

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era informasi dan globalisasi dewasa ini, idol grup seperti *boyband* dan *girlband* K-POP semakin digemari oleh masyarakat di seluruh dunia termasuk di Indonesia. Salah satu sosial media yang sering digunakan oleh penggemar K-POP untuk mendapatkan informasi terbaru dari artis kesukaannya, terhubung dengan penggemar lainnya, serta mengekspresikan apresiasi mereka terhadap K-POP yang telah mendunia dalam 10 tahun terakhir adalah Twitter (Kim, 2020). Di Twitter, jumlah *Tweet* global mengenai K-POP meningkat dari 6,7 miliar di tahun 2020 menjadi 7,8 miliar di tahun 2021. Dari 20 negara yang paling banyak membicarakan K-POP di Twitter, Indonesia berada pada peringkat pertama selama dua tahun berturut-turut. *Bangtan Sonyeondan* atau yang lebih terkenal disebut BTS menempati urutan pertama dalam daftar artis K-POP yang paling banyak dibicarakan secara global dengan jumlah lebih dari 68 juta *Tweet* secara global (Twitter Blog, 2022). Pada tahun 2023, akun Twitter BTS memiliki jumlah *followers* sebanyak 48,5 juta menjadikan BTS sebagai artis K-POP dengan *followers* terbanyak dan artis K-POP paling banyak disukai di dunia termasuk Indonesia.

BTS dapat dikatakan sukses dalam industri hiburan K-POP karena banyak penggemar dari berbagai negara yang mengkonsumsi karyanya mulai dari menikmati musik dan konsernya hingga membeli *merchandise* seperti album, *photocard*, pakaian, *lightstick*, *sticker*, poster dan sebagainya. Berdasarkan data Hanteo, album fisik BTS berjudul “Proof” menjadi album musik K-POP terlaris di dunia pada tahun 2022 dengan terjual sebanyak 3,5 juta kopi (DataIndonesia, 2023). Di lain keadaan, para ARMY juga rela membeli tiket konser BTS yang terhitung mahal hingga sangat mahal dengan alasan agar dapat melihat idola mereka, sehingga tidak sedikit para ARMY yang menabung dan mengurangi pengeluaran sehari-harinya agar dapat menyaksikan penampilan idola mereka secara langsung.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada ARMY, dirinya selalu membeli *merchandise* BTS dan memiliki semua album fisik BTS dengan alasan merasa senang dan puas jika memiliki barang tersebut. Selain itu, dirinya memiliki *list* atau daftar keinginan *merchandise* BTS yang belum dimiliki sehingga setiap bulan pasti membeli *merchandise*. Selain *merchandise*, dirinya juga pernah menonton konser BTS lebih dari 3 kali di berbagai negara di Asia. Sama halnya dengan ARMY yang gemar mengoleksi *photocard* member BTS dengan setiap versi foto dan konsep yang berbeda. *Photocard* BTS memiliki harga yang beragam dan *photocard* termahal yang pernah dibeli adalah seharga Rp3.000.000 sehingga dirinya pernah membohongi orang tuanya meminta uang untuk keperluan kuliah padahal uang tersebut untuk membeli *photocard*. Kedua ARMY tersebut mengatakan bahwa sulit untuk berhenti membeli *merchandise* karena itu sudah menjadi kebiasaan. Selain itu, sekarang sudah banyak *online shop* atau akun jasa titip (*jastip*) untuk membeli *merchandise* K-POP sehingga para penggemar semakin mudah dan ketagihan.

Pembelian *merchandise* K-POP secara berlebihan dan tanpa pertimbangan sering kali dilakukan semata-mata untuk mendukung idola, sehingga tindakan ini menjadi sumber kebahagiaan dan pemuas diri bagi individu. Pembelian yang berulang-ulang dianggap sebagai pembelian impulsif yang menjadi salah satu pemicu perilaku konsumtif, khususnya dalam pembelian *merchandise* K-POP. Ketika pembelian tersebut tidak didasarkan pada pertimbangan rasional dan mengkonsumsi secara berlebihan tanpa batas, individu lebih cenderung memprioritaskan faktor kesenangan dan kepuasan emosional daripada kebutuhan sehingga menyebabkan perilaku konsumtif (Tambunan, 2001).

