

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang “Dampak Budaya *Korean Pop* dalam Perilaku Konsumerisme di Kalangan Penggemar *K-Pop* (Studi Kasus pada Komunitas UKM Hallyu-UP Edutainment UPI Bandung) dapat disimpulkan bahwa budaya *Korean Pop* dapat memberikan dampak perilaku konsumerisme di kalangan mahasiswa penggemar *K-Pop* pada komunitas UKM Hallyu-UP Edutainment UPI Bandung dengan fokus pada indikator-indikator seperti perilaku prestise, status sosial, ekspresi gaya hidup, kemewahan dan kehormatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya *Korean Pop* memberikan dampak signifikan terhadap perilaku konsumerisme di kalangan mahasiswa/i penggemar *K-Pop* anggota UKM Hallyu-Up Edutainment UPI Bandung, terutama dalam konteks pembelian berbagai produk atau *merchandise* yang terkait dengan *K-Pop*. Penggemar *K-Pop* cenderung mengaitkan produk *K-Pop* dengan simbol status sosial dan prestise, serta menggunakannya sebagai sarana untuk mengekspresikan gaya hidup mereka. Hal ini sejalan dengan teori masyarakat konsumsi oleh Baudrillard, yang menyatakan bahwa dalam masyarakat konsumsi, produk tidak hanya dibeli untuk nilai fungsionalnya, tetapi juga untuk makna simbolis yang dikaitkan dengan status dan identitas sosial. Dalam perilaku prestise para mahasiswa penggemar *K-Pop* pada komunitas UKM Hallyu-UP Edutainment UPI Bandung mengkonsumsi berbagai produk atau *merchandise K-Pop* karena hal itu memberikan rasa bangga dan meningkatkan kepercayaan diri dan rasa puas yang tidak berhenti pada satu titik saja melainkan selalu meningkat, karena mereka membeli berbagai produk *K-Pop* hanya memenuhi keinginan atau kepuasan dalam pemenuhan angan-angan sementara, membeli produk *K-Pop* hanya ingin mendapatkan iming-iming hadiah, potongan harga besar atau murah, mengkonsumsi produk *K-Pop* tidak sesuai kebutuhan melainkan keinginan, hasrat, atau hobi yang bersifat materialistik, membeli produk *K-Pop* tanpa mempedulikan kebutuhan serta manfaat dan kegunaannya. Hal ini terjadi karena mereka membeli album musik sebagai bentuk dukungan dan apresiasi yang mereka berikan kepada idol *K-Pop* yang

digemari. Perilaku konsumtif yang muncul dari penggemar secara tidak langsung akan membentuk sebuah loyalitas dimana penggemar akan rela merogoh kocek uangnya demi sang idola.

Hal ini juga berjalan dengan adanya status sosial para mahasiswa penggemar *K-Pop* pada komunitas UKM Hallyu-UP Edutainment UPI Bandung ingin menunjukkan kepada orang lain atau dengan sesama penggemar *K-Pop* lainnya identitasnya sebagai seorang *K-Poppers* dengan cara membeli dan mengoleksi berbagai produk album musik atau *merchandise K-Pop* dan kemudian membuat video atau foto *unboxing* produk *K-Pop* dan mempostingnya di *platform* media sosial seperti Twitter atau Instagram, mereka seakan haus validasi dari orang lain karena ingin terus dikenal sebagai penggemar *K-Pop* sejati. Selain itu, para mahasiswa/i anggota komunitas UKM Hallyu-Up Edutainment UPI Bandung menunjukkan bahwa menjadi seorang penggemar *K-Pop* dapat meningkatkan motivasi pribadi, karena untuk belajar meningkatkan kemampuan mereka melalui aktivitas terkait *K-Pop*, seperti *dance* dan *sing cover K-Pop* idol, menggunakan *fashion* ala *Korean style* dan meniru *make up* ala *K-Pop* idol dan menerapkan gaya berpenampilan tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

