



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

“*Hallyu*” atau “*Korean Wave*” adalah istilah yang diberikan untuk tersebarnya budaya pop Korea secara global di berbagai negara di dunia, termasuk Indonesia, atau secara singkat mengacu pada globalisasi budaya Korea (Shim dalam Nastiti 2010). Fenomena ini diikuti dengan banyaknya perhatian terhadap produk Korea Selatan, seperti misalnya masakan, barang elektronik, musik, dan film. Di Indonesia saat ini, fenomena *Korean Wave* melanda generasi muda Indonesia yang umumnya menyenangi drama dan musik Korea.

K-Pop merupakan salah satu jenis musik dari Korea Selatan yang mengusung musik pop dan dipadukan dengan gerakan *dance* yang dinamis (Nastiti, 2010). Saat ini perkembangan *K-Pop*, terutama di Indonesia sudah menjadi sebuah fenomena tersendiri. *Fans* atau penggemar *K-Pop* sendiri dikenal dengan sebutan *Kpopers*. *Kpopers* hampir dapat ditemui di seluruh Indonesia termasuk di Kota Pekanbaru.

Sebagai seorang *fans*, membeli barang yang berhubungan dengan idola hingga menonton konser merupakan salah satu bentuk dukungan terhadap idolanya (Pertiwi, 2013). Para *fans* akan mengeluarkan uang mereka untuk membeli album,



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

poster, foto, gantungan kunci, jam, baju, kosmetik, hingga membeli tiket konser yang bisa dibilang harganya cukup mahal. Jika hal tersebut dilakukan terus menerus hingga tidak mampu untuk mengendalikan hasrat untuk membeli, dan akan melakukan apa saja asalkan keinginannya terpenuhi, pembelian tersebut disebut dengan pembelian kompulsif.

Pembelian kompulsif dapat dijelaskan sebagai proses pengulangan yang sering berlebihan dalam membeli barang yang disebabkan oleh rasa ketagihan atau tertekan, dimana konsumen yang kompulsif adalah konsumen yang merasa ketagihan, dalam beberapa kondisi mereka berlaku diluar kontrol dan sikap mereka dapat berdampak buruk bagi diri sendiri maupun orang lain (Schiffman & Kanuk, 2007). Bagi individu yang memiliki kecenderungan sebagai pembeli yang kompulsif, ketidakmampuan mengendalikan hasrat untuk membeli sesuatu akan mendorong individu tersebut melakukan apa saja asal hasrat yang ada dapat terpenuhi (Ekowati, 2009)

Pembelian kompulsif dibagi menjadi lima dimensi (Edwards, 1993) yaitu *tendency to spend* keadaan dimana kecenderungan seseorang membeli barang secara berlebihan, menghabiskan uang dengan sering, yaitu *drive to spend* keadaan individu merasa tergoda untuk berbelanja preokupasi (pemusatan pikiran pada satu hal tertentu), kompulsif (dilakukan secara berulang-ulang) dan adanya perilaku impulsif dalam berbelanja atau membeli barang, *feelings about shopping and spending* keadaan mengenai seberapa besar individu menikmati aktivitas berbelanja dan menghabiskan waktunya untuk berbelanja, *dysfunctional spending* keadaan dimana pengaruh lingkungan dapat menyebabkan atau menggiring seseorang untuk melakukan aktivitas

berbelanja dan menghabiskan waktunya untuk berbelanja, dan *post-purchase guilt* keadaan dimana seseorang merasa menyesal setelah melakukan aktivitas berbelanja.

Berdasarkan hasil observasi pada tanggal 3 Februari 2019, penjualan hal-hal tentang *K-pop* di Pekanbaru masih berupa *online shop* dan pada hari minggu beberapa *online shop* tersebut akan membuka lapaknya di area *Car Free Day* Pekanbaru. Setiap hari minggu *fans K-pop* akan mendatangi lapak-lapak tersebut dan membeli barang-barang sesuai dengan grup yang disukai. Dalam sekali belanja, para *fans* bisa menghabiskan ratusan ribu rupiah dan hal ini dilakukannya berulang kali.

