

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks penelitian

K-Pop atau yang biasa disebut sebagai *Korean Pop* merupakan aliran musik berbasis Korea yang tengah mendunia. *Korean Pop* digunakan untuk meningkatkan eksistensi dan popularitasnya dalam budaya pop Korea. Dari sini, budaya tersebut mampu merajai berbagai negara di dunia. Serangan dari budaya tersebut ditandai dengan industri seni, meliputi group musik, *fashion*, dan drama yang berbau Korea.¹ *Trend* Korea ini telah memunculkan fenomena baru, yakni pergaulan dalam komunitas-komunitas yang anggotanya yang sama-sama memiliki minat dalam bidang yang sama, melalui jejaring media sosial seperti yang banyak diakses oleh kalangan generasi muda yaitu *twitter* dan *instagram*. Perkumpulan serta pertemuan antara sesama pecinta Korea ini biasanya disebut dengan istilah *gathering* yang berarti temu antar pecinta Korea, berkumpul, berkomunikasi, serta menjalin silaturahmi sesama.

Perkembangan teknologi serta informasi terkini, terlebih lagi media massa, sangat memberikan dampak cukup besar terhadap kemajuan komunikasi. Teknologi yang begitu canggih dirasa tidak hanya memperlihatkan informasi dengan sangat mudah dan cepat namun memudahkan mengakses berbagai informasi mengenai budaya terkini atau biasa disebut dengan budaya populer. Banyak sekali budaya dari luar yang

¹ Kusumastuti, "Perilaku Konsumsi Dan Konsumsi Budaya Media Kpop di Kalangan Remaja Perempuan Kota Malang". *JIKA (Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan)*, 3(1), (2019) Article 1. <https://jurnal.unma.ac.id/index.php/jika/article/view/1725>

memiliki ciri khas, diantaranya ada budaya barat, budaya Korea, budaya pop, dan masih banyak lainnya. Budaya pop secara sosiologis dapat diartikan sebagai budaya yang sedang *booming* atau trend, yang banyak diminati dan cepat berganti tanpa memperhatikan waktu. Budaya populer sendiri biasanya berkaitan dengan masalah yang ada di lingkup kehidupan manusia yang dapat dirasakan oleh khalayak umum atau kalangan orang tertentu, seperti fashion, film, musik, makanan, dan lain-lain.

Budaya saat ini bukan hanya didominasi oleh budaya barat, seperti negara Eropa dan Amerika. Namun, di wilayah Asia juga menjadi wilayah yang salah satunya penggemar serta pengeksport budaya pop. Bisa dibuktikan salah satu negara di Asia yang menjadi pengeksport budaya pop adalah negara Korea Selatan. Negara Korea Selatan inilah yang secara khusus memiliki budaya khas tersendiri untuk membuat mayoritas orang tertarik untuk mengetahui lebih dalam lagi mengenai aspek-aspek yang ada di dalam negara tersebut. Sebagian orang menyebutnya sebagai K-Pop atau Korean Pop, dimana budaya tersebut dapat menarik perhatian dari masyarakat, serta generasi penerus bangsa, diantaranya ialah mahasiswa yang memiliki peranan sangat besar terhadap negaranya.

Fenomena K-Pop inilah yang nantinya akan membuat industri *fashion* Korea paling besar, ketika fenomena tersebut memasuki pasar di Indonesia, seperti Kota Kediri. Kediri merupakan kota yang memiliki sumber daya alam dan sumber daya manusia yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kualitas dalam kota. Kota Kediri menjadi wilayah yang strategis, bagi berbagai pelaku konsumen perindustrian dari luar Indonesia, termasuk Korea

Selatan serta untuk mengenalkan kebudayaan yang dimiliki oleh negaranya. Perkembangan dunia industri Korea di Kediri ditandai dengan adanya ruko-ruko yang menjual berbagai *fashion*, seperti halnya kosmetik, *skincare*, aksesoris, baju, dan lainnya yang sesuai dengan *trend* Korea.²

Munculnya budaya K-Pop awalnya ditandai dengan drama Korea pada tahun 2000-an, yaitu *Endless Love* yang mana ceritanya masih tertanam sampai sekarang. Lalu, budaya tersebut berkembang yang didukung oleh munculnya berbagai aspek meliputi film, *boyband*, *girlband*, *fashion*, *skincare* dan masih banyak lainnya.

