

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi yang semakin pesat memudahkan masyarakat mengakses informasi dengan mudah yaitu *Internet*. Dengan hal itu masyarakat bisa mengakses informasi apa aja yang mereka cari melalui *Internet*, salah satunya adalah informasi budaya. Banyak masyarakat Indonesia yang mencari tahu banyak hal tentang kebudayaan mereka sendiri. Tidak jarang budaya dari negara lain akan muncul seiring dengan perkembangan dunia internet yang semakin canggih. Kita dapat melihat dengan mudah budaya dari negara-negara lain. Budaya negara lain yang dengan cepat masuk ke Indonesia antara lain adalah budaya korean pop. Budaya korean pop adalah salah satu budaya populer di dunia yang berasal dari Negara Korea Selatan.

Berkembangnya budaya korean pop di Indonesia dibuktikan dengan munculnya "Asian Fans Club (AFC)" <http://www.asfansclub.com>. yaitu blog Indonesia yang berisi tentang berita hiburan korea. Asian Fans Club didirikan pada 1 Agustus 2009 oleh seorang remaja perempuan bernama Santi Ela Sari. Budaya korean pop sangat cepat berkembang di Indonesia seperti Drama, musik, dan juga tarian. Pada Awal Indonesia menayangkan drama-drama korea yang ddubing pada bahasa Indonesia seperti muncul beberapa judul drama Korea yang turut ditayangkan di televisi swasta. Salah satunya adalah "Jewel in the Palace" pada tahun 2003. Lalu pada tahun yang sama masuknya drama

korea yang berjudul "Endless Love" Setelah "Endless Love" tamat, muncul berbagai drama Korea lainnya yang turut digemari oleh penonton Indonesia. Ada Autumn in my Heart dan Winter Sonata. Kemudian pada tahun 2004, drama "Full House" tayang di salah satu televisi swasta mengisi waktu istirahat di sore hari. Seiring berjalannya waktu, berbagai judul dan genre drama Korea semakin sering diputar di televisi Indonesia. Pada tahun 2009, sebuah drama Korea selatan bergenre romansa di masa sekolah kembali menjadi hits dan disukai masyarakat Indonesia. Drama itu adalah "Boys Over Flower". Kesuksesan Korea Drama tidak hanya berdampak pada meningkatnya minat masyarakat Indonesia pada tayangan drama korea, tetapi juga menumbuhkan ketertarikan pada dunia hiburan dan budaya Korea Selatan secara keseluruhan. (Lathifa, 2015)

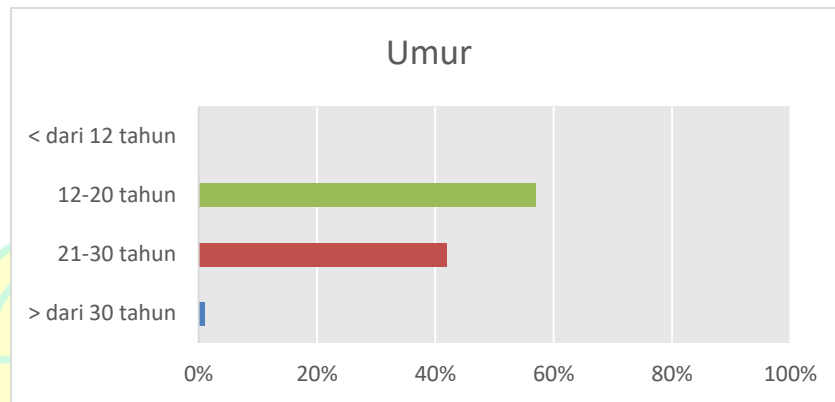
Eksistensi budaya Korean Pop tahun 2019 di Indonesia semakin meningkat, Banyak Boyband, Girlband, Solois, dan sebagainya yang mengadakan konser di Indonesia tepatnya di Ibu Kota Jakarta seperti Blackpink, Mamamoo, DreamCatcher, Jus2, TheBoyz, Gfriend Nuest, Pentagon, Superjunior, Exo, Day6, Zion'T, SF9, TVXQ, Winner, ITZY, CIX, Seventeen, Solois Iu. Tidak hanya konser, event yang mengenalkan budaya Korean pop di Iaksanakan di Indonesia yaitu V hearbeat in Jakarta dan Super K-Pop Festival (None,2019)

Banyaknya Boyband dan Girlband yang ada memunculkan suatu kelompok penggemar, Seseorang yang menjadi penggemar akan menjalankan aktivitas mereka. Fenomena Budaya Korean Pop yang menimbulkan

penggemar fanatik secara tidak langsung juga membentuk sebuah gaya hidup penggemar itu sendiri. Dalam fenomena ini, para penggemar Korean Pop mengonsumsi sebuah produk budaya. Refleksi dari interpretasi penggemar tersebut terhadap materi yang dimanfaatkan akan menciptakan gaya hidup. Gaya hidup yang terbentuk akan memberikan identitas tertentu bagi diri mereka. Dengan kata lain, pemilihan konsumsi produk budaya akan termanifestasi ke dalam gaya hidup.

