

**DAMPAK BUDAYA K-POP TERHADAP  
PERILAKU KONSUMTIF REMAJA DI KOTA  
BANDA ACEH**

**SKRIPSI**

Diajukan Oleh :

**SAFIRA HIDAYAH**

NIM. 200305025

Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Filsafat

Program Studi: Sosiologi Agama



**FAKULTAS USHULUDDIN DAN FILSAFAT  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
DARUSSALAM – BANDA ACEH  
2023 M / 1445 H**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Safira Hidayah

NIM : 200305025

Jenjang : Strata Satu (1)

Program Studi : Sosiologi Agama

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Banda Aceh, 12 Desember 2023

Yang Menyatakan,



Safira Hidayah

NIM. 200305025

**DAMPAK BUDAYA K-POP TERHADAP PERILAKU  
KONSUMTIF REMAJA DI KOTA BANDA ACEH**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Ushuluddin dan Filsafat  
UIN Ar-Raniry Sebagai Salah Satu Beban Studi  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (SI)  
Dalam Ilmu Ushuluddin dan Filsafat  
Program Studi Sosiologi Agama

Diajukan Oleh:

**SAFIRA HIDAYAH**

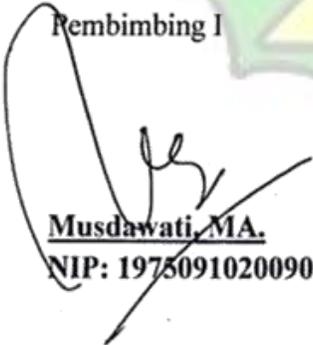
**NIM. 200305025**

Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Filsafat  
Program Studi Sosiologi Agama

Disetujui untuk diuji/*dimunaqasyahkan* oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

  
**Musdawati, MA.**

**NIP: 197509102009012002**

  
**Nurullah S.T.H., M.A.**

**NIP: 198104182006042004**

**SKRIPSI**

Telah Diuji Oleh Tim Penguji Munaqasyah Skripsi  
Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Ar-Raniry dan  
Dinyatakan Lulus Serta Diterima sebagai Salah Satu Beban  
Studi Program Strata Satu dalam Ilmu Ushuluddin dan Filsafat  
Program Studi Sosiologi Agama

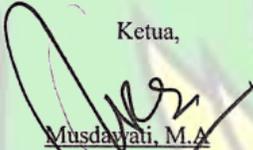
Pada Hari/Tanggal: Kamis, 14 Desember 2023

1 Jumadil Akhir 1445 H

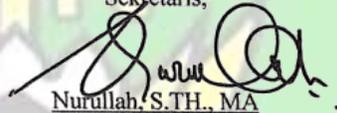
di Darussalam-Banda Aceh

Panitia Ujian Munaqasyah

Ketua,

  
Musdayani, M.A.  
NIP. 197509102009012002

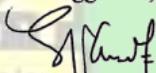
Sekretaris,

  
Nurullah, S.Th., MA  
NIP.198104182006042004

Anggota I,

  
Dr. Arfiansyah, MA  
NIP. 198104222006041004

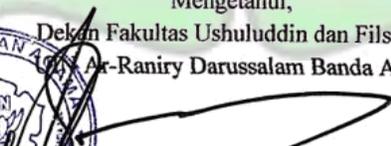
Anggota II,

  
Suci Fajami, M.A  
NIP. 199103302018012003

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Filsafat  
UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh



  
Prof. Dr. Salman Abdul Muthalib, Lc., M. Ag  
NIP. 197804222003121001

## ABSTRAK

Nama : Safira Hidayah  
NIM : 200305025  
Judul Skripsi : Dampak Budaya K-Pop terhadap Perilaku Konsumtif Remaja di Kota Banda Aceh  
Tebal Skripsi : 87 Halaman  
Prodi : Sosiologi Agama  
Pembimbing I : Musdawati, MA.  
Pembimbing II : Nurullah, S.TH., M.A

Kehadiran budaya K-Pop di Kota Banda Aceh berdampak pada perubahan perilaku remaja. Remaja cenderung berkeinginan untuk meniru idola K-Pop dan berlomba untuk mengoleksi apapun yang berkaitan dengan idola K-Pop. Sehingga, perlahan memunculkan perilaku konsumtif kepada para remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk-bentuk perilaku konsumtif yang terjadi di kalangan remaja penggemar K-Pop dan untuk mengetahui dampak positif dan negatif budaya K-Pop terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif, yaitu untuk mengkaji suatu fenomena yang terjadi. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa bentuk-bentuk perilaku konsumtif yang terjadi di kalangan remaja di Kota Banda Aceh adalah mengonsumsi musik K-Pop, menonton drama Korea (Drakor), mengoleksi *merchandise*, *fansite culture* dan menggunakan bahasa Korea dalam kehidupan sehari-hari. Adapun dampak positif budaya K-Pop bagi remaja di Kota Banda Aceh adalah sebagai hiburan, sumber motivasi, remaja menjadi lebih percaya diri, dan budaya K-Pop menjadi sarana *healing* bagi remaja di Kota Banda Aceh untuk merileksasi pikiran. Sedangkan dampak negatifnya adalah membuat remaja menjadi boros baik dalam hal pengeluaran uang maupun penggunaan waktu.

**Kata kunci: Budaya K-Pop, Perilaku Konsumtif, Remaja.**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya kepada penulis. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Dampak Budaya K-Pop terhadap Perilaku Konsumtif Remaja di Kota Banda Aceh. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai tugas akhir dalam menyelesaikan studi pada Fakultas Ushuluddin dan Filsafat Universitas Ar-Raniry Banda Aceh.

Shalawat dan salam kita curahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing umatnya dari jalan yang tidak bermoral menuju jalan yang penuh akhlak mulia. Tidak lupa, shalawat dan salam kita persembahkan kepada keluarga dan sahabat Nabi. Penulis menyadari bahwa perjalanan dari kuliah hingga menyelesaikan skripsi ini tidaklah mudah tanpa bantuan, motivasi, do'a, dan bimbingan dari berbagai pihak yang memberikan semangat. Berkat dukungan tersebut, penulis tetap semangat dan mengatasi berbagai rintangan. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua yang telah mendukung menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya dan tiada hentinya kepada orang tua, ibunda tersayang dan tercinta Halimah yang telah menjadi orang tua hebat sepanjang masa. Selalu mendukung, mendo'akan, dan memotivasi di setiap langkah penulis. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada

seluruh keluarga besar dan sanak saudara yang turut membantu dan memberikan dukungan kepada penulis, memastikan bahwa penulis dapat menyelesaikan perjalanan perkuliahan hingga tugas akhir ini.

Ucapan terima kasih yang tak terhingga dan rasa hormat yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Mujiburrahman, M. Ag, selaku Rektor UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Bapak Dr. Salman Abdul Muthalib, Lc., M. Ag, selaku Dekan di Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Bapak Dr. Azwarfajri, S. Ag, M.Si, selaku Ketua Program Studi Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Bapak Noval Liata, M.Si, selaku Sekretaris Program Studi Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
5. Ibu Musdawati, MA, selaku pembimbing I yang telah membimbing serta meluangkan waktunya hingga skripsi ini selesai.
6. Ibu Nurullah, S.TH., M.A, selaku pembimbing II yang telah memberikan semangat, masukan serta bimbingan sehingga skripsi ini dapat tersusun sesuai yang tercantum dalam buku panduan.
7. Seluruh dosen yang telah mendidik dan memberikan bekal ilmu kepada penulis selama ini, kemudian kepada seluruh

karyawan/karyawati Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

8. Seluruh responden yaitu remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh yang telah bersedia untuk berpartisipasi dalam penelitian ini sehingga skripsi ini dapat diselesaikan sebagai tugas akhir.
9. Kepada teman-teman seperjuangan yang sudah menjadi bagian dari support sistem penulis serta teman-teman Sosiologi Agama angkatan 2020 yang telah mendukung dan membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
10. Kepada Itawari, S.Pd yang telah mendo'akan dan mendukung penuh peneliti dalam segala hal yang sedang peneliti hadapi.
11. Diri saya sendiri, yang telah mampu kooperatif dalam mengerjakan tugas akhir ini. Terimakasih karena selalu berpikir positif ketika keadaan sempat tidak berpihak, dan selalu berusaha mempercayai diri sendiri, hingga akhirnya diri saya mampu membuktikan bahwa saya bisa mengandalkan diri sendiri.

Banda Aceh, 12 Desember 2023  
Penulis,

Safira Hidayah  
NIM. 200305025

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SIDANG</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian .....	5
C. Rumusan Masalah .....	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	6
F. Sistematika Pembahasan .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
A. Kajian Pustaka.....	9
B. Kerangka Teori.....	14
C. Definisi Operasional.....	17
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>21</b>
A. Jenis Penelitian.....	21
B. Lokasi Penelitian .....	21
C. Informan Penelitian .....	22
D. Instrumen Penelitian.....	23
E. Sumber Data dalam Penelitian .....	23
1. Data Primer .....	24
2. Data Sekunder .....	24
F. Teknik Pengumpulan Data .....	24
1. Observasi .....	24
2. Wawancara .....	25
3. Dokumentasi .....	25
G. Teknik Analisis Data.....	26
1. Reduksi Data .....	26

2. Penyajian Data.....	26
3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi.....	27
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>28</b>
A. Sejarah Budaya K-Pop .....	28
B. Sejarah Masuknya Budaya K-Pop di Kalangan Remaja di Kota Banda Aceh .....	30
C. Sumber Informasi Budaya K-Pop Remaja di Kota Banda Aceh .....	33
D. Bentuk Perilaku Konsumtif yang Terjadi di Kalangan Remaja Penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh .....	36
1. Produk K-Pop yang Dikonsumsi Remaja di Kota Banda Aceh .....	36
2. Frekuensi Pembelian Produk K-Pop oleh Remaja di Kota Banda Aceh .....	45
3. Konsumsi Produk K-Pop untuk Pemenuhan Keinginan Remaja di Kota Banda Aceh .....	47
E. Dampak Budaya K-Pop terhadap Perilaku Konsumtif Remaja di Kota Banda Aceh .....	50
1. Dampak Positif Budaya K-Pop terhadap Perilaku Konsumtif Remaja di Kota Banda Aceh .....	50
2. Dampak Negatif Budaya K-Pop terhadap Perilaku Konsumtif Remaja di Kota Banda Aceh .....	55
F. Analisa Penelitian .....	58
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>61</b>
A. Kesimpulan.....	61
B. Saran.....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>63</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>70</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Informan Penelitian..... 22



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1.	Grub Band Legendaris H.O.T .....	29
Gambar 4.2.	Koleksi novel <i>Alternative Universe</i> .....	37
Gambar 4.3.	Poster <i>Variety Show Run</i> BTS.....	38
Gambar 4.4.	Bantal Cooky dan Tata .....	38
Gambar 4.5.	Poster Grub Band BTS .....	39
Gambar 4.6.	<i>Korean Fried Chicken</i> dan <i>Ramyeon Noodles in Chicken</i> .....	40
Gambar 4.7.	Poster Grup Band K-Pop.....	40
Gambar 4.8.	<i>Photocard</i> NCT Dream .....	41
Gambar 4.9.	Koleksi poster dan <i>photocard</i> .....	42
Gambar 4.10.	<i>Photobook</i> dan <i>Photoframe</i> BTS.....	42
Gambar 4.11.	<i>Photocard</i> NCT Dream .....	43
Gambar 4.13.	Gantungan Kunci.....	43
Gambar 4.12.	Lagu Beautiful NCT di Spotify .....	44

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Bersama dengan remaja K-Pop Nana Aprilia K.....	70
Lampiran 2	Bersama dengan remaja K-Pop Ayu Nazira.....	70
Lampiran 3	Bersama dengan remaja K-Pop Rosa Zerlina L .....	71
Lampiran 4	Bersama dengan remaja K-Pop Sinta Mahbengi .....	71
Lampiran 5	Bersama dengan remaja K-Pop AM.....	72
Lampiran 6	Daftar Pertanyaan Penelitian .....	73
Lampiran 7	SK Pembimbing Penelitian.....	74



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan globalisasi di dunia sudah pasti membawa perubahan dalam berbagai perspektif kehidupan manusia. Perkembangan globalisasi tidak bisa dihindari oleh suatu budaya karena budaya bersifat dinamis dan berkembang mengikuti zaman. Pesatnya perkembangan teknologi dan komunikasi pada perkembangan globalisasi sangat memudahkan pengaruh budaya luar untuk masuk.

Budaya populer yang sedang tren adalah budaya *Korean Wave* yang berasal dari negara Korea Selatan. Perkembangan dari budaya *Korean Wave* yang paling berpengaruh adalah aliran musik yang dikenal dengan sebutan *Korean Pop* atau K-Pop. Budaya K-Pop ini memperlihatkan penampilan dari *boyband* dan *girlband* Korea seperti BTS, Super Junior, EXO, NCT, Blackpink, SNSD, Aespa, Stray Kids, Gidle, dan sebagainya.<sup>1</sup> Mereka memperkenalkan budaya Korea melalui karya musik dan tarian modern. Maka dari itu mereka mampu menarik perhatian dari berbagai kalangan dari seluruh penjuru dunia. Hal tersebut dibuktikan dengan peningkatan jumlah pendengar musik K-Pop di berbagai panggung musik digital.<sup>2</sup> Para musisi internasional juga menawarkan kolaborasi dengan para musisi K-Pop seperti kolaborasi BTS dengan Coldplay, Blackpink dengan Selena Gomez, dan pada tahun 2018, grup BTS menjadi grup K-Pop pertama yang diutus secara langsung oleh UNICEF untuk

---

<sup>1</sup> Diah Sari, *Annyeonghaseyo: Telusur Jejak Digital Korean Wave di Indonesia* (Yogyakarta: Deepublish, 2021), hlm. 17.

<sup>2</sup> Koreana, "Sebelum K-Pop Musik Populer Sejak Perang Korea", dalam *The Korea Foundation Volume 9*, Nomor 2, Tahun 2020.

menghadiri dan berpidato di depan Sidang Umum PBB di New York.<sup>3</sup>

Perkembangan budaya *Korean Wave* di Indonesia dimulai semenjak populernya drama Korea (Drakor) bertajuk *Autumn in My Heart* dan *Winter Sonata* pada tahun 2002.<sup>4</sup> Di Indonesia sendiri perkembangan budaya K-Pop sudah ada sejak tahun 2004 dan sampai saat ini antusias masyarakat masih besar terutama pada kalangan wanita.<sup>5</sup> Peranan teknologi menjadi sangat penting dalam perkembangan budaya K-Pop di Indonesia yaitu melalui platform Youtube, Twitter, Televisi, dan sebagainya. Hal tersebut menyebabkan budaya K-Pop dengan mudah berkembang dan diterima di tengah-tengah masyarakat Indonesia.

Perkembangan budaya K-Pop di Indonesia merebah ke seluruh penjuru negeri, tak luput pada ibu kota provinsi paling barat Indonesia yaitu Kota Banda Aceh juga mengalami perkembangan budaya K-Pop. Di Kota Banda Aceh penggemar budaya tertentu sedang berkembang, salah satu diantaranya adalah budaya K-Pop. Perkembangan budaya K-Pop inilah yang memotivasi para penggemar untuk membentuk komunitas yang disebut dengan *fan kingdom* atau disingkat dengan istilah fandom.<sup>6</sup> Dilihat dari lahirnya fandom-fandom di Kota Banda Aceh seperti fandom Army Aceh, Exo-L Aceh, Treasure Maker Aceh, Blink Aceh, dan sebagainya. Dalam penelitian yang dilakukan oleh

---

<sup>3</sup> Ayu Rezky Safaat, Farahdiba Rahma Bachtiar, dan Nur Aliyah Zainal, "Korean Pop Culture Sebagai Instrument Politik Luar Negeri Korea Selatan", dalam *Jurnal Vox Populi*, Volume 5, Nomor 2, Tahun 2022, hlm. 171.

<sup>4</sup> Idola Perdini Putri, Farah Dhiba Putri Liany, dan Reni Nuraeni, "K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia", dalam *Jurnal ProTVF*, Volume 3, Nomor 1, Tahun 2019, hlm. 70.

<sup>5</sup> Muhammad Zayyin Asrofi, *Trend Budaya K-Pop di Kalangan Remaja Indonesia: BTS Meal hingga Fanatisme*, Egsaugam, Tahun 2021. <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2021/12/21/trend-budaya-k-pop-di-kalangan-remaja-indonesia-bts-meal-hingga-fanatisme/>.

<sup>6</sup> Hanif Zaid, Yudi et al., *Teori Komunikasi dalam Praktik*, cetak 1 (Jawa Tengah: Zahira Media Publisher, 2021), hlm. 78.

Alissa Maulida dkk, mengkaji tentang Tingkat Pemujaan Selebriti pada Komunitas Penggemar K-Pop di Aceh. Yang mana hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa tingkat pemujaan selebriti pada komunitas penggemar Army dan Exo-L Aceh yaitu pada tingkatan yang meluas dan merata.<sup>7</sup>

*The Fandom for Idols* dalam surveinya menyebutkan bahwa penggemar K-Pop di Indonesia didominasi oleh usia 15-35 tahun.<sup>8</sup> Sampai saat ini penggemar K-Pop di Indonesia terus meningkat dengan adanya sosial media yang memudahkan penggemar untuk mengakses informasi tentang idola K-Pop.

