

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Hiperrealitas, sebuah kondisi dimana batasan antara realitas dan representasinya menjadi kabur, semakin menguat di era globalisasi. Perkebangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat, terutama media sosial, telah menciptakan suatu ruang realitas simulasi yang begitu meyakinkan sehingga sulit bagi individu untuk membedakan mana yang asli dan mana yang buatan. Dalam dunia yang hiperrealitas ini, citra sempurna, gaya hidup yang glamor, dan informasi secara cepat menjadi standar yang sulit untuk dihindari. Globalisasi, dengan segala konektivitasnya, mempercepat penyebaran citra-citra ini.

Media sosial, sebagai salah satu aktor utama dalam pembentukan hiperrealitas, telah mengubah cara kita dalam berinteraksi dan memandang dunia. platform-platform ini memungkinkan individu untuk menyajikan versi ideal dari diri mereka, menyaring segala ketidaksempurnaan dan menyoroti momen-momen terbaik. Hiperrealitas telah menjadi landasan bagi kesuksesan *K-pop Hallyu*. Dengan menciptakan dunia yang sangat ideal dan sempurna melalui citra para idola yang selalu tampil menarik perhatian penggemar dari seluruh dunia. Dunia disajikan ini begitu memikat sehingga penggemar merasa terhubung secara emosional dengan para idola. Lajunya perkembangan kebudayaan di Korea Selatan yang menciptakan budaya *Hallyu* dengan mudah dapat berkembang pesat hingga ranah internasional, dominasi antusiasme terhadap K-pop di Indonesia terlihat jelas dari banyaknya cuitan terkait topik

tersebutm ,menjadikan indonesia sebagai negara dengan jumlah tweet tertinggi di antara 20 negara lainnya (Wardani, 2021).

Yang memiliki banyak penggemar *K-pop* mulai membentuk komunitas, penggemar di Indonesia menandakan bahwa pengaruh dari Korea sangat kuat. Tercatat dalam yousay.id, Indonesia merupakan negara yang menempati posisi pertama dengan jumlah penggemar *K-pop* terbanyak tahun 2021. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa terhitung mulai 1 juli 2020 sampai dengan tahun 2021, terlihat sekitar 7,5 miliar *tweet* yang berhubungan dengan *K-pop*. Tentu saja jumlah ini mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya yaitu sebanyak 6,1 miliar *tweet* (Data Tempo, 2021) maka dari itu menunjukkan gambaran bahwa kebudayaan Korea mempengaruhi berbagai aspek kehidupan masyarakat dan memberikan berbagai dampak terutama bagi para penggemar *K-pop*. Tidak sedikit penggemar *K-pop* yang menghabiskan waktu dan uang mereka untuk mencari informasi mengenai idolanya dengan terus aktif di berbagai media sosial. Prilaku tersebut seringkali membuat para penggemar memiliki ketagihan yang berlebihan terhadap sang idola bahkan mengarah pada sifat fanatik. Fanatisme adalah bentuk keterlibatan yang sangat mendalam terhadap suatu hal, yang melibatkan semangat, kedekatan emosional, dan loyalitas tinggi. Keterlibatan ini berada di atas rata-rata dan bisa diarahkan pada berbagai objek seperti merek, tokoh public, acara TV, atau aktivitas konsumsi lainnya (Jannah, 2024).

Fanatisme akan memberikan motivasi kepada para penggemar *K-pop* untuk terus membeli barang-barang yang berhubungan dengan idola mereka.

Pembelian barang-barang *Official* ini seringkali dilakukan untuk bentuk dukungan dan apresiasi para penggemar itu terhadap idolanya, namun bukan hanya itu saja tujuan pembelian barang ini seringkali untuk kepuasan dari diri penggemar itu sendiri. Para penggemar *K-pop* atau yang biasanya disebut *K-popers* ini terbilang sangat royal untuk para idolanya. Penggemar yang berasal dari berbagai komunitas akan mempunyai cara tersendiri untuk mengekspresikan loyalitas dan apresiasinya terhadap karya idolanya. Setiap idola *K-pop* memiliki komunitas atau klub penggemar dengan nama yang berbeda. Biasanya nama klub tersebut memang telah disediakan oleh pihak idol sebagai sebutan akrab untuk para penggemarnya. *Zerose* merupakan sebutan bagi para penggemar boy group bernama *Zerobaseone* yang diresmikan 1 mei 2023.