Akun Instagram kpopers_pku adalah akun dimana para *fans-fans K-Pop* Pekanbaru berkumpul. Pada tanggal 3 Februari 2019, Kpopers_pku sudah membuat *gathering* ketujuh kalinya. Acara tersebut dihadiri lebih dari 300 *fans K-Pop* di Riau yang mayoritasnya juga remaja. Penonton membeli tiket dengan harga Rp 70.000 – Rp125.000 dan tiketnya VIP habis terjual dalam waktu 5 menit. Para *fans* mau membeli tiket dengan harga cukup mahal untuk datang ke acara tersebut meskipun hanya menonton *cover dance* grup *K-Pop* yang mereka sukai.

Pembelian kompulsif memiliki konsekuensi jangka pendek dan jangka panjang. Pada konsekuensi jangka pendek pembelian kompulsif dapat bersifat positif seperti pengurangan stres dan ketegangan, peningkatan konsep diri, dan peningkatan dalam hubungan interpersonal. Sedangkan pada jangka panjang, umumnya merupakan hal yang merugikan, baik secara ekonomi maupun psikologis seperti hutang pribadi yang berlebihan, rendahnya tabungan, terjerat kasus hukum, munculnya perasaan rendah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diri, rasa bersalah, stress, depresi, cemas, frustrasi serta munculnya konflik interpersonal (Mangestuti, 2014).

Penipuan pun sering terjadi. Kasus penipuan yang dilakukan oleh *fans* K-Pop yang paling sering terjadi adalah penipuan album dan tiket konser. Penipu biasanya menjual album dengan harga murah sehingga banyak *fans* K-Pop yang tertarik untuk membeli. Sedangkan untuk tiket konser, dikarenakan penjualan dilakukan secara *online* dan dalam waktu yang bersamaan banyak *fans* yang mengandalkan jasa titip pembelian tiket konser dengan *fee* ratusan ribu. Dari situlah para penipu yang juga merupakan seorang *fans* mengambil celah untuk mendapatkan uang. Para *fans* juga mau mengutang kepada orang lain hingga mencuri demi bisa membeli barang yang dia mau.

Berbagai macam perilaku yang dilakukan *fans* untuk mendukung idolanya. Perilaku tersebut kemudian diidentifikasi sebagai pemujaan terhadap idolanya atau bisa disebut dengan *Celebrity worship*. Salah satu faktor pembelian kompulsif menurut Revees (2012) adalah *celebrity worship*.

Celebrity worship menurut Maltby et. Al, (2005) adalah gangguan obsesif-adiktif saat seseorang terlalu melibatkan diri di setiap detil kehidupan selebriti idolanya, dimana semakin seseorang memuja, merasa kagum atau terlibat dengan sosok selebriti tertentu, semakin besar pula keintiman (*intimacy*) yang diimajinasikan terhadap sosok selebriti yang diidolakan, semakin tinggi tingkat pemujaan seseorang terhadap idolanya, maka semakin tinggi pula tingkat keterlibatannya dengan sosok idola. *Celebrity worship* biasanya melibatkan satu atau lebih selebriti yang sangat disukai



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

oleh individu sehingga individu seakan-akan tidak bisa terlepas dari hal-hal yang berhubungan dengan selebriti tersebut.

Seperti yang dilansir oleh Maltby (2005), individu dengan perilaku *celebrity worship* cenderung memuja seorang idola karena ingin kabur dari realita, sehingga apapun yang individu lakukan untuk pemuasan keinginan yang berhubungan dengan idolanya, akan membuat individu tersebut merasa senang, bahagia, dan hal tersebut menjadi ‘obat’ atas masalah yang sedang dialaminya.

Chapman menambahkan bahwa individu dengan *celebrity worship* adiktif terhadap segala sesuatu yang berhubungan dengan idolanya termasuk membeli *merchandise* seperti *t-shirt*, poster, gantungan kunci dan lain sebagainya. Menurut Fung, pada saat seseorang mengidolakan selebriti, seseorang akan merasa terikat akan segala sesuatu terhadap idolanya, salah satu caranya adalah membeli *merchandise* idola (dalam Devi, 2014).