Kehadiran budaya K-Pop di Kota Banda Aceh berdampak pada pembentukan perilaku konsumtif para penggemar. Remaja cenderung berkeinginan untuk meniru idola K-Pop. Para penggemar berlomba-lomba untuk mengoleksi apa pun yang berkaitan dengan idola K-Pop favorit mereka sehingga perlahan-lahan akan muncul perilaku konsumtif pada para penggemar K-Pop. Seseorang yang dikendalikan oleh keinginannya untuk mengikuti dan membeli sesuatu yang menurutnya akan menyenangkan dirinya sendiri maka akan menjadikan perilaku konsumtifnya berubah menjadi gaya hidup. Hal tersebut tampaknya terjadi pada remaja di Kota Banda Aceh yang sedang dilanda demam K-Pop. Jadi tidak mengherankan apabila semua produk yang berbau Korea akan dikonsumsi oleh para penggemar K-Pop.

Produk yang dikonsumsi oleh para penggemar mulai dari musik K-Pop baik dari grup band maupun solo. Drama Korea (Drakor) dan acara-acara ragam idola K-Pop juga tidak luput menjadi produk yang dikonsumsi oleh para penggemar.

---

<sup>7</sup> Alissa Maulida, dkk, "Tingkat Pemujaan Selebriti pada Komunitas Penggemar K-Pop di Aceh", dalam *Seurune: Jurnal Psikologi Unsyiah*, Volume 4, Nomor 1, Tahun 2021, hlm. 69.

<sup>8</sup> Belle, *The Fandom for Idols: A Survey Report on K-Pop Fans in Indonesia*. Jakpat.Blog, Tahun 2016. <https://blog.jakpat.net/the-fandom-for-idols-a-survey-report-on-kpop-fans-in-indonesia/>.

*Merchandise* adalah salah satu produk yang tidak asing lagi di dunia per-K-Pop. *Merchandise* K-Pop biasanya berupa album, *photocard*, poster, kalender, gantungan kunci, *light stick*, *phone holder*, *casing phone*, pakaian, *stationery*, boneka, botol minum, dan lain sebagainya.<sup>9</sup> Selain itu penggemar juga mengonsumsi produk tertentu karena idola K-Pop favorit mereka menggunakan produk tersebut, karena banyaknya permintaan pasar atas produk-produk yang berbau Korea maka banyak produk yang berlomba-lomba untuk berkolaborasi dengan idola K-Pop seperti Tokopedia menjadikan grup BTS menjadi *Brand Ambassador*. Penggemar yang tergabung dalam suatu komunitas penggemar idola K-Pop yang aktif di sosial media dalam membagikan foto idola mereka dan mencari tau berita terbaru tentang idola K-Pop adalah termasuk *fansite culture*.<sup>10</sup> Dalam *fansite culture*, terdapat berbagai macam kegiatan, seperti proyek pengumpulan dana untuk mendukung proyek idola K-Pop, menyelenggarakan acara atau pertemuan untuk penggemar, serta berkolaborasi untuk membuat konten kreatif. *Fansite* juga bisa menjadi sumber informasi terkini dan lengkap bagi para penggemar yang ingin tetap terhubung dengan perkembangan terbaru seputar tokoh atau karya yang mereka dukung.

Penggemar K-Pop menggemari para idola K-Pop lewat penampilan *fashion* yang mereka kenakan mulai dari pakaian, gaya rambut, riasan wajah dan pernak-pernik yang menambah kesan elegan di setiap penampilan idola K-Pop.<sup>11</sup> Oleh karena itu

---

<sup>9</sup> Banowati Azelia Putri Yuliawan dan Ganjar Eka Subakti, "Pengaruh Fenomena Korean Wave (K-Pop dan K-Drama) terhadap Perilaku Konsumtif Penggemarnya Perspektif Islam", dalam *Jurnal Penelitian Keislaman*, Volume 18, Nomor 1, Tahun 2022, hlm. 47.

<sup>10</sup> Sulissya Nur Syafa'ati, *Demam Hallyu Wave pada Produk Oreo Blackpink di Indonesia*. *Kompasiana*, Tahun 2022. <https://www.kompasiana.com/lissyacia5001/63a08ed14addee78476292e2/dema-m-hallyu-wave-pada-produk-oreo-blackpink-di-indonesia>.

<sup>11</sup> Citra Rosalyn Anwar, "Mahasiswa dan K-Pop", dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 1, Nomor 1, Tahun 2018, hlm. 11.

penggemar secara sadar mengikuti *fashion* Korea atau juga disebut dengan istilah *K-Style*. Selanjutnya para penggemar K-Pop juga mengonsumsi makanan khas Korea, hal tersebut disebabkan oleh para pemain drama Korea (Drakor) selalu terlihat sangat menikmati makanan yang dikonsumsi, makanan Korea memiliki cara makan yang cukup menarik dan memiliki makanan dengan jenis yang beragam.<sup>12</sup> Pada akhirnya para penggemar K-Pop tertarik untuk mengonsumsi makanan yang sering dikonsumsi di serial drama Korea (Drakor) seperti *Kimchi*, *Ttoekbokki*, *Kimbab*, dan lain sebagainya.<sup>13</sup>

Dari fenomena-fenomena tersebut yang membuat peneliti tertarik untuk mengkaji tentang perilaku konsumtif penggemar K-Pop yang berada di Kota Banda Aceh pada usia remaja akhir yaitu usia 18-24 tahun. Peneliti memilih judul Dampak Budaya K-Pop terhadap Perilaku Konsumtif Remaja di Kota Banda Aceh adalah ingin mengetahui bentuk-bentuk perilaku konsumtif yang terjadi di kalangan remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh dan mengetahui dampak budaya K-Pop terhadap perilaku konsumtif remaja di Kota Banda Aceh.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan peruraian yang ada, sangat banyak masalah yang dapat dibahas. Namun, dalam pemilihan skripsi peneliti memfokuskan penelitian pada bentuk perilaku konsumtif yang terjadi di kalangan remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh dan dampak positif maupun dampak negatif dari perilaku konsumtif yang terjadi di kalangan remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh.

---

<sup>12</sup> Rosi Apriliani dan Rizki Setiawan, "Pembentukan Konsep Diri Mahasiswa Penggemar Budaya Populer Korea", dalam *Hermeneutika: Jurnal Hermeneutika*, Volume 5, Nomor 2, Tahun 2019, hlm. 114.

<sup>13</sup> Rosi Apriliani dan Rizki Setiawan, "Pembentukan Konsep Diri Mahasiswa Penggemar Budaya Populer Korea", hlm. 17.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang di atas maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apa saja bentuk perilaku konsumtif yang terjadi di kalangan remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh?
2. Bagaimana dampak budaya K-Pop terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh?

### **D. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian dalam skripsi ini adalah:

1. Untuk mengetahui bentuk-bentuk perilaku konsumtif yang terjadi di kalangan remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh.
2. Untuk mengetahui dampak budaya K-Pop terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh.

### **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaatnya sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
  - a) Menambah pemahaman teoritis tentang hubungan antara budaya K-Pop dan perilaku konsumtif remaja di Kota Banda Aceh. Penelitian ini dapat membantu mengembangkan pemahaman teoritis tentang faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif remaja dan bagaimana budaya K-Pop memengaruhi perilaku tersebut.

- b) Menyediakan landasan teoritis bagi penelitian lanjutan dalam bidang ini. Dengan memberikan pemahaman yang baik tentang hubungan antara budaya K-Pop dan perilaku konsumtif remaja di Kota Banda Aceh, penelitian ini dapat memberikan dasar teoritis bagi penelitian lanjutan dalam bidang ini.
- c) Menghasilkan kontribusi teoritis yang berguna untuk pengembangan teori sosial, khususnya dalam bidang perilaku konsumtif. Temuan ini dapat membantu mengembangkan teori sosial yang berkaitan dengan perilaku konsumtif khususnya dalam konteks budaya K-Pop.

## 2. Manfaat praktis

- a) Memberikan masukan kepada orang tua dan remaja tentang cara mengurangi risiko perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh budaya K-Pop. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang pengaruh budaya K-Pop pada perilaku konsumtif remaja. Penelitian ini dapat memberikan saran praktis bagi orang tua dan remaja tentang cara mengurangi risiko perilaku konsumtif yang tidak terkontrol.

## **F. Sistematika Pembahasan**

Dalam penelitian ini perlu adanya sistematika pembahasan agar lebih terstruktur. Penelitian ini terdiri dari lima (5) bab sesuai dengan format penelitian karya ilmiah pada umumnya.

Bab satu mencakup penjelasan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab dua merupakan kajian kepustakaan yang membahas tentang kajian pustaka, kerangka teori, dan definisi operasional terkait dengan dampak budaya K-Pop terhadap perilaku konsumtif remaja di Kota Banda Aceh.

Bab tiga membahas metode penelitian, termasuk jenis penelitian, lokasi penelitian, informan penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

Bab empat mengulas hasil penelitian dan pembahasan, menyoroti bentuk perilaku konsumtif remaja di Kota Banda Aceh serta dampak budaya K-Pop terhadap perilaku konsumtif remaja di Kota Banda Aceh.

Bab lima berisi penutup dan kesimpulan dari hasil penelitian, serta mencakup kritikan dan saran.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Kajian Pustaka

Terdapat bermacam-macam bentuk hasil penelitian tentang dampak budaya K-Pop terhadap perilaku konsumtif remaja yang dilakukan oleh penelitian terdahulu dan kajian pustaka ini adalah bahan perbandingan untuk mengetahui apakah masalah yang dikaji sudah dibahas oleh peneliti sebelumnya atau belum dan juga dapat dijadikan sebagai bahan masukan dalam penelitian yang dikaji oleh peneliti.

Untuk melengkapi penulisan ini, peneliti mengambil beberapa rujukan tentang dampak budaya K-Pop terhadap perilaku Konsumtif remaja di Kota Banda Aceh dan mencocokkan dengan menggunakan buku dan wawancara penelitian. Kajian pustaka merupakan upaya seorang peneliti untuk mencari buku, artikel, jurnal, penelitian yang telah dilakukan sebelumnya di mana penelitian itu memiliki variabel yang sama dan penelitian ini dinyatakan asli.

Kajian pustaka ini bertujuan untuk memberikan gambaran perbedaan atas tulisan-tulisan sebelumnya. Peneliti mengutip beberapa tulisan tentang dampak budaya K-Pop terhadap perilaku konsumtif remaja dari penelitian terdahulu:

Pertama, Erika Yohana Pakpahan dkk, dalam jurnal yang berjudul *Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Fanatisme terhadap Perilaku Konsumtif*.<sup>1</sup> Tulisan ini membahas tentang pengaruh intensitas penggunaan media sosial dan fanatisme terhadap perilaku konsumtif (Studi pada fandom Army SMR) di Kota Samarinda. Berdasarkan hasil penelitian maka terdapat pengaruh yang signifikan antara intensitas penggunaan media

---

<sup>1</sup> Erika Yohana Pakpahan, Muhammad Ali Adriansyah, dan Elda Trialisa Putri, "Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Fanatisme terhadap Perilaku Konsumtif", dalam *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, Volume 9, Nomor 4, Tahun 2021, hlm 727.

sosial dan fanatisme terhadap perilaku konsumtif pada fandom Army SMR di Kota Samarinda, terdapat pengaruh antar intensitas penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif pada fandom Army SMR di Kota Samarinda, dan tidak ada pengaruh antara fanatisme terhadap perilaku konsumtif pada fandom Army SMR di Kota Samarinda.

Kedua, Banowati Azelia Putri dkk, dalam jurnal yang berjudul *Pengaruh Fenomena Korean Wave (K-Pop dan K-Drama) terhadap Perilaku Konsumtif Penggemarnya Perspektif Islam*.<sup>2</sup> Dalam jurnal ini membahas tentang pengaruh fenomena *Korean Wave* terhadap perilaku konsumtif penggemarnya dari perspektif Islam. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara fenomena *Korean Wave* dan perilaku konsumtif penggemarnya. Penggemar *Korean Wave* cenderung membeli produk yang terkait dengan *Korean Wave* seperti *merchandise*. Meskipun begitu penelitian ini juga menemukan bahwa penggemar *Korean Wave* memiliki sifat yang kritis terhadap produk yang ditawarkan dan mampu mengendalikan perilaku konsumtif mereka. Dalam perspektif Islam, penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif yang berlebihan tidak dianjurkan karena dapat membawa dampak negatif terhadap individu dan masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini menyarankan untuk memberikan pendidikan yang tepat tentang konsumsi yang sehat dan bijak, serta meningkatkan kesadaran tentang etika konsumsi dalam konteks Islam.

Ketiga, Tarisha Azzahra Saneva dkk, dalam jurnal yang berjudul *Peran Motivasi Belanja dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif pada K-Poppers Perempuan Remaja Akhir*.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Banowati Azelia Putri Yuliawan dan Ganjar Eka Subakti, "Pengaruh Fenomena Korean Wave (K-Pop dan K-Drama) terhadap Perilaku Konsumtif Penggemarnya Perspektif Islam", hlm. 35.

<sup>3</sup> Tarisha Azzahra Saneva, Ninawati Ninawati, dan Meike Kurniawati, "Peran Motivasi Belanja dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif pada K-Poppers Perempuan Remaja Akhir", dalam *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, Volume 6, Nomor 2, Tahun 2022, hlm. 393.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi belanja dan kontrol diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada remaja perempuan penggemar K-Pop. Remaja perempuan penggemar K-Pop yang memiliki motivasi belanja yang tinggi cenderung memiliki perilaku konsumtif yang lebih tinggi daripada mereka yang memiliki motivasi belanja yang rendah. Sedangkan remaja perempuan penggemar K-Pop yang memiliki tingkat kontrol diri yang tinggi cenderung memiliki perilaku konsumtif yang lebih rendah dari pada mereka yang memiliki kontrol diri yang rendah.

*Keempat*, Marino Ananda dkk, dalam jurnal yang berjudul *Di Balik Perilaku Konsumtif NCTZen dalam Pembelian Merchandise NCT (Studi Kasus Komunitas NCTZen Malang)*.<sup>4</sup> Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif NCTZen dalam pembelian *merchandise* NCT. Faktor-faktor tersebut meliputi pengaruh grup dan teman sebaya, kepuasan emosional dan pengalaman persepsi kualitas produk, kebanggaan menjadi penggemar, dan faktor finansial. Penelitian ini menyimpulkan bahwa perilaku konsumtif NCTZen dalam pembelian *merchandise* NCT dipengaruhi oleh berbagai faktor yang bersifat psikologi, sosial, dan ekonomi. Oleh karena itu, diperlukan pengelolaan yang baik dalam hal promosi dan pemasaran *merchandise* untuk menghindari terjadinya perilaku konsumtif yang berlebihan pada penggemar.

*Kelima*, Dzakkiyah Nisrina dkk, dalam jurnal yang berjudul *Dampak Konsumerisme Budaya Korea (K-Pop) di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang*.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Marino Ananda, Nur Hadi, dan Nanda Harda Pratama Meiji, "Di Balik Perilaku Konsumtif NCTZEN dalam Pembelian Merchandise NCT (Studi Kasus Komunitas NCTzen Malang)", dalam *Jurnal Integrasi dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial*, Volume 1, Nomor 9, Tahun 2021, hlm. 1011.

<sup>5</sup> Dzakkiyah Nisrina, dkk, "Dampak Konsumerisme Budaya Korea (K-Pop) di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang", dalam *Jurnal Penelitian Humaniora*, Volume 21, Nomor 1, Tahun 2020, hlm. 87.

Penelitian ini menunjukkan bahwa budaya K-Pop memberikan dampak positif maupun negatif pada konsumerisme di kalangan mahasiswa. Beberapa dampak positif yang ditemukan antara lain meningkatkan minat dan pengetahuan tentang budaya Korea, sedangkan dampak negatif yang ditemukan antara lain kecenderungan menghabiskan uang untuk membeli produk K-Pop dan berdampak pada gaya hidup yang konsumervis.

*Keenam*, Lisa Anggraini Putri, dalam jurnal yang berjudul *Dampak Korean Wave terhadap Perilaku Remaja di Era Globalisasi*.<sup>6</sup> Dalam jurnal ini berkesimpulan bahwa terdapat dampak positif dan negatif dari Korean Wave terhadap perilaku remaja di era globalisasi. Dampak positif yang ditemukan meliputi meningkatnya minat remaja terhadap bahasa Korea, meningkatkan minat dalam mempelajari budaya Korea, dan meningkatkan toleransi terhadap perbedaan budaya. Sedangkan, dampak negatif yang ditemukan meliputi peningkatan penggunaan bahasa Korea yang tidak benar dan mengabaikan budaya lokal. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa keluarga dan lingkungan sosial memainkan peran penting dalam membentuk perilaku remaja terhadap Korean Wave. Oleh karena itu, penelitian ini menyarankan peran keluarga dan masyarakat untuk memberikan pendidikan yang tepat tentang nilai-nilai budaya lokal dan global serta mengajarkan remaja untuk menghargai perbedaan budaya.

*Ketujuh*, Nur Lailatul Fitriah dkk, dalam jurnal yang berjudul *Dampak Korean Wave terhadap Perilaku Konsumerisme Merchandise K-Pop di Kalangan Mahasiswa Probolinggo*.<sup>7</sup> Dalam jurnal ini menjelaskan sejauh mana konsumerisme mempengaruhi para penggemar *Korean Wave*. Dalam jurnal ini berkesimpulan

---

<sup>6</sup> Lisa Anggraini Putri, "Dampak Korea Wave terhadap Perilaku Remaja di Era Globalisasi", dalam *Al-Ittizaan: Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, Volume 3, Nomor 1, Tahun 2020, hlm. 46.