*Zerobaseone* adalah *boy group* asal Korea Selatan yang dibentuk dan dikelola oleh agensi *Wakeone Entertainment*, *Zerobaseone* baru diumumkan akan debut Tengah tahun 2023 oleh agensi *Wakaone* namun penggemar sudah bersiap-siap untuk merogoh kocek mereka untuk membeli album. Tercatat pada *Kvibes.id* Pre-order album sudah mencapai 1.08 juta, Jumlah tersebut menggambarkan tingginya antusias para *Zerose* saat debut pertama idolanya. Penggemar yang fanatik dan berperilaku konsumtif menganggap bahwa membeli barang *Official* merupakan sebuah keharusan untuk dipenuhi. Selain mengapresiasi karya idola, kegiatan membeli barang seperti album dan *merchandise* lain akan memberikan kesenangan dan kepuasan tersendiri. *Merchandise* official yang terjual langsung oleh agensi *Zerobaseone* yaitu *Wakaone Entertainment* dibandrol dengan harga mulai dari ratusan ribu hingga

jutaan rupiah. *Merchandise* yang ditawarkan dapat berupa album, Lightstick, baju, totebag, gantungan kunci, dan barang-barang lainnya.

Media masa seperti Instagram memiliki pengaruh terhadap hiperrealitas, di mana pola konsumsi, gaya hidup masyarakat dan kebutuhan-kebutuhan masyarakat diciptakan melalui tanda, simbol, atau citra. Dalam konteks kebudayaan korea, banyak produk yang diiklankan oleh idola Korea yang menarik minat penggemarnya. Para penggemarnya terpengaruh oleh citra idola mereka. Ditambah lagi jika berhubungan dengan penggemar *K-pop*, di mana mereka memiliki sebuah kesadaran bahwa sebagai penggemar harus memiliki barang-barang berbau *K-pop* agar diakui sebagai penggemar sejati. Fenomena ini dibuktikan oleh adanya para penggemar Zerobaseone Malang, memiliki kegiatan rutin menggelar acara kumpul-kumpul. Biasanya, mereka memilih tempat-tempat estetik seperti kafe atau bioskop untuk bersama-sama menikmati konten terbaru dari idolanya. Acara ini tidak hanya sekedar menonton, melainkan juga ajang bagi para penggemar untuk memamerkan koleksi *merchandise* resmi mereka. Mulai dari lightstick yang menyala terang, banner bertuliskan nama idola kesayangan, hingga boneka karakter yang menggemaskan, semuanya menjadi bagian tak terpisahkan dari atmosfer meriah pertemuan mereka. Momen-momen seru ini diabadikan dan dibagikan melalui akun Instagram resmi Zerose Malang, sehingga penggemar lain bisa ikut merasakan euphoria yang sama.

Industri pemasaran memainkan peran dalam mendorong konsumerisme. Gaya hidup Masyarakat modern mengalami pergeseran signifikan, dulu, pemenuhan kebutuhan dasar menjadi prioritas utama. Namun, seiring

berjalannya waktu, Masyarakat semakin terdorong untuk mengkonsumsi barang dan jasa secara berlebihan. Konsumsi ini bukan sekedar memenuhi kebutuhan, tetapi telah menjadi gaya hidup yang identik dengan status sosial, kesenangan, dan pemuasan diri. Nilai-nilai materialistik pun semakin menguat, di mana kepemilikan barang dianggap sebagai simbol keberhasilan dan kebahagiaan.

Baudrillard menyatakan bahwa masyarakat kontemporer tidak lagi hidup dalam realitas yang murni, melainkan dalam dunia citra dan tanda yang telah menggantikan kenyataan itu sendiri. Dalam konteks fandom K-pop, penggemar mengembangkan relasi emosional melalui simbol dan citra yang diproduksi oleh industri hiburan dan media sosial. Merchandise menjadi salah satu elemen utama dalam proses ini, tidak hanya sebagai objek konsumsi, melainkan sebagai simbol yang mengandung makna, identitas, dan perasaan keterhubungan.