Di Indonesia, kebudayaan merupakan salah satu aspek kekuatan identitas bangsa yang memiliki kekayaan nilai budaya yang beragam, termasuk keseniannya. Dari kebudayaan jugalah gaya hidup tercipta. Masyarakat kini cenderung mudah menyerap budaya populer dengan segala atributnya. Fenomena di atas secara jelas telah menggambarkan bagaimana budaya populer Korea telah merasuk ke segala lini kehidupan. Penampilan dan gaya hidup menjadi lebih penting daripada moral. Budaya populer merupakan suatu pola tingkah laku yang disukai sebagian besar masyarakat, terutama kalangan remaja yang terpengaruh oleh Korean Pop. Tanda-tanda pesatnya pengaruh budaya populer Korea wave ini dapat dilihat pada perilaku kaum remaja yang konsumtif karena budaya populer menjadikan seseorang tidak sadar mengikuti apa yang sedang terjadi saat itu. Membeli barang bukan didasarkan kebutuhan melainkan lebih didasarkan pada kesenangan.

Tabel 1. 1 Survei usia penggemar K-Pop



(Sumber: Kumparan.com)

Answer Choice	Responses	
- < dari 12 tahun	0.00 %	0
- 12-20 tahun	57.00 %	57
- 21-30 tahun	42.0	42
- > dari 30 tahun	1.00 %	1
Total		100

Dikutip dari kumparan.com, 57% (dari 100 partisipan) penggemar korean pop berada di usia remaja dan dewasa awal dengan rentang usia 12 – 20 tahun. Sementara 42% penggemar k-pop berusia 21 – 30 tahun, dengan 1% diantaranya berusia di atas 30 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas penggemar Korean pop berada di usia remaja

Penggemar budaya Korean membawa mereka pada terciptanya perilaku konsumtif. Segala kegiatan konsumsi yang di lakukan seperti mendengarkan musik Korean Pop dan menonton drama tanpa mempertimbangkan waktu yang dipergunakan, serta membeli *merchandise* tanpa mempertimbangkan nilai harga dari barang tersebut. Aktivitas yang dilakukan seorang Korean pop dalam hal konsumsi adalah membeli album k-pop, menonton konser Korean

pop, mengunduh video performance, music video, lagu, variety show, bermain twitter/ fangirling (update berita korea), blog walking, membeli *merchandise*. Selain mengkonsumsi produk k-pop dari girlband atau boyband kesukaannya, penggemar juga memproduksi seperti cover video yang diunggah ke youtube, melakukan cosplay seperti artis k-pop favoritnya. Aktivitas yang dilakukan k-popers tersebut membuktikan kecintaan mereka kepada artis yang mereka idolakan serta membuktikan identitas diri mereka kepada masyarakat sebagai penggemar Korean pop (Tartila, 2014). Munculnya perilaku konsumtif penggemar korea juga didukung oleh sosial media karena kebanyakan penggemar membeli barang-barang idolanya melalui media sosial dan *online shop*.

Penggemar melakukan kegiatan konsumsi yang dilakukan seperti mendengarkan musik Korean Pop dan menonton drama tanpa mempertimbangkan waktu yang dipergunakan, serta membeli *merchandise* tanpa mempertimbangkan nilai harga dari barang tersebut. (Karina & dkk, 2019). Perilaku Konsumtif yang dilakukan penggemar dengan mengoleksi barang – barang yang disebut *merchandise*. *Merchandise* merupakan segala bentuk produk yang dijual melalui sebuah toko, agensi ataupun perusahaan. *Merchandise* sendiri terdiri dari dua macam yaitu yang pertama *Unofficial Merchandise* dimana merchandise ini terdiri dari T-shirt, jaket, handphone strap, tas, sticker dan sebagainya. Dan yang kedua yaitu *Official Merchandise*, *merchandise* ini di produksi dan dirilis oleh perusahaan tempat group K-pop tersebut bernaung. Harga yang ditawarkan relative mahal dan hanya dapat

dibeli di korea atau melalui online shop yang menjual produk *merchandise official*. Macam-macam produk yang dijual adalah CD/DVD, album, kalender, *postcard, official lightstick, official towel* dan lain-lain. Seperti halnya agensi dari boyband EXO yang menjual berbagai produk yang berkaitan dengan boyband EXO misalnya album, *mini single, lightstick, photocard*, poster, tiket konser, DVD konser, baju, EXO *figure* dan lain sebagainya.

Adanya berbagai produk tersebut dapat membuat para EXO-L (sebutan penggemar boyband EXO) ini tertarik untuk membeli produk tersebut. Para penggemar pun rela mengeluarkan uang mereka hanya untuk membeli produk dari idola mereka. Bahkan mereka membeli barang tersebut langsung dari official boyband EXO yang ada di Korea melalui jasa online shop. Harga dari produk tersebut biasanya berkisar seratus ribu rupiah hingga jutaan rupiah, harga sesuai dengan pemesanan produk yang ingin dibeli (Vina, 2018).

