

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia pada saat ini menganggap musik itu penting karena dapat menghibur dan menenangkan pikiran yang menghasilkan perasaan bahagia di otak yang diiringi dengan detak jantung berdetak seiring dengan musik yang didengarkan. Musik juga dapat mengkondisikan diri pada tingkat ketenangan mental dimana musik dapat mengkondisikan untuk merasa nyaman.¹ Grahn dan Rowe berpendapat bahwa musik menyampaikan pesan universal yang mewujudkan ekspresi, pengalaman manusia yang paling mendalam, dan berbagai emosi. Hubungan yang signifikan antara daerah pendengaran dan motorik di otak terjadi karena mendengarkan musik mengaktifkan korteks motorik.²

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa musik mempengaruhi suasana hati melalui produksi dopamin dalam tubuh. Para peneliti di McGill University di Montreal, Amerika Serikat menjelaskan bahwa orang-orang senang mendengarkan musik karena otak mereka

¹ Lailatul Izzah, "Pengaruh Mendengarkan Musik Terhadap *Mood* Belajar Pada Mahasiswa Manajemen Dakwah UIN Suska Riau," *Nathiqiyah* Vol. 3, no. 1 (20 Mei 2020): 39, <https://doi.org/10.46781/nathiqiyah.v3i1.82>.

² J. A. Grahn dan J. B. Rowe, "Feeling the Beat: Premotor and Striatal Interactions in Musicians and Nonmusicians during Beat Perception," *Journal of Neuroscience* 29, no. 23 (10 Juni 2009): 7541, <https://doi.org/10.1523/JNEUROSCI.2018-08.2009>.

meresponsnya dengan melepaskan lebih banyak dopamin.³ Dalam Al-Qur'an ayat mengenai suasana hati (*mood*) terdapat dalam QS. Yûnus [10]:57

Artinya: “Wahai manusia, sungguh telah datang kepadamu pelajaran (Al-Qur'an) dari Tuhanmu, penyembuh bagi sesuatu (penyakit) yang terdapat dalam dada, dan petunjuk serta rahmat bagi orang-orang mukmin.”

Quraish Shihab mengartikan ayat ini bahwa Al-Qur'an adalah petunjuk manusia dan obat yang sangat mujarab untuk gangguan jiwa yang terletak di dada, atau hati manusia, dan memberikan petunjuk yang sangat jelas menuju kebenaran, rahmat, dan keagungan. belas kasihan. keberlimpahan yang lebih besar bagi orang-orang yang beriman.⁴

Menurut penelitian Rawlings, Ziv, Hill, dan Barrantes-Vidal, perilaku, kognisi, dan kasih sayang manusia semuanya dipengaruhi oleh musik. Seseorang dapat mengekspresikan berbagai macam emosi dengan musik, termasuk kebahagiaan, kesedihan, kemarahan, kegembiraan, dan perasaan lainnya.⁵ Lebih lanjut, penelitian Ferguson yang diterbitkan dalam *The Journal of Positive Psychology* menunjukkan bahwa mendengarkan musik dapat secara signifikan meningkatkan suasana hati

³ Hayoung A. Lim dan Heekyeong Park, “The Effect of Music on Arousal, Enjoyment, and Cognitive Performance,” *Psychology of Music* 47, no. 4 (Juli 2019): 541, <https://doi.org/10.1177/0305735618766707>.

⁴ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbâh*, vol. 6, Cet.4 (Jakarta: Lentera Hati, 2005).

⁵ David Rawlings dkk., “Personality and liking music excerpts categorized according to ‘Mood Quality’: A CrossCultural Study.,” vol. 7 (The International Conference in Music Perception and Cognition, Sydney, 2002), 4.

dan kebahagiaan seseorang secara keseluruhan hanya dalam dua minggu.⁶ Suasana hati seseorang adalah keadaan emosional yang dapat dialami dan diubah seiring berjalannya waktu.⁷ Suasana hati seseorang merupakan suatu sensasi internal yang menggambarkan keadaan emosinya pada waktu tertentu dan mungkin berbeda-beda dari waktu ke waktu berdasarkan situasi yang sedang dialaminya. Zevon dan Watson membedakan dua jenis faktor suasana hati, yaitu *Happy Affect* (PA) seseorang, atau tingkat aktivitas atau antusiasmenya. Selain itu, ada *Negative Affect* (NA) yang menunjukkan pengalaman tidak menyenangkan yang akan membuat seseorang merasa tertekan. Lebih jauh lagi, para peneliti dari University of Missouri menemukan bahwa benar jika dikatakan bahwa mendengarkan musik mempengaruhi suasana hati seseorang.⁸

Banyak cara mudah untuk mendapatkan musik pada zaman sekarang. Dari sekian banyak aplikasi yang ada di Indonesia, Spotify lah yang paling populer dan memiliki pengguna terbanyak saat ini. Spotify didirikan pada 23 April 2006, Spotify adalah layanan streaming musik Swedia. Platform Spotify yang bisa digunakan secara gratis maupun berbayar memberikan sejumlah keuntungan dalam mendengarkan audio digital. Menurut data dari Spotify.com, terdapat 200 juta pelanggan

⁶ Cevy Amelia dan Yenni Aryaneta, "Pengaruh musik terhadap emosi," *Jurnal Ilmiah Zona Psikologi* Vol. 4, no. 3 (Juni 2022): 2.

