

Bentuk Konsumtifitas Anak Penggemar K-Pop Usia Sekolah Dasar

Cristina Indah Sari¹, Moh. Kanzunnudin², Erik Aditia Ismaya³

^{1,3}Program Studi Pendidikan Sekolah Dasar, Universitas Muria Kudus

²Program Studi Pendidikan Sastra dan Bahasa Indonesia, Universitas Muria Kudus

e-mail: 201933029@std.umk.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi zaman sekarang tidak dapat kita hindari, perkembangan yang pesat menjadikan semua kalangan masyarakat mengenal berbagai macam informasi dari seluruh penjuru dunia. Begitupula dengan perkembangan K-Pop, K-Pop sudah memasuki seluruh dunia termasuk juga di Indonesia. K-Pop sudah mulai menyebar diberbagai kalangan begitupula dengan anak usia Sekolah Dasar. Seperti halnya orang dewasa atau remaja penggemar K-Pop, anak Sekolah Dasar juga memiliki perilaku Konsumtif. Masalah dalam penelitian ini adalah peneliti melihat bentuk perilaku konsumtif pada anak penggemaaar K-Pop usia Sekolah Dasar. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah benar anak penggemar K-Pop memiliki perilaku konsumtif berupa pembelian barang-barang K-Pop atau tidak. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa perilaku konsumtif penggemar K-Pop usia Sekolah Dasar yaitu dengan pembelian barang dengan karakter idol Korea favoritnya. Penelitian ini hendaknya dijadikan evaluasi bagi orang tua agar lebih memperhatikan setiap kegiatan pembelian agar membeli yang sesuai dengan kebutuhannya.

Kata kunci: *Penggemar, Konsumtif, K-Pop*

Abstract

Today's technological development cannot be avoided, the rapid development of all the people who are familiar with information from all over the world. That's it with the development of K-Pop, K-Pop has entered all over the world including Indonesia. K-Pop has begun to spread in various circles as well as elementary school age children. As well as adults or teenagers of K-Pop fans, Elementary School children also have consumptive behavior. The problem in this study is that researchers see a form of consumptive behavior in elementary school-age K-Pop fan children. This study used a descriptive qualitative method. This study aims to determine whether K-Pop fan children have consumptive behavior in the form of purchasing K-Pop or not. The results of this study prove that the consumptive behavior of elementary school-age K-Pop fans is by purchasing goods with their favorite Korean idol characters. This study should be used as an evaluation for parents to pay more attention to each purchase activity in order to purchase that fits their needs

Keywords : *a Fans, Konsumtive, K-Pop*

PENDAHULUAN

Dalam kehidupan sehari-hari, manusia pasti melakukan kegiatan ekonomi dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan hidup. Kegiatan ekonomi yang sering dilakukan dikehidupan sehari-hari merupakan kegiatan konsumtif. Pada umumnya, jika seseorang kebutuhannya telah terpenuhi, maka akan timbul kebutuhan yang lainnya. Dalam menghabiskan barang atau jasa unruk memenuhi kebutuhan, individu dalam kelompok masyarakat mempunyai cara tersendiri dalam melakukan kegiatan konsumtif. Konsumtif

merupakan kegiatan manusia dalam mencukupi kebutuhan maupun keinginan terhadap barang dan jasa.

Jika berbicara mengenai Korean Wave, yang ada dipikiran kita semua adalah K-Pop. K-Pop adalah istilah untuk musik pop Korea dan secara harfiah berarti Pop Korea. K-Pop menjadi bagian budaya populer di Korea Selatan bukan hanya untuk musiknya, tetapi juga menyangkut tarian atau dance yang dibawakan oleh setiap penyanyi di Korea. Penyanyi K-Pop dinilai memiliki daya tarik untuk memikat hati seseorang agar tertarik lalu mengidolakan artis tersebut. Penyebaran Korean Wave melalui internet maupun media sosial menjadikan semua kalangan dengan mudah mengakses semua tentang informasi yang menyangkut tentang idola Korea Selatan favoritnya.

Perbedaan bahasa bukan menjadi halangan bagi penggemarnya karena beberapa informasi tentang idola sudah ada yang menggunakan bahasa Inggris maupun Indonesia. Bahkan ada komunitas fanbase yang akan menerjemahkan setiap informasi ataupun ketika sang idola sedang melakukan live di media sosial. Kelompok yang menyukai K-Pop disebut dengan istilah penggemar. Penggemar dibagi menjadi dua bagian yakni fansboy dan juga fansgirls.

Penggemar K-Pop dikenal dengan loyalitasnya terhadap idolanya, mereka tidak akan segan-segan untuk membeli barang yang berkaitan dengan wajah idolanya. Bahkan para penggemar K-Pop rela menghabiskan uangnya demi membeli barang yang terdapat wajah idola favoritnya ataupun sekedar membeli barang yang sama dengan idolanya.

