

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

NCTzen adalah nama *fansclub* atau fandom dari *boygroup* Korea Selatan yang bernama Neo Culture Technology atau biasa juga disebut dengan NCT. *Boygroup* ini terdiri dari beberapa sub-unit diantaranya adalah NCT-U, NCT 127, NCT Dream, dan WayV (Syafrial & Putra, 2023). Grup NCT adalah grup yang termasuk populer di Indonesia. Nama NCTzen merupakan nama yang dipilih oleh para penggemar diseluruh dunia melalui pemilihan suara. Adapun fandom ini akhirnya diresmikan pada tanggal 12 Juni 2017.

Di Indonesia penggemar boygrup NCT sangatlah banyak. Dilansir dari artikel berita Sumbarkita.Id (2022), NCTzen merupakan fans paling banyak kedua setelah fans dari BTS Army. Adapun para penggemarnya yaitu mulai dari usia remaja hingga dewasa awal yang mana pada masa-masa ini, kebanyakan pada masa dewasa awal dan remaja belum mendapatkan income atau pendapatan. Kemudian dilansir oleh artikel berita zona banten pikiran rakyat, menurut pakar dari *Korea*, fandom NCTzen adalah fandom yang royal terhadap idolanya hal ini dikarenakan fandom tersebut tidak segan-segan membeli *merchandise* atau album artis yang disukai.

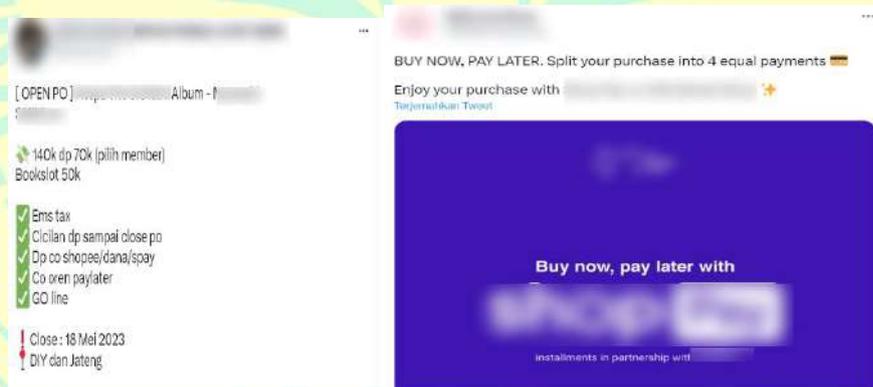
Individu yang memuja selebriti memiliki keterikatan khusus dengan barang yang dimiliki oleh selebriti, hal ini pun dapat terlihat dari produk serta layanan yang di dukung oleh mereka (Singh & Banerjee, 2019). Benda-benda yang dikaitkan dengan selebriti biasanya akan mengingatkan para pemujanya dengan selebriti tersebut. Pemuja selebriti biasanya akan meniru perilaku, gaya hidup, kepribadian dan cara berpakaian selebriti yang mereka sukai. Sehingga penggemar pun akan membeli barang yang berkaitan dengan idola, meskipun barang tersebut bukan barang kebutuhan pokok.

Penggemar yang tertarik secara berlebihan dengan idolanya akan melakukan apa saja untuk bisa dekat dengan mereka. Seperti misalnya NCTzen yang merupakan nama fans dari NCT yang rela membeli *merchandise* album untuk mengikuti acara tanda tangan secara online. Adapun diketahui album yang dibeli

harus banyak agar penggemar dapat mengikuti acara tersebut. Semakin banyak album dibeli, maka kesempatan untuk ikut acara tersebut semakin besar.

Selain untuk mengikuti acara tanda tangan album secara online, penggemar juga biasanya membeli *merchandise* lain. Adapun *merchandise* tersebut adalah *lightstick*, kalender *season greeting*, *photobook*, *photocard* dan lain-lain. Banyak dari *merchandise* tersebut dijual menggunakan *paylater* dan cukup banyak pula dari NCTzen yang berminat untuk membeli *merchandise* tersebut menggunakan metode pembayaran *paylater*. Hal ini menandakan penggemar begitu rela untuk melakukan apa saja meskipun harus meminjam uang secara online atau berhutang.

Saat ini banyak toko-toko online maupun agensi *Korea* yang menjual barang-barang *merchandise K-Pop* seperti album, *lighstick*, *photocard* dan lain sebagainya. Toko-toko tersebut memfasilitasi penggemar-penggemar artis mereka untuk membeli *merchandise* dengan menggunakan metode pembayaran *paylater* dalam website resmi yang disediakan. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan metode pembayaran *paylater* dapat digunakan bukan hanya untuk membeli barang-barang kebutuhan pokok kehidupan sehari-hari, namun juga untuk membeli barang-barang yang berkaitan dengan hobi.