Munculnya perilaku konsumtif sering kali disebabkan oleh keinginan sesaat dalam membeli barang secara berlebihan, semata-mata untuk mencari kesenangan dan memuaskan diri secara emosional. Perilaku konsumtif dalam membeli *merchandise* K-POP dapat menjadi suatu hobi, sehingga para penggemar memiliki dorongan kuat untuk terus melakukan pembelian berbagai barang terkait dengan idolanya. Tindakan ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana ekspresi diri, tetapi

juga sebagai cara untuk menunjukkan identitas sebagai penggemar setia dari idolanya (Mangkunegara, 2009). Dalam konteks ini, para penggemar memiliki kecenderungan kuat untuk melakukan pembelian berbagai barang yang terkait dengan idolanya. Menurut mereka pembelian ini bukan hanya sebagai cara untuk mendukung idola, tetapi juga sebagai media untuk mengekspresikan diri dan menunjukkan identitas mereka sebagai penggemar setia dari idola tersebut.

Perilaku konsumtif biasanya tetap melekat dan tumbuh dalam gaya hidup individu, menyebabkan berbagai masalah dan kerugian seperti kesulitan keuangan dan stres. Apabila tidak diatasi, individu yang bersifat konsumtif hanya fokus pada memenuhi kepuasan pribadi dan kebahagiaan saat ini tanpa memperhatikan dampaknya di masa mendatang (Nurafandi, 2022). Gaya hidup konsumtif memerlukan dukungan finansial yang memadai, dan masalah akan timbul ketika pencapaian tingkat finansial tersebut dilakukan melalui proses yang tidak tepat. Pada akhirnya, perilaku konsumtif tidak hanya berdampak secara ekonomi, tetapi juga memberikan dampak psikologis, sosial, bahkan etika (Hamdan, 2013).

Terdapat beberapa penelitian terdahulu mengenai perilaku konsumtif, pada penelitian yang dilakukan oleh Tombeg (2021) “Hubungan antara Gaya Hidup Hedonisme dengan Perilaku Konsumtif terhadap Mahasiswa yang Berasal dari Minahasa” menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara gaya hidup hedonisme dengan perilaku konsumtif, dalam penelitiannya diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,771 dengan $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Selain itu, pada penelitian yang dilakukan oleh Ni Luh, dkk. (2023) “Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Penggemar K-Pop” menunjukkan terdapat pengaruh antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada penggemar K-Pop sebesar 6,4%. Artinya semakin tinggi kontrol diri maka makin rendah perilaku konsumtif begitupun sebaliknya. Lalu pada penelitian Thellyda & Ira (2023) “Perilaku Konsumtif Ditinjau dari *Celebrity Worship Syndrome* pada Komunitas NCTZEN Dewasa Awal” menunjukkan bahwa daya tarik yang dimiliki oleh idola seseorang mampu memikat minat penggemar dalam setiap proses pembelian barang tersebut. Perilaku obsesif terhadap idola dapat mempengaruhi pembentukan

identitas individu yang memasuki usia dewasa awal. Identitas mereka akan terikat dengan idola yang dipuja serta cenderung mengadopsi nilai-nilai, citra diri, atau gaya hidup idola tersebut sebagai bagian dari identitas mereka sendiri.

