dan kepribadian, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), pembelajaran, kondisi fisik, gangguan kejiwaan, nilai dan kebutuhan, serta minat dan motivasi.

b. Faktor eksternal:

Latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, informasi dan kebutuhan sekitarnya, intensitas, ukuran, berlawanan, pengulangan gerakan, hal-hal baru dan akrab atau asing obyek

Menurut Bimo Walgito (2004: 70) Faktor yang Mempengaruhi persepsi dapat diungkapkan oleh beberapa faktor, yaitu:

a. Benda bernoda

Objek memicu rangsangan yang mempengaruhi indera atau reseptor. Stimulus bisa datang dari luar individu yang mempersepsikan, tetapi juga dapat datang langsung dari dalam diri orang yang bersangkutan saraf penerima, yang bertindak sebagai reseptor.

b. Organ indera, saraf dan sistem saraf

Alat indera atau reseptor merupakan alat untuk menerima rangsangan selain itu, Anda juga harus memiliki saraf sensorik untuk mengimbangnya Rangsangan diterima oleh reseptor di pusat sistem saraf yaitu otak sebagai pusat kesadaran. Sebagai alat untuk menyimpan jawaban motor yang diperlukan yang dapat membentuk persepsi.

c. Hati-hati

Perlu untuk menyadari atau memiliki pengamatan Perhatikan langkah apa yang paling penting dalam persiapan kerangka persepsi. perhatian adalah konsentrasi konsentrasi semua aktivitas individu pada sesuatu sekumpulan objek.

Faktor-faktor tersebut menimbulkan persepsi individu yang berbeda-beda dan mempengaruhi individu untuk mempersepsikan sesuatu obyek, rangsangan, sekalipun obyek itu sebenarnya sama. Persepsi seseorang atau kelompok mungkin sangat berbeda dengan persepsi seseorang atau kelompok-kelompok lain, meskipun situasinya sama. Perbedaan persepsi dapat dikaitkan dengan adanya perbedaan individu, perbedaan kepribadian, sikap atau perbedaan dalam motivasi. Pada dasarnya proses pembentukan persepsi ini berlangsung pada manusia, tetapi persepsi juga dipengaruhi oleh pengalaman, Pembelajaran dan pengetahuan Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi.

2.7 Sudut Pandang Pecinta K-Pop

Sudut pandang setiap orang dipengaruhi oleh latar belakang lingkungan dan kehidupan sosial, pendidikan, pekerjaan, jenis kelamin, usia, pengalaman bahkan orientasi politik. Sudut pandang merupakan suatu pendapat yang di representasikan dan mempunyai orientasi (Musyayyab, 2020). Sudut pandang adalah cara seseorang melihat sesuatu berdasarkan paradigmanya sendiri.

Paradigma ini kemudian memunculkan kepercayaan dan keyakinan dan kemudian mengembangkan cara seseorang melihat sesuatu dan meyakini kebenaran. Sudut pandang sangat dipengaruhi oleh paradigma seseorang itu sendiri. Paradigma juga disebut sebagai peta pemikiran atau kehidupan. Sudut pandang hidup inilah yang membuat seseorang bertindak dan berperilaku berbeda atau bereaksi berbeda terhadap masalah yang sama. Di bawah pengaruh paradigma yang begitu besar, orang harus terus-menerus memeriksa kembali dan memperbaiki paradigma mereka sendiri. Koreksi utama menyangkut apakah paradigma orang tersebut masih benar atau telah terjadi penyimpangan. Dengan ketepatan paradigma ini, masyarakat selalu memiliki perilaku yang tepat sesuai dengan nilai-nilai yang berkembang dan perubahan masyarakat.

Sudut pandang pecinta K-Pop telah menjadi fenomena yang menarik dalam beberapa tahun terakhir. K-Pop sendiri adalah genre musik Korea Selatan yang telah mengambil dunia oleh badai. Pecinta K-Pop, juga dikenal sebagai K-Popers atau K-Pop stans, adalah penggemar yang fanatik dari musik, grup musik, dan budaya populer Korea Selatan. Sudut pandang pecinta K-Pop bisa sangat beragam, tergantung pada individu dan bagaimana mereka terlibat dalam komunitas K-Pop. Ada beberapa alasan mengapa pecinta K-Pop sangat terikat dengan budaya tersebut dan memiliki sudut pandang yang unik. Pertama-tama, K-Pop menawarkan keberagaman musik dan visual yang menarik bagi pecinta musik di seluruh dunia. Genre ini tidak terbatas hanya pada satu jenis musik, tetapi mencakup berbagai aliran seperti pop, hip-hop, R&B, dan elektronik. Setiap grup musik K-Pop memiliki gaya dan konsep yang unik, menawarkan sesuatu yang berbeda bagi pecinta mereka. Hal ini membuat para pecinta K-Pop merasa terhubung dengan kelompok musik tersebut, baik melalui alunan musik yang mereka hasilkan maupun pesan yang mereka coba sampaikan melalui lagu-lagu mereka.

