

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Berikut merupakan subjek perancangan pada kampanye interaktif mengenai *Post Concert Depression* pada penggemar K-Pop:

1) Demografis

- a. Jenis Kelamin: Perempuan dan Laki-laki
- b. Usia: 17-25 tahun (Penggemar K-Pop)

Berdasarkan hasil survei IDN Times yang disebarkan kepada 580 responden melalui media survei elektronik pada tahun 2019, umumnya penggemar K-Pop di Indonesia berusia 15-25 tahun yang mencakup remaja akhir hingga dewasa muda dengan persentase sebesar 38,1% berusia 15-20 tahun dan 40,7% berusia 20-25 tahun (Triadanti, 2019). Namun, penulis mengambil rentang usia 17-25 tahun dikarenakan berdasarkan laporan yang dirilis oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang bertajuk “Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024”, kelompok usia tersebut menjadi kelompok usia yang paling banyak terkoneksi oleh internet.

- c. Pendidikan: SMA, S1
- d. Pekerjaan: Mahasiswa dan Pekerja
- e. Status Sosial: SES A-B

Berdasarkan hasil dari observasi yang dilakukan oleh penulis, pengeluaran yang dikeluarkan oleh penggemar K-Pop dimulai dari Rp 3.000.000 ke atas.

2) Geografis

- a. Negara: Indonesia
- b. Wilayah: Jabodetabek

Berdasarkan promotor konser K-Pop dan Kapanlagi.com, *Venue* konser K-Pop yang diadakan di Indonesia berlokasi diantara ICE BSD, Stadium Utama Gelora Bung Karno, Stadion Madya Gelora Bung Karno, Beach City International Stadium, Tennis Indoor Senayan, The Kasablanka Hall, dan Jakarta International Stadium. (Nathania, 2023) Sehingga, lokasinya berada di Jakarta dan Tangerang. Hal ini memungkinkan untuk penonton yang berlokasi disekitaran Jakarta dan Tangerang untuk datang ke konser.

- c. Perkotaan

3) Psikografis

- a. Gaya Hidup

1. Primer

- a. Aktif mengikuti perkembangan dalam dunia K-Pop
- b. Sering atau akan menghadiri konser, *fanmeeting*, atau *fancon* (*fan concert*)
- c. Menjadikan konser sebagai pelarian dari kehidupan nyata
- d. Sudah atau belum mengetahui tentang *Post Concert Depression*
- e. Aktif dalam bermedia sosial
- f. Strategi regulasi emosi yang kurang baik

2. Sekunder

- a. Memiliki empati terhadap penderita *Post Concert Depression*

4) Targetting

- a. Penggemar K-Pop yang mengalami gejala Post Concert Depression
- b. Teman atau keluarga dari penderita *Post Concert Depression*

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Metode perancangan yang digunakan dalam perancangan ini adalah *Design Thinking*, sebuah proses pendekatan yang berfokus dalam memahami audiens untuk menemukan solusi yang tepat terhadap isu yang diangkat. Berdasarkan buku “The Basics of User Experience Design” yang ditulis oleh Interaction Design Foundation, *Design Thinking* memiliki lima tahapan, berikut adalah penjelasan secara rinci tahapan - tahapan yang dilakukan:

3.2.1 Empathize

Empathize adalah tahap yang paling utama dalam *Design Thinking*. Pada tahap ini, penulis akan mengenali serta memahami masalah yang dialami oleh target audiens. Penulis akan melakukan beberapa proses dalam mendapatkan insight agar lebih mengerti mengapa *Post Concert Depression* dapat terjadi dan bagaimana penanganannya. Proses berempati ini dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada 52 responden, melakukan *Focus Group Discussion* kepada 5 narasumber, melakukan wawancara kepada Psikolog dan tiga penggemar K-Pop yang pernah mengalami PCD. Studi eksisting dilakukan untuk mencari masalah desain serta studi referensi dilakukan untuk mengeksplorasi gaya desain yang akan digunakan. Data-data yang didapat kemudian akan diolah lebih lanjut melalui tahapan berikutnya.