<sup>7</sup> Nur Lailatul Fitriah, Muhammad Hifdil Islam, dan Roby Firmandil Diharjo, "Dampak Korean Wave terhadap Perilaku Konsumerisme Merchandise K-Pop di kalangan Mahasiswa Probolinggo", dalam *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, Volume 5, Nomor 2, Tahun 2023, hlm. 4430.

bahwa menjadi penggemar *Korean Wave* termasuk menjadi penggemar K-Pop di pengaruhi oleh faktor-faktor seperti media sosial dan lingkungan sekitar seperti teman dan keluarga. Selain itu, menjadi penggemar *Korean Wave* khususnya penggemar K-Pop memiliki dampak yang signifikan pada aspek ekonomi dan budaya. Dalam jurnal ini terlihat adanya kecenderungan yang menunjukkan bahwa dampak-dampak tersebut secara keseluruhan berkontribusi pada perilaku konsumerisme.

*Kedelapan*, Marisyah Dwi Ambarsari dkk, dalam jurnal yang berjudul *Pengaruh Financial Literacy, Lifestyle, Konformitas, Money Attitude, dan E-Money terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Penggemar K-Pop*.<sup>8</sup> Dalam jurnal ini berkesimpulan bahwa tingkat *financial literacy* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman keuangan seseorang tidak selalu menjadi faktor penentu dalam pola konsumsinya, karena setiap individu memiliki kondisi yang berbeda-beda yang dipengaruhi oleh faktor seperti kebutuhan, lingkungan, dan budaya yang memengaruhi mereka secara individual. Di sisi lain, terdapat variabel lain seperti *lifestyle*, konformitas, *money attitude*, dan *e-money* yang memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Temuan ini menunjukkan bahwa fenomena sosial di sekitar generasi Z terutama para penggemar K-Pop, seperti perkembangan tren di masyarakat dan kemajuan teknologi memiliki peran penting sebagai faktor yang dapat memengaruhi kebiasaan konsumsi mereka.

Tentunya penelitian terdahulu memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian sekarang. Adapun kesamaan terhadap penelitian terdahulu yaitu sama-sama berkaitan dengan dampak perilaku konsumtif penggemar K-Pop namun perbedaannya ialah penelitian terdahulu juga membahas perilaku lain seperti perilaku

---

<sup>8</sup> Marisyah Ambarsari dan Nadia Asandimitra, "Pengaruh Financial Literacy, Lifestyle, Konformitas, Money Attitude, dan E-Money terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Penggemar Korean Wave di Kota Surabaya", dalam *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 11, Nomor 3, Tahun 2023, hlm. 549.

konsumtif dan imitasi pada remaja penggemar K-Pop, sedangkan penelitian sekarang menfokuskan kepada dampak budaya K-Pop terhadap perilaku konsumtif remaja di Kota Banda Aceh.

Pada beberapa penelitian di atas maka dapat disimpulkan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini di mana penelitian ini, peneliti menfokuskan kajiannya terhadap dampak budaya K-Pop terhadap perilaku konsumtif yang terjadi di kalangan remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh.

## **B. Kerangka Teori**

Kerangka teori adalah kemampuan seorang peneliti dalam mengaplikasikan pola berpikir dalam menyusun secara sistematis teori yang mendukung permasalahan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori Masyarakat Konsumsi yang dikemukakan oleh Jean Paul Baudrillard. Tujuan utama adalah untuk menganalisis teori tersebut dan menjelaskan nilai guna, nilai tanda, dan simulacra yang muncul dalam setiap tindakan konsumsi.

Baudrillard adalah seorang sosiolog asal Prancis. Baudrillard mengulas kritis berbagai realitas dalam masyarakat modern melalui bukunya yang berjudul *La Societe de Consommation: Ses Mythes, Ses Structures* (Masyarakat Konsumsi: Mitos dan Strukturnya). Dalam konteks ini, konsep masyarakat konsumsi yang dikemukakannya menjadi landasan untuk memahami gaya hidup modern. Melihat fenomena globalisasi yang terus berkembang di seluruh dunia, Baudrillard menyoroti dampaknya. Pertumbuhan globalisasi ini disertai dengan dominasi paham kapitalisme yang menggunakan momentum globalisasi untuk memperluas pasar mereka serta menjadikan banyak wilayah dunia sebagai sasaran ekspansi pasar kapitalisme.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Nanang Martono, *Sosiologi Perubahan Sosial: Perspektif Klasik, Modern, Posmodern dan Poskolonial*, cetak 4 (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2016), hlm. 90.

Saat ini, perilaku konsumsi tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomis dan keputusan rasional semata. Ada pengaruh dari sistem budaya dan sistem pemaknaan sosial yang membimbing individu dalam memilih suatu produk atau layanan. Masyarakat konsumen lebih dikenal karena fokusnya pada konsumsi daripada produksi barang dan jasa. Istilah ini mencerminkan keterkaitan antara aspek ekonomi dan budaya, dianggap sebagai ciri khas masyarakat dalam konteks industri maju. Dalam masyarakat konsumsi, tingkat konsumsi sering kali diidentifikasi dengan keberhasilan sosial dan kebahagiaan pribadi. Ini berbeda dengan masyarakat tradisional yang lebih mengaitkan konsumsi dengan kebutuhan pokok.<sup>10</sup>

Pengetahuan dasar tentang kebutuhan berkaitan dengan konsep dasar mengenai kesetaraan dalam masyarakat. Kebutuhan menyiratkan bahwa semua individu memiliki pandangan yang sama terhadap nilai guna suatu objek atau barang karena kebutuhan diukur berdasarkan nilai guna. Artinya, nilai suatu barang seperti baju dan celana sebagai pakaian yang melindungi tubuh penggunaannya, berlaku sama untuk orang miskin maupun orang kaya. Oleh karena itu, tidak ada perbedaan dalam nilai guna barang tersebut antara orang kaya maupun orang miskin. Dengan kata lain, ketika berbicara tentang nilai guna ideologi ini bersifat objektif dan egaliter.<sup>11</sup>

Objek konsumsi tidak hanya terbatas pada barang, melainkan melibatkan aspek yang lebih luas. Kemampuan konsumsi tiap individu bervariasi dan setiap masyarakat mengalami perbedaan, diskriminasi sosial, serta struktur organisasi yang didasarkan pada pemanfaatan dan distribusi kekayaan. Dalam kerangka struktur masyarakat secara umum, kelompok miskin sering kali diidentifikasi sebagai mereka yang tidak memiliki hak

---

<sup>10</sup> Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*, cetak 1 (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 91.

<sup>11</sup> Nanang Martono, *Sosiologi Perubahan Sosial*, hlm. 91.

istimewa dan dianggap sebagai individu yang kurang diminati. Sebaliknya, kelompok kaya cenderung hidup dalam kemewahan.<sup>12</sup>

Dalam aktivitas konsumsi, interaksi antara manusia dengan objek konsumsi menciptakan hubungan yang dipalsukan, dikelabui, dan dimanipulasi. Manusia juga terlibat dalam hubungan yang terdistorsi dengan diri sendiri. Pandangan terhadap kebutuhan tidak hanya sebagai sesuatu yang dipenuhi secara individual, melainkan lebih sebagai hasil dari sistematisasi rasional yang lebih maju dan kekuatan produktif pada tingkat individu. Ketika konsumsi mengambil alih logika dan kebutuhan, itu menggantikan peran produksi.<sup>13</sup> Logika sosial konsumsi muncul karena aktivitas produksi yang menciptakan produk dan kemudian mendistribusikannya kepada konsumen. Ini merupakan akhir dari seluruh rangkaian aktivitas ekonomi yang menunjukkan produk dan komoditas yang dihasilkan dan kemudian dikonsumsi oleh masyarakat. Dalam konteks ini, fokus konsumsi tidak hanya terletak pada nilai guna barang dan jasa bagi konsumen, melainkan lebih berfokus pada proses produksi dan manipulasi sejumlah penanda sosial.<sup>14</sup>

Konsumsi tidak lagi hanya berfungsi sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan atau mengikuti petunjuk konsumen tetapi sekarang dianggap sebagai hasil dari kapasitas produksi yang sangat besar. Secara rasional, paradigma konsumsi dalam masyarakat telah mengalami perubahan signifikan. Saat ini, pembelian barang oleh masyarakat bukan lagi terkait dengan usaha memenuhi kebutuhan melainkan sebagai upaya untuk memuaskan hasrat.<sup>15</sup>

---

<sup>12</sup> Nanang Martono, *Sosiologi Perubahan Sosial*, hlm. 91.

<sup>13</sup> Nanang Martono, *Sosiologi Perubahan Sosial*, hlm. 95.

<sup>14</sup> Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi*, hlm. 109.

<sup>15</sup> Nanang Martono, *Sosiologi Perubahan Sosial*, hlm. 95.

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki bagaimana remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh menjadi konsumtif terhadap produk-produk yang berasal dari Korea. Hal ini mencakup musik, drama, film, makanan, bahasa, koleksi barang-barang idola, dan pakaian bergaya Korea. Oleh karena itu, remaja penggemar K-Pop dianggap sebagai individu yang cenderung konsumtif terhadap segala hal yang berkaitan dengan Korea. Pendorong konsumtifitas remaja penggemar K-Pop bukan hanya sebagai nilai guna suatu barang, tetapi lebih pada pemenuhan keinginan pribadi semata.

### C. Definisi Operasional

Untuk memahami maksud atau definisi dari beberapa istilah alam penelitian ini, maka adanya definisi operasional sebagai penjelasan terkait dengan judul dan penelitian ini, adapun istilah yang perlu dijelaskan adalah:

#### 1. Budaya K-Pop

Menurut Koentjaraningrat, kebudayaan merupakan keseluruhan sistem gagasan, tindakan, dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia dan dipelajari. Dengan demikian, kebudayaan dapat dianggap sebagai suatu sistem pengetahuan yang mencakup ide-ide abstrak yang ada dalam pikiran manusia dan memainkan peran penting dalam kehidupan sehari-hari.<sup>16</sup> Sedangkan K-Pop, kepanjangannya Korean Pop adalah jenis musik yang populer berasal dari Korea Selatan. Lagu-lagu K-Pop berupa genre musik seperti Hip-Hop, Jazz, R&B, EDM, R&R, dan genre lainnya yang bervariasi.<sup>17</sup>

Budaya K-Pop adalah budaya musik yang berasal dari Korea Selatan dan telah menarik perhatian masyarakat di berbagai

---

<sup>16</sup> Sri Rahaju Djatimurti Rita Hanafie, *Ilmu Sosial Budaya Dasar* (Yogyakarta: ANDI, 2016), hlm. 35.

<sup>17</sup> Syafril Alam dan Ansgrasia Jenifer Nyarimun, "Musik K-Pop Sebagai Alat Diplomasi dalam Soft Power Korea Selatan", dalam *Jurnal International dan Diplomacy*, Volume 3, Nomor 1, Tahun 2017, hlm. 76.

belahan dunia, termasuk Indonesia. K-Pop memiliki keunikan dalam musiknya, memberikan kebahagiaan khusus bagi para penggemar K-Pop. Kebudayaan populer ini terkait dengan aspek-aspek kehidupan sehari-hari yang dapat dinikmati oleh semua orang atau kelompok tertentu seperti musik K-Pop, K-Drama, *K-Food*, *K-Beauty*, dan *K-Style*.

## 2. Idola K-Pop

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, idola adalah individu, gambar, atau patung yang dijadikan objek pemujaan.<sup>18</sup> Saat ini, kebanyakan orang memahami kata idola sebagai tokoh yang dihormati, panutan, atau objek pemujaan.

Istilah idola dalam penelitian ini merujuk kepada anggota dari sebuah grup K-Pop, baik pria maupun wanita. Sebelum mereka debut sebagai idola K-Pop, biasanya pada idola menjalani periode pelatihan atau menjadi *trainee* selama lebih dari satu tahun. Predikat sebagai idola membawa ekspektasi untuk tampil secara sempurna. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika perilaku atau tindakan yang dianggap tidak pantas oleh masyarakat atau warganet mendapatkan kritik ketika dilakukan oleh idola K-Pop.<sup>19</sup>

## 3. Perilaku Konsumtif

Definisi konsumtif seringkali dipahami sebagai konsumerisme karena makna keduanya tidak jauh berbeda bahkan cenderung serupa. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, definisi konsumtif diartikan bersifat konsumtif (hanya menggunakan, tidak menghasilkan sendiri) dan bergantung pada hasil pihak lain.<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup>Kamus Besar Bahasa Indonesia (Online), *Idola*, Kbbi.Kemendikud.Go.Id, <https://kbbi.kemendikud.go.id/entri/Idola>.

<sup>19</sup> Melvina Tionardus dan Andika Aditia, *Apa Yang dinamakan Idol?*, Kompas.Com, 2022, <https://entertainment.kompas.com/read/2022/12/20/221000966/apa-yang-dinamakan-idol>.

<sup>20</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Konsumsi*, Kbbi.Kemendikud.Go.Id, <https://kbbi.web.id/konsumsi>., (diakses pada 27 November 2023).

Menurut Sumartono, perilaku konsumtif merujuk pada tindakan yang tidak lagi berdasarkan pertimbangan rasional melainkan dipicu oleh keinginan yang telah mencapai tingkat yang tidak rasional. Perilaku konsumtif menjadi bagian dari seseorang ketika ia melakukan pembelian di luar kebutuhan (*need*) atau jika pembelian lebih berdasarkan pada faktor keinginan (*want*).<sup>21</sup>

Perilaku konsumtif mencakup kegiatan pembelian dan penggunaan barang tanpa berlandaskan pertimbangan rasional, cenderung untuk mengonsumsi tanpa batas dan individu lebih fokus pada keinginan dibandingkan dengan kebutuhan.

Konsumerisme merupakan suatu pandangan atau gaya hidup yang menilai barang-barang, terutama barang mewah sebagai penentu kebahagiaan, kesenangan, dan sebagainya. Ini adalah pola hidup yang tidak mengutamakan hemat.<sup>22</sup> Perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak dilandaskan pada pertimbangan rasional, melainkan pembelian dan penggunaan suatu produk atau jasa dengan tujuan memperoleh kepuasan atau merespons perasaan emosional.

#### 4. Pengertian Remaja K-Pop

Menurut Badan Kesehatan Dunia (WHO), remaja merujuk kepada individu yang sedang mengalami fase transisi antara masa kanak-kanak dan dewasa. Remaja merupakan periode peralihan yang dialami oleh manusia setelah masa anak-anak menuju kedewasaan dengan rentang usia 12 hingga 20 tahun. Transformasi yang terjadi selama masa remaja mencakup aspek signifikan dalam

---

<sup>21</sup> Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan: Menepi Imbas Pesan Iklan Televisi* (Bandung: Alfabeta, 2002), hlm. 117.

<sup>22</sup> Adelia Fryzia, *Gaya Hidup Remaja Konsumtif*, Kompasiana.Com, 2014, [http://www.kompasiana.com/adelia\\_fryzia21/gaya-hidup-remaja-konsumtif](http://www.kompasiana.com/adelia_fryzia21/gaya-hidup-remaja-konsumtif).

perkembangan fisik, kognitif, sosial, dan karakter atau kepribadian.<sup>23</sup>

Di Indonesia, kriteria usia untuk mendefinisikan remaja adalah antara usia 11 sampai usia 24 tahun dan belum menikah.<sup>24</sup> Remaja penggemar K-Pop disebut juga sebagai “K-Popers” adalah individu yang memiliki minat yang kuat dan antusiasme terhadap industri musik dan budaya pop Korea Selatan. Remaja penggemar K-Pop menunjukkan dukungan dan ketertarikan khusus terhadap idola-idola K-Pop, mengikuti perkembangan terbaru, mendukung kegiatan promosi, dan seringkali terlibat dalam berbagai kegiatan sosial dan komunitas yang terkait dengan fenomena budaya K-Pop. Komunitas penggemar K-Pop juga dikenal dengan istilah “fandom”, dimana setiap grup memiliki nama resmi untuk penggemarnya. Sebutan penggemar K-Pop perempuan dikenal dengan istilah “*fangirl*”, sedangkan untuk penggemar K-Pop laki-laki dikenal dengan sebutan “*fanboy*”.

---

<sup>23</sup> Galih Haidar dan Nurliana Cipta Apsari, "Pornografi pada Kalangan Remaja", dalam *Prosiding Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, Volume 7, Nomor 1, Tahun 2020, hlm. 136.

<sup>24</sup> Khamim Zarkasih Saputro, "Memahami Ciri dan Tugas Perkembangan Masa Remaja", hlm. 26.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Adapun metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kualitatif. Jenis penelitian kualitatif menekankan pada analisis proses dari proses berfikir secara induktif yang berkaitan dengan dinamika hubungan antarfenomena yang dihadapi, dan senantiasa menggunakan logika ilmiah. Tujuan penelitian kualitatif bertujuan mengembangkan konsep sensitivitas pada masalah yang dihadapi, menerangkan realitas, dan mengembangkan pemahaman akan satu atau lebih dari fenomena yang dihadapi.<sup>1</sup>

Penelitian kualitatif menurut Bogdan & Taylor adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan berperilaku yang dapat diamati yang diarahkan pada latar dan individu secara holistik (meliputi aspek tempat, aspek pelaku, dan aspek aktivitas yang tidak bisa dipisahkan). Penelitian dengan metode kualitatif adalah untuk memperoleh data secara alamiah atau natural dan komprehensif yang sesuai dengan latar dan data yang diperoleh tidak merupakan hasil rekayasa atau manipulasi karena tidak ada unsur atau variabel lain yang mengontrol.<sup>2</sup>

#### **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian merujuk pada wilayah di mana penelitian dilakukan dan data dikumpulkan. Penelitian ini lebih berfokus pada dampak budaya K-Pop terhadap perilaku konsumtif remaja di Kota Banda Aceh.