Selain musik, video musik K-Pop juga memainkan peran penting dalam menarik perhatian dan mempengaruhi sudut pandang para pecinta K-Pop. Video musik K-Pop sering kali dikoreografin dengan baik, menampilkan tarian yang rumit dan gerakan yang koordinatif. Pemandangan yang indah, kostum yang menarik, dan plot yang menarik sering digabungkan dalam video musik K-Pop,

menciptakan pengalaman visual yang luar biasa bagi para penonton. Pecinta K-Pop merasa terpesona dengan kreativitas dan kualitas produksi dari video musik ini, dan hal ini memperkuat sudut pandang positif mereka terhadap musik dan budaya Korea Selatan.

Selanjutnya, bertemu dengan artis K-Pop dalam acara live atau jumpa penggemar adalah pengalaman yang luar biasa bagi para pecinta K-Pop. Ini memberi mereka kesempatan untuk melihat idola mereka secara langsung dan berinteraksi dengannya. Ini adalah momen langka yang tidak semua orang bisa alami, dan memiliki pengaruh besar bagi sudut pandang dan kecintaan para pecinta K-Pop. Melalui interaksi yang intim dengan idola mereka, pecinta K-Pop dapat merasakan koneksi yang lebih dekat dengan grup musik yang mereka dukung dan merasa diperhatikan oleh artis yang mereka kagumi. Hal ini membuat mereka semakin terikat dengan dunia K-Pop dan meyakini bahwa artis dan grup mereka adalah unggulan di industri musik. Selain itu, media sosial memainkan peran penting dalam membentuk sudut pandang pecinta K-Pop. Pecinta K-Pop sering berbagi informasi, foto, dan video tentang grup musik favorit mereka di jejaring sosial, dan ini membangun komunitas yang kuat di antara mereka. Mereka juga sering berpartisipasi dalam voting, streaming musik, dan membeli album untuk mendukung grup musik mereka. Melalui media sosial, para pecinta K-Pop dapat berinteraksi dengan sesama penggemar di seluruh dunia, berbagi kegembiraan dan pemikiran mereka tentang grup musik favorit mereka. Ini memberi mereka rasa keterhubungan yang kuat dan sudut pandang positif tentang kekuatan globalisasi K-Pop.

Namun, tidak bisa dipungkiri bahwa ada juga sudut pandang negatif yang dapat ditemukan di antara pecinta K-Pop. Beberapa pecinta K-Pop terlibat dalam perilaku obsesif terhadap grup musik dan artis favorit mereka. Mereka mungkin menghabiskan waktu dan uang yang berlebihan untuk mendukung idolanya, bahkan mengabaikan kebutuhan diri sendiri. Hal ini dapat mengarah pada gangguan mental seperti depresi dan kecanduan, menyebabkan dampak negatif pada kesehatan fisik dan mental para penggemar. Selain itu, fenomena "fan wars" juga terjadi di antara pecinta K-Pop. Ini adalah konflik antara penggemar yang mendukung grup musik yang berbeda, yang sering kali terjadi di media sosial. Fan

wars dapat menciptakan sudut pandang negatif antara pecinta K-Pop, karena konflik yang intens dapat mengabaikan nilai kesenangan dan keindahan musik itu sendiri.

Secara keseluruhan, sudut pandang pecinta K-Pop adalah campuran antara kegembiraan dan keterikatan terhadap musik, grup musik, dan budaya populer Korea Selatan. Pecinta K-Pop menikmati keberagaman musik dan visual yang ditawarkan K-Pop, dan merasa terhubung dengan pesan yang diungkapkan oleh artis dan grup musik Korea Selatan. Bagi mereka, komunitas pecinta K-Pop memberikan rasa keterhubungan yang kuat dan kesempatan untuk berbagi kesenangan mereka dengan sesama penggemar di seluruh dunia.