Hiperrealitas yang melekat pada dunia K-pop telah menciptakan standar gaya hidup yang ideal namun seringkali tidak realistis. Para penggemar, yang terpapar citra sempurna para idola, seringkali merasa terdorong untuk meniru. Dorongan ini muncul dari hasrat untuk merasa lebih dekat dengan idola yang mereka kagumi, seolah-olah mereka juga dapat menciptakan kesempurnaan yang sama. Konsekuensinya, penggemar seringkali terjebak dalam konsumsi berlebihan, membeli *official merchandise*. Perilaku konsumsi ini didorong oleh keinginan untuk memenuhi kepuasan, seperti merasa menjadi bagian dari komunitas penggemar atau mendapatkan validasi sosial. Mirisnya meskipun

konsumsi ini memberikan kepuasan semu, kurangnya memberikan manfaat yang signifikan bagi kehidupan mereka secara keseluruhan. Penelitian ini menggaris bawahi bagaimana industri hiburan Korea Selatan, khususnya melalui boy group Zerobaseone berhasil menciptakan fenomena budaya yang begitu kuat sehingga mampu mempengaruhi perilaku penggemar. Daya Tarik utama dari fenomena ini terletak pada kemampuannya untuk memberikan kenikmatan semu yang membuat penggemar merasa terhubung dengan idola mereka.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalahnya adalah Bagaimana hiperrealitas official merchandise zerobaseone yang ada di kota Malang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan masalah bagaimana hiperrealitas *official merchandise* Zerobaseone yang ada di Kota Malang dan lebih mendalami fenomena hiperrealitas yang terjadi pada *Official merchandise* Zerobaseone yang berlokasi di Kota Malang. Dalam konteks ini, hiperrealitas merujuk pada kondisi di mana batas antara realitas dan simulasi menjadi kabur, sehingga menciptakan pengalaman yang lebih dari sekadar kenyataan. Penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana *merchandise* yang ditawarkan tidak hanya berfungsi sebagai barang dagangan, tetapi juga sebagai simbol identitas dan pengalaman bagi para penggemar.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan para pembaca dalam membuka wawasan yang lebih luas, diharapkan juga membantu memberikan sebuah pemahaman dan intelektual mengenai Hiperrealitas Official Merchandise Zerobaseone, yang tentunya menjadi sebuah landasan penting dalam kajian ilmu sosiologi kebudayaan di seluruh lapisan masyarakat dan tentunya bagi peneliti secara pribadi.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

#### a. Bagi Penggemar

Melalui penelitian ini, peneliti berharap penggemar terutama fans Zerobaseone memberikan wawasan mengenai bagaimana keterlibatan mereka dalam konsumsi *merchandise* tidak hanya bersifat emosional tetapi juga memiliki aspek sosial dan simbolik yang membentuk identitas penggemar.

#### b. Bagi Prodi Sosiologi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam bentuk kajian sosiologis yang menghadirkan wawasan baru, khususnya mengenai fenomena hiperrealitas *official merchandise* di Kota Malang melalui aktivitas komunitas Zerose.

#### c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya, khususnya yang ingin mengkaji lebih dalam relasi antara budaya populer, konsumsi simbolik, dan konstruksi realitas dalam Masyarakat digital.

## **1.5 Definisi Konsep**

### **1.5.1 Hiperrealitas**

Konsep ini pertama kali diperkenalkan oleh Jean Baudrillard, Hiperrealitas adalah sebuah kondisi di mana batas antara realitas yang kita alami sehari-hari dengan dunia simulasi atau representasi menjadi sangat kabur, bahkan bisa dikatakan terbalik.

### **1.5.2 Official merchandise**

*Official merchandise* atau *merchandise* resmi adalah produk-produk yang secara resmi dilisensikan atau diproduksi oleh suatu entitas tertentu, seperti band, Musisi, film, video game, atau merek. Produk-produk ini biasanya menampilkan logo, karakter, atau desain yang khas dari entitas tersebut.

### **1.5.3 Zerobasone**

Zerobasone adalah grup idola pria asal Kora Selatan yang terbentuk melalui ajang pencarian bakat “Boys Planet” di Mnet. Grup ini terdiri dari Sembilan anggota yang dipilih melalui sistem voting global. Zerobasone resmi debut pada juli 2023 dan langsung menarik perhatian penggemar K-Pop di seluruh dunia. Nama grup ini memiliki arti yang mendalam, yaitu “dari nol menjadi satu”, yang merepresentasikan perjalanan para anggota dari masa trainee menjadi idola. Dengan bakat vocal, dance, dan visual yang memukau, Zerobasone siap mencuri perhatian di industri musik K-Pop.