⁷ John D. Mayer dkk., "Mood-Congruent Judgment Is a General Effect.," *Journal of Personality and Social Psychology* 63, no. 1 (Juli 1992): 120, <https://doi.org/10.1037/0022-3514.63.1.119>.

⁸ Gershon Tenenbaum, Robert C. Eklund, dan Akihito Kamata, ed., *Measurement in Sport and Exercise Psychology*, 1 ed. (Human Kinetics, 2012), <https://doi.org/10.5040/9781492596332>.

berbayar layanan ini pada Januari 2019, dan 140 juta penggemar musik di seluruh dunia merupakan pengguna aktif.⁹ Ada jutaan *Playlist* di Spotify. *Playlist* yang populer meliputi: *Discover Weekly*, *Release Radar*, *Indie Mix*, *Sering Diputar Putar Ulang*, *Hits Ceria*, dan *K-Pop ON! (온)*.¹⁰

Mengenai *Playlist K-Pop ON! (온)*, Kossy Ng, Head of Music di Spotify Asia, menyatakan bahwa *Playlist K-Pop* terbesar di *platform* ini berganti nama dan mendapatkan kembali ketenarannya seiring dengan semakin populernya *K-Pop* di seluruh dunia. Diluncurkan pada tahun 2014, *K-Pop Daebak*, dengan 3,5 juta suka di platformnya, kini dikenal sebagai *K-Pop ON! (온)* pada tanggal 3 Maret 2022. Ini akan menjadi nama baru untuk *Playlist* tersebut.¹¹ "*K-Pop* selalu berada di peringkat 100 di mata dunia" itulah yang dimaksud dengan "*K-Pop is ON!*" menandakan. Kata "*on*" merupakan gabungan dari kata bahasa Inggris "*turning on*" atau "menyalakan", yang merupakan kata yang dapat dipahami banyak orang, dan kata bahasa Korea "*on*", yang berarti "100", atau penuh. Dengan kata lain, *K-Pop* telah muncul sebagai sebuah fenomena yang melanda dunia dengan sangat cepat. Fandom *K-Pop* terus hidup berkat banyaknya lagu,

⁹ Ari Ambarwati dan Moh Badrih, "Pemanfaatan Spotify Sebagai Media Dongeng dalam Upaya Digitalisasi Sastra Anak," *Jurnal Kependidikan* 13, no. 1 (Februari 2024): 256.

¹⁰ Gabriel Putra Josi, Weni A Arindawati, dan Nurkinan Nurkinan, "Motif Penggunaan Aplikasi Musik Spotify pada Generasi-Z di SMA XYZ Bekasi," *Warta ISKI* 3, no. 02 (Desember 2020): 155, <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v3i02.64>.

¹¹ Billboard, "Spotify Relaunches Flagship *K-Pop Playlist* as *K-Pop ON! (온)*," 11 September 2023, <https://www.billboard.com/business/streaming/spotify-K-Pop-Playlist-K-Pop-on-1235038628/>.

gaya, dan tren baru yang dirilis setiap hari di industri ini. Pendengar *K-Pop ON!* melakukan gerakan-gerakan beserta *Playlistnya*.¹² Badan *Korea Creative Content Agency* atau KOCCA, memperkirakan pada tahun 2022, pendapatan ekspor musik negara tersebut meningkat sebesar 26,2% dan sektor musik negara tersebut berkembang sebesar 31,7%. Selain itu, *K-Pop* menjadi semakin populer di seluruh dunia. Dari pengagumnya, 18,3% mengatakan bahwa *chorus* dan ritmenya yang menarik dan 28,8% mengatakan bahwa bahkan non-penggemar pun menganggap *K-Pop* cukup populer. Pada bulan Januari 2024, *K-Pop ON!* memiliki 5.316.445 suka di aplikasi Spotify saja. Bagi yang ingin mendengarkan lagu-lagu *K-Pop* yang sedang tren, *Playlist* ini sangat membantu.¹³

Masyarakat dari segala usia, dari remaja hingga dewasa, menggemari fenomena *K-Pop*, dan menjadikan idola *K-Pop* sebagai hiburan. Penggemar *K-Pop* memiliki akses mudah terhadap berbagai informasi melalui platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan lainnya. Mangold & Faulds mengklaim bahwa media sosial adalah sumber informasi *online* yang populer.¹⁴

Twitter atau yang kini berganti nama dengan nama X merupakan salah satu dari berbagai jenis media sosial yang memiliki nilai tersendiri di

¹² Rizka. Khaerunnisa, "B.I, ITZY, dan SEVENTEEN bintang kampanye 'K-Pop ON!' Spotify," 12 September 2023, <https://www.antaraneews.com/berita/3080761/bi-itzy-dan-seventeen-bintang-kampanye-K-Pop-on-spotify>.

¹³ KOCCA, "Korea Creative Content Agency," 20 Januari 2024, <https://www.kocca.kr/en/main.do>.