Mahasiswa Institut Agama Islam negeri (IAIN) banyak yang minat akan *fashion* Korea, dibuktikan dengan cara berpakaianya seperti budaya luar. Institut tersebut berada di bawah naungan Kementerian Agama, tapi tidak bisa dipungkiri bahwa *fashion* yang sedang mereka gunakan ialah *fashion* yang mirip dengan orang luar, seperti halnya di negara Korea, melalui *fashion* berbagai artis di Korea, yang mempunyai tampang yang rupawan, kulit putih dan bersih, serta memiliki badan yang tinggi dan ramping. Maka dari itu, mahasiswa akan menirukan gaya dari idola masing-masing.³ Pemilik usaha industri seni serta hiburan mampu mengubah pola pikir penggemarnya. Dengan demikian budaya kita sudah dijajah oleh budaya lain melalui *trend fashion*, kosmetik, film, dan masih banyak lainnya⁴. Sehingga penggemar dari K-Pop akan melakukan apa yang dilakukan oleh idolanya, seakan-akan menjadikan idolanya sebagai panutan dalam kehidupan sehari-harinya.

² Nugroho J. Setiadi. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*. (Jakarta: Prenada Media, 2019), 102.

³ Observasi, IAIN Kediri, 10 September 2022.

⁴ Etta Mamang Sangadji & Sopiah. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai; Himpunan Jurnal Penelitian*. (Yogyakarta:CV Andi, 2013).

Awal mula masuknya K-Pop di dunia kampus ditandai dengan gaya atau *fashion* yang mahasiswa pakai ketika akan berangkat ke kampus. Dengan panutan ini, mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Kediri (IAIN) saat ini sedang terjebak dalam kehidupan konsumtif atau budaya konsumtif. Budaya konsumtif merupakan salah satu gaya hidup masyarakat yang memiliki pola hanya mementingkan hasrat untuk mengkonsumsi segala kebutuhannya serta semata-mata hanya memikirkan kesenangannya sendiri.⁵

Konsumsi sendiri merupakan fenomena yang sangat sulit dipisahkan dari kehidupan manusia, terlebih mahasiswa yang memiliki kebutuhan cukup banyak dalam memenuhi segala kebutuhan dalam hidupnya, mulai dari sandang, pangan dan papan.⁶ Dengan berbagai akses yang dapat dijangkau oleh khalayak mahasiswa, maka mahasiswa akan melakukan sesuai dengan keinginannya untuk mengkonsumsi segala kebutuhannya untuk memenuhi hasrat tanpa memperhatikan kebutuhan apa yang sangat penting untuk dimiliki. Industri yang berkembang cukup pesat akan cepat mendorong terjadinya perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.

Perilaku konsumtif ini muncul akibat dari aktivitas kapitalisme.⁷ Konsumsi membuat seseorang sulit mencari jalan kebahagiaan, yang mana tidak memenuhi kebutuhan yang cukup penting namun malah melakukan suatu diferensiasi atau perbedaan yang mana akan menjadi acuan atau

⁵ Ibid.

⁶ Dzakkiyah Nisrina dkk, "Dampak Konsumerisma Budaya Korea (KPOP) Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang". *Jurnal Penelitian Humaniora*, Vol. 21 No. 1, (2020).

⁷ Bagong, Suyanto. *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modern*. (Jakarta: Prenada Media Group, 2013).

pedoman dalam lingkungan hidup dan nilai mahasiswa. Seseorang membuat simbol dalam menentukan sebuah nilai dalam diri manusia.

Begitu pula dengan mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri, jika mahasiswa yang berpakaian seperti gaya yang meniru budaya Korea maka dapat disimpulkan bahwa mereka sudah mengikuti *trend* K-Pop pada masa kini. Sehingga akan muncul sebuah simbol dimana simbol tersebut akan menghasilkan sebuah nilai yang menentukan tingkat konsumsi dari mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.