Konsumerisme memiliki keragaman yang menarik untuk dipelajari karena meliputi seluruh individu dari berbagai usia, latar belakang budaya dan lainnya. Ada beberapa pendapat tentang perilaku konsumtif menurut para ahli yaitu sebagai berikut :

Menurut Kotler dan Keller (2012) mendefinisikan perilaku konsumtif adalah proses pembelajaran yang melibatkan seseorang atau kelompok ketika memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka.

Solomon (2013) mengatakan perilaku konsumtif adalah proses pembelajaran yang melibatkan seseorang atau kelompok ketika memilih, membeli, menggunakan atau menempatkan suatu produk, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang atau kelompok untuk mengekspresikan dirinya dengan dengan membeli produk dan jasa yang kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal.

Indikator perilaku konsumtif berdasarkan ciri pelaku konsumtif menurut Erich Fromm (1987) yaitu : (1) pemenuhan keinginan, (2) Barang diluar jangkauan, (3) barang tidak produktif, (4) status.

Adapun faktor yang mempengaruhi remaja yang memutuskan menjadi penggemar K-Pop hingga bergaya hidup konsumtif terdiri atas faktor internal dan eksternal.

1. Faktor Internal yang mempengaruhi remaja yaitu faktor pengalaman dan pengamatan yang menganggap hal-hal yang identik dengan Korea, sikap yang cenderung menganggumi budaya Korea dan motif kesenangan saat mendapatkan pernak-pernik yang berkaitan dengan Korea.
2. Faktor eksternal yang mempengaruhi gaya hidup konsumtif antara lain kuatnya pengaruh lingkungan, pendapatan, dan kelas sosial

Dengan penelitian ini, diharapkan menjadi bahan evaluasi bagi orang tua agar lebih memperhatikan kegiatan ekonomi anaknya. Anak usia Sekolah Dasar cenderung mengikuti lingkungan sekitar mereka. Sifat anak usia Sekolah Dasar yang masih labil dan belum bisa membedakan mana hal yang harus diikuti dan yang tidak harus diikuti membuat anak-anak akan terus membeli barang yang tidak memiliki manfaat untuk kebutuhan seperti halnya barang yang berbau akan idola Korea.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang berdasarkan teori-teori. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Sumber data dikumpulkan dari berbagai sumber perpustakaan dan penjelasan teoritis tentang topik yang sejalan dengan judul yang diperoleh peneliti. Dalam tahapannya penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dokumentasi dan pencatatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil data yang diperoleh peneliti menyebutkan bahwa anak-anak usia Sekolah Dasar memiliki perilaku konsumtif dengan pembelian barang yang berhubungan tentang Korea. Pembelian barang tersebut berupa sticker, griptok, penghapus, pensil, wadah pensil, buku, kertas, tas, pakaian dan juga makanan yang menggunakan gambar ataupun yang bekerjasama dengan idol Korea sebagai karakternya. Pembelian tersebut dilakukan berkali-kali dan tidak mempertimbangkan kegunaan dan manfaat barang tersebut. Pembelian barang yang berbau K-Pop bagi anak Sekolah Dasar yang belum memiliki penghasilan sendiri yaitu dengan menggunakan uang saku yang diberikan orang tua masing-masing. Selain melakukan pembelian barang yang berhubungan tentang idola favoritnya, anak-anak tersebut juga sering mendengarkan musik K-Pop dari idola favorite mereka, menonton music vidio, dan juga mencari informasi tentang idola mereka di internet.

Ancok (dalam Thohiroh, 2015) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif seseorang ialah perilaku yang tidak lagi membeli barang yang benar-benar dibutuhkan, tetapi membeli barang yang semata-mata untuk membeli dan mencoba produk, walaupun sebenarnya tidak memerlukan produk tersebut.

Banyak pelaku usaha yang menggunakan artis Korea sebagai Brand Amabassador karena anak muda sangat menyukai budaya Korea maupun hal yang berhubungan dengan Korea Selatan. K-Popers dianggap setia karena rela membeli barang yang berkaitan dengan idola mereka karena berpikir untuk mendukung idolanya agar lebih dikenal oleh masyarakat luas. Pembelian juga merupakan salah satu bentuk kecil dari dukungan fans terhadap kerja keras idola mereka. Selain itu pembelian produk yang berbau Korea juga sebagai identitas diri agar diterima pada suatu komunitas yang disebut fansclub dan juga sebagai identitas diri bahwa mereka benar-benar merupakan sebagai seorang K-Popers sejati.

Ada 4 hal yang melatar belakangi fenomena tersebut, yaitu :

1. Sebagai Strategi pemasaran

Strategi pemasaran yang dimaksud disini adalah memanfaatkan momen demam Korea yang sedang mewabah di Indonesia. Menggunakan idola Korea sebagai wajah lokal memiliki kelebihan yaitu semakin banyak orang yang membicarakan produk karena fans dan masyarakat luas yang mengenal idola tersebut.

2. Meningkatkan citra produk

Karena citra produk mempengaruhi seseorang untuk membeli produk tersebut. Reputasi idola Korea yang baik di masyarakat menjadikan banyak fans dan juga masyarakat untuk membeli produk tersebut.

