

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap orang harus melakukan kegiatan ekonomi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Kegiatan ekonomi sering dilakukan dalam kehidupan sehari-hari yang berarti kegiatan mengkonsumsi. Biasanya, ketika kebutuhan seseorang terpenuhi, muncul lah kebutuhan lain. Dengan mengkonsumsi barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan, kelompok individu dalam masyarakat mempunyai cara dalam melakukan kegiatan konsumsinya, yang disebut dengan perilaku konsumsi. Konsumsi merupakan kegiatan manusia untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan suatu barang dan jasa.

Ancok (dalam Thohiroh, 2015) menjelaskan bahawa perilaku konsumtif seseorang ialah perilaku yang tidak lagi membeli barang yang benar-benar dibutuhkan, tetapi membeli barang yang semata-mata untuk membeli dan mencoba produk, walaupun sebenarnya tidak memerlukan produk tersebut.

Saat ini perkembangan teknologi dan informasi semakin pesat. Perkembangan tersebut diikuti dengan perkembangan disegala bidang kehidupan, salah satunya kebudayaan global. Salah satu yang sedang ramai diperbincangkan orang adalah *Korean wave*.

Korean Wave atau *Hallyu* merupakan istilah yang diberikan untuk budaya Korea Selatan yang menyebar ke seluruh dunia di berbagai negara, termasuk Indonesia (Shin, 2006).

Memang *Korean Wave* sedang mempersiapkan diri untuk pasar internasional dengan dukungan penuh pemerintah sejak masa pemerintahan Presiden Kim. Dae-Jung (1993-1998), yang semboyan politiknya adalah "Pencipta Korea Baru". Dengan kata lain, pemerintah Korea berupaya menghapus citra lama negaranya dan menggantinya dengan citra baru yang lebih modern. Kebijakan budaya mantan presiden Kim Dae-Jung bertujuan untuk mengembangkan identitas budaya bangsa, sehingga memberinya gelar "Presiden Kebudayaan". Jika berbicara tentang *Korean wave*, yang terlintas

dan dikenali sebagian orang adalah K-pop. K-pop adalah istilah untuk musik pop Korea dan secara harfiah berarti Pop Korea. *K-pop* sudah menjadi bagian dari budaya populer yang digunakan Korea Selatan tidak hanya untuk musiknya tetapi juga untuk tarian yang dibawakan oleh semua penyanyi Korea Selatan. memiliki "aset yang dapat dipasarkan". K-pop juga mencari terobosan budaya, dengan agensi musik Korea mengatur pertunjukan untuk penyanyi K-pop di negara lain seperti Amerika, Kanada, Tiongkok, Jepang dan Thailand. (Departement Global Communication and Contents Division, 2012). Penyanyi K-Pop dinilai memiliki pesonanya tersendiri bagi remaja dan hal tersebut membuat remaja mencari lebih dalam mengenai Kpop. Pencarian secara mendalam yang dilakukan oleh remaja tidak lain disebabkan karena pada masa ini remaja memiliki keinginan yang tinggi (Ali & Astori, 2014).

Penyebaran *Korean wave* mempunyai cara yang berbeda-beda, juga difasilitasi oleh internet dan berbagai media sosial yang memudahkan semua kalangan mengakses informasi yang tersedia dalam berbagai bahasa. Keterbatasan perbedaan bahasa dapat diatasi ketika penggemar dan non-penggemar membuka layanan terjemahan subtitle musik K-drama atau K-pop. Orang-orang di seluruh dunia dapat dengan mudah mendownload lagu dan video musik grup K-pop. Penggunaan media sosial seperti Twitter, Facebook dan Instagram juga turut mempromosikan penggemar Korean wave

Kelompok penggemar terbagi kedalam dua bagian yakni, penggemar laki-laki (fanboy) dan penggemar perempuan (fangirl). Pada dasarnya, penggemar, aktif tidak bisa disamakan dengan audien biasa. Mereka mengkonsumsi budaya yang mereka sukai secara aktif, seperti membeli buku dari penulis yang mereka sukai, membeli album dari idola yang mereka sukai (Gray & Sandvoss, 2007). Pada umumnya fangirl lebih aktif jika melihat idola wanita, dan sebaliknya fangirl lebih aktif jika melihat idola pria. Penggemar K-pop dikenal karena kesetiaan mereka, yang diwujudkan tidak hanya dalam uang, tetapi juga dalam waktu dan tindakan. Penggemar K-pop rela menghabiskan waktu berjam-jam untuk menonton penampilan idolanya.

Penggemar K-pop pun rela mengeluarkan banyak uang bahkan mengorbankan kebutuhan pribadinya demi membeli segalanya untuk idolanya. (Paramitha & Mihardja, 2019).