¹⁴ Eliot Simangunsong, "Social Media & Internet: A Study in Start Up Companies," *Journal of Management and Entrepreneurship* Vol. 18, no. 2 (2016): 146.

hati para penggemar *K-Pop*. Berdasarkan situs resminya, X didirikan di San Francisco pada 19 April 2007. Sejak saat itu, X mulai tumbuh dan berkembang serta hadir mendampingi masyarakat dalam memperoleh informasi.¹⁵

Akun @collegemenfess adalah salah satu akun X yang berfungsi sebagai tempat untuk diskusi dan berbagi informasi berguna oleh para mahasiswa di Indonesia.¹⁶ Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan secara *online* dengan dua orang pengikut akun X @collegemenfess mereka mengatakan bahwa mendengarkan musik *K-Pop ON!* pada Spotify dapat memberikan suasana hati (*mood*) yang baik.

“Untuk jangka waktunya sekali dengerin biasanya ga lama sih, 30 menit - 1 jam soalnya buat nyari *mood* bersih-bersih kamar kos sama nyuci baju, untuk pengaruhnya selama mendengarkan sih jadi seru gitu, bersih-bersih kamar jadi *happy-happy* aja ga ngerasa capek hehe”.¹⁷

“biasanya aku lebih dari 1 jam, 2 jam lah ya, adaa dong pastinya, apalagi kan lagunya vibes bikin yang denger pengen ngedance gitu ya, jadi karena biasanya aku dengerin lagu pas lagi aktivitas kayak belajar jadi gak bikin stress banget”.¹⁸

Hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa subjek A dan WA yang merupakan pengikut akun X @collegemenfess yang mendengarkan

¹⁵Katrin Yemima Siahaan dan Eka Nada Shofa Alkhajar, “Komunikasi Interpersonal Termediasi Sebagai Strategi Mengurangi Disonansi Kognitif: Studi Kasus Pada Penggemar K-Pop Dalam Pembelian Merch K-Pop Secara Online” 17, no. 2 (2024): 79.

¹⁶ Asri Nur Samsiah dan Indri Utami Sumaryanti, “Pengaruh Anonimitas terhadap Perilaku Cyberbullying pada Remaja Akhir di Bandung,” *Bandung Conference Series: Psychology Science* 3, no. 1 (27 Januari 2023): 368, <https://doi.org/10.29313/bcsps.v3i1.5362>.

¹⁷ A, Wawancara kepada pengikut akun X @collegemenfess di media sosial X, 11 September 2023.

¹⁸AW, Wawancara kepada pengikut akun X @collegemenfess di media sosial X, 11 September 2023.

musik *K-Pop ON!* pada aplikasi spotify mengaku kegiatan mendengarkan musik ini dapat mempengaruhi semangatnya baik saat mengerjakan pekerjaan rumah ataupun belajar. Suasana belajar dan membersihkan kamar menjadi lebih menyenangkan ketika dilakukan sambil mendengarkan musik. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh ilmuwan University of Missouri, yang menemukan bahwa mendengarkan musik memang sangat mempengaruhi suasana hati seseorang. Dalam bukunya *The Great Book About Music*, Al-Farabi mengklaim bahwa musik dapat menyembuhkan penyakit psikosomatis, mengelola emosi, mengajarkan moralitas, dan menumbuhkan rasa damai.¹⁹

Melakukan penelitian tentang hubungan antara intensitas mendengarkan musik dan suasana hati (*mood*) diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih mendalam tentang potensi musik sebagai alat bantu dalam pengelolaan kesehatan mental. Penelitian ini juga dapat memberikan wawasan tentang bagaimana hubungan musik dengan kesejahteraan psikologis individu. Berdasarkan latar belakang dan fenomena di atas, penulis tertarik untuk melihat bagaimana **“Hubungan Intensitas Mendengarkan Musik *K-Pop ON!* pada aplikasi Spotify terhadap suasana hati (*mood*) pengikut akun X @collegemenfess di media sosial X”**.

¹⁹ Adyla Syukrhaini Marwi dkk., “Pengaruh Media Musik dan Lagu Dalam Pembelajaran Biologi” 2, no. 1 (2023): 76.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah di atas, peneliti memutuskan untuk merumuskan masalah dalam penelitian ini.

1. Bagaimana tingkat suasana hati (*mood*) pada pengikut akun X @collegemenfess di media sosial X?
2. Bagaimana tingkat Intensitas mendengarkan musik *K-Pop ON!* pada aplikasi Spotify pengikut akun X @collegemenfess di media sosial X?
3. Apakah ada hubungan Intensitas Mendengarkan Musik *K-Pop ON!* pada Aplikasi Spotify Terhadap suasana hati (*mood*) pengikut akun X @collegemenfess di media sosial X?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dirumuskan, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tingkat suasana hati (*mood*) pada pengikut akun X @collegemenfess di media sosial X
2. Untuk mengetahui tingkat Intensitas mendengarkan musik *K-Pop ON!* pada aplikasi Spotify pengikut akun X @collegemenfess di media sosial X
3. Untuk mengetahui Hubungan Intensitas mendengarkan musik *K-Pop ON!* pada aplikasi Spotify terhadap suasana hati (*mood*) pengikut akun X @collegemenfess di media sosial X

D. Signifikansi Penelitian

Adapun Manfaat dari penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Wawasan tambahan diharapkan dari hasil penelitian ini di bidang psikologi, khususnya psikologi klinis mengenai suasana hati (*mood*). Hasil penelitian ini juga diharapkan bisa menambah landasan mengenai kajian suasana hati (*mood*), khususnya dalam konteks hubungannya dengan intensitas mendengarkan Musik *K-Pop ON!* pada aplikasi Spotify pengikut akun X @collegemenfess di media sosial X. Terakhir, Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan dan menjadi salah satu literatur baru dalam daftar pustaka untuk memperkaya referensi di UIN Antasari Banjarmasin.

