BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kehadiran musik populer Korea yang biasa disebut dengan k-pop merupakan bagian dari Korean Wave yang tersebar di seluruh penjuru dunia. k-pop sering kali digunakan untuk menyebut semua musik popoler dari Korea Selatan. Di Indonesia k-pop sangat digemari oleh banyak orang terutama remaja (Janah, 2014, hlm 35). Namun, remaja yang menyukai k-pop cenderung menjadi penggemar berperilaku konsumtif dalam membelanjakan uang terutama remaja perempuan. Perilaku konsumtif ini merupakan sifat yang suka menggunakan uang untuk hal-hal yang kurang penting. Hal ini terlihat dari pengakuan remaja k-pop pada postingan *twitter username* @starrensf yang mengatakan bahwa setelah menjadi penggemar k-pop mereka menjadi seorang yang boros. Pemborosan dalam hal pengeluaran materi, yang digunakan untuk membeli album, PC (*photocard*), *merchandise*, dan untuk berlangganan berbagai applikasi *(Bubble* dan *Vlive)* yang menghubungkan mereka dengan idola mereka. Terlebih dengan adanya perkembangan teknologi yang menyediakan berbagai layanan seperti jasa titip (jastip), jasa *trade* dan *convert* mata uang, sistem pembelian *pre-order* (PO), jasa menabung untuk pembelian produk, dan lain sebagainya di media sosial. Sehingga memudahkan penggemar k-pop membeli produk baik di dalam maupun luar negeri.

Hal tersebut mungkin biasa saja bagi mereka yang memiliki materi lebih, tetapi bagi yang ekonominya rendah mungkin akan melakukan hal buruk untuk mendapatkan uang demi menyenangkan diri dengan membeli barang-barang yang berhubungan dengan idola kesukaannya. Ketika di usia remaja mereka sudah belajar hal tersebut maka yang perlu dikhawatirkan yaitu masa depan yang akan dihadapinya. Selain itu, dampak dari perilaku konsumtif juga dapat memunculkan tindak kriminal seperti pencurian dan penipuan demi untuk memenuhi keinginan (Suminar & Meiyuntari, 2015, hlm. 165). Oleh karena itu, perilaku konsumtif yang dilakukan oleh remaja dapat dikatakan sebagai kenakalan dan perilaku menyimpang (Anggreini & Mariyanti, 2014).

Menurut hasil survey IDN Times tahun 2019 (diakses pada 10 Maret 2022) bahwa junlah penggemar k-pop di Indonesia yaitu sebanyak 9,3% di kalangan usia

10-15 tahun, 38,1% berusia 15-20 tahun, 40,7% berusia 20-25 tahun, dan 11,9% usia 25 tahun ke atas. Selanjutnya, data paling banyak yaitu dari kalangan perempuan sebanyak 92,1% sedangkan sisanya yaitu laki-laki. Berdasarkan hal tersebut maka penggemar k-pop paling diminati pada usia remaja yang berjenis kelamin perempuan (Gumelar et al., 2021, hlm. 17).

Salah satu hal yang menarik untuk dikaji mengenai penggemar k-pop adalah setiap tahun jumlah penggemar k-pop kian meningkat dan di Indonesia termasuk penggemar k-pop terbesar di dunia. Dalam laman databoks.co.id (2022) mengatakan bahwa percakapan mengenai k-pop terus mendominasi di *twitter* secara global, yang mencapai 7,5 miliyar hingga Juni 2021. Jumlah tersebut naik 22,9% di bandingkan tahun periode sebelumnya yaitu 6,1 miliyar. Hal tersebut secara tidak langsung membuktikan bahwa k-pop memiliki daya tarik tersendiri sehingga menjadi bahan perbincangan di media sosial. Penggemar k-pop dibelahan dunia setiap tahun semakin banyak, para penggemar juga mendukung idolanya dengan berbagai macam cara yang dapat ditempuh. Hal tersebut juga membuktikan bahwa selebriti k-pop memiliki hal yang membuat para penggemar tergila-gila dengan mereka.