**Gambar 1. 1 Toko dan agensi *K-Pop* yang menjual produk menggunakan *paylater***

Sistem *paylater* adalah sistem pembayaran yang memiliki fungsi sama seperti kartu kredit. Adapun kelebihan dari *paylater* adalah proses administrasi atau pendaftarannya yang sangat mudah apabila dibandingkan dengan kartu kredit. Menurut artikel dari detik finance, disebutkan bahwa terdapat sebuah survei yang

dilaksanakan oleh Research Institute of Socio-Economic Development (RISED) yang mengungkapkan bahwa layanan *paylater* bermanfaat membantu mengelola keuangan dan dijelaskan pula dalam survei tersebut bahwa terjadi peningkatan intensitas penggunaan *paylater* sebelum dan sesudah pandemi.

Salah satu jenis *paylater* yang sering digunakan adalah “X” *paylater*. “X” *paylater* adalah metode pembayaran serupa kartu kredit yang disediakan oleh salah satu e-commerce terbesar yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia. Perbedaan “X” *paylater* dengan metode pembayaran *paylater* yang lainnya yaitu “X” *paylater* sangat mudah melakukan aktivasi akun *paylater*, jangka waktu peminjaman uang lebih lama dibandingkan *paylater* yang lain, dan Pinjaman yang ditawarkan oleh “X” *paylater* pun jauh lebih banyak dibandingkan *paylater* yang lain, limit yang ditawarkan oleh *paylater* lain berkisar dari Rp 500.000 – Rp 1.000.000 sedangkan limit “X” *paylater* berkisar dari Rp 450.000 – Rp 1.800.000,. (F. A. Putri & Iriani, 2020). Keuntungan lainnya menggunakan “X” *paylater* yaitu mudah diakses oleh semua pelanggan, cepat dan praktis, promo yang ditawarkan lebih banyak, pilihan cicilan lebih banyak (Shopee, 2022).

Selain memiliki manfaat, terdapat pula kekurangan dari metode pembayaran ini. Dijelaskan oleh Ramadhani (2020, dalam Prastiwi & Fitria, 2021) kekurangan dari *paylater* adalah terdapat denda yang dibayarkan apabila telat membayar, terdapat bunga dan biaya tambahan, menimbulkan sifat konsumtif, beban keuangan bulanan bertambah dan pengelolaan keuangan menjadi kacau, adanya kemungkinan penggunaan akun *paylater* lebih dari satu, dan dapat menjerumuskan pengguna. Kemudian, dilansir dari artikel berita keuangan.kontan.co.id pengguna metode pembayaran *paylater* didominasi oleh usia 17 hingga 25 tahun yang mana pada usia tersebut masih banyak yang tergolong sebagai pelajar sehingga belum mendapatkan pendapatan atau *income*. Dampaknya yaitu ketika pelajar tersebut tidak berkomunikasi dengan orang tua dan tidak memiliki pendapatan, kemudian mereka tidak dapat membayar kredit tersebut maka para pelajar akan masuk ke dalam daftar hitam Bank Indonesia.

Dengan maraknya penjualan barang-barang yang berkaitan dengan hobi dan gaya hidup seperti ini serta kemudahan menggunakan *paylater* yang ditawarkan oleh para toko dan agensi, hal ini mendorong para penggemar untuk membeli

barang *merchandise* menggunakan metode *paylater* dan mengembangkan pola hidup yang konsumtif. Beberapa fenomena penggunaan *paylater* ini misalnya dapat ditemui pada narasumber, ia mengaku mengoleksi *merchandise* seperti album dan *photocard* idol dengan membelinya menggunakan sistem pembayaran *paylater* dan ia menunggak jutaan rupiah pada salah satu aplikasi yang dapat menggunakan *paylater*. Dampak dari perilakunya ini ia di diagnosis mengalami depresi.

Fenomena lainnya dapat ditemui pula pada cuitan dari akun *fanbase* anonim twitter, pada akun *fanbase* tersebut dijelaskan bahwa ia adalah seorang penggemar dari grup *K-Pop* dan mengaku berumur 15 tahun, namun diketahui pula ia sudah menunggak sebesar 500 ribu untuk membeli *merchandise K-Pop*. Kemudian kasus lainnya, seperti yang telah dicitkan oleh akun twitter@c\*\*\*\*\* ia mengaku telah menjadi korban penipuan oleh A yang merupakan penulis cerita atau *fanfiction*. Dijelaskan oleh akun tersebut, pelaku meminjam akun *paylater*nya untuk keperluan bisnis jasa titip *merchandise* yang ia punya. Tagihan yang perlu dibayar pun tidaklah sedikit, kurang lebih sekitar 8 juta perlu dibayarkan kepada pihak *debt collector*. Korban penipuannya pun bukan hanya satu tetapi cukup banyak dan semua mengalami kerugian. Adapun dari pelaku dan keluarganya telah menghilang tanpa jejak. Kemudian kasus lainnya berdasarkan penuturan dari R, ia sudah menggunakan *paylater* pada umur 16 Tahun untuk membeli *merchandise* idol kesukaannya. Ia membeli *merchandise* seperti album dan *photocard* menggunakan *paylater*. R mengaku memprioritaskan pembelian *merchandise* pada *paylater* dibandingkan pembelian kebutuhan pokok lainnya. Pembelian *merchandise* yang dilakukan oleh R, dilakukan apabila terdapat event pada platform *paylater* dan apabila idolanya melakukan perilisan album baru. Kemudian R mengaku bahwa ia merasa ketagihan dalam membeli *merchandise* menggunakan sistem pembayaran *paylater*. Selain itu ia juga menjelaskan bahwa di dalam platform *paylater* terdapat syarat dan ketentuan namun ia tidak terlalu memperhatikannya.