2. Manfaat Praktis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tambahan mengenai musik sebagai salah satu cara untuk mendukung kesejahteraan emosional, yang dapat digunakan dalam meningkatkan suasana hati (*mood*) individu.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat membantu pengikut akun X @collegemenfess lebih memahami peran musik, khususnya *K-Pop*, dalam mengelola suasana hati (*mood*), terutama dalam menghadapi tekanan atau aktivitas sehari-hari.

E. Definisi Operasional

Definisi Operasional digunakan untuk memberikan pemahaman yang jelas dan menyamakan persepsi antara penulis dan pembaca mengenai judul serta menjelaskan ruang lingkup penelitian ini.

1. Intensitas Mendengarkan musik

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, intensitas adalah kuantitas atau keadaan tingkat atau ukuran intens.²⁰ Dalam kamus psikologi, intensitas mengacu pada kekuatan tingkah laku, pengalaman, atau sikap yang dipertahankan.²¹ Sudarsono mendefinisikan intensitas sebagai perilaku yang dilakukan secara terus-menerus atau intens dalam jangka waktu tertentu.²² Berdasarkan definisi-definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa intensitas adalah perilaku individu dalam melakukan aktivitas atau kegiatan secara berulang atau terus-menerus.

Mendengarkan musik melibatkan interaksi tubuh manusia dengan lingkungannya, sehingga hubungan antara keduanya menjadi kunci dalam memahami pengalaman mendengarkan musik. Musik sering digunakan sebagai latar untuk berbagai aktivitas. Jenis musik

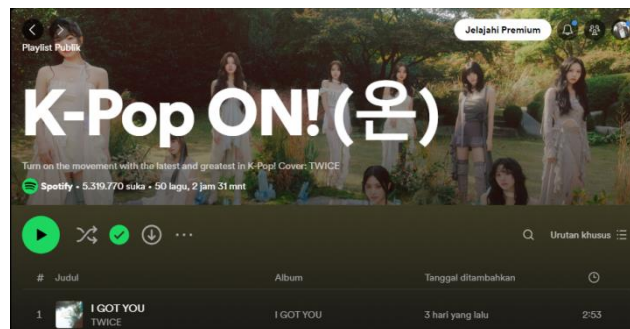
²⁰ Departemen Pendidikan Indonesia, "Kamus Besar Bahasa Indonesia" (Jakarta: Balai Pustaka, 2003), 383.

²¹ Hafi Anshari, "Kamus Psikologi," Cet. 1 (Surabaya: Usaha Nasional, 1996), 297.

²² Sudarsono, "Kamus Konseling" (Jakarta: Rineka Cipta, 1997), 7.

yang sesuai cenderung dapat mengontrol dan merangsang otak serta seluruh sistem saraf.²³

Adapun pengertian intensitas mendengarkan musik dalam penelitian ini mengacu pada sejauh mana pengikut akun X @collegemenfess di media sosial X dalam penghayatan, perhatian, frekuensi dan durasi dalam pengalaman mendengarkan musik yang diukur dengan menggunakan skala berbentuk angket dari penelitian Ria Sabekti tahun 2019. Selain itu, dalam penelitian ini musik yang didengarkan adalah musik *K-Pop* yang terdapat dalam *Playlist K-Pop ON!* pada Aplikasi spotify. Mendengarkan musik *K-Pop* adalah tindakan mendengarkan lagu-lagu yang termasuk dalam genre musik *K-Pop*. *K-Pop*, atau *Korean pop*, adalah *genre* musik populer yang berasal dari Korea Selatan.



GAMBAR 1.1 *PLAYLIST K-POP ON!*

Korean Pop (K-Pop) adalah produk budaya populer dari Korea Selatan yang telah meraih popularitas global. Pada tahun 1990-an,

²³ Daniel Sema, "Mendengarkan dan Memahami Musik," *Tonika: Jurnal Penelitian dan Pengkajian Seni* Vol. 4, no. 1 (29 Mei 2021): 85, <https://doi.org/10.37368/tonika.v4i1.125>.

musik *K-Pop* didominasi oleh genre *dance* dan *hip hop*. Genre ini pertama kali diperkenalkan oleh Seo Taiji and Boys pada tahun 1992, yang menandai awal era musik *K-Pop* modern di Korea Selatan.²⁴

Adapun dalam penelitian ini *K-Pop* diartikan sebagai genre musik populer yang berasal dari Korea Selatan. *K-Pop* mencakup berbagai gaya musik yang berbeda termasuk *pop*, *hip-hop*, *R&B*, elektronik, *dance*, *rock*, dan elemen-elemen musik tradisional Korea yang didengarkan pada aplikasi *music streaming* Spotify dalam *Playlist K-Pop ON!*.