---

<sup>1</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*, Edisi 1, Cetak 1, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), hlm. 80.

<sup>2</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, hlm. 82.

Alasan memilih lokasi penelitian adalah karena ingin mengetahui apa saja bentuk perilaku konsumtif yang terjadi di kalangan remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh dan bagaimana dampak budaya K-Pop terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh.

### C. Informan Penelitian

Maka peneliti melakukan penelitian mengenai bentuk perilaku konsumtif yang terjadi di kalangan remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh dan dampak budaya K-Pop terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh dan mewawancarai remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh untuk mengambil informasi pemahaman tentang dampak budaya K-Pop terhadap perilaku konsumtif dengan diwawancarai secara mendalam. teknik sampel yang peneliti gunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* ini merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Adapun kriteria informan yang akan digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini adalah :

1. Remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh dengan usia 18-24 tahun.
2. Minimal remaja sudah mengenal budaya K-Pop selama setahun.

Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini dapat dilihat secara rinci pada tabel di bawah ini :

Tabel 3.1 Informan penelitian

No.	Subyek	Keterangan
1	AM 21 Tahun	Remaja K-Pop di Banda Aceh
2	Nana Aprilia K. 21 Tahun	Remaja K-Pop di Banda Aceh
3	Sinta Mahbengi 21 Tahun	Remaja K-Pop di Banda Aceh
4	Suci Hariyati 21 Tahun	Remaja K-Pop di Banda Aceh

5	Wardiana 23 Tahun	Remaja K-Pop di Banda Aceh
6	Rosa Zerlina L. 23 Tahun	Remaja K-Pop di Banda Aceh
7	Sardiani 23 Tahun	Remaja K-Pop di Banda Aceh
8	Cut Salsabila A. 20 Tahun	Remaja K-Pop di Banda Aceh
9	Ayu Nazira 21 Tahun	Remaja K-Pop di Banda Aceh
10	Nahrissy Fajria 20 Tahun	Remaja K-Pop di Banda Aceh

(sumber: Data diperoleh dari observasi lapangan)

#### D. Instrumen Penelitian

Peneliti merupakan instrumen kunci yang langsung bertatap muka dengan orang-orang yang terlibat dalam penelitiannya.<sup>3</sup>

Adapun dalam penelitian ini, instrumen penelitian yang peneliti gunakan adalah observasi, dan wawancara. Seterusnya peneliti juga menggunakan alat bantu lainnya seperti, kamera ponsel guna merekam fenomena baik foto, video, sebagai penambah bukti hasil penelitian. *Recorder* untuk merekam hasil wawancara agar peneliti lebih mudah dalam memilah untuk hasil dari sebuah penelitian dilengkapi dengan alat tulis sebagai pelengkap untuk mencatat berbagai informasi dari informan penelitian. Instrumen penelitian pada tulisan ini dapat dilihat di bagian lampiran yang ada di belakang tulisan ini.

#### E. Sumber Data dalam Penelitian

Sumber data dalam penelitian kualitatif adalah manusia dengan perilakunya, peristiwa, arsip, dan dokumen.<sup>4</sup> Dalam penelitian ini, sumber data penelitian terbagi menjadi dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer merujuk pada informasi yang diperoleh melalui wawancara dan

<sup>3</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, hlm. 142.

<sup>4</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, hlm. 142.

observasi, sementara sumber data sekunder mencakup data dari literatur, buku-buku, dan lain sebagainya.

#### 1. Data Primer

Data primer adalah data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asal atau secara langsung dari pihak pertama. Dalam hal ini data primernya adalah para remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh. Data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian, yang mana data tersebut diperoleh melalui teknik wawancara dengan informan.

#### 2. Data sekunder

Data sekunder biasanya berbentuk bukti, catatan, atau laporan yang telah disusun. Adapun dalam penelitian ini menggunakan data sekunder seperti buku, jurnal, artikel, skripsi, yang berkaitan dengan dampak budaya K-Pop terhadap perilaku konsumtif remaja di Kota Banda Aceh.

### **F. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan hal yang penting dalam melakukan sebuah penelitian. Adapun teknik pengambilan data pada penelitian ini menggunakan beberapa langkah sebagai berikut :

#### 1. Observasi

Istilah observasi diturunkan dari bahasa Latin yang berarti “melihat” dan “memerhatikan”. Menurut Poerwandari, observasi merupakan metode yang paling dasar dan paling tua, karena dengan cara-cara tertentu kita selalu terlibat dalam proses mengamati.<sup>5</sup> Adapun hasil observasi dalam penelitian ini adalah mengamati dan untuk menentukan informan yang dapat menjadi informan dalam penelitian ini. Sementara itu menurut Koentjaraningrat, observasi merupakan teknik yang pertama-tama digunakan dalam penelitian ilmiah.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, hlm. 143.

<sup>6</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, hlm. 148.

## 2. Wawancara

Wawancara penelitian kualitatif adalah pembicaraan yang mempunyai tujuan dan didahului beberapa pertanyaan informal. Wawancara penelitian lebih dari sekedar percakapan dan berkisar dari informal ke formal. Menurut Kartono, wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu, meliputi proses tanya jawab lisan, dimana dua orang atau lebih berhadapan-hadapan secara fisik.<sup>7</sup>

Ada dua jenis wawancara pada penelitian kualitatif yaitu wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur.<sup>8</sup> Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara terstruktur yang mana wawancara dilakukan dengan sistematis dan dengan pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya.

Adapun peneliti akan melakukan wawancara terhadap 10 orang remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh untuk mendapatkan informasi tentang bentuk perilaku konsumtif yang terjadi di kalangan remaja dan dampak budaya K-Pop terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh.

## 3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono, dokumentasi adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu yang berbentuk tulisan, gambar, atau karya monumental dari seseorang. Dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara. Hasil penelitian akan lebih dapat dipercaya jika didukung oleh dokumentasi. Adapun dokumentasi pada penelitian ini adalah berupa gambar atau foto. Menurut Renier, istilah dokumen terbagi menjadi tiga pengertian yaitu dalam arti luas meliputi semua sumber tertulis dan sumber lisan, dalam arti sempit meliputi semua sumber tertulis, dan arti spesifik meliputi sumber surat-surat resmi.<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, hlm. 160.

<sup>8</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, hlm. 162-163.

<sup>9</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, hlm. 175-176.

## G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah bagian yang sangat penting dalam penelitian kualitatif. Analisis data adalah suatu kegiatan untuk mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi tanda, dan mengategorikannya sehingga memperoleh suatu temuan berdasarkan fokus atau masalah yang ingin dijawab.

Menurut Bogdan dan Biklen, teknik analisis data adalah proses pencarian dan pengaturan secara sistematis hasil wawancara, catatan-catatan, dan bahan-bahan yang dikumpulkan untuk meningkatkan menyajikan apa yang ditemukan.<sup>10</sup>

Dari uraian di atas dapat dipahami bahwa analisis data adalah proses mencari data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi kemudian disusun secara sistematis ke dalam kategori, menyusun pola, dan memilih mana yang penting dan akan dipelajari, selanjutnya membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh orang lain dan diri sendiri.

### 1. Reduksi Data

Menurut Sugiyono, mereduksi data adalah kegiatan merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dan mencari tema serta polanya.<sup>11</sup> Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran lebih jelas dan memudahkan untuk melakukan pengumpulan data.

Dalam hal ini peneliti menyusun informasi yang diperoleh dari informan yaitu remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh yang mempunyai peran terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh, kemudian informasi tersebut disusun secara terstruktur dan sistematis.

### 2. Penyajian Data

Menurut Miles dan Huberman, penyajian data adalah sekumpulan informasi yang tersusun, dan memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan.<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, hlm. 210.

<sup>11</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, hlm. 211.

<sup>12</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, hlm. 211.

Dengan menyajikan data maka akan memudahkan peneliti untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

Peneliti akan menjabarkan dan menyajikan hasil wawancara dan observasi dengan informan yaitu remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh yang mempunyai peran terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh.

### 3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Penarikan kesimpulan adalah hasil penelitian yang menjawab fokus penelitian berdasarkan hasil analisis data. Simpulan disajikan dalam bentuk deskriptif objek penelitian dengan berpedoman pada kajian penelitian. Berdasarkan analisis *interactive model*, kegiatan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan merupakan proses siklus dan interaktif. Reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan menjadi gambaran keberhasilan secara berurutan sebagai rangkaian kegiatan analisis yang saling menyusul.<sup>13</sup>

Tahap akhir yang dilakukan adalah menyimpulkan secara keseluruhan terhadap hasil dari lapangan untuk dilakukan langkah verifikasi data. Kesimpulan ini dapat dikatakan bersifat sementara dan dapat berubah tergantung dari bukti- bukti yang ditemukan di lapangan.

---

<sup>13</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, hlm. 212.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Sejarah Budaya K-Pop**

*Korean Pop* atau K-Pop adalah genre musik yang berasal dari Korea Selatan. Musik K-Pop akhir-akhir ini sangat populer di kalangan remaja. Tidak sesuai dengan namanya, musik K-Pop tidak hanya terbatas pada genre pop, melainkan juga melibatkan sejumlah aliran musik lain, termasuk Hip-Hop, Jazz, R&B, EDM, Rock and Roll, dan genre lainnya yang bervariasi. Namun, dari berbagai jenis genre musik tersebut, remaja umumnya lebih menyukai aliran-aliran seperti Hip-Hop, EDM, dan R&B dalam musik K-Pop.<sup>1</sup>

Perkembangan K-Pop dimulai pada tahun 1992 ketika grup musik Soe Taiji and Boys memulai debutnya. Setelah debut, mereka berhasil merenovasi industri musik Korea Selatan yang menyajikan K-Pop dalam bentuk yang lebih modern dengan memasukkan bahasa Inggris ke dalam lirik dan menambahkan unsur gerak tarian yang dikenal dengan koreografi dalam penampilan musik mereka. Pada tahun 1995, Lee Soo Man menyadari potensi besar dalam musik K-Pop, lantas Lee Soo Man mendirikan SM Entertainment dan memperkenalkan idola baru bernama Highfive of Teenegers (H.O.T).<sup>2</sup> Tahun berikutnya pada 1996, mantan anggota grup Soe Taiji and Boys, Yang Hyuk Suk mendirikan YG Entertainment dan menciptakan legenda K-Pop seperti 1TYM dan SE7EN.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Syafril Alam dan Ansgasia Jenifer Nyarimun, "Musik K-Pop sebagai Alat Diplomasi dalam Soft Power Korea Selatan", dalam *International dan Diplomacy*, Volume 3, Nomor 1, Tahun 2017, hlm. 76.

<sup>2</sup> Diah Sari, *Annyeonghaseyo: Telusur Jejak Digital Korean Wave di Indonesia* (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2021), hlm. 18.

<sup>3</sup> Febe Dian Kencana Prawiraputri dan Andi Meganingratna, "Peranan Sm Entertainment sebagai Media Diplomasi Publik Korea Selatan di Indonesia",

Gambar 4.1 Grup Band Legendaris H.O.T



(sumber. Koreaboo.com)

Pada dekade 2000-an, sejumlah bakat baru mulai muncul dalam industri musik Korea Selatan. Beberapa grup pelopor yang melejit seperti TVXQ (2003), Bigbang (2006), Girls' Generation atau SNSD (2007), Kara (2007), 2NE1 (2009). Beberapa grup lain juga muncul dan sukses seperti Super Junior (2005), Beast (2009), 2PM (2008), Wonder Girls (2007) yang berhasil masuk US Billboard Hot 100 Chart. Penyanyi Psy dengan lagu Gangnam Style pada tahun 2012 juga berhasil menggemparkan musik dunia dan berhasil masuk *top chart* dunia.<sup>4</sup> Saat ini musik K-Pop sangat berpengaruh di dunia dan telah meraih pengakuan internasional. Para penggemar K-Pop terus bermunculan sehingga membentuk suatu komunitas penggemar yang disebut dengan fandom.<sup>5</sup>

---

dalam *Jurnal Ilmu Hubungan Internasional LINO*, Volume 1, Nomor 2, Tahun 2021, hlm. 121.

<sup>4</sup> Diah Sari, *Annyeonghaseyo*, hlm. 17.

<sup>5</sup> Diva Aulia Topan dan Niken Febrina Ernungtyas, "Preferensi Menonton Drama Korea pada Remaja", dalam *Jurnal Pustaka Komunikasi*, Volume 3, Nomor 1, Tahun 2020, hlm. 40.

## **B. Sejarah Masuknya Budaya K-Pop di Kalangan Remaja di Kota Banda Aceh**

Kota Banda Aceh adalah ibukota provinsi Aceh. Kota ini merupakan pusat kegiatan ekonomi, politik, sosial, dan budaya. Dengan keberadaan berbagai universitas di Kota Banda Aceh, terciptalah proses kulturalisasi budaya yang semakin berkembang.

Sejak sekitar 2008, remaja di Kota Banda Aceh mulai mengenal K-Pop. Setelah wawancara dengan beberapa informan yang merupakan remaja penggemar K-Pop yang berada di Kota Banda Aceh menunjukkan bahwa mayoritas remaja di Kota Banda Aceh telah mengenal K-Pop sejak duduk dibangku SD dan SMP.

*“Awal kenal budaya Korea dari SD kelas enam, karena saudara dan orang rumah suka drama Korea yang ditayangkan di televisi. Jadinya saya ikutan suka juga. Pertama kali hanya melihat, kemudian menonton, dan akhirnya seiring berjalannya waktu saya jadi menyukainya. Dari situlah saya mulai mencari tahu lebih banyak apa itu K-Pop dan hingga saat ini saya masih menyukai grup BTS dan juga menikmati drama Korea”.*<sup>6</sup>

Hal yang sama dikatakan oleh AM dan Nahrisyia Fajria yang merupakan remaja penggemar K-Pop yang berada di Kota Banda Aceh bahwa budaya K-Pop masuk melalui tayangan televisi.<sup>7</sup> Kemudian, faktor ajakan dari orang-orang sekitar, termasuk teman.<sup>8</sup> Hal ini menciptakan ketertarikan remaja terhadap K-Pop. Mayoritas remaja di Kota Banda Aceh juga mengenal K-Pop di bangku SMP seperti yang dikatakan oleh Rosa Zerlina Lubis.

---

<sup>6</sup> Hasil wawancara dengan Nana Aprilia Khairunnisa *Fandom Army*, pada tanggal 20 Mei 2023

<sup>7</sup> Hasil wawancara dengan AM *Multifandom*, pada tanggal 26 Oktober.

<sup>8</sup> Hasil wawancara dengan Nahrisyia Fajria *Multifandom* pada tanggal 26 Oktober 2023

*“Saya pertama kali mengenal K-Pop sekitar awal SMP yaitu tahun 2012 waktu itu. perhatian saya tertarik pada awal debut EXO, terutama karena saya suka melihat Sehun dengan rambut warna-warni. Saya mencari informasi tentang debutnya EXO dulu itu melalui Youtube Channel mereka”.*<sup>9</sup>

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa perkembangan budaya K-Pop sangat dipengaruhi oleh peran besar teknologi terutama dalam membentuk pola pikir remaja. Kebiasaan dan budaya yang diakibatkannya kemudian menjadi hal yang umum dan terintegrasi dalam kehidupan sehari-hari. Dari bagian lain seperti Cut Salsabila Amanda bahwa dia mulai menyukai budaya K-Pop melalui media Twitter dan Instagram.<sup>10</sup> Begitu pula dengan Ayu Nazira mengatakan bahwa dalam ungkapannya dia menyukai budaya K-Pop itu bermula dari orang sekitar dan media sosial seperti Instagram, Twitter, TikTok, dan Google.<sup>11</sup> Berdasarkan hasil wawancara, peneliti menemukan variasi dalam pengenalan budaya K-Pop di kalangan remaja di Kota Banda Aceh sejak awalnya.

Menurut Suci Hariyati, salah satu remaja penggemar K-Pop mengatakan bahwa ia baru mulai mengenal budaya K-Pop baru-baru ini yaitu di tahun 2020.