Fenomena budaya Korean pop yang begitu diminati remaja, membuat para remaja kehilangan akal sehatnya. Berbagai macam upaya dan usaha rela mereka lakukan untuk bertemu sang idola mereka tampil. Tak peduli seberapa besar biaya yang mereka keluarkan, waktu yang mereka habiskan, jauhnya lokasi dari tempat tinggal mereka, perjuangan antrian yang sangat panjang, dan kondisi fisik mereka yang kelelahan. Bagi penggemar Korean pop bertemu dengan idola adalah tujuan utama mereka. Begitu pun halnya dengan menyiksa diri mereka sendiri, mereka harus rela antri berjam-jam lamanya, kepanasan, kelelahan, hingga lemas dan jatuh pingsan demi menonton konser sang idola mereka (Maulana, 2015). Mahalnya harga tiket konser membuat para fans

korean pop harus mengeluarkan uang yang banyak untuk bertemu sang idola mereka. Hal ini memicu gaya hidup konsumtif bagi remaja pecinta musik Korean pop mengingat harga tiket konser korean pop yang tidaklah murah. Ada sebagian remaja yang meminta uang kepada orangtua hanya untuk menonton idola mereka. Juga ada remaja yang rela menabung, menjual barang, untuk mendapatkan uang membeli tiket konser. Hal ini sangat baik jika dilihat dari sikap menabung pada remaja, akan tetapi jika tujuan menabung itu hanya untuk hiburan, hal ini sangat disayangkan dan merupakan perilaku konsumtif.

Pada zaman sekarang, tidak sedikit penggemar dari musik korea yang mulai berperilaku konsumtif. Ada dari mereka yang rela menghabiskan uang hanya untuk membeli barang yang sama dengan yang dipakai oleh idola mereka. Ada pula sebagian penggemar yang memiliki kebutuhan yang banyak, tetapi mereka memilih menggunakan uang tersebut untuk membeli *merchandise* keluaran terbaru idola mereka. Padahal uang tersebut sebenarnya bisa digunakan untuk membeli barang yang lebih penting. Tak jarang dari mereka ada yang membeli lagi barang seperti album, bahkan buku berisikan foto yang bahkan sebelumnya sudah pernah mereka beli. Gaya hidup konsumtif penggemar Korean pop muncul akibat intensitas pembelian produk idolanya, kebanyakan penggemar membeli barang-barang hanya untuk kesenangan sendiri. Tidak hanya itu penggemar juga menyelenggarakan acara yang berkaitan dengan idolanya. Acara tersebut sering diadakan suatu tempat, kebanyakan penggemar sering berkumpul di cafe.

Berdasarkan observasi peneliti, Penggemar K-pop sering berkumpul di Caffe Bene di setiap bulannya, Caffe Bene salah satu caffe korea yang sering di jadikan tempat berkumpul penggemar K-pop. Penggemar K-pop biasanya berkumpul di setiap hari sabtu dan minggu. Acara yang di lakukan penggemar K-pop di Caffe Bene yaitu perayaan ulang tahun idola mereka, perayaan Anniversarry idola mereka dan sebagainya.

Berdasarkan dari permasalahan di atas, maka peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian karena peneliti sangat melihat perkembangan budaya Korean pop di Indonesia sangat pesat. Budaya korean pop di Indonesia dapat menimbulkan perilaku konsumtif bagi penggemarnya yang berkaitan dengan judul : Perilaku Konsumtif pada Remaja Penggemar Korean Pop (Studi Deskriptif: Penggemar K-Pop di Caffe Bene Jakarta Selatan)

B. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dan agar penulisan skripsi ini lebih terarah dan dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Maka peneliti merumuskan pembatasan masalah yaitu “Bagaimana perilaku konsumtif pada remaja penggemar Korean Pop di Caffe Bene Jakarta Selatan”

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka peneliti merumuskan suatu permasalahan yaitu “Bagaimana perilaku konsumtif pada remaja penggemar Korean Pop di Caffe Bene Jakarta Selatan?”

D. Manfaat Penelitian

Secara teoritis , penelitian ini di harapkan bermanfaat untuk wawasan pengetahuan, khususnya dalam fenomena sosial dan budaya. Serta penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dalam wawasan kajian pustaka budaya populer. penelitian ini dapat dijadikan penelitian yang relevan bagi penelitian – penelitian selanjutnya

Secara praktis,

1. Bagi Masyarakat Umum

Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan kepada masyarakat luas tentang gaya hidup hedonis Remaja penggemar Korean pop, penelitian ini di harapkan dapat menjadi suatu pembelajaran bagi masyarakat dalam melihat budaya Korean pop lebih dalam agar tidak terjadi hal-hal yang berdampak pada perilaku konsumtif.

2. Bagi Orang Tua

Penelitian ini berguna untuk orang tua untuk memberikan gambaran kepada orang tua dampak yang ada akibat menyukai budaya korea, agar orang tua lebih mengawasi anak-anaknya dalam pembelian barang terkait idolanya.

3. Bagi guru

Penelitian ini berguna untuk memberikan gambaran untuk guru bahwa pentingnya melihat perilaku siswa agar tidak terjadi hal-hal yang mengganggu proses pembelajaran

4. Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai sarana ilmu pengetahuan khususnya tentang budaya populer dan wawasan tentang fenomena sosial yang ada