Perilaku konsumtif pada dasarnya dapat dikategorikan sebagai tipe tingkah laku operan, karena perilaku konsumtif individu tidak muncul sebagai respons langsung terhadap stimulus, tetapi merupakan penyesuaian terhadap lingkungan. Motivasi di balik perilaku konsumtif yang berkaitan dengan kepuasan dan keinginan untuk diakui dapat mengalami modifikasi melalui *reinforcement* atau respons yang mengikuti perilaku tersebut. Oleh karena itu, lingkungan sekitar terutama dalam lingkungan keluarga di mana individu menghabiskan banyak waktu, memiliki dampak signifikan terhadap terbentuknya perilaku konsumtif (Baraja, 2007). Keluarga yang terdiri dari orang tua dan saudara kandung, merupakan salah satu faktor sosial paling berpengaruh dalam keputusan pembelian konsumen (Kotler & Keller, 2016). Pola perilaku anak sebagian besar terbentuk oleh nilai dan norma yang berlaku dalam keluarga dan kemudian diturunkan melalui pendidikan dan pengasuhan orang tua terhadap anak-anak mereka. Dalam peran manajerial pengasuhan, orang tua memiliki pengaruh besar terhadap anak-anak mereka dalam memutuskan berbagai pilihan termasuk keputusan pembelian, sehingga secara tidak langsung membentuk kebiasaan dan perilaku anak yang dapat mempengaruhi pola pembelian dan gaya hidup mereka (Sarwono, 2004).

Hurlock (1998) menjelaskan bahwa pola asuh orang tua adalah suatu metode disiplin yang diterapkan oleh orang tua terhadap anak-anak mereka. Terdapat tiga jenis pola asuh orang tua, yaitu pola asuh otoriter, pola asuh demokratis, dan pola asuh permisif. Pola asuh permisif merupakan suatu bentuk pendekatan orang tua dengan kontrol terhadap anak yang sangat longgar. Dalam pola asuh permisif hukuman dan hadiah jarang diberikan, keputusan sering kali diserahkan sepenuhnya kepada anak, orang tua bersikap santai, dan pendidikan cenderung lebih bebas (Hurlock, 2007). Pola asuh permisif dapat diartikan sebagai perilaku orang tua yang memberikan kebebasan kepada anak untuk melakukan apa

pun yang mereka inginkan termasuk membuat keputusan sendiri untuk memenuhi keinginannya tanpa banyak pertimbangan dari orang tua.

Dalam pola asuh permisif aturan yang ketat jarang diterapkan, orang tua kurang memberikan bimbingan kepada anak sehingga tidak ada kontrol atau pengendalian yang konsisten, dan tidak ada tuntutan terhadap anak, sehingga anak tidak memiliki kendala dalam mengontrol perilakunya sendiri dan selalu mengharapkan agar keinginannya terpenuhi. Orang tua yang menerapkan pola asuh permisif cenderung meyakini bahwa kombinasi antara keterlibatan yang hangat dan pembatasan yang sedikit akan menghasilkan anak yang kreatif dan penuh percaya diri (Baumrind, 1991). Meskipun demikian, kebijakan orang tua yang selalu memberikan kebebasan penuh dan memenuhi setiap keinginan anak dapat menyebabkan anak kurang belajar untuk menghormati orang lain dan mengalami kesulitan dalam mengendalikan perilakunya (Ismail, dkk., 2021).

Orang tua sebagai pihak yang paling terlibat dalam kehidupan anak, perlu memahami jenis pola asuh yang diterapkan kepada anak-anak mereka. Pada dasarnya tidak ada pola asuh yang mutlak benar atau salah, namun keberhasilan pengasuhan terletak pada kesesuaian dengan kebutuhan individu anak, sehingga anak dapat berkembang menjadi individu yang lebih baik (Muslima, 2015). Anak dapat mengembangkan persepsi terhadap pola asuh permisif dengan menganggap bahwa aspek lain di kehidupan orang tua lebih penting daripada diri mereka, sehingga menciptakan suatu tanggapan atau perilaku anak terhadap pola asuh tersebut (Pravitasari, 2012). Dampak dari pola asuh yang selalu memanjakan anak, memberikan kontrol yang minim terhadap kegiatan anak, kurangnya tuntutan dan pembatasan, serta jarang memberikan hukuman dapat menyebabkan kurangnya pengendalian diri pada anak, termasuk dalam perilaku pembelian. Besarnya peluang terjadinya perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh pola asuh yang kurang memberikan batasan dan tuntutan kepada anak. Oleh karena itu, hubungan antara pola asuh orang tua dan perilaku anak tidak hanya mempengaruhi aspek kehidupan sehari-hari, tetapi juga dapat berdampak pada perilaku konsumtif anak (Santrock, 2007).