Dalam pandangan Islam, sesuatu atau kegiatan yang dilakukan oleh umat manusia dapat dimanfaatkan atas dasar kesejahteraan, bukan secara berlebih-lebihan meskipun memiliki rezeki yang berlimpah. Berkaitan dengan budaya konsumerisme itu sendiri, Islam sangat tidak menganjurkan, sebagaimana diatur dalam al-Qur'an Surah Al-A'raaf ayat 31:

﴿يَبْنَىْ ءَاَدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا ۗ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ
الْمُسْرِفِيْنَ ۝۳۱﴾

Yang artinya “*Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah disetiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan*”.⁸

Di era modern seperti sekarang ini, apapun akan dilakukan untuk memenuhi hasrat, seberapapun harga baju yang sedang trend di masa kini akan dibeli dalam kondisi apapun. Mahasiswa akan lebih mengutamakan *fashion* mereka dari pada memikirkan pendidikan dan materi yang akan dipelajari oleh dosen dari setiap masing-masing mahasiswa Institut Agama

⁸ Eddy Rohayedi dan Maulina, “Konsumerisma dalam Perspektif Islam”. *Jurnal Transformatif*, Vol. 4, No. 1 (2020), 33.

Islam Negeri (IAIN) Kediri. Itu nanti yang akan menjadi pola perilaku konsumtif mahasiswa penggemar K-Pop. Adapun beberapa faktor terbentuknya gaya mahasiswa konsumerisme antara lain peningkatan berbagai bentuk kegiatan, seperti halnya belanja mulai dari pemesanan secara online, dan meningkatkan *fashion* pada gaya-gaya tertentu yang menjadi acuan tetap pada budaya luar.

Tidak hanya itu, banyak sekali faktor yang mendukung penggemar K-Pop dalam melakukan kegiatan konsumsi yang akan diterapkan dalam lingkungan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri. Oleh karenanya, hal ini yang menjadi fokus besar peneliti untuk menelisik bagaimana pola perilaku budaya konsumtif mahasiswa penggemar K-Pop di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.

B. Rumusan Masalah

Dari konteks penelitian yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku budaya konsumtif oleh mahasiswa penggemar K-Pop di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri?
2. Bagaimana dampak perilaku budaya konsumtif mahasiswa penggemar K-Pop Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di bahas di atas, maka peneliti merumuskan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perilaku budaya konsumtif mahasiswa penggemar K-Pop di Institut Agama Islam (IAIN) Kediri.
2. Untuk mengetahui dampak akibat perilaku budaya konsumtif mahasiswa penggemar K-Pop di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan paparan tujuan di atas, maka peneliti berharap dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis. Adapun beberapa manfaat penelitian yang diharapkan sesuai dengan permasalahan yang diangkat oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Peneliti berharap penelitian ini dapat memperkaya khazanah keilmuan akademis, khususnya lingkup sosial maupun lingkup sosial budaya. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan mahasiswa agar dapat memajemen perilaku budaya konsumtif dalam lingkup kampus dan tujuan studi mereka dapat berhasil dalam mengatur pola kehidupan, sekaligus dapat menjadi suatu bahan referensi untuk penelitian setelahnya.

2. Secara Praksis

a. Bagi Peneliti

Penelitian diharapkan akan memberikan manfaat untuk memperoleh pemaknaan yang lebih detail mengenai perilaku budaya konsumtif mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri

b. Bagi Pembaca

Peneliti berharap penelitian ini nantinya akan berguna sebagai sumber pengetahuan maupun informasi bagi yang berminat untuk menelaah lebih dalam permasalahan yang sama dalam mempelajari perilaku budaya konsumtif mahasiswa penggemar K-Pop di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.

c. Bagi Mahasiswa

Bagi mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri, serta mahasiswa umum lainnya yang sudah membaca penelitian ini. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran atau masukan dalam sosial budaya terhadap ruang lingkup yang baru, khususnya di Institut Agama Islam (IAIN) Kediri.

E. Penelitian Terdahulu

Dalam memaksimalkan suatu penelitian, penelitian terdahulu sangatlah penting yang merupakan kajian bagi peneliti dalam penelitian-penelitian dahulu yang bersangkutan paut dengan penelitian yang saat ini sedang diteliti. Dengan kata lain, telaah pustaka digunakan untuk mengetahui apakah penelitian yang disebutkan sudah pernah dilakukan atau sama sekali belum dilakukan. Disamping itu, untuk melihat perbedaan dan persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan diteliti.

1. Penelitian Frida Kusumastuti dengan judul “Perilaku Konsumsi Budaya dan Konsumsi Media K-Pop di Kalangan Remaja Perempuan Kota Malang”, Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan Vol 3, No. 1 Januari 2020.