Kemudian dalam konsep ekspresi gaya hidup yang dilakukan para mahasiswa/i anggota komunitas UKM Hallyu-Up Edutainment UPI Bandung mencakup berbagai aktivitas, minat, pendapat dan ketertarikannya dalam mengkonsumsi berbagai produk budaya *Korean Pop*. Mulai dari membeli dan mengoleksi album musik, *photocard* atau *merchandise K-Pop*, menonton konser atau mengikuti *fansign* idol *K-Pop*, menggunakan *make up*, *skincare* dan *fashion* ala *Korean Pop*, mengkonsumsi makanan atau minuman produk Korea, melakukan *streaming* lagu, *music video* dan vote idol *K-Pop*, berlangganan aplikasi *bubble chat* atau *membership* dengan idol *K-Pop*, bergabung ke dalam *group order* (GO) pembelian produk *K-Pop*, berkomunikasi dengan sesama penggemar *K-Pop* melalui media sosial, menjadi rajin untuk berlatih *dance* dan *sing* seperti idol *K-Pop* serta mempelajari bahasa dan budaya negara Korea Selatan. Tentu saja, seiring dengan berjalannya waktu ekspresi gaya hidup yang dilakukan sudah menjadi suatu kebiasaan yang akan sulit untuk dihentikan dalam jangka panjang karena gaya hidup akan terus menerus hadir dalam kehidupan yang dimana diikuti dengan perkembangan globalisasi yang semakin

maju, ini dapat berubah hanya saja dalam konteks aktivitas gaya hidup yang mengikuti suatu trend.

Selain itu, dalam konsep kemewahan bukan sekedar membeli suatu produk tetapi juga membeli karena melihat merek atau *brand* dari produk tersebut. Misalnya, saja para mahasiswa/i anggota komunitas UKM Hallyu-Up Edutainment UPI Bandung membeli produk kosmetik, perawatan kulit, makanan, atau minuman hanya dengan merek atau *brand* Korea yang sudah terkenal.. Mereka ingin membeli produk tersebut tidak hanya untuk memenuhi kebutuhannya tetapi juga untuk menikmatinya dengan menerima bonus *merchandise K-Pop* seperti *photocard*, *photostrip* dari idola yang digemari dan tidak lupa untuk memposting dan membanggakan berbagai koleksi tersebut di media sosial. Hal ini membantu mereka tetap mengikuti perkembangan dan berkontribusi pada pengembangan budaya *K-Pop*. Mereka juga lebih mengetahui produk atau merek suatu brand yang diproduksi Korea, dibandingkan dengan produk dari brand lokal sendiri, kecuali pada saat *K-Pop* Idol yang digemarinya berkolaborasi menjadi *brand ambassador* dari produk tersebut.

Selanjutnya, berjalan juga dengan konsep kehormatan dalam hal ini bukan hanya perilaku konsumerisme saja yang telah dilakukan oleh para mahasiswa/i penggemar *K-Pop* pada komunitas UKM Hallyu-Up UPI Bandung tetapi juga sudah menjadi *obsessive collecting* yang dimana sebageian besar penggemar *K-Pop* akan merasa bahwa kegiatan mengoleksi merupakan suatu kewajibannya sebagai seorang fans untuk membuktikan prinsip identitas diri yang muncul serta menimbulkan keterikatan emosional. Apabila dalam membeli berbagai produk atau *merchandise K-Pop* bahkan hingga menonton konser *K-Pop* idol ini tidak terpenuhi sesuai yang mereka inginkan akan timbulah suatu perasaan untuk mempertahankan harga diri karena nantinya akan merasa malu, *insecure*, gengsi dengan sesama penggemar *K-Pop* lainnya. Kondisi ini lah yang kemudian berpotensi untuk berujung pada perilaku obsesif dan adiktif pada diri seseorang.