## 1.6 Metode Penelitian

### 1.6.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian kualitatif menitikberatkan pada eksplorasi mendalam guna memperoleh pemahaman utuh terhadap suatu fenomena. Creswell menyatakan bahwa metode ini bertujuan untuk menelusuri dan menafsirkan makna yang diberikan oleh individu maupun kelompok terhadap permasalahan sosial dan kemanusiaan. Melalui pendekatan ini, penelitian kualitatif mampu menyajikan gambaran menyeluruh yang mencerminkan konteks secara holistik (Creswell & Creswell, 2023). Sehingga diharapkan dalam penelitian ini dapat mengetahui motivasi dari pembelian *merchandise* yang ada pada komunitas Zerobaseone. Penelitian kualitatif juga untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami subjek penelitian, baik dalam bentuk tindakan, cara pandang, maupun dorongan yang melatarbelakanginya, serta menjelaskan aspek-aspek dari dampak sosial yang menyertai (Sugiono, 2013)

### 1.6.2 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi, yang berfokus pada pemahaman secara mendalam terhadap pengalaman subjektif manusia. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk mengungkap makna yang terkandung dalam pengalaman individu, khususnya yang berkaitan dengan fenomena hiperrealitas pada official merchandise Zerobaseone. Dalam pendekatan fenomenologis, perhatian utama diberikan pada upaya menggali, memahami, dan menafsirkan makna dari suatu fenomena, peristiwa, serta kaitannya dengan individu dalam konteks kehidupan sehari-hari. Adapun beberapa ciri khas dari penelitian fenomenologi antara lain sebagai berikut:

1. Penelitian fenomenologi tidak didasarkan pada anggapan bahwa peneliti sudah mengetahui makna dari suatu pengalaman bagi individu yang diteliti, melainkan berusaha mempelajarinya secara langsung dari subjek.
2. Proses penelitian ini diawali dengan sikap “diam” atau tanpa prasangka, agar peneliti dapat menangkap makna sejati dari fenomena yang dikaji.
3. Pendekatan ini menitikberatkan pada aspek subjektivitas dalam perilaku manusia, peneliti berupaya memahami dunia konseptual subjek dengan masuk ke dalam cara pandang mereka, untuk mengetahui bagaimana mereka membentuk makna atas peristiwa-peristiwa kehidupan sehari-hari (Heidegger, 1990)

Dalam pandangan fenomenologi, pengalaman manusia dapat diinterpretasikan melalui berbagai cara, salah satunya melalui interaksi dengan orang lain. Pengalaman ini mencerminkan makna realitas yang dibentuk melalui hubungan sosial, sehingga pada akhirnya realitas dianggap sebagai konstruksi sosial (Nursapia, 2020)

### **1.6.3 Lokasi Penelitian**

Pemilihan kota Malang sebagai Lokasi penelitian ini didasarkan pada pengamatan mendalam terhadap fenomena hiperrealitas yang semakin marak di kalangan remaja perkotaan. Kota Malang, dengan dinamika sosialnya yang dinamis dan aksesibilitas terhadap teknologi yang tinggi, telah menjadi semacam ‘laboratorium sosial’ di mana konstruksi identitas remaja dalam era digital. Sebagai kota pelajar dengan populasi mahasiswa yang besar dan komunitas penggemar K-pop yang aktif, Kota Malang menawarkan

keberagaman budaya remaja yang menarik untuk diteliti. Selain itu, keberadaan pusat perbelanjaan modern, kafe-kafe bergaya, dan ruang publik yang terhubung dengan internet memberikan ruang yang luas bagi komunitas untuk berinteraksi dengan berbagai simbol dan tanda budaya populer. Dengan demikian, Malang menjadi konteks yang kaya akan untuk mengkaji bagaimana hiperrealitas membentuk dan dibentuk oleh praktik-praktik konsumsi.