3.2.2 Define

Dalam tahap ini, penulis akan mengumpulkan semua data dan informasi yang telah didapatkan dari tahapan *empathize*. Kemudian, penulis akan menggabungkan informasi serta data menjadi sebuah *problem statement* agar dapat menemukan akar masalah untuk memecahkan masalah tersebut. Selain itu, penulis akan melakukan *user persona*, *user journey map*, *creative brief*, dan *emphaty map*. Dengan merumuskan masalah yang jelas, penulis

dapat merancang kampanye interaktif yang dapat secara efektif memberikan pesan untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran penggemar K-Pop dari bahaya gejala *Post Concert Depression* yang berkelanjutan.

3.2.3 Ideate

Pada tahapan ini, penulis akan berfokus untuk mencari ide serta solusi yang memungkinkan untuk menyelesaikan masalah tersebut. Penulis akan membuat *mind map* yang berisi *keywords* untuk memastikan pesan kampanye dapat dicari dengan mudah dan sesuai dengan target audiens serta *big idea* dari pesan utama yang ingin disampaikan. Kemudian, penulis membuat *moodboard visual*, mengumpulkan referensi, membuat *storyline*, *key visual*, serta *copywriting*.

3.2.4 Prototype

Pada tahapan ini, penulis mulai merealisasikan hasil dari ideate dan membuat prototype sederhana yang nantinya dapat diuji coba serta dinilai performanya berdasarkan perilaku dan interaksi pengguna terhadap keseluruhan desain. Tahap ini dimulai dengan pembuatan wireframe dan sketsa awal untuk setiap bagian kampanye, selanjutnya, akan dilakukan pengembangan prototype digital yang mencakup *user interface*, serta interaktivitas. Kemudian hasilnya dapat diperbaiki dan dikembangkan agar dapat menghasilkan prototype yang sesuai.

3.2.5 Test

Pada tahap yang terakhir, penulis akan menguji hasil prototyping yang telah dibuat untuk mendapatkan feedback dari pengguna dengan melakukan dua tahap, yaitu *alpha* dan *beta testing*. Lalu, penulis akan mengevaluasi hasil feedback sehingga dapat mengembangkan prototype lebih baik lagi.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Teknik yang digunakan dalam perancangan ini menggunakan teknik kuesioner, wawancara, dan FGD untuk memahami lebih mendalam mengenai pengalaman dan kebutuhan seseorang yang mengalami *Post Concert Depression*.

Menurut Iswan Saputro, M.Psi., Psikolog, *Post Concert Depression* adalah fenomena psikologis ketika seseorang merasa tidak semangat dalam menjalani harinya setelah menonton konser yang ditunggu-tunggu dan merasa sedih dan kosong. (Iswan Saputro, 2023) Tujuan utama pengumpulan data ini adalah untuk mendapatkan wawasan yang lebih dalam mengenai gejala dan penanganan *Post Concert Depression*, sehingga kampanye interaktif yang dirancang dapat lebih relevan.

3.3.1 In-depth Interview

Penulis melakukan *in-depth interview* sebagai teknik pengumpulan primer yang diajukan kepada psikolog dan penderita *Post Concert Depression*, sehingga penulis dapat memahami lebih dalam mengenai gejala, dampak, serta penanganan *Post Concert Depression*. Melalui wawancara, penulis dapat mempelajari pengalaman pribadi serta pandangan narasumber dengan detail yang dapat dijadikan dasar dalam merancang kampanye interaktif yang relevan.