Dampak negatif menggemari budaya *Korean Pop* jika dilihat dari ranah psikologi yaitu adanya *impulsive buying* yang dimana berawal dari rasa ketertarikan, hobi hingga menjadi suatu kebiasaan yang sulit untuk dihentikan karena terpengaruh oleh teman

sebaya baik secara langsung maupun melalui berbagai postingan dari media sosial, terjadinya pemborosan karena suatu ambisi, keinginan untuk membeli berbagai produk atau *merchandise K-Pop* yang terlihat menarik untuk dimiliki secara bentuk fisik sehingga lama kelamaan mengoleksi sebanyak-banyaknya hingga tanpa sadar, hal ini dapat mengakibatkan kesehatan mental terganggu yaitu seperti *Hoarding Disorder* yang ditandai dengan mengumpulkan berbagai barang-barang yang dikiranya sangat berharga dan sayang untuk dibuang begitu saja. Selanjutnya, ingin mencari kesenangan diri karena dengan membeli berbagai produk *K-Pop* itu dapat dijadikan sebagai tempat hiburan dari rasa penat kehidupan nyata akan tetapi kegiatan pengkonsumsian ini bukan menjadi penghilang rasa penat dalam diri mereka karena ini akan terus berlanjut secara berulang-ulang kali. Hal ini dapat dikatakan sebagai gejala dari *Celebrity Worship Disorder* yang digambarkan sebagai keadaan seseorang menyukai selebriti atau idola tertentu dan berdampak pada kehidupan penggemar karena rasa obsesi adiktif dengan hubungan parasosial yang hanya satu arah. Kemudian, dampak negatif akibat menggemari budaya *Korean Pop* yang dirasakan oleh para mahasiswa/i anggota komunitas UKM Hallyu-Up Edutainment UPI Bandung yaitu timbulnya fanatisme, timbulnya sikap pengimitasian berlebih karena menganggap bahwa *K-Pop* idol yang digemari tersebut menjadi kiblat dalam cara berpakaian, adanya perilaku konformitas karena pengaruh dari satu individu atau kelompok untuk ikut menyukai dan memberikan dukungan kepada idol *K-Pop* yang menjadi kesukaannya, eksploitasi loyalitas penggemar *K-Pop* yang dimanfaatkan oleh agensi industri *K-Pop* untuk terus melakukan kegiatan pengkonsumsian berbagai produk atau *merchandise K-Pop* hingga tanpa menjadi lebih konsumtif, ketidakstabilan emosional karena terpengaruh oleh suatu masalah atau peristiwa yang dialami oleh idol *K-Pop* yang digemari sehingga efeknya sampai membuat mereka ikut merasakan stress atau kecemasan sebagai respon terhadap peristiwa tersebut serta isolasi sosial dan gangguan insomnia karena sebagian hidupnya hanya fokus untuk berada di dunia *K-Pop* menyebabkan mereka menarik diri dari interaksi sosial di dunia nyata dan kecanduan *K-Pop* secara berlebihan juga seakan lupa waktu hingga mengalami gangguan insomnia.

Namun, terlepas dari dampak negatif yang diakibatkan dari menggemari budaya *Korean Pop*, ada juga dampak positif yang dirasakan oleh para mahasiswa/i anggota

komunitas UKM Hallyu-Up Edutainment UPI Bandung yaitu budaya *Korean Pop* menjadi inspirasi di dunia *fashion* atau *make up* yang diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Memudahkan bersosialisasi dan bergaul dengan orang lain, karena penggemar *K-Pop* terkenal akan mudah untuk berteman dengan siapapun walaupun orang asing yang baru dikenal baik secara langsung maupun di media sosial karena melihat berdasarkan pada kecintaan mereka terhadap suatu hal yang sama sehingga membuat mereka tidak sungkan untuk berbaur dengan orang lain hingga berlanjut menjadi sahabat dalam kehidupan nyata. Menjadi mandiri dan meningkatkan sikap kepercayaan diri, banyak yang beranggapan dengan mengenal budaya *Korean Pop* dan menjadi penggemar *K-Pop* mengubah sikap mereka yang awalnya pemalu menjadi lebih mengekspresikan diri dengan mengikuti komunitas UKM Hallyu-Up Edutainment UPI ini lah membuat mereka bisa menyalurkan bakat yang dimiliki seperti *dance*, *sing cover K-Pop* idol dan tampil didepan khalayak umum itu lah yang meningkatkan sikap kepercayaan diri. Memberikan motivasi untuk mempelajari budaya dan bahasa Korea, karena dari rasa kagum dan tertarik membuat para mahasiswa ingin mengetahui dan belajar lebih dalam tentang kebudayaan Korea. Menjadi lebih rajin menabung, karena rasa ingin membeli dan mengoleksi berbagai produk atau *merchandise K-Pop* yang mereka lihat dari berbagai postingan sesama penggemar *K-Pop* yang memamerkan produk *K-Pop* yang dimiliki itu lah yang membuat para mahasiswa lebih semangat lagi untuk menabung dan menyisihkan sebagian dari uang saku atau uang tabungan yang sudah dikumpulkan dari jauh-jauh hari serta bermanfaat secara emosional, karena dengan menjadi seorang penggemar *K-Pop* memberikan rasa senang dan kebahagiaan karena dengan menikmati berbagai karya lagu-lagu dari idol *K-Pop* yang digemari itu berisikan pesan motivasi yang menjadi penyemangat dan obat penghilang rasa stress bagi penggemar *K-Pop*.