Di era yang serba modern dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat menjadikan semua kalangan masyarakat mengenal semua berbagai informasi dari luar maupun dalam negeri dari anak-anak hingga orang dewasa. Begitu juga dengan *K-Pop*, *Invansi K-Pop* di Indonesia juga menyerang berbagai kalangan bahkan anak SD pun sudah mengenal *K-pop*. Mulai dari mengikuti gaya berbusana, gaya berbicara, menonton video klip, mendengarkan musik *K-pop*, mengambil foto idola yang tersebar di internet bahkan membeli *Merch* yang berbau tentang idol *K-Pop*. Beberapa penelitian yang relevan dengan topik pembahasan yang dibahas oleh peneliti kaitannya dengan Perilaku penggemar K-Pop pada anak usia 6-12 tahun yaitu sebagai berikut:

Wulandari, Budiati & Nuhadi (2018) yang melakukan penelitian mengkaji tentang Perilaku Konsumtif Peserta Didik Penggemar K-Pop di SMA Negeri 4 Surakarta, Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Teknik pengumpulan data berasal dari wawancara dengan sumber data utama yakni peserta didik di SMA Negeri 4 Surakarta yang merupakan penggemar K-Pop. Sedangkan data lainnya berdasarkan dari dokumentasi yang didapat melalui informan. Teknik pengambilan informan menggunakan purposive sampling. Uji validitas data menggunakan trigulasi sumber dan metode. Teknik analisis menggunakan model analisis data interaktif yakni pengumpulan data, reduksi, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari, Budiati & Nuhadi 2018 dengan penelitian milik saya adalah informan yang saya ambil, saya menggunakan informan siswa Pendidikan Dasar dengan kisaran usia 6-12 tahun yang berada di Desa Wonosekar.

Luthfiah (2020) melakukan penelitian yang mengkaji tentang Perilaku Konsumsi Remaja Penggemar Korean Wave. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Subjek penelitian berjumlah remaja berusia 12 sampai 14 tahun yang merupakan

penggemar Korean Wave di Jakarta. Penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dokumentasi dan studi kepustakaan. Penelitian ini memiliki tujuan yaitu mendeskripsikan perilaku remaja penggemar Korean Wave. Kemudian menganalisis perilaku konsumsi penggemar Korean Wave dilihat dari perspektif masyarakat konsumsi. Penelitian milik Luthfiah memiliki perbedaan dengan penelitian yang telah saya lakukan dimana penelitian yang saya lakukan memiliki objek yang merupakan siswa pendidikan dasar yang memiliki rentang usia 6 sampai 12 tahun dan berfokus pada perilaku konsumtif.

Ananda, Hadi dan Meiji (2021) melakukan penelitian yang mengkaji tentang dibalik Perilaku Konsumtif NCTzen dalam Pembelian Merchandise NCT (Studi Kasus Komunitas NCTzen Malang). Penelitian ini membahas tentang perilaku konsumtif NCTzen dalam pembelian merchandise NCT. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus di komunitas NCTzen Malang dengan informan beberapa member NCTzen Malang. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data menggunakan reduksi data, menyajikan data terkumpul, dan penarikan kesimpulan. Penelitian yang dilakukan oleh Ananda, Hadi dan Meiji (2021) memiliki perbedaan pada penelitian yang saya lakukan dimana saya hanya meneliti tentang perilaku konsumtif penggemar K-Pop pada usia 6 sampai 12 tahun dan tidak menjurus seperti fandom tetapi hanya mengambil sample narasumber penyuka K-Pop secara umum bukan secara khusus.

Ramadhani (2019) melakukan penelitian yang mengkaji tentang Perilaku Konsumsi dan Produksi Budaya penggemar Pada Komunitas Army BTS Jogja. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, mengumpulkan data dengan cara mengamati partisipasi dan wawancara tujuh pembicara yang telah bergabung dengan komunitas secara individu dengan teknik snowball. Menyajikan data sehingga memberikan gambaran yang nyata dalam produksi dan konsumsi fans yang tergabung dalam komunitas BTS. Adanya konsumsi dan produksi yang berulang kegiatan oleh penggemar. Karena dasarnya seorang penggemar selalu disebut sebagai orang yang kelebihan dan orang

yang terobsesi dengan idolanya. Oleh karena itu produk akan didistribusikan ke penggemar mereka lagi dan dikonsumsi sendiri. Perbedaan penelitian milik Ramadhani dengan penelitian milik yang saya lakukan adalah purposive sampling sebagai penentuan dalam menentukan informan. Informan yang akan digunakan oleh peneliti adalah anak usia 6-12 tahun yang merupakan penggemar k-pop di Desa Wonosekar.