Pembelian kompulsif juga dapat dikatakan sebagai perilaku boros dan mubazzir. Adapun kata mubazzir diartikannya dengan menia-nyiakan harta. Allah berfirman di dalam Al-Quran:

Dan Berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang ada dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghamburkan (hartamu) dengan boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudaranya setan dan sesungguhnya setan itu sangat ingkar kepada tuhan nya.” (QS Al Isra : 26-27)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Allah melarang kaum muslimin mencari kekayaan dengan cara yang batil, dan melarang membelanjakan harta yang dikuasai secara boros. Larangan dimaksudkan agar setiap muslim dapat mengatur nilai pengeluaran sesuai keperluannya, tepat yang dituju sebagaimana ketentuan agama. Tidak boleh membelanjakan hartanya secara boros hanya untuk kesenangan semata.

Berdasarkan latar belakang dan ulasan teori yang ada, didukung dengan fenomena, fakta, serta observasi yang telah dilakukan oleh peneliti kepada subjek penelitian, peneliti ingin melakukan penelitian ini untuk melihat hubungan yang terjadi di antara perilaku *celebrity worship* dengan pembelian kompulsif pada *fans K-Pop*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat hubungan antara *Celebrity worship* dengan Pembelian Kompulsif pada *FansK-Pop*?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan *Celebrity worship* dengan Pembelian Kompulsif pada *Fans K-Pop*.

D. Keaslian Penelitian

Keaslian penelitian ini didasarkan pada beberapa penelitian terdahulu yang mempunyai karakteristik yang relatif sama dalam hal tema kajian, meskipun berbeda



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam hal kriteria subjek, jumlah dan posisi variabel penelitian atau metode analisis yang digunakan. Penelitian ini akan meneliti mengenai Hubungan *Celebrity worship* dengan Pembelian Kompulsif pada *Fans K-Pop*.

Penelitian dengan judul Hubungan *Self-Esteem* dengan *Perilaku Compulsive buying* pada Remaja Anggota Hansamo dilakukan oleh Elviana Fitri Rangkuti dan Oki Mardiawan (2015). Penelitian ini meneliti tentang fenomena-fenomena yang menunjukkan bahwa anggota komunitas Hansamo (Bandung Korea Community) memiliki penilaian negatif terhadap *self-esteem*nya yang berdampak pada perilaku pembelian kompulsif sebagai cara untuk melindungi *self-esteem*nya dari penilaian negatif tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasional dengan jumlah *celebrity worship* subjek sebanyak 60 orang. Hasil penelitian diperoleh korelasi dengan nilai sebesar $rs = -0,417$ maka terdapat hubungan yang negatif antara *self esteem* dengan *compulsive buying* remaja anggota Hansamo. Perbedaan penelitian Fitri & Oki (2015) adalah variabel bebasnya adalah *self esteem* sedangkan penelitian ini menggunakan. Subjek dalam penelitian Fitri dan Oki (2015) adalah remaja anggota Hansamo sedangkan subjek peneliti adalah *fans K-Pop* di Pekanbaru.

Penelitian lain mengenai pembelian kompulsif pernah dilakukan Risamana & Dewi (2017) dengan judul Hubungan antara Persepsi terhadap Pengasuhan Orang Tua dengan Kecenderungan *Compulsive buying* pada Wanita Dewasa Awal di Surabaya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah hubungan antara persepsi pengasuhan terhadap orang tua dengan kecenderungan *compulsive buying* pada wanita dewasa awal di Surabaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

korelasional dengan teknik *Pearson Product Moment*. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0.221 yang lebih besar dari batas kritis 0,05. Kesimpulan dari penelitian ini adalah tidak ada hubungan yang signifikan antara persepsi pengasuhan orang tua dengan kecenderungan *compulsive buying* pada wanita dewasa awal di Surabaya. Perbedaan penelitian Risamana & Dewi (2017) dengan peneliti terdapat pada variabel bebas yaitu persepsi terhadap pengasuhan orang tua sedangkan peneliti menggunakan *celebrity worship*. Subjek penelitian juga berbeda. Subjek penelitian ini adalah *fans K-Pop* sedangkan pada penelitian Risamana & Dewi (2017) adalah wanita dewasa awal di Surabaya. Persamaan pada penelitian ini adalah variabel terikat yaitu pembelian kompulsif.