1. Wawancara dengan Psikolog Aenea Marella, M.Psi.

In-depth interview akan dilakukan dengan psikolog klinis bernama Psikolog Aenea Marella, M.Psi. pada hari Kamis tanggal 19 September 2024 jam 14:00 via Google Meet untuk mendapatkan wawasan lebih dalam dan profesional mengenai pengertian, dampak emosional dan psikologis, penyebab, dan pencegahan *Post Concert Depression*. Dengan informasi yang didapatkan melalui wawancara, penulis dapat merancang kampanye yang sesuai dan relevan dengan kebutuhan serta kondisi psikologis dari penderita *Post Concert Depression*. Berikut ini adalah pertanyaan yang diajukan kepada Psikolog:

- a. Apa pendapat Anda tentang fenomena *Post Concert Depression*?
- b. Menurut Anda, mengapa beberapa orang mengalami perasaan kesedihan atau kekosongan setelah menghadiri konser K-pop atau acara besar lainnya?

- c. Apa saja gejala umum dari *Post Concert Depression* yang biasanya Anda ketahui?
- d. Apakah ada perbedaan antara bentuk depresi dari *Post Concert Depression* dengan depresi lainnya?
- e. Seberapa parah dampak emosional ini bisa terjadi? Apakah ada risiko jangka panjang jika tidak ditangani?
- f. Faktor-faktor apa yang dapat memperburuk *Post Concert Depression* bagi seorang penggemar?
- g. Apa coping-mechanism yang efektif untuk mengatasi perasaan *Post Concert Depression*?
- h. Bagaimana seseorang dapat membangun kembali keseimbangan emosional mereka setelah konser?
- i. Jenis dukungan apa yang biasanya Anda rekomendasikan untuk orang yang mengalami *Post Concert Depression*?
- j. Apakah ada sumber daya atau program dukungan khusus yang dapat membantu penggemar K-pop mengatasi *Post Concert Depression*?
- k. Bagaimana komunitas atau grup penggemar dapat berperan dalam mendukung anggota mereka yang sedang mengalami *Post Concert Depression*?
- l. Apakah Anda pernah menangani kasus *Post Concert Depression*? Bagaimana Anda mengatasinya?

2. Wawancara dengan Penggemar K-Pop yang menderita *Post Concert Depression*

Penulis akan melakukan wawancara tatap muka dengan narasumber pertama pada tanggal 15 September 2024 jam 15:00 dan wawancara dengan narasumber kedua pada tanggal 18 September 2024 jam 14:00 via Google Meet yang pernah menderita *Post Concert Depression* untuk memperoleh pengalaman yang pernah mereka rasakan ketika mengalami *Post Concert Depression* serta dapat membantu memberikan wawasan mendalam mengenai dampak emosional yang

mereka rasakan saat mengalami *Post Concert Depression*. Berikut ini adalah pertanyaan yang diajukan:

1. Apa yang kamu rasakan setelah menghadiri konser K-pop?
2. Apakah ada perubahan dalam suasana hati atau perasaan kamu setelah konser berakhir? Berapa lama perasaan tersebut bertahan setelah acara selesai?
3. Seberapa sering kamu mengalami perasaan seperti kesedihan, kekosongan, atau kekecewaan setelah konser?
4. Apa menurut kamu penyebab utama dari *Post Concert Depression* seperti adanya faktor tertentu yang membuat perasaan tersebut lebih intens?
5. Apakah perasaan setelah konser berbeda dari pengalaman kamu selama acara?
6. Bagaimana perasaan *Post Concert Depression* mempengaruhi keseharian kamu? Misalnya mempengaruhi pekerjaan, studi, atau hubungan sosial Anda?
7. Apa cara yang Anda gunakan untuk mengatasi perasaan *Post Concert Depression*?
 - a) Apakah ada aktivitas tertentu yang Anda lakukan untuk merasa lebih baik?
 - b) Seberapa efektif cara-cara tersebut dalam membantu Anda merasa lebih baik?
8. Apa jenis dukungan atau sumber daya yang Anda rasa dapat membantu mengatasi *Post Concert Depression*? contoh: kampanye/media persuasi
9. Bagaimana komunitas penggemar atau fanbase dapat berperan dalam mendukung anggotanya yang mengalami *Post Concert Depression*? Apakah ada inisiatif atau kegiatan yang bisa diadakan untuk memberikan dukungan?