3. Mampu menjangkau skala pasar global

Demam K-Pop tidak hanya di Indonesia, tetapi juga menyebar keseluruh penjuru dunia, memilih Idol Korea sebagai wajah pada produk lokal, menjadikan fans Internasional juga ikut melirik dan membeli produk tersebut.

4. Meraup keuntungan dari fans K-Pop.

Dukungan penggemar idola K-Pop tidak perlu diragukan lagi, loyal dan royaltasnya yang tinggi menjadikan mereka untuk membeli barang yang berkaitan idolanya tanpa memandang harga.

Berdasarkan paparan data penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif bukan hanya dilakukan oleh penggemar remaja ataupun dewasa, tetapi juga penggemar anak-anak usia Sekolah Dasar. Mereka melakukan pembelian barang yang berhubungan dengan idola mereka. Untuk barang yang dibeli biasanya berupa sticker, kertas binder, makanan dan lain sebagainya. Mereka melakukan pembelian bukan hanya sekali

namun berkali-kali. Pembelian ini karena ingin membuktikan bahwa mereka adalah penggemar sejati. Saat melakukan pembelian anak-anak ini tanpa memikirkan nilai barang tersebut. Penggemar K-pop juga rela menghabiskan banya uang bahkan mengorbankan kebutuhan pribadinya untuk membeli segala sesuatu yang berhubungan dengan idolanya (Paramitha&Mihardja, 2019).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya bahwa perilaku konsumtif erat hubungannya dengan kehidupan manusia. Bukan hanya orang dewasa bahkan anak-anak juga sudah memiliki perilaku konsumtif, seperti halnya anak penggemar K-Pop usia Sekolah Dasar. Bentuk perilaku konsumtif pada anak penggemar K-Pop usia Sekolah Dasar berupa pembelian sticker, kertas binder, pensil, wadah pensil, makanan yang berhubungan dengan artis idola mereka dan lain sebagainya. Walaupun tidak separah penggemar dewasa yang rela menghabiskan uangnya untuk membeli Merch official dari idola favorite mereka yang harganya mahal ataupun menonton konser idola Korea favorite mereka yang harga tiketnya mencapai jutaan rupiah, tetapi perilaku konsumtif ini jika terjadi hingga dewasa akan memunculkan perilaku hedonisme yang lebih parah. Jadi orang tua diharapkan ikut mengontrol kegiatan pembelian barang yang dilakukan oleh anak-anak mereka terlebih yang menyukai idol yang berasal dari Negeri Gingseng tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Amri. 2019. *Hubungan Komformitas Teman Sebaya dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Psikologi*. Tesis tidak diterbitkan. Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Riau.
- Ayu. 2018. *Pengaruh Penggunaan Kartu Uno sebagai media permainan tentang buah dan sayur pada anak sekolah dasar di SDN Brosot dan SDN Prembulan Galun Kulonprogo*. Tesis tidak diterbitkan. Yogyakarta: Poltekkes Kemenkes, Yogyakarta.
- Budaya Korea terhadap kaum milenial Indonesia, (online) (<https://www.quareta.com/postn>, diakses 26 Oktober 2019)
- Darmalaksana. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi Lapangan*. *Jurnal tidak diterbitkan*. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati, Bandung.
- Lisma, Agung. 2016. *Analisis perilaku konsumsi mahasiswa ditinjau dari motif bertransaksi (studi kasus mahasiswa S1 pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang)*. Skripsi tidak diterbitkan. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Mihardja, Jeanette, dan Paramitha. 2019. *Makna Idola Dalam Pandangan Penggemar (Studi Komparasi Interaksi Parasosial Fanboy dan Fansgirl Army terhadap BTS)*. *Jurnal Psikologi* , 2 (2), 393
- Nanda. 2017. *Pengaruh Kesadaran politik warga masyarakat terhadap partisipasi politik dalam pemilihan kepala daerah (studi deskriptif di kabupaten Majalengka)* Tesis tidak diterbitkan. Bandung: Universitas Pasundan, Bandung.
- Ningrum. 2020. *Pembentukan Karakter Disiplin Melalui Ekstrakurikuler Pramuka di Sd Unggulan Muslimat Nu Kudus*. Skripsi: Kudus: Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar Universitas Muria Kudus.
- Putri, Liany, Nuraeni. 2019. *K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia*. *Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis*. Tesis tidak diterbitkan. Bandung: Universitas Telkom, Bandung.
- Sari. 2012. *Fandom dan Konsumsi Media: Studi Etnografi Kelompok Penggemar Super Junior, ELF Jogja*. Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia. Jurnal tidak diterbitkan. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Sari. 2021. *Perilaku Konsumtif Penggemar NCT (Studi deskriptif perilaku konsumtif penggemar boygrup NCT melalui media sosial twitter di Kota Bandung)* .Skripsi tidak diterbitkan. Bandung: Unversitas Komputer Indonesia, Bandung.