5.2 Implikasi

Berdasarkan dengan yang telah disebutkan dalam kesimpulan di atas, penelitian ini berimplikasi pada hal yang berkaitan dengan dampak budaya *Korean Pop* dalam perilaku konsumerisme di kalangan penggemar *K-Pop* pada komunitas UKM Hallyu-Up Edutainment UPI Bandung. Penelitian ini berdampak bagi komunitas UKM Hallyu-Up Edutainment UPI Bandung, mahasiswa penggemar *K-Pop* anggota komunitas UKM

Hallyu-Up Edutainment UPI Bandung, masyarakat dan pelaku bisnis, program studi Pendidikan IPS FPIPS UPI, peneliti selanjutnya, dan peneliti sendiri, sebagai berikut:

A. Komunitas UKM Hallyu-Up Edutainment UPI Bandung

Bagi mahasiswa penggemar *K-Pop* anggota komunitas UKM Hallyu-Up Edutainment UPI Bandung untuk dapat mempertahankan komunitas UKM Hallyu-Up Edutainment yang menjadi wadah perkumpulan mahasiswa yang sama-sama menyukai budaya *Korean Pop* agar terus saling mengenal dan berkumpul serta mendukung budaya *K-Pop* secara bersama-sama sesuai dengan peran sebagai mahasiswa yang memberikan peran dan dampak bagi masyarakat sekitar dengan tetap melakukan kegiatan-kegiatan yang positif dan produktif yang biasa dilakukan dengan cara mengikuti berbagai festival-festival budaya *Korean Pop*, mengikuti berbagai perlombaan dari berbagai departement yang telah terbentuk seperti *dance department*, *sing and voice department*, *team production*, *culture and language department* serta mempertahankan solidaritas agar hubungan yang dimiliki tetap terjalin dengan baik. Mempertahankan eksistensi komunitas sebagai salah satu komunitas mahasiswa UPI penggemar *K-Pop* di Kota Bandung dan semakin bersemangat dalam membuat *event-event* yang menarik untuk proses *trainee* dan *show up* atau debut penampilan diatas panggung bagi para calon anggota baru UKM Hallyu-Up Edutainment karena selama ini para panitia-panitia anggota UKM Hallyu-Up selalu membuat acara atau kegiatan yang sangat bagus dan menakjubkan untuk disaksikan serta selalu semangat dalam latihan *dance cover K-Pop* dan *cover sing lagu K-Pop* untuk mengikuti berbagai perlombaan yang sejauh ini sudah menang dan mendapatkan banyak prestasi dan penghargaan.

B. Mahasiswa Penggemar *K-Pop* Anggota Komunitas UKM Hallyu-Up Edutainment UPI Bandung

Bagi mahasiswa penggemar *K-Pop* anggota komunitas UKM Hallyu-Up Edutainment UPI Bandung diharapkan mampu meningkatkan kedewasaan dalam menghadapi arus globalisasi untuk menghindari dampak negatif dari budaya *Korean Pop* yang berlebihan terhadap suatu hal serta dalam menentukan prioritas

keperluan pembelian sesuai akan kebutuhan dan fungsi dari pembelian tersebut agar terhindar dari sifat konsumtif yang terlalu rutin dilakukan dan tidak terlalu berlebihan.