10. Apa pendapat Anda tentang pentingnya kampanye edukasi dan kesadaran tentang *Post Concert Depression* dalam komunitas penggemar K-pop?
11. Apakah ada hal lain yang ingin Anda tambahkan tentang pengalaman atau pandangan Anda mengenai *Post Concert Depression*?

3.3.2 Focus Group Discussion

Pada tahap berikutnya, penulis akan melakukan *Focus Group Discussion* pada hari Kamis tanggal 19 September 2024 jam 19:00 via Google Meet yang digunakan untuk mengumpulkan berbagai sudut pandang kelompok mengenai topik ini. Penulis memilih rentang usia 17-25 tahun yang berdomisili di Jakarta dan Tangerang. Teknik ini dapat membantu penulis untuk memahami persepsi serta pengalaman mereka mengenai *Post Concert Depression*. Melalui *Focus Group Discussion*, penulis dapat mendapatkan wawasan yang beragam dari kelompok yang dapat membantu dalam merancang kampanye yang efektif dan sesuai dengan target audiens. Berikut ini adalah pertanyaan yang diajukan kepada kelompok:

1. Berapa lama kamu telah menjadi penggemar K-Pop?
2. Berapa kali kamu pernah mendatangi konser K-Pop?
3. Apa yang kamu rasakan setelah menghadiri konser K-Pop?
4. Apakah ada perubahan dalam suasana hati atau perasaan kamu setelah konser? Berapa lama perasaan tersebut bertahan?
5. Seberapa sering kamu mengalami perasaan seperti kesedihan, kekosongan, atau kekecewaan setelah konser?
6. Apa menurut kamu penyebab utama dari *Post Concert Depression* seperti adanya faktor tertentu yang membuat perasaan tersebut lebih intens?

7. Apakah perasaan setelah konser berbeda dari pengalaman kamu selama acara?
8. Apakah perasaan *Post Concert Depression* mempengaruhi keseharian kamu? Misalnya mempengaruhi pekerjaan, studi, atau hubungan sosial Anda?
9. Apa cara yang Anda gunakan untuk mengatasi perasaan *Post Concert Depression*? Apakah ada aktivitas tertentu yang Anda lakukan untuk merasa lebih baik?
10. Apa jenis dukungan atau sumber daya yang Anda rasa dapat membantu mengatasi *Post Concert Depression*? cth: kampanye/media persuasi
11. Bagaimana komunitas penggemar atau fanbase dapat berperan dalam mendukung anggotanya yang mengalami *Post Concert Depression*? Apakah ada inisiatif atau kegiatan yang bisa diadakan untuk memberikan dukungan?
12. Apa pendapat Anda tentang pentingnya kampanye edukasi dan kesadaran tentang *Post Concert Depression* dalam komunitas penggemar K-pop?
13. Apakah ada hal lain yang ingin Anda tambahkan tentang pengalaman atau pandangan Anda mengenai *Post Concert Depression*?

3.3.3 Kuesioner

Penulis menggunakan teknik kuesioner berjenis *purposive sampling* yang ditujukan kepada masyarakat dengan menggunakan Google Form dengan target 50 responden. Responden diutamakan pada berusia 17-25 tahun untuk mengumpulkan data mengenai seberapa *hard core* mereka sebagai penggemar K-Pop, seberapa usahanya mereka dalam menghadiri konser, serta dapatkah

konser mempengaruhi suasana hati dan emosional mereka. Berikut ini adalah pertanyaan yang diajukan kepada responden:

Tabel 3.1 Instrumen Pertanyaan Bagian Data Diri

Bagian pertama: Data diri		
Pertanyaan	Model Jawaban	Jawaban
Usia	<i>Multiple Choice</i>	a. 12-16 tahun b. 17-25 tahun c. 26-35 tahun d. >36 tahun
Domisili	<i>Multiple Choice</i>	a. Jakarta b. Bogor c. Depok d. Tangerang e. Bekasi f. <i>Other...</i>
Pekerjaan	<i>Multiple Choice</i>	a. Pelajar b. Mahasiswa c. Pekerja
Pendidikan Terakhir	<i>Multiple Choice</i>	a. SMA b. S1 c. S2 d. <i>Other...</i>
Pendapatan per bulan	<i>Multiple Choice</i>	a. < Rp 1.000.000 b. Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000 c. Rp 1.500.001 – Rp 2.000.000 d. Rp 3.000.000<
Pengeluaran per bulan	<i>Multiple Choice</i>	a. < Rp 1.000.000 b. Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000 c. Rp 1.500.001 – Rp 2.000.000 d. Rp 3.000.000<

Di bagian kedua, responden diberikan pertanyaan mengenai seberapa dalam responden mengenal dan berperan aktif mengikuti K-Pop. Jika responden menjawab tidak mengenal dan mengikuti K-Pop, maka responden akan dialihkan ke halaman *submit*.

Tabel 3.2 Instrumen Pertanyaan Bagian K-Pop

Bagian kedua: Mengetahui dan Mengikuti K-Pop		
Pertanyaan	Model Jawaban	Jawaban
Apakah Anda mengenal dan mengikuti K-Pop?	<i>Multiple Choice</i>	a. Ya b. Tidak
Sejak kapan Anda mulai mengikuti dan menjadi penggemar K-Pop?	<i>Multiple Choice</i>	a. Kurang dari 1 tahun b. 1-2 tahun c. 3-4 tahun d. 5-6 tahun e. Lebih dari 6 tahun f. <i>Other...</i>
Apa yang memotivasi Anda untuk mulai mengikuti K-Pop?	<i>Checkboxes (multiple answers)</i>	a. Media Sosial b. Teman atau anggota keluarga c. Lagu atau <i>music video</i> yang menarik d. <i>Variety Show</i> e. <i>Visual Idol</i> f. <i>Other...</i>
Seberapa sering Anda mendengar lagu Kpop dalam sebulan? (Streaming lagu/ <i>music video</i> Kpop)	<i>Linear scale (Skala Likert)</i>	a. Jarang sekali b. Kadang-kadang c. Sering d. Sangat sering

Seberapa sering Anda mencari informasi tentang Kpop di media sosial dalam sebulan? (fanbase idol Kpop)	<i>Linear scale</i> (Skala Likert)	a. 1 = Jarang sekali b. 2 = Kadang-kadang c. 3 = Sering d. 4 = Sangat sering
Apa yang paling anda nikmati dari K-Pop?	<i>Multiple Choice</i>	a. Musiknya (<i>beat</i> lagu atau lirik lagu) b. <i>Performance</i> atau <i>Music Video</i> c. Interaksi dengan penggemar d. Memberi dukungan terhadap idol e. <i>Other...</i>
Seberapa aktif Anda dalam komunitas penggemar K-Pop?	<i>Multiple Choice</i>	a. Sangat aktif (berpartisipasi dalam <i>fan club</i> , <i>event</i> , dll) b. Cukup aktif (berkomentar di media sosial, mengikuti <i>fanbase</i> , dll) c. Sedikit aktif (mungkin sesekali berinteraksi) d. Tidak aktif e. <i>Other...</i>
Seberapa banyak waktu yang Anda habiskan setiap minggu untuk kegiatan terkait K-Pop? Termasuk mendengarkan lagu	<i>Multiple Choice</i>	a. Kurang dari 1 jam b. 1-2 jam c. 3-5 jam d. 6-10 jam e. Lebih dari 10 jam

atau menonton <i>Variety Show</i>		
--------------------------------------	--	--

Di bagian ketiga, responden diberikan pertanyaan mengenai seberapa aktif keterlibatan responden terhadap konser K-Pop. Jika responden menjawab tidak pernah menonton konser K-Pop, maka responden akan dialihkan ke halaman *submit*.