#### **1.6.4 Teknik Penentuan Subjek**

Dalam penelitian ini, pemilihan subjek dilakukan melalui metode purposive sampling, yaitu teknik yang digunakan oleh peneliti untuk menentukan partisipan berdasarkan kriteria tertentu yang dianggap sesuai dengan kebutuhan dan tujuan studi. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh data yang lebih mendalam dan terfokus, karena informasi yang dikumpulkan berasal dari individu yang benar-benar relevan dengan topik penelitian. Adapun kriteria pemilihan subjek dalam penelitian ini meliputi:

1. Pertama, subjek merupakan individu yang tergabung sebagai anggota aktif dalam komunitas Zerose yang berlokasi di Kota Malang. Keikutsertaan dalam komunitas ini menjadi syarat utama karena komunitas tersebut merupakan konteks sosial tempat interaksi dan aktivitas yang menjadi objek kajian penelitian berlangsung.
2. Kedua, subjek merupakan seorang mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan di jenjang perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta, yang secara aktif mengikuti proses perkuliahan. Kriteria ini bertujuan untuk memperoleh data dari individu yang berada dalam masa transisi

menuju kedewasaan dan kemandirian, serta sedang menghadapi tantangan akademik sebagai bagian dari kehidupannya.

3. Ketiga, subjek memiliki ketertarikan khusus terhadap boy group Korea Selatan bernama Zerobaseone, yang ditunjukkan dengan kebiasaan membeli barang-barang resmi atau *merchandise* original dari grup tersebut. Preferensi ini mencerminkan keterlibatan emosional dan finansial subjek terhadap budaya populer Korea, khususnya dalam bentuk konsumsi produk-produk budaya yang bersifat komersial.
4. Keempat, subjek adalah pengguna aktif media sosial, baik dalam hal konsumsi maupun produksi konten, sehingga memiliki kecenderungan untuk mengekspresikan diri, berinteraksi dalam komunitas digital, serta mengikuti perkembangan tren melalui platform-platform sosial media seperti Instagram. Aktivitas ini penting untuk melihat bagaimana subjek membangun identitas dan berjejaring secara daring sebagai bagian dari kehidupannya.

Dengan mempertimbangkan keempat kriteria tersebut, subjek yang terpilih dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif dan representatif terhadap fenomena yang dikaji, yakni keterlibatan generasi muda dalam komunitas penggemar berbasis digital dan budaya populer, serta dinamika sosial yang terbentuk di dalamnya.

#### **1.6.5 Teknik Pengumpulan Data**

Proses pengumpulan data merupakan tahapan yang sangat krusial dalam sebuah penelitian, karena inti dari kegiatan penelitian adalah memperoleh data yang valid agar analisis dapat dilakukan secara tepat sesuai dengan prosedur

yang telah ditentukan. Dalam studi mengenai *Hiperrealitas Official Merchandise Zerobaseone*, peneliti menerapkan dua jenis teknik pengumpulan data, di mana masing-masing teknik disesuaikan dengan kondisi faktual di lapangan guna memperoleh informasi yang relevan. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

## 1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung di lapangan oleh peneliti itu sendiri. Data primer berupa:

### a. Observasi

Observasi adalah salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung berbagai fenomena atau perilaku yang terjadi di lapangan. Metode ini memberikan kesempatan kepada peneliti untuk mencatat kejadian sebagaimana adanya dalam konteks nyata, tanpa memberikan intervensi atau memengaruhi situasi yang diamati (Wani, 2024) Observasi langsung oleh peneliti dengan judul *Hiperealitas Official merchandise* dilakukan dengan turun lapangan, observasi dilakukan secara intensif pada komunitas Zerobaseone bertujuan untuk mendeskripsikan secara mendalam pada interaksi antara anggota komunitas komunitas dengan aktivitas penggunaan dan pembelian *merchandise*. Terfokus observasi yang dilakukan untuk admin komunitas Zerobaseone secara individual, peneliti akan memberikan beberapa

pertanyaan sesuai dengan judul dan mencatat apa yang dilihat dari peneliti

Observasi pada penelitian ini juga melibatkan pengamatan partisipasi langsung dalam berbagai kegiatan yang dilakukan oleh komunitas:

- a) Dalam subjek pertama, peneliti menerapkan pendekatan yang lebih spesifik dengan melakukan pengamatan langsung terhadap kegiatan administrasi dalam komunitas Zerobaseone. peneliti akan mengikuti tahapan yang serupa namun dengan penekanan pada observasi langsung dan interaksi yang lebih mendalam, sambil tetap mengaitkan dengan konsep hiperrealitas yang muncul dari penggunaan *official merchandise*. Tahapan pertama dimulai dengan peneliti melakukan pendekatan kepada anggota komunitas Zerobaseone, di mana peneliti akan berusaha membangun kepercayaan dan menciptakan suasana yang nyaman.