GAMBAR 1.2 LOGO APLIKASI SPOTIFY

Spotify merupakan salah satu layanan *streaming* musik yang sangat populer. Hingga Januari 2019, Spotify memiliki 200 juta pengguna aktif bulanan, dengan 43% di antaranya menggunakan layanan premium. Layanan ini dikembangkan oleh tim dari Spotify AB di Stockholm, Swedia, sejak tahun 2006. Perusahaan ini didirikan

²⁴ Syafriil Alam dan Jenifer Nyarimun Ansrasi, "Musik *K-Pop* sebagai Alat Diplomasi dalam Soft Power Korea Selatan," *International & Diplomacy* Vol. 03, no. 1 (2017): 76.

oleh Daniel Ek, Martin Lorentzon, dan Maria Giovani. Nama "Spotify" berasal dari kombinasi kata "*spot*" dan "*identify*".²⁵

Spotify menawarkan personalisasi kepada penggunanya dengan memberikan rekomendasi berdasarkan data lagu yang sering mereka putar, seperti melalui *Playlist "Discover Weekly"* yang diperbarui setiap minggu.²⁶ Dalam penelitian ini, Spotify didefinisikan sebagai layanan *streaming* musik digital yang memungkinkan pengguna mendengarkan jutaan lagu dari berbagai genre secara *online*. Layanan ini juga menyediakan fitur *Playlist* yang bisa dibuat sendiri oleh pengguna atau diambil dari *Playlist* yang sudah ada.

2. Suasana hati (*Mood*)

Menurut Thayer, suasana hati (*mood*) adalah sesuatu yang secara sadar dialami oleh seseorang dan dapat dievaluasi melalui perilaku dan postur tubuhnya.²⁷ Suasana hati (*mood*) adalah kondisi emosional dalam diri seseorang yang bisa berubah seiring waktu.²⁸

Suasana hati atau (*mood*) mencerminkan emosi individu pada momen

²⁵ S Yollis Michdon Netti dan Irwansyah Irwansyah, "Spotify: Aplikasi Music Streaming untuk Generasi Milenial," *Jurnal Komunikasi* 10, no. 1 (31 Juli 2018): 8, <https://doi.org/10.24912/jk.v10i1.1102>.

²⁶ Fachri Rachmanda, Agi Putra Kharisma, dan Wibisono Sukmo Wardhono, "Pengembangan Aplikasi Penyesuaian *Playlist* Musik dengan Konsep Geofencing menggunakan Spotify API Berbasis Android," *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer* Vol. 04, no. 10 (Oktober 2020): 3675.

²⁷ Moh Abd Rahman, "Pengaruh suasana hati dan kompetensi terhadap kinerja usaha melalui kewirausahaan terhadap umkm di desa Tanjung Bumi kab. Bangkalan," *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* Vol. 7, no. 1 (2021): 77.

²⁸ Nurela, Sulvinajayanti, dan Nur Afiah, "Studi Suasana Hati di Pagi Hari pada Mahasiswa yang Memiliki Kebiasaan Begadang dengan yang Tidak Begadang di Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah," *Indonesian Journal of Islamic Counseling* Vol. 5, no. 2 (12 Oktober 2023): 144, <https://doi.org/10.35905/ijic.v5i2.6678>.

tertentu dan dapat berubah berdasarkan pengalaman yang dihadapi. Zevon dan Watson mengelompokkan *mood* menjadi dua aspek: Afek Positif (PA), yang menggambarkan tingkat antusiasme atau aktivitas seseorang dan mengarah pada *mood* positif, serta Afek Negatif (NA), yang menunjukkan distress subjektif dan hal-hal tidak menyenangkan yang mengarah pada *mood* negatif.²⁹ Dalam penelitian ini, *mood* diartikan sebagai kondisi emosional atau perasaan umum seseorang pada waktu tertentu, meliputi emosi seperti senang, sedih, marah, takut, dan khawatir. *Mood* dapat berubah seiring waktu dan memiliki dampak signifikan pada perilaku serta persepsi seseorang terhadap lingkungan sekitarnya.

3. Media Sosial X

Shirky menyatakan bahwa media sosial dan perangkat lunak sosial menjadi sarana untuk meningkatkan kemampuan pengguna dalam berbagi informasi, berkolaborasi, dan melakukan tindakan bersama di luar kerangka institusi atau organisasi.³⁰ Jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 160 juta, yang merupakan 59% dari total populasi. Sebanyak 99% dari pengguna media sosial mengaksesnya melalui ponsel. YouTube adalah platform yang paling populer di antara pengguna media sosial Indonesia usia 16 hingga 64

²⁹ Michael A. Zevon dan Auke Tellegen, "The Structure of *Mood* Change: An Idiographic/Nomothetic Analysis.," *Journal of Personality and Social Psychology* 43, no. 1 (Juli 1982): 111–22, <https://doi.org/10.1037/0022-3514.43.1.111>.