*“Saya pertama kali kenal K-Pop saat berada di SMA sekitar tahun 2020 melalui teman yang suka menonton drama Korea berjudul “Hwarang”. Saya mulai menonton drama tersebut dan menjadi sangat tertarik dengan salah satu aktornya yang bernama V. Sejak saat itu saya*

---

<sup>9</sup> Hasil wawancara dengan Rosa Zerlina Lubis *Multifandom* pada tanggal 20 Mei 2023

<sup>10</sup> Hasil wawancara dengan Cut Salsabila Amanda *Fandom NCTzen* pada tanggal 26 Oktober 2023

<sup>11</sup> Hasil wawancara dengan Ayu Nazira *Fandom NCTzen* pada tanggal 20 Mei 2023

*memutuskan menjadi Army dan tetap setia hingga sekarang”.*<sup>12</sup>

Berdasarkan ungkapan Suci Hariyati bahwa teman merupakan orang yang ikut berperan juga dalam kehidupan, karena dalam kehidupan sehari-hari sering melakukan aktivitas bersama. Minat juga dapat dipengaruhi oleh teman khususnya dalam hal budaya K-Pop yang saat ini tengah menjadi tren dan sangat populer. Begitu pula dengan Wardiana juga menyatakan bahwa ketertarikannya terhadap budaya K-Pop di mulai dari pengaruh teman yang memiliki minat yang besar terhadap budaya tersebut.<sup>13</sup> Tak jauh berbeda dengan Sinta Mahbengi, dia mulai mengenal budaya K-Pop saat kuliah yang dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya.<sup>14</sup>

Hal lain diungkapkan oleh Sardiani bahwa dengan merebaknya virus Covid-19 tahun 2020 membawa remaja pada proses pendidikan secara online. Mengisi waktu dengan mencari tahu tentang K-Pop untuk menghilangkan rasa penat karena proses pembelajaran online seperti berikut:

*“Saya pertama kali mengenal K-Pop pada akhir tahun 2020 karena dampak Covid-19. Kondisi dimana kuliah dilakukan secara online dan aktivitas terbatas. Hal tersebut mendorong saya mencari hiburan baru dan saya memilih K-Pop. Saya mulai mencari informasi seputar K-Pop melalui media Twitter, Telegram, Tik Tok, dan Youtube”.*<sup>15</sup>

Pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa masuknya budaya K-Pop ke kalangan remaja di Kota Banda Aceh disebabkan

---

<sup>12</sup> Hasil wawancara dengan Suci Hariyati *Fandom Army* pada tanggal 21 Mei 2023

<sup>13</sup> Hasil wawancara dengan Wardiana *Fandom Army* pada tanggal 22 Mei 2023

<sup>14</sup> Hasil wawancara dengan Sinta Mahbengi *Fandom Exo-L* pada tanggal 20 Mei 2023

<sup>15</sup> Hasil wawancara dengan Sardiani *Fandom Aroha dan Army* pada tanggal 23 Oktober 2023

oleh dampak perkembangan globalisasi yang meluas dan pengaruh pergaulan sosial dari teman.

### **C. Sumber Informasi Budaya K-Pop Remaja di Kota Banda Aceh**

Media sosial telah menjadi sumber informasi utama bagi remaja yang tertarik pada K-Pop. Setelah wawancara dengan beberapa informan yang merupakan remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh, bahwa berbagai platform media sosial seperti Instagram, Twitter, dan TikTok menjadi tempat yang paling sering dikunjungi oleh para penggemar untuk mendapatkan berita terbaru, foto, video, produk K-Pop, dan konten terkait K-Pop.

*“Informasi K-Pop yang saya dapatkan sebagian besar berasal dari Twitter, terutama ketika saya membaca Alternatif Universe (AU). AU K-Pop seringkali menarik perhatian saya karena ceritanya mengenai idol K-Pop. Saya juga mendapatkan informasi seputar K-Pop melalui platform YouTube. Di sana, saya bisa menemukan berbagai konten seperti video musik terbaru”.*<sup>16</sup>

Berdasarkan ungkapan di atas dapat disimpulkan bahwa sumber utama informasi K-Pop bagi remaja penggemar K-Pop adalah Twitter, terutama saat membaca cerita *Alternatif Universe* (AU) yang berkaitan dengan idola K-Pop. Selain itu, remaja juga mencari informasi K-Pop melalui platform YouTube, di mana dapat ditemukan berbagai konten seperti video musik terbaru. Dengan kombinasi sumber informasi dari Twitter, Shopee, Instagram, dan YouTube, remaja dapat mengikuti perkembangan terkini seputar dunia K-Pop.

Ungkapan Rosa Zerlina Lubis mengatakan bahwa dia mengikuti media sosial idola K-Pop untuk mendapatkan informasi

---

<sup>16</sup> Hasil wawancara dengan AM *Multifandom* pada tanggal 26 Oktober 2023

tentang promosi album yaitu melalui Instagram, YouTube, dan Twitter.<sup>17</sup>

Bagian lain dari Nana Aprilia Khairunnisa sebagai berikut:

*“Sumber informasi K-Pop utama saya adalah Instagram dan TikTok, meskipun ada beberapa dari platform lain. Untuk pembelian produk K-Pop seperti fashion, saya lebih memilih untuk berbelanja secara offline. Hal ini dikarenakan ketika berbelanja online, saya seringkali mengalami kesulitan dengan ukuran dan kurang yakin dengan kualitas produk. Namun, untuk pernak-pernik K-Pop, saya cenderung membelinya secara online di Shopee”.*<sup>18</sup>

Dari hasil wawancara tersebut dapat dilihat bahwa sumber utama informasi K-Pop remaja di Banda Aceh berasal dari Instagram dan TikTok. Saat membeli produk *fashion* K-Pop, remaja lebih suka berbelanja secara *offline* karena menghindari masalah ukuran dan kekhawatiran terhadap kualitas produk. Namun, untuk pernak-pernik K-Pop remaja lebih cenderung membelinya secara *online* melalui Shopee.

Hal yang sama dari ungkapan Sinta Mahbengi bahwa dia mendapatkan informasi melalui TikTok dan Instagram. Namun dia lebih suka berbelanja secara *online* karena pengaruh iklan di platform tersebut.<sup>19</sup> Selanjutnya dari hasil wawancara dengan Nahrisyah Fajria menunjukkan bahwa remaja penggemar K-Pop di Banda Aceh menemukan banyak informasi K-Pop di Twitter, TikTok, dan Instagram. Remaja terpengaruh oleh iklan yang muncul di TikTok atau Instagram sehingga memutuskan berbelanja

---

<sup>17</sup> Hasil wawancara dengan Rosa Zerlina Lubis *Multifandom* pada tanggal 20 Mei 2023

<sup>18</sup> Hasil wawancara dengan Nana Aprilia Khairunnisa *Fandom Army* pada tanggal 20 Mei 2023

<sup>19</sup> Hasil wawancara dengan Sinta Mahbengi *Fandom Exo-L* pada tanggal 20 Mei 2023

produk K-Pop secara Online.<sup>20</sup> Tak jauh berbeda dengan Ayu Nazira, mengungkapkan bahwa dia lebih banyak mendapatkan informasi tentang K-Pop di media sosial seperti Instagram, Twitter, TikTok, Youtube, dan Google.<sup>21</sup>

Begitu pula ungkapan dari Wardiana yang merupakan remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh sebagaimana ungkapan sebagai berikut:

*“Saya cari informasi lewat internet seperti di Instagram, Twitter, dan TikTok. Saya cenderung terpengaruh oleh iklan yang muncul di FYP TikTok. Rasa ingin beli selalu muncul karena saya sering membuka internet. Untuk pembelian merchandise, saya biasanya memilih berbelanja secara offline, tetapi ada juga sebagian yang saya beli secara online karena tidak tersedia di toko offline”.*<sup>22</sup>

Kesimpulan dari uraian tersebut adalah remaja mencari informasi melalui internet terutama di Instagram, Twitter, dan TikTok. Terpengaruh oleh iklan yang muncul di FYP (*For Your Page*) TikTok. Remaja cenderung memilih berbelanja secara offline. Sama halnya dengan Cut Salsabila Amanda mengatakan bahwa dia sering mendapatkan informasi tentang idola K-Pop di Twitter dan Instagram.<sup>23</sup>

Dapat disimpulkan bahwa remaja di Kota Banda Aceh sangat mengandalkan media sosial seperti Instagram, Twitter, dan TikTok, untuk mendapatkan informasi terkini seputar K-Pop. Mereka cenderung terpengaruh oleh iklan dan tren di media sosial

---

<sup>20</sup> Hasil wawancara dengan Nahrisyia Fajria *Multifandom* pada tanggal 26 Oktober 2023

<sup>21</sup> Hasil wawancara dengan Ayu Nazira *Fandom NCTzen* pada tanggal 20 Mei 2023

<sup>22</sup> Hasil wawancara dengan Wardiana *Fandom Army* pada tanggal 22 Mei 2023

<sup>23</sup> Hasil wawancara dengan Cut Salsabila Amanda *Fandom NCTzen* pada tanggal 26 Oktober 2023

yang memengaruhi keputusan pembelian mereka. Sebagian besar remaja lebih memilih berbelanja online, terutama melalui platform seperti Shopee dan TikTok. Meskipun demikian, ada juga yang memilih berbelanja secara offline jika produk tersebut tersedia di toko offline. Keseluruhan, media sosial memainkan peran penting dalam membentuk gaya hidup dan keputusan pembelian remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh.

#### **D. Bentuk Perilaku Konsumtif yang Terjadi di Kalangan Remaja Penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh**

##### **1. Produk K-Pop yang Dikonsumsi Remaja di Kota Banda Aceh**

Budaya K-Pop yang banyak diminati oleh remaja di Kota Banda Aceh mencakup preferensi terhadap musik yang dipersembahkan oleh *boy group* dan *girl group*, *merchandise* K-Pop, dan Drakor (Drama Korea). Berdasarkan hasil wawancara dengan remaja K-Pop di Banda Aceh menunjukkan bahwa mereka menilai produk K-Pop yang mereka konsumsi sangat menarik. Mulai dari musik, penampilan visual idola K-Pop, *merchandise*, *fashion*, hingga produk *Skincare* yang bervariasi, novel, drama Korea (Drakor), serta bahasa Korea.

Ungkapan AM remaja penggemar K-Pop bahwa produk K-Pop yang dia konsumsi yaitu novel, musik, drama, *skincare*, dan bahasa sebagaimana dalam ungkapannya sebagai berikut:

*“Produk K-Pop yang dikonsumsi mencakup novel dengan tokoh utama berlatar belakang artis K-Pop, lagu-lagu dari grup K-Pop, dan menonton drakor. Mengenai produk skincare saya tidak memperhatikan mereknya tetapi lebih fokus pada produk yang cocok untuk kulit saya. Namun, untuk produk kosmetik seperti lipstick Korea, saya tertarik*

dengan produk Peripera, 3CE, dan Etude House yang memiliki desain yang cantik”.<sup>24</sup>

Gambar 4.2. Koleksi Novel *Alternative Universe*



(Sumber. Informan AM)

Selanjutnya respons dari Nana Aprilia Khairunnisa menyatakan bahwa produk yang dia konsumsi mulai dari musik K-Pop, drama Korea (Drakor), *variety show*, *fashion*, *skincare*, dan *merchandise* seperti bantal, gantungan kunci dan *photocard*.<sup>25</sup> Hal tersebut menunjukkan bahwa produk K-Pop sudah terintegrasikan dalam kehidupan sehari-hari. Produk K-Pop yang di konsumsi remaja penggemar K-Pop telah meresap dan menjadi bagian yang signifikan dari gaya hidup dan budaya sehari-hari remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh.

<sup>24</sup> Hasil wawancara dengan AM *Multifandom* pada tanggal 26 Oktober 2023

<sup>25</sup> Hasil wawancara dengan Nana Aprilia Khairunnisa *Fandom Army* pada tanggal 20 Mei 2023

Gambar 4.3. Poster *Variety Show Run* BTS



(sumber. Weverse.com)

Gambar 4.4 Bantal Cooky dan Tata



(Sumber. Informan Nana Aprilia Khairunnisa)

Sama halnya dengan ungkapan Sinta Mahbengi bahwa dia sangat sering membeli pakaian ala *Korean Style* dan *skincare* karena bagus dan cantik-cantik.<sup>26</sup> Selanjutnya, Suci Hariyati mengatakan bahwa dia mengkonsumsi produk K-Pop berupa

---

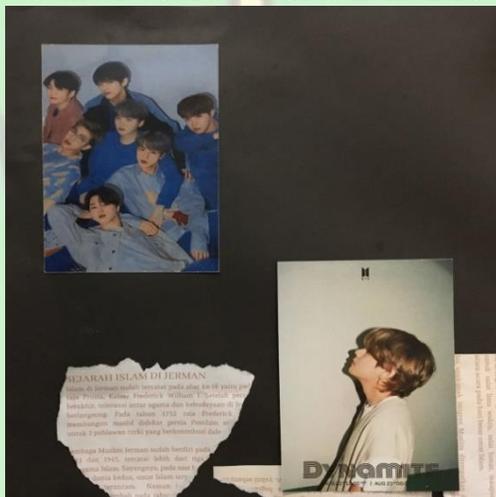
<sup>26</sup> Hasil wawancara dengan Sinta Mahbengi *Fandom Exo-L* pada tanggal 20 Mei 2023

drama, musik, dan *merchandise* berupa foto polaroid dan poster seperti ungkapannya sebagai berikut:

*“Yang saya konsumsi adalah musik, drama, dan saya juga membeli foto polaroid dan poster dari artis K-Pop untuk mendekorasi kamar kost dan meletakkannya di dompet”*.<sup>27</sup>

Dapat disimpulkan bahwa remaja K-Pop di Banda Aceh menunjukkan aktivitas yang mencerminkan keterlibatan dan afiliasi yang kuat dengan budaya dan produk K-Pop.

Gambar 4.5. Poster Grup Band BTS



(Sumber. *Informan Suci Hariyati*)

Kemudian Wardiana juga mengungkapkan bahwa dia mengkonsumsi banyak produk K-Pop seperti makanan, *fashion*, *merchandise*, musik K-Pop, dan drama Korea (Drakor) dan dia juga mengambil motivasi dari budaya K-Pop untuk menjadi diri yang lebih positif.<sup>28</sup> Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa remaja

<sup>27</sup> Hasil wawancara dengan Suci Hariyati *Fandom Army* pada tanggal 21 Mei 2023

<sup>28</sup> Hasil wawancara dengan Wardiana *Fandom Army* pada tanggal 22 Mei 2023

K-Pop di Kota Banda Aceh sangat menunjukkan keterlibatan yang kuat dan positif terhadap kecintaan mereka akan budaya K-Pop.

Gambar 4.6. *Korean Fried Chicken dan Ramyeon Noodles in Chicken*



(Sumber. Informan Wardiana)

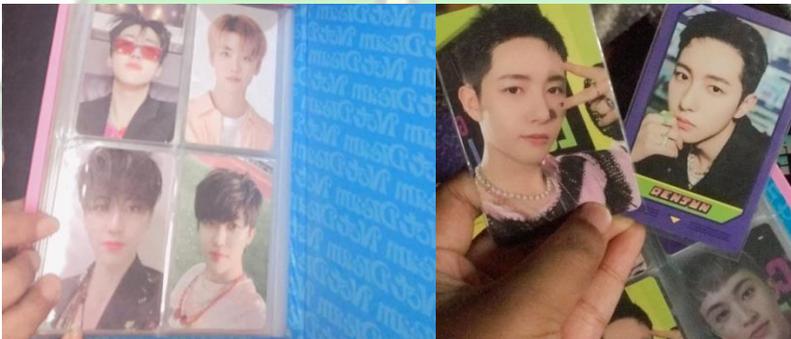
Gambar 4.7. Poster Grup Band K-Pop



(Sumber. Informan Wardiana)

Ungkapan lain juga disampaikan oleh Rosa Zerlina Lubis bahwa dia mendengarkan musik K-Pop dan menonton drama Korea (Drakor) sudah menjadi kebiasaan, aktif berbahasa Korea, dan juga mengoleksi berbagai *merchandise* K-Pop mulai dari *photocard*, album, dan sebagainya.<sup>29</sup> Dapat disimpulkan bahwa remaja di Kota Banda Aceh aktif dalam mengapresiasi musik K-Pop, aktif mengikuti drama Korea (Drakor), aktif menggunakan bahasa Korea dalam kehidupan sehari-hari setelah menonton drakor, dan mengoleksi berbagai jenis *merchandise*.

Gambar 4.8. *Photocard* Grup Band NCT Dream



(Sumber. Informan Rosa Zerlina Lubis)

Hal yang sama diungkapkan oleh sardiani saat peneliti melakukan wawancara bahwa dia sangat suka mengoleksi merchandise K-Pop, mendengarkan musik K-Pop, dan aktif mengikuti drama Korea (Drakor).<sup>30</sup>

---

<sup>29</sup> Hasil wawancara dengan Rosa Zerlina Lubis *Multifandom* pada tanggal 20 Mei 2023

<sup>30</sup> Hasil wawancara dengan Sardiani *Fandom Aroha dan Army* pada tanggal 23 Oktober 2023

Gambar 4.9. Koleksi poster dan *photocard*



(Sumber. Informan Sardiani)

Gambar 4.10. *Photobook* dan *Photoframe* Grup Band BTS



(Sumber. Informan Sardiani)

Begitu pula ungkapan Cut Salsabila Amanda dalam wawancara disimpulkan bahwa remaja di Kota Banda Aceh menemukan motivasi yang didapat dari menonton drakor sehingga memutuskan untuk terus mengonsumsi drama Korea (Drakor).<sup>31</sup>

<sup>31</sup> Hasil wawancara dengan Cut Salsabila Amanda *Fandom NCTzen* pada tanggal 26 Oktober 2023

Kemudian Nahrissy Fajria juga mengungkapkan bahwa dia sangat suka mendengarkan musik K-Pop ketika bermain game dan dia juga mengoleksi *merchandise* seperti gantungan kunci.<sup>32</sup>

Gambar 4.11. *Photocard* NCT Dream



(Sumber. Informan Cut Salsabila Amanda)

Gambar 4.12. Gantungan Kunci



(Sumber. Informan Nahrissy Fajria)

Bagian lain diungkapkan oleh Ayu Nazira dalam ungunannya mengatakan bahwa dalam budaya K-Pop dia mengonsumsi musik, drama Korea (Drakor) untuk menghilangkan rasa penat setelah kuliah, serta dia juga aktif dalam sosial media

---

<sup>32</sup> Hasil wawancara dengan Nahrissy Fajria *Multifandom* pada tanggal 26 Oktober 2023

terutama di Twitter untuk mengikuti berita terbaru idolanya.<sup>33</sup> Berdasarkan ungkapan tersebut menunjukkan bahwa remaja di Kota Banda Aceh ada yang mengonsumsi musik K-Pop, drama Korea (Drakor), dan aktif dalam bersosial media juga disebut dengan *fansite culture*. *Fansite culture* merujuk pada fenomena di mana para penggemar (fans) membentuk dan mengelola situs web atau platform media sosial yang didedikasikan untuk mendukung, menghormati, dan mempromosikan tokoh atau karya tertentu, seperti selebriti, musisi, aktor, atau karya seni seperti film, drama, atau buku. Para pengelola fansite, yang sering kali merupakan penggemar berdedikasi, dengan antusias membagikan informasi terkini, foto-foto, video, dan konten lain yang terkait dengan subjek kesukaan mereka.