Padmaningtyas (2021) melakukan penelitian yang mengkaji tentang Photocard Collecting dan Representatif Identitas Virtual Studi Netnografi Collection Account NCTzen Indonesia di Instagram. Penelitian ini menggunakan metode netnografi dan alat pengumpulan data untuk wawancara, pengamatan media sosial, dan ulasan literatur. Strategi pengambilan sampel yang ditargetkan digunakan untuk memilih informan. Teori industri budaya, dromologi, dan masyarakat tontonan digunakan dalam penelitian. Persaingan dalam pengumpulan data kartu foto ditampilkan melalui akun koleksi, yang merupakan akun Instagram yang didedikasikan untuk menampilkan kartu foto pemilik. Foto dan interaksi diunggah di akun koleksi menjadi sumber kesenangan dan ruang kosong bagi pengguna untuk mengekspresikan identitasnya. Penelitian milik Padmaningtyas memiliki perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan, yaitu mengkaji tentang perilaku konsumtif anak-anak usia 6-12 tahun penggemar k-pop, jadi dalam penelitian ini mencari perilaku konsumtif seperti apa yang dilakukan oleh anak-anak usia tersebut.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan tersebut peneliti ingin mengetahui bahwa penyebaran K-Pop sudah sampai pada anak-anak usia pendidikan dasar, peneliti ingin mengetahui apakah penggemar K-Pop antara usia 6 sampai 12 tahun apakah sudah memiliki keinginan atau perilaku Konsumtif.

Begitu pula dengan anak-anak usia Sekolah Dasar yang berada di Desa Wonosekar, rupanya kesenangan terhadap Korea juga sudah menyerang anak-anak. Mereka mengetahui apa itu K-Pop, Siapa saja mereka dan juga asal K-pop itu dari mana. Dengan adanya hal tersebut peneliti mempunyai keinginan untuk melakukan

penelitian terhadap anak-anak di Desa Wonosekar apakah mereka sudah memasuki penggemar yang melakukan kegiatan konsumtif atau tidak. Maka dari itu peneliti mengambil judul “**Perilaku Konsumtif Penggemar K-Pop : Pada Anak Usia 6-12 Tahun**”

1.2 Fokus dan Lokus Penelitian

Pada penelitian ini berfokus pada perilaku konsumtif yang dilakukan oleh siswa penggemar K-Pop usia 6-12 tahun di Desa Wonosekar. Apakah memang benar di kenyataannya anak usia tersebut lebih memilih membeli barang yang berbau K-Pop atau lebih suka membeli barang seperti anak seusianya yang tidak mengenal K-Pop.

Lokus penelitian ini yaitu pada anak-anak penggemar K-Pop yang ada di Desa Wonosekar, yang berusia antara 6 sampai 12 tahun yang menyukai hal yang berbau K-Pop. Peneliti akan melakukan sesi observasi dan wawancara pada narasumber yang merupakan siswa Madrasah Ibtidaiyah di Desa Wonosekar.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana bentuk perilaku konsumtif yang dilakukan oleh penggemar KPop usia 6 sampai 12 tahun mengingat mereka adalah anak usia pendidikan dasar yang belum memiliki penghasilan sendiri.
2. Mengapa anak-anak memilih untuk membeli barang yang berbau dengan KPop?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat dirumuskan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Menganalisis gambaran perilaku konsumtif penggemar K-Pop yang dilakukan oleh anak usia 6 sampai 12 tahun.
2. Mengetahui alasan anak-anak penggemar K-Pop lebih suka membeli barang yang berbau K-Pop daripada mainan atau barang yang tidak mengandung K-Pop.

1.5 Manfaat Penelitian

A. Secara Teoritis

Manfaat penelitian ini peneliti ingin mengetahui dan membuktikan apakah memang benar jika anak-anak usia 6 sampai 12 tahun yang menyukai K-Pop sudah memiliki perilaku untuk membeli barang yang berbau dengan K-pop atau tidak. Jika memang benar adanya apa saja yang mendorong untuk pembelian barang tersebut, mengingat mereka masih usia sekolah dan belum memiliki penghasilan sendiri.

b. Secara Praktis

1. Bagi Anak-anak

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi pacuan untuk diri masing-masing agar lebih mementingkan keperluan yang berhubungan dengan pendidikan dari pada barang diluar pendidikan. Dan mendorong pribadi masing-masing agar lebih mengontrol diri dalam pembelian barang diluar kebutuhan. Boleh melakukan pembelian asal tidak melebihi batasan dan sesuai dengan kemampuan tidak memaksakan kehedak .

2. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan evaluasi dan acuan untuk pengembangan penelitian serupa yang akan dilakukan untuk kedepannya. Dan diharapkan memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pembacanya sebagai referensi untuk penelitian yang relevan.

3. Bagi Masyarakat

Penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran pada masyarakat tentang perilaku konsumtif penggemar k-pop pada anak usia 6-12 tahun pada kehidupan sehari-hari dilingkungan tempat tinggalnya.

4. Bagi Peneliti

Dalam penelitian ini memberikan sebuah manfaat dan pengalaman bagi peneliti Agar dapat mengetahui tentang permasalahan yang sedang diteliti yaitu perilaku konsumtif penggemar k-pop pada anak usia pendidikan

dasar dilapangan sehingga dapat mengetahui secara pasti apakah perilaku tersebut benar adanya atau tidak.