³⁰ Rulli Nasrullah, "Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi" (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 11.

tahun, diikuti oleh Twitter yang menduduki peringkat kelima dalam popularitas di kalangan pengguna internet Indonesia. Sebanyak 88% pengguna mengakses YouTube, diikuti oleh WhatsApp (84%), Facebook (82%), dan Instagram (79%). Twitter berada di posisi kelima dengan 56% pengguna, sedangkan Line dan Facebook Messenger mencapai 50%, LinkedIn 35%, Pinterest 34%, dan Wechat 29%.³¹



GAMBAR 1.3 LOGO MEDIA SOSIAL X

Indonesia dikenal sebagai salah satu negara dengan pertumbuhan pengguna aktif Twitter yang terbesar. Jumlah pengguna harian Twitter secara global meningkat sebesar 17 persen dalam laporan keuangan Twitter pada kuartal ketiga tahun 2019, mencapai 145 juta pengguna. Twitter dianggap sebagai salah satu platform media sosial online yang populer dan kontemporer. Fungsinya mencakup memperbarui status, memulai percakapan, mendukung konten *tweet*, dan bahkan untuk keperluan promosi produk.³²

³¹ Rizki Alyah Nurwahidah Jafar, Hadawiah Hadawiah, dan Zelfia Zelfia, "Pengaruh Akun Twitter @Collegemenfess Terhadap Pemenuhan Informasi Mahasiswa Di Makassar," *Respon jurnal ilmiah mahasiswa ilmu komunikasi* Vol. 2, no. 3 (Agustus 2022): 11, <https://doi.org/10.33096/respon.v2i3.48>.

³² Sherly Novitasari, "Pengaruh media sosial twitter @womanfeeds_id terhadap perilaku konsumtif followers," *JOM FISIP* Vol. 7, no. Edisi II (Juli 2020): 2.

Platform Twitter didirikan oleh Jack Dorsey pada Maret 2006 dan diluncurkan secara resmi pada Juli tahun yang sama.³³ Pada tanggal 24 Juli 2023, Twitter melakukan rebranding dengan mengubah namanya menjadi X dan mengganti logo burung biru dengan X putih di latar belakang hitam. Elon Musk, pemimpin rebranding dan pemilik aplikasi X saat ini, menyatakan bahwa ini merupakan bagian dari upaya rebranding yang lebih luas.³⁴ Adapun pengertian media sosial X dalam penelitian ini adalah *platform* media sosial yang digunakan untuk berbagai kelompok, termasuk individu, selebriti, perusahaan, dan organisasi, untuk berkomunikasi, berbagi informasi, dan terlibat dalam percakapan *online* serta menjadi sarana penting untuk mendapatkan berita terkini, mempromosikan merek atau acara, dan membangun jaringan sosial.

Akun @collegemenfess adalah salah satu akun X yang berfungsi sebagai tempat untuk diskusi dan berbagi informasi berguna oleh para mahasiswa di Indonesia. Akun X @collegemenfess merupakan *autobase* yang diluncurkan pada tahun 2018 dan dikelola oleh seorang admin dengan akun X bernama @RektorColle. Akun ini berkembang di media sosial X dengan tema perkuliahan. Nama @collegemenfess adalah kombinasi dari dua kata, yaitu *college* yang

³³ Nurwahidah Jafar, Hadawiah, dan Zelfia, "Pengaruh Akun Twitter @Collegemenfess Terhadap Pemenuhan Informasi Mahasiswa Di Makassar," 12.

³⁴ Rahma Sulistya Sulistya, "Twitter Berubah Nama Jadi X, Istilah Tweet Ganti Jadi Pos," *Republika.co.id* (blog), 8 September 2023, <https://ameera.republika.co.id/berita/rypkl4425/twitter-berubah-nama-jadi-x-istilah-tweet-ganti-jadi-post>.

berarti perguruan tinggi dan *menfess* yang merupakan singkatan dari *Mention Confession*. Istilah ini mengacu pada sebuah akun di media sosial X yang menyediakan layanan pengiriman pesan anonim menggunakan bot atau sistem otomatis untuk menjalankan tugas tertentu kepada para pengikutnya, dengan tujuan bertukar informasi, mengungkapkan perasaan tersembunyi, meminta umpan balik mengenai masalah pribadi, atau hanya sekedar bercanda.³⁵

Pengguna cukup dengan mengirimkan pesan kepada akun telegram *autobase* dengan menggunakan tagar atau format tertentu dan pesan tersebut akan muncul pada laman *tweet* dari akun tersebut hingga menjadi sebuah *mention confession*. Pesan yang dikirim oleh pengguna ini dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Ketika pesan berhasil muncul pada *timeline* akun *autobase* tersebut, maka akan berkemungkinan untuk adanya balasan atau jawaban dari *menfess* yang dikirim oleh pengguna lain yang mengikuti *autobase* tersebut.³⁶ Bentuk dari *menfess* itu sendiri dapat berupa seperti gambar berikut ini:

³⁵ Risma Hasna Dwiwina dan Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, "The Use of the Auto Base Accounts on Twitter as A Media for Sharing Opinions," *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 13, no. No. 1 (30 Juni 2021): 125, <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v13i1.1603>.