Penelitian ini bertujuan mengetahui gambaran berupa perilaku konsumsi media dan perilaku konsumsi budaya Korea di kalangan remaja perempuan Kota Malang. Penelitian ini juga menggunakan penelitian kualitatif jenis penelitian deskriptif. Subjek penelitian ini adalah anak muda atau remaja usia 15 tahun sampai 19 tahun dan teknik pengambilan sampel yaitu *Purposive Sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa para penggemar K-Pop menentukan diri dalam dua sebab, yang pertama ikut serta dalam forum atau klub penggemar sedangkan yang kedua ialah mengumpulkan beberapa barang-barang K-Pop yang akan dijadikan sebuah koleksi. Ketertarikan terhadap K-Pop awal mulanya berasal dari gaya gerakan tari atau dance dan fashion yang memberikan potensi para penggemar untuk melakukan sekaligus menirukan dan mengoleksi atribut yang dipakai *boyband* dan *girlband* saat tampil di depan umum⁹.

Terdapat kesamaan dalam penelitian ini, yakni proses pengenalan K-Pop melalui *dance*, yang pada saat itu sedang booming di kalangan generasi muda. Tidak lain, *dance* tersebut akan membuat ketertarikan dan menarik penggemarnya untuk menyukainya, hingga dapat menciptakan sebuah aktivitas konsumsi, yakni pembelian barang-barang yang berbau K-Pop guna sebagai koleksi.

2. Jurnal yang ditulis oleh Dzakkiyah Nisrina dkk, dengan judul “Dampak Konsumerisme Budaya Korea (K-POP) di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang”, Jurnal Penelitian Humaniora Vol. 21 No. 1, 2020. Penelitian ini bertujuan untuk melihat dampak fenomena

⁹ Frida Kusumastuti dan Vina Salviana DS, “Perilaku Konsumsi Budaya dan Konsumsi Media Kpop di Kalangan Remaja Perempuan Kota Malang” *Jurnal Ilkom Andalan* Vol 3, No. 1 (Januari 2020) 5.

budaya K-Pop pada lingkup sosial, budaya, maupun aspek ekonomi. Penelitian ini juga menggunakan penelitian kualitatif dengan jenis deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan budaya dalam K-Pop dapat mendorong seseorang untuk melakukan perilaku konsumtif di lingkungan remaja karena adanya fenomena *K-popstuff*. Perilaku ini akan berdampak pada beberapa aspek, diantaranya ekonomi, sosial, dan budaya. Di lingkup masyarakat mayoritas mahasiswa lebih mengetahui budaya K-Pop dibandingkan dengan budaya lokal atau budayanya sendiri, sehingga dirasa mereka sudah kehilangan jati dirinya. Dampak yang akan ditimbulkan akibat kegiatan konsumerisme ini nanti akan memicu terjadinya kesenjangan sosial di lingkup masyarakat.¹⁰

Persamaan pada penelitian ini terdapat pada pengetahuan para mahasiswa mengenai budaya yang ada di lingkungan sekitar, para mahasiswa lebih mengetahui budaya K-Pop dibanding dengan kebudayaan dari dalam negerinya sendiri. Sehingga dampak yang ditimbulkan, para mahasiswa akan melakukan aktivitas konsumsi berupa pembelian barang-barang Korea yang mengakibatkan terjadinya kesenjangan sosial ketika mereka berada di lingkup yang memang mahasiswa pada umumnya, dalam artian tidak menyukai K-Pop.

3. Penelitian Lailil Achmada, dengan judul “Pola Perilaku Konsumtif Pecinta Korea Di Korea *Lovers* Surabaya Community” Universitas Negeri Surabaya tahun 2014. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat

¹⁰ Dzakkiyah Nisrina, dkk, “Dampak Konsumerisme Budaya Korea (KPOP) di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang”. *Jurnal Penelitian Humaniora* Vol. 21 No. 1, 2020, 17.

bagaimana pola perilaku konsumtif dari pecinta Korea di Korea *Lovers* Surabaya Community (KLOSS)¹¹. Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya perubahan, baik secara pola sikap, konsumsi, serta menjadi Korea *Lovers* yang cenderung lebih bersifat konsumtif dalam memakai gaji atau uang bulanan yang digunakan untuk kebutuhan yang bersifat *absurd*. Perilaku konsumtif dalam penelitian ini dengan cara mengekspresikan kecintaan dan kefanatikan terhadap Korea, mulai dari mengkonsumsi berbagai macam barang seperti halnya CD *Original* dari idola *boyband* atau *girlfriend*, album-album dari idola mereka, serta membeli aksesoris berbagai K-Pop.