Perasaan suka dari penggemar disebut dengan *Celebrity Worship*. Perilaku *celebrity worship* biasanya dilakukan oleh penggemar terhadap idolanya, hukan hanya idola k-pop tertapi siapa saja baik aktor, aktris, selebriti yang penggemar tersebut sukai. Akan tetapi, dalam penelitian ini akan membahas mengenai *celebrity worship* penggemar pada idola k-pop. *Celebrity worship* diartikan sebagai perilaku obsesi penggemar terhadap idolanya (Aufa et al., 2019, hlm. 540). McCutcheon dan rekannya menunjukkan *celebrity worship* merupakan hubungan abnormal antara penggemar dengan idolanya yang terdiri dari adiksi dan *over-absorption* (Aufa et al., 2019, hlm. 541). Adiksi berarti memunculkan ketergantungan, sedangkan *over-absorption* adalah sifat yang berlebihan yang ditimbulkan.

Kota Bandung merupakan salah satu kota dengan jumlah penggemar k-pop terbanyak di Indonesia, selain itu di Bandung terdapat banyak tempat yang menjual produk k-pop diantaranya yaitu Gallery KJ, Sunsun Kpop Stuff, Joyful Store, Koreande, dan lain sebagainya. Kemudian terdapat kafe yang khusus untuk

penggemar k-pop, selain itu terdapat tempat wisata yang berhubungan dengan Korea yaitu Café Chingu, Kiara Artha Park, RedKpop, dan lain sebagainya. Dengan adanya tempat-tempat tersebut maka banyak penggemar k-pop yang mendatanginya. Terlebih mereka yang masih remaja di mana pada usia remaja mereka berada dalam tahap perkembangan yang biasanya memiliki keinginan membeli yang tinggi (Anggreini & Mariyanti, 2014, hlm. 35). Keinginan tinggi dalam membeli dapat dilihat dari remaja penggemar K-Pop membeli barang yang berhubungan dengan idola mereka sehingga memunculkan perilaku konsumtif pada remaja penggemar k-pop. Terdapat tahapan dalam *celebrity worship* yakni dari yang rendah hingga tahap tinggi (Mccutcheon et al., 2002, hlm. 67). Tahapannya terdiri dari *entertainment sosial* sebagai tahapan rendah yang digambarkan bahwa selebriti sebagai penghibur. Kemudian tahap *intense personal* yang menggambarkan mulai adanya perasaan intensif pada selebriti. Serta tahap *borderline* sebagai tahap tinggi yang dapat digambarkan mengidentifikasikan secara berlebihan pada selebriti.

Pada penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu dari Ri'aeni, dkk (2019) meneliti mengenai pengaruh budaya korea pada remaja yang menemukan bahwa adanya dampak baik positif maupun negatif yang dirasakan oleh penggemar salah satunya yaitu sebagai motivasi untuk berprestasi seperti idolanya dan dampak negatinya yaitu menjadi konsumtif. Hal tersebut juga tergambar pada penelitian Wayan, dkk (2020) yang menemukan bahwa gambaran *celebrity worship* ternyata berdampak bagi penggemar k-pop. Dampak yang dirasakan yaitu dampak postifnya antara lain menjadikan motivasi bagi penggemar untuk meraih mimpi, adapun dampak negatifnya yaitu rasa ketergantungan, kriminalitas, perilaku konsumtif, rendah diri, menurunkan kinerja belajar, memiliki *body image* yang rendah, memiliki pandangan bahwa kecantikan, uang dan popularitas mampu membuat kebahagian.

Adapun penelitian dari Wahyuastri & Imron (2014) yang meneliti mengenai interaksi simbolik dalam suatu komunitas pecinta k-pop menemukan bahwa adanya dua jenis penggemar k-pop yaitu *K-Popers Pro* dan *K-Popers Newbie*. Dari dua jenis penggemar tersebut memiliki interaksi yang berbeda dan terjadi stratifikasi dalam komunitas tersebut. Dan keempat yaitu penelitian Wardani, dkk (2014) yang

menemukan bahwa dampak kepercayaan terhadap belanja *online* pada pelajar dan mahasiswa menyatakan bahwa niat beli pada pelajar dan mahasiswa memiliki persentase paling tinggi dibandingkan dengan loyalitas dan *konsumerisme*, yaitu sebesar 54.26% pada pelajar dan 54.01% pada mahasiswa. *Konsumerisme* yang terdiri dari 3 indikator, yaitu (1) membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, (2) membeli produk karena kesenangan dan (3) munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.