³⁶ Departemen Kurikulum dan Teknologi Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia dkk., "Autobase @collegemenfess, A Twitter Account Used as Information Retrieval Tool," *Khazanah al-Hikmah: Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi dan Kearsipan* Vol. 8, no. 2 (25 Desember 2020): 163, <https://doi.org/10.24252/kah.v8i2a6>.



GAMBAR 1.4 MENTION FESS PADA LAMAN MEDIA X

Adapun dalam penelitian ini yang dimaksud dengan akun X @collegemenfess adalah akun anonim yang memberikan ruang bagi mahasiswa atau anggota komunitas perguruan tinggi untuk berbagi cerita, curhat, atau pengalaman mereka secara anonim. Selain itu juga, akun ini bisa digunakan untuk membantu para mahasiswa atau anggota komunitas merasa lebih nyaman dalam berbagi pengalaman atau perasaan mereka tanpa harus mengungkapkan identitas mereka.

Kesimpulannya bahwa intensitas yaitu sebuah perilaku atau *behavior* suatu individu dalam melakukan aktivitas atau kegiatan yang dilakukan secara berulang atau terus menerus. Intensitas dalam penelitian ini adalah Intensitas mendengarkan musik yang memuat aspek penghayatan, perhatian, frekuensi dan durasi. Musik yang didengarkan dalam penelitian ini adalah musik *K-Pop* yang terdapat dalam *Playlist K-Pop ON!* pada aplikasi spotify. Mendengarkan musik *K-Pop* adalah tindakan mendengarkan lagu-lagu yang termasuk dalam genre musik *K-Pop*. Nantinya, pada penelitian ini suasana hati (*mood*)

yang akan menjadi variabel terikat, suasana hati (*mood*) berarti kondisi emosional yang terdapat dalam diri seseorang dan dapat berubah seiring waktu. Selain itu juga, responden dari penelitian ini adalah pengikut akun @collegemenfess di media sosial X.

F. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Achmad Rizki Faradi pada tahun 2016 yang berjudul “Pengaruh Mendengarkan musik terhadap kinerja kognitif pada pelajar kelas XI di SMAN 1 Jombang”. Metode penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian eksperimen dengan pendekatan kuantitatif. Jenis desain eksperimen yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuasi eksperimen. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa 33% mendengarkan musik dapat mempengaruhi proses kognitif siswa saat mengerjakan soal-soal di sekolah dan masih ada 67% lagi faktor yang dapat mempengaruhi kinerja kognitif pada siswa. Adapun persamaan adalah kesamaan variabel bebas yaitu mendengarkan musik. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel terikat yaitu suasana hati (*mood*), metode penelitian yang digunakan dan pada subjek pada penelitian ini menggunakan pengikut akun x @collegemenfess pada media sosial X sebagai subjek.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Jami'ah Taha Kotupada tahun 2017 yang berjudul “Hubungan Mendengarkan Musik Dengan Peningkatan

Kinerja Karyawan Perusahaan Sampurna Dua Kuningan Di Juwana Pati”. Penelitian ini merupakan penelitian *mixed method*. Hasil penelitian menunjukkan kinerja karyawan Perusahaan Sampurna Dua Kuningan Juwana meningkat dengan adanya pemberian musik pengiring kerja. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,371 yang artinya terdapat pengaruh antara kedua variabel, namun berada pada kategori lemah. Adapun persamaan adalah kesamaan variabel bebas yaitu mendengarkan musik. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel terikat yaitu suasana hati (*mood*), metode penelitian yang digunakan dan pada subjek pada penelitian ini menggunakan pengikut akun x @collegemenfess pada media sosial X sebagai subjek.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Lailatul Izzah, Rahmawati, dan Hilyatul Humairoh pada tahun 2020 yang berjudul “Pengaruh Mendengarkan Musik Terhadap *Mood* Belajar Pada Mahasiswa Manajemen Dakwah UIN Suska Riau”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei lapangan dengan menggunakan angket, wawancara, dan observasi. Teknik analisis data yang diterapkan adalah teknik deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 75% mahasiswa mendengarkan musik saat belajar atau mengerjakan tugas kuliah, sementara 25% mendengarkan musik di waktu luang mereka. Dari jumlah tersebut, 80% mahasiswa yang mendengarkan musik saat belajar memiliki alasan yang sama, yaitu agar tidak bosan, karena hobi

mendengarkan musik, meningkatkan kreativitas berpikir, dan menambah kosa kata. Sebanyak 13,3% beralasan bahwa mendengarkan musik saat belajar membuat mereka tenang. Sisanya beralasan bahwa musik membantu mereka mengingat materi, mengurangi rasa gugup, atau karena mereka menyukai penyanyinya. Selain itu, 80% mahasiswa yang mendengarkan musik saat belajar lebih memilih musik dengan lirik (*pop* dan *K-Pop*). Adapun persamaan adalah kesamaan variabel bebas dan terikat yaitu mendengarkan musik dan suasana hati (*mood*). Sedangkan, perbedaan peneliti ini terletak pada subjek yaitu menggunakan pengikut akun X @collegemenfess pada media sosial X sebagai subjek.