Persamaan dari penelitian ini adalah aktivitas konsumsi yang dilakukan oleh KLOSS yang memakai uang tersebut untuk kebutuhan yang kurang penting, mereka mementingkan kebutuhan yang tidak mereka butuhkan dibandingkan dengan kebutuhan yang sedang dibutuhkan.

Perbedaan dari penelitian ini adalah para penggemar K-Pop tidak mengoleksi CD original yang di *publish* oleh *boyband* maupun *girlband* dari Korea, melainkan hanya mengoleksi barang-barang yang mampu mereka jangkau seperti halnya aksesoris berupa gelang dan kalung.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Yulia Etikasari, dengan judul “ Kontrol Diri Remaja Penggemar K-Pop,” Jurnal Universitas Negeri Yogyakarta tahun 2018. Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan secara rinci

¹¹ Lailil Achmada, Pola Perilaku Konsumtif Pecinta Korea di Korea Lovers Surabaya Community (*KLOSS COMMUNITY*). Vol 02, No 03 (2014) 5.

dan mendalam mengenai kontrol diri pada remaja penggemar K-Pop di Yogyakarta. Penelitian yang digunakan menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan subjek remaja yang aktif mengikuti perkembangan K-Pop, serta memiliki sikap konsumtif dalam membeli setiap barang-barang yang berhubungan dengan K-Pop, dan sering mengikuti gathering serta acara K-Pop. Pengumpulan data yang dilakukan menggunakan metode observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Hasil yang didapatkan dalam melakukan penelitian ini adalah keempat subjek memiliki tingkat kesulitan dalam mengendalikan perilaku dan emosi ketika ada seseorang yang mengejek idola mereka.¹² Perbedaan dalam penelitian ini adalah terdapat perbedaan dalam kontrol diri, yang mana mahasiswa belum dapat mengontrol diri mereka dalam hal *fashion*.

Persamaan pada penelitian ini yaitu kurangnya kontrol diri dalam mahasiswa untuk menahan aktivitas konsumsi, tindakan itu dilakukan karena mereka tergiring oleh simulasi semu yang ditampilkan seolah-olah akan menjadi kenyataan. Sehingga yang mereka lakukan adalah pembelian secara terus menerus, terlebih dalam hal *fashion*.

5. Jurnal yang ditulis oleh Milla Riauzie Poetri dkk, dengan judul “Perilaku Konsumtif Remaja Perempuan Terhadap Trend Fashion Korea di Jakarta Selatan”, Jurnal Ilmiah Sosiologi tahun 2014. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perilaku konsumtif yang dilakukan oleh penggemar remaja perempuan terhadap K-Pop, mengingat minat budaya K-Pop sangat banyak diminati oleh kalangan perempuan. Identifikasi studi melalui

¹² Yulia, Etikasari. “Kontrol Diri Remaja Penggemar K-Pop” *Jurnal Riset dan Bimbingan*, Vol, 4 No 3 (Maret 2018).

drama, musik, toko online, dan pusat belanja. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Temuan dalam penelitian ini menegaskan bahwa anak perempuan di Jakarta Selatan membeli produk *fashion* Korea yang unik, simple, berkualitas tinggi, dan terbuat dari bahan-bahan alami, dan kecantikan para idola telah memengaruhi mereka dalam mengkonsumsi serta rela membelanjakan uang mereka untuk penampilan yang sama persis dengan idola Korea.¹³

Persamaan dari penelitian ini adalah pembelian produk-produk dari Korea meliputi produk kecantikan guna untuk merawat dirinya, hingga mereka berfikir itu yang akan meningkatkan status sosial dalam diri para penggemarnya.

¹³ Milla Riazuie, Poetri dkk. "Perilaku Konsumtif Remaja Perempuan Terhadap Trend Fashion Korea di Jakarta Selatan". *Jurnal Ilmiah Sosiologi* (2014).