Setelah hubungan awal terjalin, peneliti akan melakukan observasi langsung selama acara komunitas, mencatat interaksi antar anggota, serta dinamika kelompok yang terjadi. Dalam konteks ini, peneliti akan memperhatikan bagaimana *merchandise* berfungsi sebagai alat untuk membangun identitas kolektif dan menciptakan pengalaman yang lebih besar dari sekadar kehadiran

fisik. Peneliti akan mencatat bagaimana anggota menggunakan *merchandise* untuk mengekspresikan diri dan memperkuat rasa kepemilikan terhadap komunitas, yang menciptakan hiperrealitas di mana *merchandise* menjadi simbol status dan pengakuan sosial. Selain itu, peneliti juga memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk mengamati aktivitas dan interaksi anggota komunitas, yang memberikan perspektif tambahan mengenai bagaimana komunitas ini berjalan dan berkomunikasi di luar kegiatan. Dengan menggabungkan kedua metode pengamatan ini, peneliti berharap dapat melihat ruang hiperrealitas yang tercipta.

b) Subjek ke dua, peneliti secara aktif terlibat dalam interaksi dengan anggota komunitas Zerobaseone, dengan fokus khusus pada konsep hiperrealitas yang terkait dengan *official merchandise* dan melihat penggunaan *merchandise* tersebut. Melalui interaksi ini, peneliti berusaha memahami motivasi di balik tindakan anggota, dengan mendengarkan cerita dan alasan yang mereka sampaikan terkait Keputusan pembelian yang mereka lakukan. Selain pengamatan langsung, peneliti juga akan melakukan observasi tidak langsung melalui platform media sosial sama seperti subjek sebelumnya. Dengan cara ini, peneliti dapat mengumpulkan data yang

lebih kaya dan beragam, yang mencakup perspektif anggota mengenai *merchandise* serta bagaimana hal tersebut berkontribusi pada identitas dan pengalaman mereka dalam komunitas. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai hubungan anggota dan *merchandise*, serta dampaknya secara keseluruhan.

- c) Pada subjek ketiga, peneliti akan menerapkan teknik yang serupa dengan yang digunakan pada subjek sebelumnya, yaitu melakukan observasi secara langsung untuk mendapatkan pemahaman yang lebih detail. Peneliti akan melanjutkan dengan observasi langsung saat anggota menghadiri acara komunitas, di mana peneliti akan mencatat perilaku mereka, interaksi dengan anggota lain, serta penggunaan *merchandise* yang tersedia. Dalam konteks ini, peneliti akan memperhatikan bagaimana *merchandise* tersebut tidak hanya berfungsi sebagai barang fisik, tetapi juga sebagai simbol identitas dan pengalaman kolektif yang menciptakan hiperrealitas di mana *merchandise* menjadi lebih dari sekadar produk, melainkan representasi dari nilai-nilai dan aspirasi komunitas. Dalam hal ini, peneliti tidak hanya akan mengamati perilaku anggota saat berpartisipasi dalam kegiatan, tetapi juga memanfaatkan

kemampuannya untuk mendekati subjek dengan cara yang lebih personal dan akrab. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk membangun hubungan yang lebih baik dengan para anggota komunitas, sehingga mereka merasa nyaman untuk berbagi pengalaman dan pandangan mereka. Dengan melakukan observasi langsung dan interaksi yang lebih dekat, peneliti berharap dapat menggali informasi. Melalui kombinasi antara pengamatan dan pendekatan secara personal ini, peneliti berupaya untuk Menyusun sebuah gambaran lebih jelas.