Dijelaskan oleh Seregina, Koivisto, & Matilla, 2011 (dalam Asrie & Misrawati, 2020) perasaan cinta yang mendalam terhadap idolanya mengakibatkan penggemar rela melakukan apapun terhadap idola, meskipun hal itu dapat menghabiskan uang, waktu dan energi yang ia punya. Seperti pada penjelasan fenomena sebelumnya, penggemar rela berhutang menggunakan *paylater* untuk

membeli *merchandise* tanpa memikirkan dampak negatif atau kerugian yang diterima dirinya dan orang-orang sekitarnya dari penggunaan *paylater* itu sendiri. Kemudian ditemui pula penggemar yang rela menghabiskan waktu streaming lagu atau musik video idolanya berjam-jam agar idola nya mendapatkan kemenangan pada acara musik, atau bahkan terdapat pula penggemar yang rela mengikuti kemanapun idolanya pergi meskipun hal itu telah dilarang oleh perusahaan agensi tempat idola itu bekerja,

Seseorang yang tertarik dengan idolanya secara berlebihan bahkan hingga menimbulkan obsesi terhadap idolanya tersebut dapat dikenal juga dengan *Celebrity Worship*. Menurut Maltby et al (2003, dalam Sofwan & Sumaryanti, 2022) *Celebrity Worship* adalah perilaku obsesi individu terhadap idolanya, yang mana individu dengan perilaku tersebut menjadi terlibat dalam setiap kehidupan idolanya, dan bahkan kehidupan idola masuk kedalam kehidupan individu tersebut. *Celebrity Worship* ini merupakan bentuk dari hubungan parasosial. Dijelaskan oleh Wandini (2017) *Celebrity Worship* dipengaruhi oleh kebiasaan seperti melihat, mendengar, mempelajari, membaca tentang kehidupan idolanya secara berlebihan sehingga menimbulkan sifat empati, identifikasi, obsesi dan asosiasi yang memunculkan konformitas (Wandini, 2017).

Berdasarkan uraian di atas, peneliti melihat terdapat keterkaitan antara *Celebrity Worship* dan keputusan pembelian *merchandise* menggunakan “X” *paylater* pada fandom NCTzen. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti tentang pengaruh *Celebrity Worship* terhadap keputusan pembelian *merchandise* menggunakan sistem pembayaran “X” *paylater* pada fandom NCTzen.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu:

- 1.2.1. Terdapat penggemar K-Pop yang membeli *merchandise* menggunakan sistem pembayaran *paylater*.
- 1.2.2. Terdapat penggemar yang tidak memiliki pendapatan pribadi membeli *merchandise* menggunakan sistem pembayaran *paylater*.

- 1.2.3. Terdapat penggemar yang menunggak pembayaran limit *paylater* sehingga timbul permasalahan mental dan finansial.

### 1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah mengenai penelitian ini yaitu berfokus pada pengaruh *Celebrity Worship* terhadap keputusan pembelian *merchandise* menggunakan “X” *paylater* pada fandom NCTzen.

### 1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu Apakah terdapat pengaruh *Celebrity Worship* terhadap keputusan pembelian *merchandise* menggunakan “X” *paylater* pada fandom NCTzen?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *Celebrity Worship* terhadap keputusan pembelian *merchandise* menggunakan “X” *paylater* pada fandom NCTzen.

### 1.6 Manfaat Penelitian

#### 1.6.1 Manfaat Teoritis

- a. Menambah pengetahuan dan wawasan baru dalam bidang psikologi.
- b. Memberikan sumbangan ilmu pengetahuan pada bidang psikologi khususnya dalam variabel *Celebrity Worship* dan keputusan pembelian *merchandise* K-Pop menggunakan sistem pembayaran “X” *paylater*.
- c. Dapat menjadi data tambahan atau referensi untuk penelitian selanjutnya.

#### 1.6.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai tambahan informasi mengenai *Celebrity Worship* dan keputusan pembelian *merchandise* K-Pop menggunakan “X” *paylater*.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai tambahan informasi atau referensi bagi peneliti selanjutnya, apabila peneliti lain ingin menggunakan variabel, subjek dan lain-lain dalam penelitian ini.