Tabel 3.3 Instrumen Pertanyaan Bagian Konser K-Pop

Bagian ketiga: Konser K-Pop		
Pertanyaan	Model Jawaban	Jawaban
Apakah Anda pernah menonton konser K-Pop?	<i>Multiple Choice</i>	a. Ya b. Tidak
Seberapa sering Anda menghadiri konser K-pop dalam setahun?	<i>Multiple Choice</i>	a. 1 kali b. 2-3 kali c. 4-5 kali d. >5 kali
Apa yang biasanya Anda lakukan untuk mempersiapkan diri sebelum menghadiri konser K-pop?	<i>Checkboxes (multiple answers)</i>	a. Membeli <i>merchandise (lightstick, keychain, photocard holder)</i> b. Mengatur perjalanan jauh untuk menghadiri konser (Contoh: Hotel, Airbnb, Tiket transportasi) c. Beli pakaian baru d. <i>Nail art</i> atau pergi ke salon
Seberapa pentingkah pengalaman menonton konser K-	<i>Linear scale (Skala Likert)</i>	a. 1 = Tidak penting b. 2 = Cukup penting c. 3 = Penting

pop bagi Anda dibandingkan dengan kegiatan hiburan lainnya?		d. 4 = Sangat penting
Apakah Anda pernah melakukan perjalanan jauh atau mengeluarkan biaya besar khusus untuk menghadiri konser K-pop?	<i>Multiple Choice</i>	a. Pernah b. Tidak pernah
Seberapa besar pengaruh konser K-pop terhadap suasana hati dan emosi Anda?	<i>Linear scale</i> (Skala Likert)	a. 1 = Tidak ada pengaruh b. 2 = Sedikit pengaruh c. 3 = Berpengaruh d. 4 = Pengaruh sangat besar
Apa yang memotivasi Anda untuk terus mengikuti dan menonton konser K-pop?	<i>Checkboxes</i> (multiple answers)	a. Pengalaman b. Suka dengan musiknya c. Ingin melihat secara langsung idola yang digemari d. Membeli <i>merchandise official</i> e. <i>Other...</i>
Dari kegiatan dibawah ini, kegiatan apa yang pernah Anda lakukan demi mendapatkan tiket	<i>Checkboxes</i> (multiple answers)	a. Menggunakan jasa titip b. Membeli melalui makelar dengan harga yang lebih mahal c. Mengurangi pengeluaran untuk menabung tiket konser d. Rela menunggu berjam-jam untuk <i>war ticket</i>

serta mendatangi konser K-pop?		e. <i>Other...</i>
--------------------------------	--	--------------------

Pada bagian ketiga, responden akan diberikan pertanyaan mengenai pengetahuan mereka terhadap *Post Concert Depression* serta pernahkah mereka mengalami gejala-gejala dari *Post Concert Depression*. Jika responden menjawab tidak mengetahui tentang *Post Concert Depression*, responden akan tetap melanjutkan ke pertanyaan selanjutnya, yaitu pernahkah responden mengalami gejala dari PCD. Namun, apabila responden menjawab tidak pernah mengalami gejala-gejala dari PCD, maka responden akan dialihkan ke halaman *submit*.

Tabel 3. 4 Instrumen Pertanyaan bagian *Post Concert Depression*

Bagian keempat: <i>Post Concert Depression</i>		
Pertanyaan	Model Jawaban	Jawaban
Apakah anda mengetahui pengertian dari <i>Post Concert Depression</i> ?	<i>Multiple Choice</i>	a. Ya b. Tidak
Pernahkan anda mengalami gejala - gejala seperti dibawah ini setelah selesai menonton konser K-Pop? - Merasa sedih dan putus asa - Merasa sulit untuk melupakan konser (ketika sudah balik ke realita, namun	<i>Multiple Choice</i>	a. Pernah b. Tidak Pernah