Gambar 4.13. Lagu *Beautiful* NCT di Spotify



(sumber. *Spotify.com*)

Dapat disimpulkan bahwa produk K-Pop yang paling sering di konsumsi oleh remaja di Kota Banda Aceh secara aktif terlibat dalam kegiatan yang terkait dengan budaya K-Pop, seperti mengonsumsi musik K-Pop, menonton drama Korea (Drakor), mengoleksi *merchandise* seperti novel, album, *photocard*,

<sup>33</sup> Hasil wawancara dengan Ayu Nazira *Fandom NCTzen* pada tanggal 20 Mei 2023

*photobook*, *photo polaroid*, poster, dan sebagainya, mengikuti tren *fashion* ala Korea (*K-style*), *fansite culture* dan bahkan menggunakan bahasa Korea dalam kehidupan sehari-hari. Dengan kata lain, remaja ini merasakan suatu ikatan yang kuat dengan budaya K-Pop dan hal ini menjadi bagian penting dari identitas dan gaya hidup remaja di Kota Banda Aceh.

## 2. Frekuensi Pembelian Produk K-Pop oleh Remaja di Kota Banda Aceh

Remaja di Kota Banda Aceh seringkali terlibat dalam pembelian produk K-Pop dengan tingkatan frekuensi yang bervariasi diantara remaja K-Pop di Kota Banda Aceh. Mereka menunjukkan minat yang konsisten dan antusias dalam mengakses serta membeli produk-produk terkait K-Pop secara berkala. Sebagaimana saat peneliti melakukan wawancara dengan AM remaja penggemar K-Pop di Banda Aceh, mengungkapkan sebagai berikut:

*“Pembelian setiap bulannya itu tidak pasti, karena harganya juga pasti berbeda-beda. Saya hanya menyisihkan uang jajan kalau ada lebih untuk ditabung tanpa patokan minimal atau maksimalnya, sekitar Rp.150.000 sampai Rp.200.000 perbulannya. Uang tersebut saya gunakan untuk membeli novel jika dalam bulan tersebut ada pre-order novel yang saya suka”.*<sup>34</sup>

Ungkapan lain juga disampaikan oleh Nana Aprilia Khairunnisa dan Nahrissy Fajria bahwa tidak ada pengeluaran khusus setiap bulannya untuk membeli produk K-Pop.<sup>35</sup> Pembelian Produk K-Pop dengan berlangganan suatu aplikasi di handphone

---

<sup>34</sup> Hasil wawancara dengan AM *Multifandom* pada tanggal 26 Oktober 2023

<sup>35</sup> Hasil wawancara dengan Nana Aprilia Khairunnisa *Fandom Army* pada tanggal 20 Mei 2023

hanya ketika ada drama Korea yang menarik untuk ditonton.<sup>36</sup> Sama halnya dengan Sinta Mahbengi yang mana dalam hasil wawancara dia mengatakan bahwa tidak ada pengeluaran khusus setiap bulannya.<sup>37</sup> Dapat disimpulkan dari ketiga informan tersebut tidak ada pengeluaran khusus yang dilakukan oleh remaja untuk pembelian produk K-Pop setiap bulannya.

Selanjutnya ungkapan lain oleh Rosa Zerlina Lubis sebagai berikut:

*“Untuk album, karena ada sistem nabung yang bisa dilakukan perminggu sebesar Rp.50.000 atau perhari Rp.10.000. Namun, untuk pembelian photocard, ada opsi sistem DP (Down Payment) terlebih dahulu. Untuk perbulan, tidak pasti, yang jelas untuk pembelian ditentukan saat boybandnya comeback dan baru mulai menabung untuk membeli produk-produk tersebut”.*<sup>38</sup>

Berdasarkan pernyataan di atas menunjukkan bahwa remaja melakukan pembelian produk K-Pop hanya pada masa *comeback* idola K-Pop. Masa *comeback* adalah periode ketika grup K-Pop merilis album atau lagu baru mereka setelah beberapa waktu tertentu. Pada periode *comeback* inilah yang sangat dinantikan oleh para remaja penggemar K-Pop karena disertai dengan penampilan musik, wawancara, dan disertai dengan perubahan penampilan artis K-Pop.

Bagian lain seperti Sardiani bahwa dia membeli produk K-Pop setiap bulannya.<sup>39</sup> Dari hasil wawancara tersebut menunjukkan

---

<sup>36</sup> Hasil wawancara dengan Nahrissy Fajria *Multifandom* pada tanggal 26 Oktober 2023

<sup>37</sup> Hasil wawancara dengan Sinta Mahbengi *Fandom Exo-L* pada tanggal 20 Mei 2023

<sup>38</sup> Hasil wawancara dengan Rosa Zerlina Lubis *Multifandom* pada tanggal 20 Mei 2023

<sup>39</sup> Hasil wawancara dengan Sardiani *Fandom Aroha dan Army* pada tanggal 23 Oktober 2023

bahwa ada remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh yang membeli produk K-Pop setiap bulannya.

Frekuensi pembelian produk K-Pop di kalangan remaja di Kota Banda Aceh adalah bervariasi. Beberapa remaja menunjukkan kecenderungan untuk terlibat dalam pembelian produk K-Pop dengan frekuensi yang tidak pasti tergantung pada faktor seperti harga produk dan keinginan pribadi. Ada juga yang menabung atau berinvestasi dalam sistem pembelian *merchandise* dengan metode tertentu seperti sistem tabung dan DP (*Down Payment*).

Terdapat variasi dalam pendekatan pembelian, di mana ada yang mengambil langkah ekstra untuk menabung terlebih dahulu, sementara ada juga yang lebih bersifat impulsif. Selain itu, ada juga yang mengutamakan hemat uang jajan dan hanya berlangganan platform tertentu untuk menonton drama Korea (Drakor) ketika ada drama yang menarik. Dapat disimpulkan bahwa perilaku pembelian K-Pop di Kota Banda Aceh sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti keuangan pribadi, ketertarikan pribadi, dan momen-momen khusus seperti *comeback* dari idola K-Pop.

### 3. Konsumsi Produk K-Pop untuk Pemenuhan Keinginan Remaja di Kota Banda Aceh

Kebutuhan dan keinginan adalah hal yang sangat berbeda. Kebutuhan merujuk pada dorongan manusia terhadap suatu barang atau layanan dengan harapan dapat memberikan kepuasan fisik atau emosional. Kebutuhan ini bisa bersifat konkret atau abstrak.<sup>40</sup> Sedangkan keinginan merujuk pada hal yang diinginkan atau diharapkan oleh seseorang, dapat berupa barang, keadaan yang diinginkan, kehendak, atau harapan. Dorongan atau motivasi untuk

---

<sup>40</sup> Melissa Paendong, "Pengaruh Kebutuhan dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartfren di Galeri Smartfren Cabang Manado", dalam *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Volume 16, Nomor 4, Tahun 2016, hlm. 394.

mencapai tujuan tersebut juga termasuk dalam keinginan, baik itu terkait dengan aspek material maupun non-material.<sup>41</sup>

Sebagaimana hasil wawancara peneliti menemukan bahwa mayoritas remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh keputusan pembelian produk K-Pop adalah berdasarkan keinginan. Sebagaimana saat peneliti melakukan wawancara dengan AM remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh.

*“Kebutuhan sebenarnya tidak, lebih ke arah keinginan saja karena memang ada uang yang disisihkan untuk membeli produk K-pop. Saya cenderung memilih metode pre-order (PO) ketika membeli novel, terutama melalui platform online seperti Shopee dan Instagram. Keuntungan dari PO adalah saya bisa mendapatkan give tambahan, seperti tote bag yang terkait dengan idol yang menjadi pusat cerita dalam novel”.*<sup>42</sup>

Ungkapan di atas menunjukkan bahwa pembelian produk K-Pop lebih bersifat keinginan daripada kebutuhan, mengingat adanya alokasi uang yang khusus disisihkan untuk itu. Dengan demikian, setiap bulan terdapat pembelian produk K-Pop yang dilakukan sebagai bentuk pemenuhan keinginan pribadi, bukan karena kebutuhan esensial.

Sama halnya ungkapan dari Rosa Zerlina Lubis bahwa pembelian *merchandise* K-Pop bukan kebutuhan esensial, namun sebagai keinginan atau bentuk hiburan. Tidak ada rasa penyesalan setelah memutuskan membeli semua produk tersebut. Sebaliknya,

---

<sup>41</sup> Andri Waskita Aji, dkk, "Pengaruh Pemahaman Perpajakan, *Love Of Money*, dan Religiusitas terhadap Keinginan Melakukan Penggelapan Pajak (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa)", *AKURAT: Jurnal Ilmiah Akuntansi FE UNIBBA*, Volume 12, Nomor 3, Tahun 2021, hlm. 102.

<sup>42</sup> Hasil wawancara dengan AM *Multifandom* pada tanggal 26 Oktober 2023

menimbulkan rasa senang dengan pembelian tersebut.<sup>43</sup> Begitu pula ungkapan dari Sardiani yang merupakan remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh bahwa pembelian *merchandise* K-Pop bukanlah kebutuhan esensial, melainkan lebih sebagai keinginan untuk pajangan semata.<sup>44</sup> Berdasarkan ungkapan beberapa informan tersebut menunjukkan bahwa pembelian *merchandise* K-Pop bukanlah kebutuhan esensial, melainkan lebih sebagai keinginan.

Hal yang sama diungkapkan oleh Cut Salsabila Amanda bahwa keputusan melakukan pembelian produk K-Pop adalah karena keinginan pribadi dan untuk mendapatkan kebahagiaan.<sup>45</sup> Kemudian, Nana Aprilia Khairunnisa mengatakan hal yang sama pula yaitu keputusan melakukan pembelian produk K-Pop lebih sering berdasarkan kebutuhan pribadi, meskipun waktu pembelian tidak selalu dapat diprediksi.<sup>46</sup>

Bagian lain dari Wardiana bahwa dalam ungapannya dia memutuskan pembelian produk K-Pop yang awalnya berdasarkan keinginan berubah menjadi kebutuhan. Sebagaimana ungapannya sebagai berikut:

*“Ada yang muncul dari keinginan semata, tetapi ada pula yang awalnya hanya keinginan kemudian menjadi kebutuhan. Sebagai contoh, seperti bantal yang awalnya hanya diinginkan sebagai benda dekoratif, namun akhirnya menjadi kebutuhan untuk tidur”*.<sup>47</sup>

---

<sup>43</sup> Hasil wawancara dengan Rosa Zerlina Lubis *Multifandom* pada tanggal 20 Mei 2023

<sup>44</sup> Hasil wawancara dengan Sardiani *Fandom Aroha dan Army* pada tanggal 23 Oktober 2023

<sup>45</sup> Hasil wawancara dengan Cut Salsabila Amanda *Fandom NCTzen* pada tanggal 26 Oktober 2023

<sup>46</sup> Hasil wawancara dengan Nana Aprilia Khairunnisa *Fandom Army* pada tanggal 20 Mei 2023

<sup>47</sup> Hasil wawancara dengan Wardiana *Fandom Army* pada tanggal 22 Mei 2023

Ungkapan tersebut menunjukkan bahwa keputusan remaja melakukan pembelian produk K-Pop yaitu beberapa produk dibeli berdasarkan keinginan semata, tetapi seiring waktu keinginan tersebut dapat berubah menjadi kebutuhan yang penting dalam aktivitas sehari-hari.

Berdasarkan uraian hasil wawancara dengan remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh di atas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas keputusan pembelian produk K-Pop dilakukan berdasarkan keinginan pribadi dan bukan karena kebutuhan esensial. Meskipun beberapa di antara mereka awalnya membeli karena keinginan semata, seiring waktu keinginan tersebut dapat bertransformasi menjadi kebutuhan yang memberikan kepuasan dalam aktivitas sehari-hari. Sebagian besar dari mereka merasa senang dan tidak menyesal setelah membeli produk K-Pop bahkan menjadikan pembelian tersebut sebagai bentuk pemenuhan keinginan dan kebahagiaan pribadi.

### **E. Dampak Budaya K-Pop terhadap Perilaku Konsumtif Remaja di Kota Banda Aceh**

#### **1. Dampak Positif Budaya K-Pop terhadap Perilaku Konsumtif Remaja di Kota Banda Aceh**

Dampak adalah hasil dari pengaruh yang dapat menimbulkan konsekuensi positif maupun negatif. Kemunculan *Korean Wave* telah mengakibatkan suksesnya berbagai grup idola K-Pop di kalangan remaja. Fenomena ini dapat dilihat dari minat remaja yang suka mengonsumsi produk yang berbau budaya Korea dan bahkan mengoleksinya. Seperti yang diketahui, masuknya budaya baru atau budaya asing ke kalangan remaja bisa memiliki dampak positif dan dampak negatif. Hal yang sama berlaku untuk budaya K-Pop.

##### **a. Kepercayaan Diri Remaja K-Pop di Kota Banda Aceh**

Kepercayaan diri adalah keyakinan atau kepastian seseorang terhadap kemampuan, nilai, dan potensi dirinya sendiri.

Hal ini mencakup pandangan positif terhadap diri sendiri, kepercayaan bahwa individu dapat mengatasi tantangan dan mencapai tujuan, serta penghargaan terhadap nilai diri. Kepercayaan diri juga melibatkan penerimaan terhadap kelebihan dan kekurangan, sehingga individu dapat merasa nyaman dengan identitasnya. Faktor-faktor seperti pengalaman hidup, dukungan sosial, dan prestasi dapat memengaruhi tingkat kepercayaan diri seseorang. Kepercayaan diri yang sehat dapat memberikan dorongan motivasi, meningkatkan kesejahteraan mental, dan memungkinkan seseorang untuk lebih percaya diri dalam menghadapi berbagai situasi kehidupan.

Setelah wawancara dengan beberapa informan yang merupakan remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh, bahwa setiap remaja penggemar K-Pop memiliki kepercayaan diri untuk terus menjadi penggemar budaya K-Pop. Seperti Nana Aprilia Khairunnisa dalam ungkapannya sebagai berikut:

*“Keluarga besar saya tahu, namun tidak ada tanggapan berlebihan dari mereka. Pada awalnya, ada sepupu yang kurang suka ketika saya mulai tertarik pada K-Pop tetapi sekarang justru dia sendiri yang menyukainya. Di lingkungan teman kuliah, banyak yang juga penggemar K-Pop, sehingga tidak ada klaim aneh-aneh terkait dengan status saya sebagai seorang K-Popers”.*<sup>48</sup>

Simpulannya, remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh menunjukkan bahwa keluarga dan teman kuliah mengakui minat terhadap K-Pop tanpa memberikan reaksi berlebihan, bahkan ada yang awalnya kurang suka namun kini menjadi penggemar K-Pop, sehingga menciptakan lingkungan yang mendukung tanpa klaim negatif terkait dengan status K-popers remaja tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan AM yang menyatakan bahwa dia lebih percaya diri menjadi seorang penggemar K-Pop karena orang-orang disekitarnya ada yang tidak peduli terhadap

---

<sup>48</sup> Hasil wawancara dengan Nana Aprilia Khairunnisa *Fandom Army* pada tanggal 20 Mei 2023

minatnya dan ditambah lagi dilingkungan pertemanannya adalah orang-orang yang merupakan penggemar budaya K-Pop juga.<sup>49</sup> Hal yang sama dialami oleh Nahrinya Fajria bahwa dia memiliki kepercayaan diri yang cukup tinggi sebagai penggemar K-Pop dikarenakan lingkungan sekitarnya mendukung sehingga dia tidak menerima tanggapan negatif dari orang-orang disekitarnya.<sup>50</sup> Berbeda sedikit dengan Ayu Nazira, bahwa dia tetap percaya diri menjadi seorang penggemar budaya K-Pop meskipun sering menerima ledakan dari orangtuanya akan tetapi bukanlah komentar yang bersifat negatif dan mengintimidasi.<sup>51</sup>

Simpulan dari uraian di atas adalah bahwa kepercayaan diri remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh cenderung positif. Hasil wawancara menunjukkan bahwa remaja tersebut merasa nyaman dengan minat mereka terhadap budaya K-Pop, baik di lingkungan keluarga maupun di lingkungan pertemanan. Meskipun ada tanggapan awal yang kurang positif dari beberapa orang, namun tingkat kepercayaan diri mereka tidak tergoyahkan. Lingkungan yang mendukung dan adanya teman-teman sebaya yang juga penggemar K-Pop menjadi faktor utama dalam membentuk kepercayaan diri remaja penggemar K-Pop. Kepercayaan diri yang tinggi ini didukung oleh atmosfer positif dalam lingkungan pertemanan remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh. Pengalaman positif ini menciptakan lingkungan yang mendukung tanpa adanya klaim negatif terkait dengan status mereka sebagai penggemar K-Pop, sehingga memperkuat kepercayaan diri remaja di Kota Banda Aceh dalam mengekspresikan minat budaya mereka.