Observasi dipandang sebagai metode yang autentik karena dilakukan melalui pengamatan langsung tanpa melakukan modifikasi atau intervensi terhadap situasi yang sedang berlangsung, sehingga data yang diperoleh cenderung lebih natural. Meskipun demikian, teknik ini juga memiliki sejumlah keterbatasan, seperti membutuhkan waktu yang relatif lama serta adanya kemungkinan munculnya bias dari peneliti dalam proses pengamatan (Siti Romdona, 2025).

#### **b. Wawancara**

Wawancara dilakukan untuk memahami lebih dalam mengenai komunitas Zerobaseone dalam proses pembelian *merchandise*. Proses wawancara ini melibatkan serangkaian pertanyaan yang dirancang untuk menggali informasi

komprehensif mengenai preferensi, motivasi, dan perilaku anggota komunitas dalam bertransaksi. Sebelum pelaksanaan wawancara, peneliti melakukan persiapan dengan menyusun panduan wawancara yang mencakup berbagai aspek, seperti jenis *merchandise* yang diminati, alasan di balik pembelian, serta pengalaman berbelanja yang dialami oleh anggota komunitas:

- a) Pada subjek pertama, peneliti akan melaksanakan proses wawancara setelah menjalin pendekatan yang baik dengan subjek, dengan tujuan untuk menciptakan suasana yang nyaman dan akrab. Dalam upaya ini, peneliti berusaha agar proses wawancara tidak terasa formal atau kaku, melainkan mengalir seperti sebuah obrolan ringan biasa dilakukan antara teman. Dengan pendekatan yang lebih santai ini, diharapkan subjek akan merasa lebih bebas untuk berbagi informasi, pengalaman, dan cerita mereka tanpa merasa tertekan atau terintimidasi. Peneliti percaya bahwa suasana yang hangat dan bersahabat akan mendorong subjek lebih terbuka, sehingga informasi yang diperoleh lebih mendalam.
- b) Subjek yang kedua, peneliti akan mengikuti serangkaian tahapan yang dirancang untuk memahami interaksi anggota komunitas Zerobaseone secara mendalam,

dengan fokus khusus pada konsep hiperrealitas yang terkait dengan *official merchandise*. Tahapan pertama membangun hubungan awal dengan anggota komunitas melalui interaksi informal, seperti berpartisipasi dalam kegiatan mereka dan terlibat dalam percakapan ringan. Hal ini bertujuan untuk menciptakan suasana akrab dan nyaman, sehingga anggota merasa lebih terbuka untuk berbagi pengalaman dan pandangan mereka. Setelah hubungan awal terjalin, peneliti akan melakukan wawancara semi-terstruktur dengan anggota, di mana mereka akan didorong untuk menceritakan alasan di balik pembelian *merchandise* dan bagaimana hal tersebut berkontribusi pada identitas mereka dalam komunitas. Dengan menggabungkan berbagai metode ini, peneliti berharap dapat memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai hubungan anggota dengan *merchandise* dan dampaknya terhadap keterlibatan mereka dalam komunitas, serta bagaimana *merchandise* tersebut menciptakan pengalaman hiperrealitas yang memperkuat ikatan sosial di antara anggota. Wawancara dilakukan secara langsung dan daring, dengan melibatkan sejumlah anggota komunitas yang dipilih secara purposive untuk memastikan keberagaman persepektif.

c) Pada subjek ketiga, peneliti akan menerapkan pendekatan yang serupa dengan yang digunakan pada subjek pertama dan kedua, namun dengan penambahan beberapa pertanyaan yang dirancang khusus untuk menggali perspektif yang berbeda dan mendapatkan wawasan baru. Dalam tahapan ini, peneliti akan memperluas fokus wawancara dengan menambahkan pertanyaan yang lebih mendalam dan beragam.

Pertanyaan-pertanyaan ini akan diarahkan untuk mengeksplorasi pengalaman unik anggota, serta pandangan mereka mengenai peran *merchandise* dalam membentuk identitas dan dinamika komunitas. Dengan cara ini, peneliti berharap dapat mengidentifikasi nuansa yang mungkin terlewatkan dalam wawancara sebelumnya, serta mendapatkan sudut pandang yang lebih luas mengenai bagaimana *merchandise* berfungsi sebagai simbol dan alat komunikasi dalam komunitas.