pikiran masih terjebak pada kenangan konser) - Merasa ingin kembali dan mengulang konser - Khawatir sesuatu yang menarik atau menyenangkan tidak dapat terjadi lagi - Masih sering menonton foto atau video konser - Merasa seolah tidak ada lagi yang penting		
Dari gejala-gejala dibawah ini, manakah yang paling sering dirasakan setelah selesai menonton konser K-Pop? (MAKSIMAL 3)	<i>Checkboxes</i> <i>(multiple answers)</i>	a. Merasa sedih dan putus asa b. Merasa sulit untuk melupakan konser c. Merasa ingin kembali dan mengulang konser d. Khawatir sesuatu yang menarik atau menyenangkan tidak dapat terjadi lagi e. Masih sering menonton foto atau video konser f. Merasa seolah tidak ada lagi hal yang penting g. Mengganggu aktivitas sehari-hari (Contoh: Sulit tidur, Tidak nafsu makan)

		h. Mengalami gangguan emosional yang signifikan i. Sedikit kehilangan motivasi
Berapa lama biasanya perasaan kesedihan atau kekosongan berlangsung setelah konser K-Pop?	<i>Multiple Choice</i>	a. Beberapa jam b. Beberapa hari c. Satu minggu atau lebih d. Tidak dapat dipastikan (bisa muncul lagi)
Apa yang Anda lakukan apabila merasakan gejala - gejala tersebut?	<i>Checkboxes (multiple answers)</i>	a. Biarkan hingga hilang dengan sendirinya b. Cari bantuan Psikolog c. Berkumpul dengan teman sesama penggemar d. Menonton video konser ulang e. Melakukan kegiatan lain untuk mengalihkan perhatian f. Mencari <i>update</i> -an terbaru terkait artis idola
Apakah Anda merasa perlu untuk mendatangi konser lagi untuk menghilangkan perasaan PCD?	<i>Multiple Choice</i>	a. Ya b. Tidak

Di bagian yang terakhir, responden diberikan pertanyaan mengenai media yang paling sering digunakan atau diakses oleh penggemar K-Pop dalam mencari informasi dunia seputar K-Pop.

Tabel 3.5 Instrumen Pertanyaan bagian Media Penggemar K-Pop

Bagian kelima: Media Penggemar K-Pop		
Pertanyaan	Metode Jawaban	Jawaban
Media sosial atau platform apa yang paling sering Anda gunakan untuk mengikuti berita dan update tentang K-Pop?	<i>Checkboxes</i> (multiple answers)	a. Instagram b. X (Twitter) c. Tiktok d. Youtube e. <i>Other...</i>
Di platform mana Anda biasanya mencari konten terkait dengan konser K-pop?	<i>Checkboxes</i> (multiple answers)	a. Instagram b. X (Twitter) c. Tiktok d. Youtube e. <i>Other...</i>
Apakah Anda pernah melihat konten Campaign mengenai <i>Post Concert Depression</i> di media sosial atau platform lain?	<i>Multiple Choice</i>	a. Tidak pernah b. Pernah melihat sekali c. Sering melihat
Jika Anda pernah melihat konten Campaign mengenai <i>Post Concert Depression</i> , di platform mana Anda melihatnya?	<i>Multiple Choice</i>	a. Instagram b. X (Twitter) c. Tiktok d. Youtube e. Tidak pernah melihat f. <i>Other...</i>
Seberapa sering Anda mencari informasi atau dukungan mengenai <i>Post Concert Depression</i> di media sosial atau platform lain?	<i>Linear scale</i> (Skala Likert)	a. 1 = Tidak pernah b. 2 = Pernah sesekali c. 3 = Sering d. 4 = Selalu

Apakah Anda merasa bahwa media sosial dan platform online memiliki peran yang signifikan dalam membantu penggemar K-pop mengatasi perasaan <i>Post Concert Depression</i> ?	<i>Linear scale</i> (Skala Likert)	a. 1 = Tidak berpengaruh b. 2 = Cukup berpengaruh c. 3 = Berpengaruh d. 4 = Sangat berpengaruh
---	------------------------------------	---