Menurut Santrock (2012), dewasa awal merupakan masa perkembangan individu yang berlangsung antara usia 18-25 tahun. Berdasarkan karakteristik usia dewasa awal seharusnya ketertarikan pada sosok idola akan berkurang karena individu yang berada dalam usia perkembangan dewasa awal dinilai sudah lebih menajamkan identitasnya (Amiram, dkk., 1995). Namun faktanya masih banyak individu yang memiliki ketertarikan pada sosok idola ketika usianya sudah memasuki masa dewasa awal. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Boon & Lomore (2001) yang menunjukkan bahwa 75% individu pada masa dewasa awal cenderung memiliki ketertarikan yang kuat terhadap selebriti dalam kehidupannya, seperti idola pop, bintang film, dan semacamnya.

Selain itu, pada umumnya individu dewasa awal masih mendapatkan uang saku dari orang tua, namun ada juga yang sudah memiliki sumber pendapatan sendiri selain uang saku yang diberikan oleh orang tua. Individu pada masa dewasa awal memiliki peluang dalam melakukan perilaku konsumtif karena pada umumnya telah memegang sendiri dan bertanggung jawab penuh atas uang saku cenderung mengikuti keinginan sesaat dan emosi semata (Fromm, 1995). Oleh karena itu, berdasarkan teori dan pemaparan di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Pola Asuh Permisif Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Penggemar BTS (*Bangtan Sonyeondan*) di Bandung Raya”.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran pola asuh permisif pada penggemar BTS?
2. Bagaimana gambaran perilaku konsumtif yang terjadi pada penggemar BTS?
3. Apakah terdapat pengaruh pola asuh permisif terhadap perilaku konsumtif yang terjadi pada penggemar BTS?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui gambaran pola asuh permisif pada penggemar BTS.
2. Mengetahui gambaran perilaku konsumtif yang terjadi pada penggemar BTS.
3. Mengetahui apakah terdapat pengaruh pola asuh permisif terhadap perilaku konsumtif yang terjadi pada penggemar BTS.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis penelitian ini diharapkan mampu memberikan ilmu dan pengetahuan di bidang psikologi mengenai pengaruh pola asuh permisif terhadap perilaku konsumtif pada penggemar BTS.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti

Penelitian ini memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan ilmiah terkait pengaruh pola asuh permisif terhadap perilaku konsumtif pada penggemar BTS.

- b. Bagi orang tua

Hasil penelitian dapat memberikan informasi terkait pola asuh dan pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif pada pembelian *merchandise* K-POP.

- c. Bagi penggemar BTS dan K-POP

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan introspeksi diri terkait dengan perilaku konsumtif, sehingga dapat memperbaiki dan mengembangkan diri ke arah yang lebih positif.

1.5 Struktur Organisasi

Sistematika penulisan skripsi berisi mengenai keseluruhan isi skripsi dan berperan sebagai pedoman penulisan agar penulisan ini lebih terarah. Struktur organisasi skripsi dimulai dari bab I sampai bab V, sebagai berikut:

1. Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi tentang pendahuluan yang menjelaskan latar belakang, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan struktur organisasi penelitian.

2. Bab II Kajian Pustaka

Bab ini berisi mengenai penjelasan dari kajian tentang pola asuh permisif dan perilaku konsumtif. Selain itu, bab ini juga menjelaskan kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

3. Bab III Metode Penelitian

Bab ini berisi mengenai metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, mulai dari desain penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian dan definisi operasional, instrumen penelitian, serta analisis data.

4. Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini berisi mengenai pemaparan hasil dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan.

5. Bab V Kesimpulan dan Rekomendasi

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil dan pembahasan yang telah dipaparkan serta menyampaikan rekomendasi dari peneliti berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.