Perbedaan dari penelitian ini yakni, dalam penelitian terdahulu lebih cenderung membahas mengenai dampak dan pengaruh yang ditimbulkan ketika menjadi seorang penggemar k-pop. Akan tetapi, dalam penelitian ini akan lebih difokuskan pada gambaran *konsumerisme* yang dilakukan oleh remaja perempuan penggemar k-pop sebagai pengaruh dari *celebrity worship* terhadap idola k-pop. Reeves et al., (2012, hlm. 647) menyatakan bahwa pemujaan penggemar terhadap selebriti selalu dikaitkan dengan hal yang negatif misalnya disfungsi sosial yang tinggi, depresi, perilaku konsumtif, dan kecemasan yang dirasakan oleh penggemar, hal ini penting untuk diteliti karena melihat jumlah penggemar k-pop yang semakin bertambah setiap tahunnya berdasarkan data yang telah dipaparkan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengetahui *konsumerisme* dalam *celebrity worship* pada remaja perempuan penggemar k-pop. Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"*Konsumerisme Celebrity Worship* Pada Remaja Perempuan Penggemar Korean Populer (K-Pop)"**. Dengan tujuan untuk mendapatkan gambaran secara mendalam mengenai *konsumerisme* yang ditimbulkan oleh perilaku *celebrity worship* pada remaja perempuan penggemar k-pop.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Rumusan Masalah Umum

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka peneliti merumuskan rumusan masalah umun yaitu bagaimana *konsumerisme* yang terjadi dalam perilaku *celebrity worship* pada remaja perempuan penggemar k-pop.

1.2.2 Rumusan Masalah Khusus

Selain rumusan masalah umum, dalam penelitian ini juga terdapat rumusan masalah khusus yaitu sebagai berikut:

a. Apakah yang melatarbelakangi munculnya *konsumerisme* dalam *celebrity worship* pada remaja perempuan penggemar k-pop?
b. Bagaimana bentuk *konsumerisme* dalam *celebrity worship* pada remaja perempuan penggemar k-pop?
c. Apa dampak dari *konsumerisme* dalam *celebrity worship* bagi remaja perempuan penggemar k-pop?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan penelitian secara umum yakni untuk mendapatkan gambaran secara mendalam mengenai *konsumerisme* dalam *celebrity worship* pada remaja perempuan penggemar k-pop.

1.3.2 Tujuan Khusus

Selain tujuan umum yang telah dikemukakan, penelitian ini juga memiliki tujuan khusus sesuai dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan, tujuan khusus tersebut yaitu untuk:

a. Mengetahui serta mengidentifikasikan faktor-faktor yang mempengaruhi munculnya *konsumerisme* dalam *celebrity worship* pada remaja perempuan penggemar k-pop.
b. Mengetahui bentuk *konsumerisme* dalam *celebrity worship* pada remaja perempuan penggemar k-pop.
c. Menganalisis dampak dari *konsumerisme* dalam *celebrity worship* pada remaja perempuan penggemar k-pop.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini yang telah dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.4.1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan memberikan pengetahuan yang lebih luas mengenai *konsumerisme* dalam *celebrity worship* yang terjadi pada remaja khususnya remaja perempuan penggemar k-pop terutama dalam mata kuliah sistem

sosial dan perubahan sosial, serta mata kuliah penyimpangan sosial. Hal ini karena perilaku konsumtif yang terjadi di kalangan remaja kian berubah hal ini dikarenakan pesatnya perkembangan teknologi sehingga informasi dapat diperoleh dengan mudah termasuk informasi dunia k-pop yang digemari oleh remaja. Selanjutnya dalam mata kuliah penyimpangan sosial perilaku *celebrity worship* dapat menjadi kajian yang menarik karena ketika seseorang yang memuja selebriti dapat melakukan penyimpangan sosial yang dapat merugikan diri sendiri maupun orang lain.