Penelitian terkait *celebrity worship* yang pernah dilakukan antara lain seperti penelitian yang pernah dilakukan Fitra Kharisma Chandra Devi (2014) dengan judul “Hubungan antara *Celebrity worship* dengan *Compulsive buying* dalam Membeli *Merchandise* Idola pada Dewasa Awal *Fans* JKT48 di Jakarta”. Penelitian ini menggunakan metode korelasi. Hasil penelitian yang dilakukan Devi (2014) menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara *celebrity worship* dimensi *entertainment-social* dan *compulsive buying* dalam membeli merchandise idola pada *fans* JKT48 dewasa awal, dan tidak terdapat hubungan antara *celebrity worship* di dimensi *intense personal* dan *borderline-pathological* dan *compulsive buying* dalam membeli merchandise idola dan pada *fans* JKT48 usia dewasa awal. Perbedaan penelitian Devi (2014) dengan peneliti berada pada subjek dan lokasi penelitian. Subjek dan lokasi pada Penelitian Devi adalah *fans* JKT48 di Jakarta sedangkan subjek

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

peneliti adalah *fans* K-Pop di Pekanbaru. Adapun persamaan Penelitain Devi dengan peneliti terdapat pada variabel yaitu sama-sama meneliti tentang *celebrity worship* dan pembelian kompulsif.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Siska Anastasia (2017) yang meneliti tentang Pengaruh Kontrol Diri, *Celebrity worship*, dan Kepribadian *Big Five* terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif Penggemar JKT48 Di Jabodetabek. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil Penelitian yang dilakukan oleh Anastasia (2017) menunjukkan ada pengaruh signifikan kontrol diri, *celebrity worship*, dan kepribadian *big five* terhadap perilaku pembelian kompulsif *fans* JKT48 di Jabodetabek. *Celebrity worship* dimensi *entertainment social* memiliki pengaruh yang cukup signifikan. Perbedaan penelitian Anastasia (2017) dengan peneliti terletak pada variabel bebas, subjek, dan lokasi. Pada variabel bebas peneliti hanya meneliti variabel *celebrity worship* sedangkan Anastasia (2017) menggunakan kontrol diri, *celebrity worship*, dan kepribadian *big five*. Subjek dan lokasi penelitian Anastasia adalah *fans* JKT48 di Jabodetabek sedangkan subjek dan lokasi peneliti adalah *fans* K-pop di Pekanbaru. Adapun persamaan kedua penelitian ada di variabel terikat yaitu pembelian kompulsif.

Penelitian mengenai *celebrity worship* dan pembelian kompulsif juga dilakukan oleh Robert A Revees (2012) dengan judul *Celebrity worship, Materialism, Compulsive buying and the Empty Self*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian ini adalah materialisme dan pembelian kompulsif secara signifikan berkorelasi dengan *celebrity worship*. *Celebrity worship*, materialisme, dan pembelian



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kompulsif secara signifikan terkait dengan konsep diri yang rendah, dan tingkat kesejahteraan yang lebih rendah. Perbedaan penelitian Revees (2012) dengan penelitian ini terdapat pada variabel subjek dan lokasi penelitian. Subjek dan lokasi pada penelitian Revees (2012) adalah mahasiswa di *Southeastern University* sedangkan subjek dan lokasi peneliti adalah *fans* K-pop di Pekanbaru.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat turut memperkaya wawasan dan teori-teori ilmu psikologi, khususnya dalam bidang psikologi konsumen. Serta memberikan informasi yang berarti bagi pembaca mengenai hubungan *celebrity worship* dengan pembelian kompulsif pada *fans K-Pop*.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi pada *fans K-Pop* dalam pemahaman dan penjelasan tentang *celebrity worship* dengan pembelian kompulsif.

UIN SUSKA RIAU