4. Penelitian yang dilakukan oleh M. Fernanda Sandi pada tahun 2017 yang berjudul “Pengaruh Musik Terhadap Kecerdasan Emosional di SMA YP Unila Bandar Lampung Tahun Ajaran 2017/2018”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian quasi eksperimen dengan desain *Non-equivalent Control Group Design*. Hasil perhitungan rata-rata skor kecerdasan emosional kelompok eksperimen sebelum diberikan *treatment* musik adalah 38,40 dan setelah mengikuti layanan konseling kelompok menggunakan musik meningkat menjadi 75,20. Sedangkan pada kelompok kontrol adalah 37,5 dan pada saat posttest mendapatkan peningkatan menjadi 61,7 yang berarti musik dapat meningkatkan kecerdasan emosional peserta didik kelas XI di SMA YP Unila Bandar Lampung tahun pelajaran

2017/2018 diterima. Adapun persamaan adalah kesamaan variabel bebas yaitu mendengarkan musik. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel terikat yaitu suasana hati (*mood*), metode penelitian yang digunakan dan pada subjek pada penelitian ini menggunakan pengikut akun X @collegemenfess pada media sosial X sebagai subjek.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Tasya Aulia Pradiptasari, Darmawati Ayu Indraswari, Yuriz Bakhtiar pada tahun 2018 yang berjudul “Pengaruh Mendengarkan Musik Saat Lari Terhadap *Mood* Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Diponegoro”. Metode yang digunakan dalam studi ini adalah eksperimen dengan desain *quasi pre-and post-test* pada kelompok yang tidak setara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelompok yang melakukan lari sambil mendengarkan musik dan kelompok kontrol mengalami peningkatan *mood* yang signifikan, sedangkan kelompok yang hanya melakukan lari tidak mengalami peningkatan *mood* yang signifikan. Aktivitas lari intensitas sedang selama 30 menit dengan mendengarkan musik terbukti meningkatkan *mood* mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Diponegoro. Adapun persamaan adalah kesamaan variabel bebas yaitu mendengarkan musik. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel terikat yaitu suasana hati (*mood*), metode penelitian yang digunakan dan pada subjek pada penelitian ini menggunakan pengikut akun X @collegemenfess pada media sosial X sebagai subjek.

G. Hipotesis

Dilihat dari penjabaran rumusan masalah, tujuan penelitian dan penelitian terdahulu, didapatkan rumusan hipotesis yaitu:

1. H(a): Ada Hubungan Intensitas Mendengarkan Musik *K-Pop ON!* pada Aplikasi Spotify terhadap suasana hati (*Mood*) pengikut akun X @collegemenfess di media sosial X
2. H(0): Tidak ada Hubungan Intensitas Mendengarkan Musik *K-Pop ON!* pada Aplikasi Spotify terhadap suasana hati (*Mood*) pengikut akun X @collegemenfess di media sosial X

H. Sistematika Penulisan

Studi ini ditulis dengan argumen yang sistematis untuk memfasilitasi setiap diskusi. Menulis penelitian membagi hasil penelitian menjadi beberapa bagian: pertama, tengah dan terakhir. Seluruh studi terdiri dari lima bab, dibahas secara sistematis dan diatur oleh para peneliti untuk membantu mereka mengkategorikan tujuan penelitian.

1. Bab I, menjelaskan latar belakang pertanyaan penelitian, rumusan pertanyaan penelitian, orisinalitas penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan dalam skripsi.
2. Bab II akan menjelaskan macam-macam teori pada setiap variabel penelitian. Pada sub bab variabel mendengarkan musik akan dibahas mengenai pengertian, Jenis-jenis musik, dan faktor yang mempengaruhi mendengarkan musik. Selanjutnya di variabel suasana hati (*mood*) akan dibahas berbagai hal seperti pengertian, aspek –

aspek suasana hati (*mood*), serta faktor – faktor yang mempengaruhi suasana hati (*mood*). Hal lain yang akan dibahas pada bab II yakni suasana suasana hati (*mood*) dalam mendengarkan musik, kerangka teori yang menjadi acuan teori pada penelitian ini dan juga hipotesis pada penelitian ini.

3. Bab III menjelaskan menjelaskan metodologi penelitian yang terdiri dari desain penelitian, identifikasi variabel penelitian, populasi, pengambilan sampel dan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, alat penelitian, dan alat ukur, serta membahas validitas dan reliabilitasnya. Juga, subbagian terakhir Bab III menjelaskan analisis data yang digunakan untuk pengujian asumsi dan hipotesis.
4. Bab IV merupakan hasil penelitian dan pembahasan. Pada bab ini peneliti mengulas kajiannya secara rinci, mulai dari persiapan dan pelaksanaan penelitian, gambaran hasil penelitian, pengujian hipotesis, dan pembahasan temuan penelitian yang telah divalidasi oleh berbagai teori dan hasil penelitian sebelumnya.
5. Bab V merupakan bab terakhir dari rangkaian penulisan skripsi dan penutup dari penulisan skripsi. Isi Bab V ditinjau berdasarkan kesimpulan dari banyak penelitian yang dilakukan oleh para peneliti dan saran yang telah berikan kepada pihak yang berkepentingan.