1.4.2. Manfaat Kebijakan

Secara kebijakan penelitian ini bermanfaat sarana informasi bahwa k-pop sudah mendarah daging di kalangan remaja yang berakibat pada perilaku remaja. Sehingga perlu adanya suatu tindakan agar remaja khususnya remaja perempuan tidak menghilangkan kekhasan yang ada di Indonesia. Dalam hal ini pemerintah diharapkan dapat megeluarkan suatu kebijakan yang dapat memberikan motivasi bagi remaja yang umumnya pelajar dan mahasiswa agar lebih fokus pada budaya Indonesia melalui pendidikan maupun minat dan bakat. Sehingga melalui kebijakan tersebut remaja tidak lagi menjadi penggemar budaya luar serta kekhasan yang dimiliki Indonesia tidak hilang.

1.4.3. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik langsung mauapun tidak langsung dalam kehidupan seharai-hari, diantaranya:

a. Bagi peneliti, secara praktis penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih luas mengenai fenomena yang terjadi dikalangan remaja perempuan yaitu adanya konsumerisme *celebrity worship* pada penggemar k-pop. Dengan adanya penelitian ini diharapakan dapat meningkatkan keterampilan berpikir dan menganalsis terkait dengan penelitian *konsumerisme celebrity worship* pada remaja perempuan penggemmar k-pop.
b. Bagi masyarakat, dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi tentang *konsumerisme celebrity worship* yang kemungkinan tidak mereka sadari, sehingga remaja penggemar k-pop mampu mempertimbangkan kembali perilakunya.

c. Bagi stasiun televisi, dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu mengontrol tayangan pada televisi yang menjadi tontonan masyarakat agar lebih mempertimbangkan kembali tayangan yang sesuai maupun tidak sesuai bagi masyarakat.
d. Bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat mendorong pemerintah untuk melakukan suatu tindakan maupun yang dapat meningkatkan motivasi dan prestasi remaja yang sebagaian besar masih usia pelajar dan mahasiswa agar tidak melakukan perilaku buruk di masyarakat.

1.4.4. Manfaat Isu dan Aksi Sosial

Secara isu dan aksi sosial penelitian ini bermanfaat untuk memberikan informasi bahwa remaja perempuan penggemar k-pop yang mencintai idolanya berdampak pada perilaku konsumtif. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran perilaku konsumtif yang dilakukan oleh remaja perempuan penggemar k-pop dalam membelanjakan uang.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Struktur organisasi skripsi ini dibuat dengan tujuan untuk memudahkan pembaca dalam memperoleh informasi yang tertuang dalam skripsi. Skripsi ini terdiri dari lima bab yaitu sebagai berikut: Dalam Bab I merupakan bagian pendahuluan skripsi yang terdiri dari lima bagian yaitu latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi penelitian. Latar belakang masalah memuat mengenai alasan mengapa peneliti memilih topik penelitian mengenai *konsumerisme celebrity worship* pada remaja perempuan penggemar k-pop dilanjutkan dengan rumusan masalah yang disusun, tujuan penelitian yang disesuaikan dengan rumusan masalah, manfaat penelitian, dan struktur organisasi penelitian. Kemudian pada Bab II merupakan bagian kajian pustaka yang memuat mengenai konsep dan teori. Konsep dan teori tersebut yang digunakan untuk mendukung penelitian mengenai *konsumerisme celebrity worship* pada remaja perempuan penggemar k-pop. Kajian pustaka ini bersumber dari buku, jurnal, skripsi, serta literatur resmi lainnya. Selanjutnya yaitu Bab III memaparkan mengenai metodologi penelitian yang digunakan peneliti. Sedangkan untuk pemaparan hasil dan pembahasan yaitu pada Bab IV. Bab terakhir

yaitu Bab V yang memaparkan mengenai kesimpulan dan saran atas penelitian yang telah diselaraskan dan dikaji dalam pennelitian skripsi.