C. Masyarakat dan Pelaku Bisnis

Bagi masyarakat dan pelaku bisnis untuk memberikan informasi bahwa budaya *Korean Pop* bukan hanya sebuah fenomena semata tetapi budaya *Korean Pop* mampu memberikan peluang bisnis, khusus bagi masyarakat seperti orang tua, saudara, atau teman di lingkungan pergaulan penggemar *K-Pop* harus peduli dengan apa yang menjadi kegemaran para mahasiswa penggemar *K-Pop* pada komunitas UKM Hallyu-Up Edutainment UPI Bandung untuk mengetahui sejauh mana menjadikan budaya *Korean Pop* sebagai panutan atau *role model* yang memberikan dampak dalam kehidupan sehari-hari nya dan diharapkan dengan adanya teguran atau nasihat terkait perilaku konsumerisme yang telah mereka lakukan selama menjadi penggemar *K-Pop* dalam membeli dan mengkonsumsi berbagai produk *K-Pop* agar dikurangi dan tidak melewati batas kemampuan.

D. Program Studi Pendidikan IPS FPIPS UPI

Bagi program studi Pendidikan IPS FPIPS UPI dapat dijadikan sebagai bahan kajian mengenai dampak dari salah satu contoh budaya populer seperti budaya *Korean Pop* dan berbagai perilaku konsumerisme yang dilakukan para mahasiswa penggemar *K-Pop* di lingkungan program studi Pendidikan IPS.

E. Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini memiliki implikasi bagi peneliti selanjutnya dengan menambah berbagai kajian mengenai perilaku konsumerisme mulai dari perilaku prestise, status sosial, ekspresi gaya hidup, kemewahan dan kehormatan yang khusus nya berkaitan dengan dampak budaya *Korean Pop* yang telah dilakukan oleh penggemar *K-Pop*. Implikasi yang diberikan oleh penelitian ini juga berkaitan dengan kajian salah satu contoh budaya populer yang sangat berdampak di seluruh dunia yakni budaya *Korean Pop* dan berbagai dampak dari perilaku konsumerisme yang berlebihan di lingkungan para mahasiswa penggemar *K-Pop*. Sehingga, dapat menambahkan referensi peneliti yang dapat mendukung topic penelitian selanjutnya.

F. Peneliti Sendiri

Hasil penelitian ini memiliki implikasi bagi peneliti sendiri dengan menambah pengetahuan tambahan dalam mengembangkan dan menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh selama perkuliahan. Selain itu, dengan adanya penelitian ini juga dapat memberikan kesempatan bagi peneliti untuk dapat mengembangkan diri berdasarkan pengetahuan yang didapatkan dalam hasil penelitian.

5.3 Rekomendasi

Sejalan dengan yang telah disebutkan dalam implikasi di atas, penelitian ini dapat memberikan rekomendasi pada hal yang berkaitan dengan dampak budaya *Korean Pop* dalam perilaku konsumerisme di kalangan penggemar *K-Pop* pada komunitas UKM Hallyu-Up Edutainment UPI Bandung. Penelitian ini ditunjukan kepada komunitas UKM Hallyu-Up Edutainment UPI Bandung, mahasiswa penggemar *K-Pop* anggota komunitas UKM Hallyu-Up Edutainment UPI Bandung, masyarakat dan pelaku bisnis, program studi Pendidikan IPS FPIPS UPI, peneliti selanjutnya, dan peneliti sendiri, sebagai berikut:

A. Komunitas UKM Hallyu-Up Edutainment UPI Bandung

Bagi komunitas UKM Hallyu-Up Edutainment UPI Bandung dapat meningkatkan berbagai kinerja tugas-tugas yang telah diberikan baik itu untuk para mahasiswa anggota komunitas UKM Hallyu-Up Edutainment UPI Bandung untuk terus semangat dalam berlatih menari, bernyanyi, kreatif dalam membuat berbagai konten budaya *Korean Pop* dan menangani berbagai *event-event*, dan saling belajar budaya Korea dari bahasa dan tulisannya untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari sebagai *second language* kemampuan yang dimiliki.