---

<sup>49</sup> Hasil wawancara dengan AM *Multifandom* pada tanggal 26 Oktober 2023

<sup>50</sup> Hasil wawancara dengan Nahrinya Fajria *Multifandom* pada tanggal 26 Oktober 2023

<sup>51</sup> Hasil wawancara dengan Ayu Nazira *Fandom NCTzen* pada tanggal 20 Mei 2023

b. Budaya K-Pop sebagai Sumber Motivasi Remaja di Kota Banda Aceh

Motivasi merupakan kondisi psikologis yang mendukung seseorang untuk melakukan sesuatu. Oleh karena itu, tingkat motivasi yang tinggi sangat penting untuk menghidupkan semangat individu.<sup>52</sup>

Setelah wawancara dengan beberapa informan yang merupakan remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh, bahwa setiap remaja penggemar K-Pop memiliki tanggapan yang berbeda-beda mengenai motivasi yang mereka dapatkan dari budaya K-Pop. Seperti Cut Salsabisa Amanda dalam ungkapannya sebagai berikut:

*“Kadang, menonton mereka bisa menghilangkan penat atau lelah dari rutinitas kuliah. Menjadi seorang penggemar K-Pop menjadi alternatif kedua untuk melepaskan kelelahan. Saya tidak pernah menyesal mengenal K-Pop karena hal itu tidak pernah merugikan saya. Saya suka menonton drakor karena banyak mendapatkan motivasi,. Contohnya, setelah menonton drama "Start-Up", saya menjadi termotivasi untuk bekerja di perusahaan besar”.*<sup>53</sup>

Simpulan dari pernyataan di atas adalah bahwa menjadi remaja penggemar K-Pop dan menonton drama Korea (Drakor) memberikan alternatif yang efektif untuk mengatasi kelelahan dan memberikan motivasi. Remaja penggemar K-Pop tidak pernah menyesal mengenal budaya K-Pop karena pengalaman tersebut

---

<sup>52</sup> Ifni Oktiani, "Kreativitas Guru dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Peserta Didik", dalam *Jurnal Kependidikan*, Volume 5, Nomor 2, Tahun 2017, hlm. 218.

<sup>53</sup> Hasil wawancara dengan Cut Salsabila Amanda *Fandom NCTzen* pada tanggal 26 Oktober 2023

tidak pernah merugikannya. Remaja merasa termotivasi untuk mengejar impian karirnya setelah menonton drama "Start-Up".

Hal yang sama dalam pernyataan Nahrisyia Fajria bahwa melalui K-Pop dan drama Korea (Drakor), dia mendapatkan wawasan lebih luas tentang budaya Korea, tidak hanya terbatas pada budaya lokal saja. Pengaruh gaya musik dan teknologi maju dari Korea memberikan remaja motivasi tambahan untuk mengejar hal-hal besar dalam hidup remaja.<sup>54</sup> Selanjutnya, Ayu Nazira mengatakan bahwa dia terinspirasi oleh perjalanan karir idola K-Pop dalam mengejar mimpi dan menjadikan K-Pop sebagai sarana *healing* yang tepat untuk dirinya.<sup>55</sup>

Kemudian, bagian lain diungkapkan oleh Sardiani, sebagaimana ungkapannya sebagai berikut:

*“Dengan mengenal K-Pop, saya menjadi lebih percaya diri dan menerima diri apa adanya. Selain itu, saya lebih mudah untuk mengungkapkan perasaan dan pengalaman pribadi kepada orang-orang terdekat tanpa harus menyimpannya sendiri. Yang terpenting, saya belajar untuk “love myself” yaitu mencintai diri sendiri”.*<sup>56</sup>

Simpulan dari uraian tersebut adalah bahwa melalui mengenal K-Pop, remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh mengalami peningkatan rasa percaya diri dan penerimaan terhadap dirinya sendiri. Pengalaman ini juga membukakan pintu untuk lebih mudah berbicara tentang perasaan dan pengalaman pribadi kepada orang-orang terdekat, tanpa harus menyimpannya sendiri. Yang paling penting, Remaja penggemar K-Pop memahami arti

---

<sup>54</sup> Hasil wawancara dengan Nahrisyia Fajria *Multifandom* pada tanggal 26 Oktober 2023

<sup>55</sup> Hasil wawancara dengan Ayu Nazira *Fandom NCTzen* pada tanggal 20 Mei 2023

<sup>56</sup> Hasil wawancara dengan Sardiani *Fandom Aroha dan Army* pada tanggal 23 Oktober 2023

"love myself" atau mencintai diri sendiri sebagai suatu konsep yang berharga. Hal yang sama diungkapkan oleh Rosa Zerlina Lubis bahwa dia mengalami perubahan positif dalam pandangan terhadap diri sendiri serta mengambil inspirasi dari drama Korea (Drakor) yang ditonton.<sup>57</sup>

Uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh mengalami perubahan positif dalam berbagai aspek kehidupan mereka melalui keterlibatan dengan budaya K-Pop dan drama Korea (Drakor). Mereka menemukan motivasi, inspirasi, dan pemahaman diri yang lebih baik. Para remaja ini mengatasi kelelahan kuliah, merasa lebih termotivasi untuk mengejar impian, dan mendapatkan wawasan luas tentang budaya Korea. Mereka juga belajar untuk mencintai diri sendiri, menghilangkan rasa *insecure*, dan menemukan sarana *healing* dalam budaya K-Pop dan drama Korea (Drakor). Semua ini menciptakan pengalaman positif tanpa membebani keuangan mereka. Keseluruhan, budaya K-Pop dan drama Korea (Drakor) memiliki dampak positif yang signifikan pada kesejahteraan mental dan emosional remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh.

## 2. Dampak Negatif Budaya K-Pop terhadap Perilaku Konsumtif Remaja di Kota Banda Aceh

### a. Kontrol Diri Remaja Penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh

Kontrol diri adalah kemampuan seseorang untuk mengendalikan emosi, tindakan, atau keputusan dirinya sendiri dengan tujuan mencapai hasil yang diinginkan atau menjaga keseimbangan dalam berbagai situasi.<sup>58</sup>

---

<sup>57</sup> Hasil wawancara dengan Rosa Zerlina Lubis *Multifandom* pada tanggal 20 Mei 2023

<sup>58</sup> dalam *Journal of Innovative Counseling: Theory, Practice, and Research*, Volume 3, Nomor 2, Tahun 2019, hlm. 67.

Kontrol diri remaja penggemar K-Pop yang dimaksud adalah setiap remaja harus mampu mengendalikan dirinya dalam mempertimbangkan segala keputusan yang berhubungan dengan perilaku konsumtif terhadap budaya K-Pop dalam kehidupan sehari-hari.

Setelah wawancara dengan beberapa informan yang merupakan remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh, bahwa kontrol diri dilakukan dengan beberapa cara oleh setiap penggemar, dan setiap penggemar memiliki cara yang berbeda dalam melakukan kontrol terhadap dirinya sendiri.

*“Saat ini, masih sulit mengendalikan diri saat membaca AU karena setelah membaca satu chapter, seringkali berlanjut hingga beberapa chapter, dan akhirnya lupa waktu, mirip dengan saat menonton drama. Hal ini sering mengakibatkan begadang dan akhirnya insomnia”.*<sup>59</sup>

Uraian tersebut menunjukkan bahwa remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh sulit menentukan waktu luang. Remaja terkendala dalam mengendalikan diri saat mengonsumsi produk K-Pop. Hal tersebut mengakibatkan begadang dan akhirnya menyebabkan masalah insomnia.

Berdasarkan hasil wawancara hal yang sama diungkapkan oleh Nana Aprilia Khairunnisa bahwa saat menonton drama Korea (Drakor) sering lupa waktu dan akhirnya begadang. Meskipun remaja menyadari bahwa kebiasaan ini dapat menyebabkan insomnia jika terlalu sering, namun remaja mengakui bahwa dirinya belum mampu mengontrolnya.<sup>60</sup> Begitu pula dengan Rosa Zerlina Lubis yang menyatakan bahwa dia cenderung mendengarkan musik dan menonton video musik saat berjalan-

---

<sup>59</sup> Hasil wawancara dengan AM *Multifandom* pada tanggal 26 Oktober 2023

<sup>60</sup> Hasil wawancara dengan Nana Aprilia Khairunnisa *Fandom Army* pada tanggal 20 Mei 2023

jalan sendiri. Namun, kegiatan menonton drama Korea (Drakor) sering membuatnya lupa waktu bahkan menyebabkan tidur larut malam.<sup>61</sup>

Cut Salsabila Amanda mengatakan bahwa sebagai berikut:

*“Saya biasanya mendengarkan musik saat waktu luang atau sedang mengerjakan tugas agar tidak mengganggu jadwal kuliah. Namun, ketika menonton drama, kebiasaan begadang sering terjadi, bahkan bisa sampai jam 12 atau jam 1 pagi. Dampaknya lebih terasa pada rasa kantuk, terutama jika besoknya ada kelas pagi”.*<sup>62</sup>

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa remaja penggemar K-Pop di Banda Aceh mendengarkan musik untuk mengisi waktu luang atau saat mengerjakan tugas. Namun, saat menonton drama seringkali begadang yang berdampak pada rasa kantuk saat berada ke kelas perkuliahan. Sama dengan ungkapan Sardiani yang menyatakan bahwa dia mendengarkan musik saat mengerjakan tugas, pada waktu senggang, atau saat merasa bosan untuk merilekskan pikiran akibat tugas kuliah yang banyak. Namun, ketika menonton drama kecenderungan untuk begadang sulit diatur.<sup>63</sup>

Bagian lain diungkapkan oleh Sinta Mahbengi, sebagaimana ungkapannya sebagai berikut:

*“Saya pernah tergoda untuk membeli pakaian tanpa perlu, sehingga uang yang seharusnya digunakan untuk jajan malah habis untuk barang yang tidak dibutuhkan. Alhasil, saya harus meminta uang dari orang tua lagi. Biasanya, saya hanya berbelanja barang-barang tersebut sebanyak*

---

<sup>61</sup> Hasil wawancara dengan Rosa Zerlina Lubis *Multifandom* pada tanggal 20 Mei 2023

<sup>62</sup> Hasil wawancara dengan Cut Salsabila Amanda *Fandom NCTzen* pada tanggal 26 Oktober 2023

<sup>63</sup> Hasil wawancara dengan Sardiani *Fandom Aroha dan Army* pada tanggal 23 Oktober 2023

*satu sampai dua kali sebulan. Kalau saya lebih suka menonton drama di malam hari dan suka begadang juga gara-gara menonton drama, sementara siang hari tidak”.*<sup>64</sup>

Berdasarkan ungkapan tersebut menunjukkan bahwa remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh membeli produk K-Pop yang tak diperlukan sehingga uang jajan habis dan remaja juga sering begadang karena menonton drama Korea (Drakor).

Uraian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh mengalami tantangan dalam mengendalikan diri terutama dalam hal konsumsi budaya K-Pop. Kebiasaan begadang saat menonton drama Korea (Drakor) dan kesulitan mengontrol pengeluaran untuk produk K-Pop dapat berdampak pada keseimbangan waktu dan keuangan mereka. Meskipun beberapa remaja telah mencoba menyusun jadwal, masih ada kesulitan dalam mengendalikan kebiasaan tersebut.

## **F. Analisis Penelitian**

Budaya Korea yang diminati oleh para remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh yaitu ketertarikan pada musik yang dipersembahkan oleh *boygrup* dan *girlgrup* dan drama Korea (Drakor). Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan terhadap remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh bahwasanya, remaja beranggapan bahwa budaya K-Pop sangatlah menarik dan faktor pendorong pengaruh budaya K-Pop pada kalangan remaja di Kota Banda Aceh disebabkan oleh dampak perkembangan teknologi yang merata dan pengaruh pergaulan sosial dari teman.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, peneliti mendapatkan data dari informan bahwasanya produk yang paling sering dikonsumsi oleh remaja di Kota Banda Aceh adalah mengonsumsi musik K-Pop, menonton drama Korea, mengoleksi

---

<sup>64</sup> Hasil wawancara dengan Sintia Mahbengi *Fandom Exo-L* pada tanggal 20 Mei 2023

*merchandise* (novel, album, *photocard*, *photobook*, *photo polaroid*, poster, dan sebagainya), mengikuti tren *fashion* ala Korea, *fansite culture* dan bahkan menggunakan bahasa Korea dalam kehidupan sehari-hari. Dengan kata lain, remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh merasakan suatu ikatan atau hubungan yang kuat dengan budaya K-Pop dan hal ini menjadi penting dari identitas dan gaya hidup remaja di Kota Banda Aceh.

Dampak dari kehadiran budaya K-Pop telah menciptakan kelahiran grup musik K-Pop yang sukses di kalangan remaja. Tentu, seperti halnya kebanyakan fenomena terdapat aspek positif dan aspek negatif dari budaya K-Pop ini. Dampak positifnya terlihat dalam hiburan yang diberikan pada penggemarnya. Musik yang dihasilkan cocok untuk bersantai dan membantu merilekskan pikiran selama melakukan tugas. Mengenal K-Pop juga memberikan remaja wawasan yang lebih luas tentang budaya global. Di sisi lain, dampak negatif budaya K-Pop ini dapat membuat remaja menjadi boros baik dalam hal pengeluaran uang maupun penggunaan waktu.

Berdasarkan wawancara dengan remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh, serta kaitannya dengan teori Jean Paul Baudrillard yang telah dijelaskan dalam bab kedua. Objek konsumsi tidak hanya terbatas pada barang, melainkan melibatkan aspek yang lebih luas. Kemampuan konsumsi tiap individu bervariasi dan setiap masyarakat mengalami perbedaan, diskriminasi sosial, serta struktur organisasi yang didasarkan pada pemanfaatan dan distribusi kekayaan. Dalam kerangka struktur masyarakat secara umum, kelompok miskin sering kali diidentifikasi sebagai mereka yang tidak memiliki hak istimewa dan dianggap sebagai individu yang kurang diminati. Sebaliknya, kelompok kaya cenderung hidup dalam kemewahan.

Konsumen juga terlibat dalam aspek menonjol dari budaya konsumsi modern. Pemikiran di sini adalah bahwa pola

penggunaan barang konsumen dan kepuasan yang diperoleh seseorang darinya bergantung pada dan dipengaruhi oleh pilihan konsumsinya. Konsumen telah mengembangkan praktik konsumsi otonom mereka sendiri melalui pertunjukan spektakuler dan semakin melibatkan lebih banyak anggota dalam masyarakat.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa konsumen telah mengembangkan praktik konsumsi mereka sendiri melalui tampilan spektakuler dan partisipasi konsumen semakin meluas di masyarakat. Kembali kepada konsep Baudrillard, dijelaskan bahwa perilaku konsumsi pada zaman ini tidak hanya dipengaruhi oleh faktor-faktor ekonomi semata dan keputusan rasional belaka, tetapi juga dipengaruhi oleh sistem budaya dan sistem sosial yang memberikan makna dan mampu membimbing individu dalam memilih suatu komoditas. Hal ini dapat dihubungkan dengan remaja yang terlibat dalam kebudayaan K-Pop, baik dalam aspek sandang, pangan, maupun papan ala K-Pop. Dengan demikian, mereka cenderung menggabungkan elemen-elemen tersebut untuk menciptakan kesan budaya K-Pop dalam kehidupan sehari-hari mereka. Banyak dari remaja yang mementingkan perilaku konsumtif mereka terhadap produk-produk ala budaya K-Pop.

Fenomena budaya K-Pop berkaitan dengan tuntutan konsumen yang mengikuti perkembangan zaman. Artinya, konsumen juga terlibat dalam aspek menonjol dari budaya konsumen modern. Pada akhirnya, industri menciptakan upaya terhadap permintaan konsumen terkait produk dan industri mengemasnya dengan menarik dengan tujuan merangsang keinginan, kebutuhan, dan emosi manusia terhadap produk tersebut, sebagaimana yang dialami oleh remaja yang terpengaruh oleh budaya K-Pop.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Peneliti telah melakukan penelitian mengenai “Dampak Budaya K-Pop terhadap Perilaku Konsumtif Remaja di Kota Banda Aceh” dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Dengan melakukan langkah-langkah penelitian yang mencakup observasi, wawancara, dan pengumpulan dokumentasi. Peneliti kemudian menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut.