B. Mahasiswa Penggemar K-Pop Anggota Komunitas UKM Hallyu-Up Edutainment UPI Bandung

Bagi mahasiswa penggemar *K-Pop* anggota komunitas UKM Hallyu-Up Edutainment UPI Bandung semestinya menjadikan budaya *Korean Pop* sebagai suatu hobi atau hiburan tempat *healing* atau penghilang rasa stress dari kehidupan sehari-hari, dan jadikan status sebagai penggemar *K-Pop* sebagai suatu kegemaran saja bukan suatu prioritas utama yang wajib diterapkan dalam kehidupan.

Kemudian, apabila ingin mengkonsumsi sesuatu dalam hal ini terkait berbagai produk *K-Pop*, alangkah lebih baiknya berpikir dengan matang-matang dan lama terlebih dahulu dan berpikir kedepannya agar tidak terlalu mengoleksi barang-barang *K-Pop* secara berlebihan yang pada akhirnya hanya akan dijadikan sebagai pajangan, dapat menghemat keuangan sehingga dapat membeli kebutuhan utama yang menjadi prioritas lainnya serta tetap mempertahankan pemikiran yang rasional sebelum membeli dan mengkonsumsi sesuatu dan menahan diri sebisa mungkin untuk jangan terlalu mudah terpengaruh oleh produk-produk *K-Pop* yang ditawarkan melalui sosial media.

C. Masyarakat dan Pelaku Bisnis

Bagi masyarakat dan pelaku bisnis dengan adanya budaya *Korean Pop* yang sudah sangat berkembang di Indonesia ini dapat dijadikan sebagai peluang usaha misalnya sebagai jasa penitipan produk budaya *Korean Pop* atau dengan memanfaatkan ide kreatifitas dan inovasi menjual produk *K-Pop* tetapi dengan tetap mempertahankan unsur lokal yang ada serta bagi masyarakat dan pelaku bisnis untuk lebih dikembangkan hal tersebut sehingga dapat meningkatkan perekonomian.

D. Program Studi Pendidikan IPS FPIPS UPI

Bagi program studi Pendidikan IPS FPIPS UPI dapat senantiasa dijadikan sebagai sumber acuan untuk memperdalam kajian ilmu-ilmu sosial terutama dalam bahasan mengenai budaya populer seperti *Korean Pop* dan perilaku konsumerisme yang telah dilakukan mahasiswa di bangku perkuliahan.

E. Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya dapat meneliti mengenai dampak budaya *Korean Pop* atau perilaku konsumerisme dapat mengembangkan berbagai aspek lainnya dalam penelitian. Sehingga, dapat menghasilkan wawasan yang lebih lengkap dari berbagai sudut pandang yang berbeda mengenai dampak yang ditimbulkan dari budaya *Korean Pop* terhadap perilaku konsumerisme yang dilakukan para mahasiswa penggemar *K-Pop*, serta dapat membuat perencanaan waktu lebih matang dan lebih baik lagi.

F. Peneliti Sendiri

Rekomendasi bagi peneliti sendiri agar dapat menerapkan pengetahuan dalam penelitian ini sebagai suatu wawasan dan pengendalian diri untuk bisa menyukai suatu budaya secara sewajarnya saja ambil dari sisi positifnya jangan terlalu terjerumus dengan berkembangnya suatu budaya populer salah satunya budaya *Korean Pop* yang begitu pesat menyebar di seluruh dunia saat ini serta dalam perilaku konsumerisme perlu adanya pertimbangan-pertimbangan dan berlatih dalam menahan diri dan mengontrol keinginan atau hasrat dalam setiap apa saja yang dilihat, diikuti dan disajikan dari budaya *K-Pop* tersebut melalui media sosial yang menjadi sumber utama penyebarannya. Sehingga, dengan adanya wawasan dan pengendalian dalam diri masing-masing mampu untuk menghindari dari dampak negatif yang diakibatkan dari budaya *Korean Pop* dan mengambil banyak sisi positif yang juga dapat di ambil setelah melakukan penelitian.