Pertama, bentuk perilaku konsumtif yang terjadi di kalangan remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh diantaranya adalah mengonsumsi musik K-Pop, menonton drama Korea (Drakor), mengoleksi *merchandise* seperti novel, album, *photocard*, *photobook*, *photo polaroid*, poster dan sebagainya, mengikuti tren *fashion* ala Korea (*K-style*), *fansite culture* dan menggunakan bahasa Korea dalam kehidupan sehari-hari.

Kedua, dampak budaya K-Pop terhadap perilaku konsumtif remaja di Kota Banda Aceh. Dampak positif budaya K-Pop terhadap perilaku konsumtif remaja di Kota Banda Aceh adalah budaya K-Pop memberikan hiburan kepada para remaja, budaya K-Pop menyajikan motivasi dan inspirasi untuk remaja lewat musik K-Pop dan drama Korea (Drakor), remaja mendapatkan pemahaman diri yang lebih baik dengan menemukan aspek positif dalam kepribadian dan minat remaja, budaya K-Pop menjadi sumber hiburan dan penyegaran bagi remaja yang mengalami dan dengan budaya K-Pop remaja semakin percaya diri dan mengatasi rasa *insecure* melalui pengalaman positif budaya K-Pop. Sedangkan dampak negatifnya meliputi kebiasaan begadang untuk menonton drama Korea (Drakor) yang mengganggu keseimbangan waktu, terutama dalam hal jadwal tidur dan rutinitas yang berdampak negatif pada kesehatan fisik dan mental remaja serta mengganggu kinerja akademis, kesulitan mengontrol pengeluaran

yang berdampak negatif pada keuangan remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh.

## **B. Saran**

*Pertama*, bagi remaja, disarankan untuk lebih selektif dalam memilih konten K-Pop yang mereka tonton dan ikuti, sehingga tetap sesuai dengan norma-norma agama dan budaya yang berlaku. *Kedua*, diharapkan remaja dapat mengambil hal-hal positif dari budaya K-Pop seperti meningkatkan rasa percaya diri, mengatasi rasa insecure, dan menjadi motivasi untuk menjadi individu yang lebih positif. *Ketiga*, meskipun menikmati budaya K-Pop, peneliti mengajak para K-Popers khususnya remaja untuk tetap mencintai dan melestarikan budaya Indonesia. Semoga saran-saran ini dapat menjadi pedoman bagi semua pihak dalam menjaga keseimbangan antara apresiasi terhadap budaya asing dan kelestarian budaya lokal.



## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Gunawan Imam, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Hanafie, Sri Rahaju Djatimurti Rita, *Ilmu Sosial Budaya Dasar*, Yogyakarta: ANDI, 2016.
- Hanif Zaid, Yudi et al., *Teori Komunikasi dalam Praktik*, Jawa Tengah: Zahira Media Publisher, 2021.
- Lury, Celia, *Budaya Konsumen: Kata Pengantar Seno Gumira Ajidarma*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1998.
- Martono, Nanang, *Sosiologi Perubahan Sosial: Perspektif Klasik, Modern, Posmodern dan Poskolonial*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2016.
- Sari, Diah, *Annyeonghaseyo: Telusur Jejak Digital Korean Wave di Indonesia*, Yogyakarta: Deepublish, 2021.
- Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*, Bandung: Alfabeta, 2002.
- Suyanto, Bagong, *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*, Jakarta: Kencana, 2013.

### B. Jurnal

- Aji, Andri Waskita, dkk, 'Pengaruh Pemahaman Perpajakan, Love Of Money, Dan Religiusitas Terhadap Keinginan Melakukan Penggelapan Pajak (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa)', dalam, *Akurat:*

*Jurnal Ilmiah Akuntansi FE UNIBBA*, Vol. 12, No. 3, (2021), 13-101.

Alam, Syafril, dan Ansgasia Jenifer Nyarimun, 'Musik K-Pop sebagai Alat Diplomasi dalam Soft Power Korea Selatan', dalam, *Jurnal International dan Diplomacy*, Vol. 3, No. 1, (2017), 75–100.

Ambarsari, Marisyah Dwi, dkk, 'Pengaruh Financial *Literacy*, *Lifestyle*, Konformitas, *Money Attitude*, dan *E-Money* terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Penggemar Korean Wave di Kota Surabaya', dalam *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 11, No. 3, (2023), 64-550.

Ananda, Marino, Nur Hadi, dan Nanda Harda Pratama Meiji, 'Di Balik Perilaku Konsumtif NCTZEN dalam Pembelian Merchandise NCT (Studi Kasus Komunitas NCTzen Malang)', dalam, *Jurnal Integrasi dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial*, Vol. 1, No. 9, (2021), 26-1011.

Angkawijaya, Yongkie, dan Yudhistya Ayu Kusumawati, 'Representasi Perempuan pada Poster Teaser Album K-Pop Blackpink dan Twice', dalam, *Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi dan Studi Media*, Vol. 9, No. 1, (2020), 1–8.

Anwar, Citra Rosalyn, 'Mahasiswa dan K-Pop', dalam, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 1, No. 1, (2018)

Apriliani, Rosi, dan Rizki Setiawan, 'Pembentukan Konsep Diri Mahasiswa Penggemar Budaya Populer Korea', dalam, *Hermeneutika: Jurnal Hermeneutika*, Vol. 5, No. 2, (2019), 20-107.

- Fitriah, Nur Lailatul, Muhammad Hifdil Islam, dan Roby Firmandil Diharjo, 'Dampak Korean Wave terhadap Perilaku Konsumerisme Merchandise K-Pop di kalangan Mahasiswa Probolinggo', dalam, *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, Vol. 5, No. 2, (2023), 34-4427.
- Haidar, Galih, dan Nurliana Cipta Apsari, 'Pornografi pada Kalangan Remaja', dalam, *Prosiding Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 7, No. 1, (2020), 136.
- Marsela, Ramadona Dwi, dan Mamat Supriatna, 'Konsep Diri: Definisi dan Faktor', dalam, *Journal of Innovative Counseling: Theory, Practice, and Research*, Vol.3, No. 2, (2019), 65-69.
- Maulida, Alissa, Wida Yulia Viridanda, Haiyun Nisa, dan Novita Sari, 'Tingkat Pemujaan Selebriti pada Komunitas Penggemar K-Pop di Aceh', dalam, *Seurune: Jurnal Psikologi Unsyiah*, 4.1 (2021), 48-74
- Nisrina, Dzakkiyah, dkk, 'Dampak Konsumerisme Budaya Korea (Kpop) di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang', dalam, *Jurnal Penelitian Humaniora*, Vol. 21, No. 1, (2020), 78-88.
- Oktiani, Ifni, 'Kreativitas Guru dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Peserta Didik', dalam, *Jurnal Kependidikan*, Vol. 5, No. 2, (2017), 32-216.
- Paendong, Melissa, 'Pengaruh Kebutuhan dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartfren di Galeri

- Smartfren Cabang Manado’, dalam *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol. 16, No. 4, (2016).
- Pakpahan, Erika Yohana, dkk, ‘Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Fanatisme terhadap Perilaku Konsumtif’, dalam, *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, Vol. 9, No. 4, (2021), 43-727.
- Prawiraputri, Febe Dian Kencana, dan Andi Meganingratna, ‘Peranan Sm Entertainment sebagai Media Diplomasi Publik Korea Selatan di Indonesia’, dalam, *Jurnal Ilmu Hubungan Internasional LINO*, Vol. 1, No. 2, (2021), 36-120.
- Putri, Idola Perdini, dkk, ‘K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia’, dalam, *Jurnal ProTVF*, Vol. 3, No. 1, (2019), 68–80.
- Putri, Lisa Anggraini, ‘Dampak Korea Wave terhadap Perilaku Remaja di Era Globalisasi’, dalam, *Al-Ittizaan: Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, Vol. 3, No. 1, (2020), 42–48.
- Ri’aeni, Ida, ‘Pengaruh Budaya Korea (K-Pop) terhadap Remaja di Kota Cirebon’, dalam, *Jurnal Communications*, Vol. 1, No. 1, (2019), 1–25.
- Safaat, Ayu Rezky, dkk, ‘Korean Pop Culture sebagai Instrument Politik Luar Negeri Korea Selatan’, dalam, *Jurnal Vox Populi*, Vol. 5, No. 2, (2022), 96-169.
- Saneva, Tarisha Azzahra, dkk, ‘Peran Motivasi Belanja dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif pada K-Poper Perempuan Remaja Akhir’, dalam, *Jurnal Muara Ilmu*

*Sosial, Humaniora, dan Seni*, Vol.6, No. 2, (2022), 393–400.

Saputro, Khamim Zarkasih, ‘Memahami Ciri dan Tugas Perkembangan Masa Remaja’, dalam, *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, Vol.17, No. 1, (2018), 25–32.

Topan, Diva Aulia, dan Niken Febrina Ernungtyas, ‘Preferensi Menonton Drama Korea pada Remaja’, dalam *Jurnal Pustaka Komunikasi*, Vol. 3, No. 1, (2020), 37–48.

Yuliawan, Banowati Azelia Putri, dan Ganjar Eka Subakti, ‘Pengaruh Fenomena Korean Wave (K-Pop dan K-Drama) terhadap Perilaku Konsumtif Penggemarnya Perspektif Islam’, dalam, *Jurnal Penelitian Keislaman*, Vol. 18, No. 1, (2022), 35–48.

### **C. Web**

Aditia, Melvina Tionardus dan Andika, ‘Apa yang dinamakan Idol?’, Kompas.Com, 2022.  
<https://entertainment.kompas.com/read/2022/12/20/221000966/apa-yang-dinamakan-idol>, (diakses pada 26 November 2023).

Asrofi, Muhammad Zayyin, ‘Trend Budaya K-Pop di Kalangan Remaja Indonesia: BTS Meal hingga Fanatisme.’, Egsaugam, 2021.  
<https://egsa.geo.ugm.ac.id/2021/12/21/trend-budaya-k-pop-di-kalangan-remaja-indonesia-bts-meal-hingga-fanatisme/>, (diakses pada 12 Januari 2023).

Belle, ‘The Fandom for Idols “A Survey Report on Kpop Fans in

Indonesia””, Jakpat.Blog, 2016. <https://blog.jakpat.net/the-fandom-for-idols-a-survey-report-on-kpop-fans-in-indonesia/>, (diakses pada 12 Januari 2023).

Fryzia, Adelia, ‘Gaya Hidup Remaja Konsumtif’, Kompasiana.Com, 2014. [http://www.kompasiana.com/adelia\\_fryzia21/gaya-hidup-remaja-konsumtif](http://www.kompasiana.com/adelia_fryzia21/gaya-hidup-remaja-konsumtif), (diakses pada 27 November 2023).

Indonesia, Kamus Besar Bahasa, ‘Idola’, Kbbi.Kemendikud.Go.Id, <https://kbbi.kemendikud.go.id/entri/Idola>, (diakses pada 25 November 2023).

Kamus Besar Bahasa Indonesia, ‘Konsumtif’, Kbbi.Kemendikud.Go.Id, <https://kbbi.web.id/konsumtif.>, (diakses pada 27 November 2023).

Syafa’ati, Sulissya Nur, ‘Demam Hallyu Wave pada Produk Oreo Blackpink di Indonesia’, Kompasiana, 2022. <https://www.kompasiana.com/lissyacia5001/63a08ed14add ee78476292e2/demam-hallyu-wave-pada-produk-oreo-blackpink-di-indonesia>, (diakses pada 13 Januari 2023).

#### **D. Wawancara**

Wawancara dengan AM remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh

Wawancara dengan Nana Aprilia Khairunnisa remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh

Wawancara dengan Sinta Mahbengi remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh

Wawancara dengan Suci Hariyati remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh

Wawancara dengan Wardiana remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh

Wawancara dengan Rosa Zerlina Lubis remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh

Wawancara dengan Sardiani remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh

Wawancara dengan Cut Salsabila Amanda remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh

Wawancara dengan Ayu Nazira remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh

Wawancara dengan Nahrissy Fajria remaja penggemar K-Pop di Kota Banda Aceh



**LAMPIRAN**

*Lampiran 1 Bersama dengan remaja K-Pop di Kota Banda Aceh  
Nana Aprilia Khairunnisa*



*Lampiran 2 Bersama dengan remaja K-Pop di Kota Banda Aceh  
Ayu Nazira*



*Lampiran 3 Bersama dengan remaja K-Pop di Kota Banda Aceh  
Rosa Zerlina Lubis*



*Lampiran 4 Bersama dengan remaja K-Pop di Kota Banda Aceh  
Sinta Mahbengi*



*Lampiran 5 Bersama dengan remaja K-Pop di Kota Banda Aceh  
AM*



**DAMPAK BUDAYA K-POP TERHADAP PERILAKU  
KONSUMTIF REMAJA DI KOTA BANDA ACEH**

1. Kapan dan bagaimana anda mengenal budaya K-Pop?
2. Produk budaya K-Pop apa saja yang anda konsumsi?
3. Bagaimana anda mendapatkan informasi mengenai produk K-Pop?
4. Apakah anda merasa puas dengan diri sendiri setelah mengonsumsi produk K-Pop?
5. Apakah anda membeli produk K-Pop berdasarkan kebutuhan atau keinginan?
6. Apakah anda membeli produk K-Pop karena pengaruh iklan atau ikut-ikutan teman?
7. Berapa rata-rata uang yang anda habiskan untuk membeli produk K-Pop dalam sebulan?
8. Apakah anda lebih sering memberi produk secara online atau offline?
9. Apakah ada bahasa Korea yang sering anda gunakan dalam berbicara sehari-hari?
10. Bagaimana anda mengatur waktu dalam mengonsumsi produk K-Pop dan cara mengatasi ataupun mengurangi konsumsi produk K-Pop?
11. Bagaimana tanggapan orang lain melihat anda menyukai dan mengonsumsi produk K-Pop dan terus percaya diri menjadi seorang K-Popers?
12. Apa saja pelajaran yang anda ambil dari kecintaan anda pada budaya K-Pop?

*Lampiran 6 Daftar Pertanyaan Penelitian*



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN FILSAFAT**

Jl. Syekh Abdurrauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
http://ar-raniry.ac.id/fakultas/3/fakulta:-ushuluddin-dan-filsafat

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN DAN FILSAFAT UIN AR-RANIRY**  
Nomor: B-445/Un.08/FUF/PP.00.9/02/2023

Tentang

**PENGANGKATAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA PADA PROGRAM STUDI SOSIOLOGI AGAMA  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN FILSAFAT UIN AR-RANIRY SEMESTER GENAP  
TAHUN AKADEMIK 2022/2023**

**DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN DAN FILSAFAT UIN AR-RANIRY**

- Menimbang** : a. bahwa dalam usaha untuk lebih meningkatkan mutu dan kualitas lulusan Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Ar-Raniry, dipandang perlu untuk mengangkat dan menetapkan Pembimbing Skripsi mahasiswa pada Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Ar-Raniry.  
b. bahwa yang namanya tersebut dibawah ini, dipandang mampu dan memenuhi syarat untuk diangkat dan diserahkan tugas sebagai Pembimbing Skripsi tersebut.
- Mengingat** : 1. Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003; tentang Sistem Pendidikan Nasional;  
2. Undang-undang Nomor 12 Tahun 2012; tentang Pendidikan Tinggi;  
3. Keputusan Menteri Agama No. 89 Tahun 1963; tentang Pendirian IAIN Ar-Raniry.  
4. Keputusan Menteri Agama No.12 Tahun 2014; tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Ar-Raniry  
5. Peraturan Presiden RI Nomor 64 tahun 2013; tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh menjadi Universitas Islam Negeri Banda Aceh.  
6. Keputusan Menteri Agama Nomor 492 Tahun 2003; tentang Pendelegasian Wewenang Pengangkatan, Pemindahan dan Pemberhentian PNS di Lingkungan Departemen Agama RI.  
7. Peraturan Menteri Agama Nomor 21 Tahun 2015; tentang Statuta UIN Ar-Raniry.  
8. Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry Nomor 01 Tahun 2014; tentang Jenis-jenis Pemberian Kuasa dan Pendelegasian Wewenang kepada Para Dekan dan Direktur Pascasarjana dalam Lingkungan UIN Ar-Raniry.

**MEMUTUSKAN**

**Menetapkan** : **PENGANGKATAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA PADA PRODI SOSIOLOGI AGAMA FAKULTAS USHULUDDIN DAN FILSAFAT UIN AR-RANIRY SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2022/2023**

- KESATU** : Mengangkat / Menunjuk saudara  
a. **Musdawati, MA.** Sebagai Pembimbing I  
b. **Nurullah, S.T.H., M.A.** Sebagai Pembimbing II

Untuk membimbing Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Safira Hidayah  
NIM : 200305025  
Prodi : Sosiologi Agama  
Judul : Pengaruh Budaya K-POP Terhadap Perilaku Kosumtif Remaja di Kota Banda Aceh

- KEDUA** : Pembimbing tersebut pada diktom pertama diatas ditugaskan untuk membimbing skripsi mahasiswa sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan.

Surat keputusan ini mulai berlaku sejak ditetapkan, dengan ketentuan akan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya, jika ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini.

Ditetapkan di : Banda Aceh  
Pada tanggal : 06 Februari 2023



*Salim Abdul Muthalib*

Tembusan :

1. Wakil Dekan I Fak. Ushuluddindan Filsafat
2. Ketua Prodi Sosiologi Agama Fak. Ushuluddin dan Filsafat
3. Pembimbing I
4. Pembimbing II
5. Kasub. Bag. Akademik
6. Yang bersangkutan

*Lampiran 7 SK Pembimbing Penelitian*