Selain itu, peneliti akan berusaha untuk menciptakan suasana yang akrab dan nyaman, sehingga anggota merasa bebas untuk berbagi cerita dan pengalaman mereka tanpa merasa tertekan. Melalui pendekatan ini, peneliti berharap dapat menyusun gambaran yang lebih komprehensif dan penggunaan *merchandise* dapat

menciptakan pengalaman yang kaya dan beragam bagi setiap anggota.

Data yang diperoleh dari wawancara ini kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi pola yang muncul, yang selanjutnya akan digunakan untuk menggali faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan pembelian *merchandise*. Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk memahami bagaimana interaksi antar anggota komunitas, baik dalam hal rekomendasi produk maupun dukungan sosial.

Dengan demikian, hasil wawancara diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman tentang komunitas Zeribaseone dan perilaku konsumen dalam konteks *merchandise*, dengan wawancara peneliti dapat menggali lebih dalam aspek-aspek tertentu dari informan, termasuk pandangan, pengalaman, dan emosi yang mungkin tidak muncul dalam observasi (Nasution, 2023).

### **c. Dokumentasi**

Dokumentasi untuk tahap awal menggunakan media camera guna mengumpulkan bukti dalam kepemilikan barang *Official merchandise* serta mengabadikan momen kegiatan untuk mengetahui interaksi yang terjadi dalam motivasi pembelian *merchandise* oleh komunitas Zerobaseone, serta untuk melihat seberapa banyak anggota dalam memiliki *official merchandise* dengan tujuan untuk mengetahui berbagai faktor

yang mempengaruhi keputusan anggota komunitas dalam bertransaksi, termasuk aspek emosional, sosial dan ruang hiperealitas yang tercipta. Tahap jika peneliti sudah dekat dengan subjek maka perlu untuk melakukan dokumentasi dengan cara diam-diam atau cenderung mereka tidak menyadari hal ini dikarenakan untuk menghindari pernyataan-pernyataan palsu,

Dokumentasi berupa kepemilikan barang official oleh anggota, dan ikut dalam kegiatan guna menemukan data yang diperlukan oleh peneliti. Selain melalui wawancara dan observasi, informasi juga dapat diperoleh lewat fakta yang tersimpan dalam bentuk surat, catatan harian, arsip foto, hasil observasi, kegiatan dan sebagainya. Data berupa dokumen seperti ini dapat dipakai untuk menggali informasi yang terjadi. Peneliti perlu memiliki kepekaan untuk memaknai semua dokumen tersebut sehingga tidak sekedar batang yang tidak bermakna (Annisa et, al. 2023).

## **2. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang dapat diperoleh oleh peneliti melalui sumber – sumber yang telah ada tanpa harus turun lapang. Data sekunder dapat berupa :

- a. Jurnal
- b. Buku
- c. Data lainnya

### 1.6.6 Teknik Analisa Data

Teknik analisis data berfungsi untuk menjelaskan jenis penelitian serta metode yang digunakan, sehingga memudahkan pemahaman mengenai maksud dan arah penelitian. Proses analisis data dapat dipengaruhi oleh sudut pandang atau persepsi peneliti terhadap fenomena yang dikaji, sehingga hasil yang diperoleh mencerminkan realitas sebagaimana yang tampak secara alami dalam konteks tersebut..

1. Penelitian mengenai Hiperrealitas menggunakan jenis penelitian fenomenologi. Aliran analisis data menurut Creswell adalah sebagai berikut :Menentukan lingkup fenomena yang akan dikaji melalui para subjek
2. Menyusun daftar pertanyaan untuk mengungkap pemahaman dari pengalaman subjek
3. Mengumpulkan data atau informasi dari subjek yang mengalami fenomena yang diteliti melalui teknik pengumpulan data seperti wawancara dan observasi.
4. Melakukan analisis data fenomenologi melalui beberapa tahap, antara lain
  - a. Tahap Awal

Pada tahap ini peneliti mendeskripsikan fenomena yang dialami oleh subjek secara menyeluruh

- b. Tahap *Horizontalization*

Pada tahap ini peneliti melakukan inventarisasi pertanyaan-pertanyaan penting yang relevan dengan topik penelitian

- c. Tahap *Cluster of Meaning*

Tahap ini peneliti mengklasifikasikan pertanyaan-pertanyaan yang telah diinventarisasikan ke dalam tema-tema atau unit-unit makna. Dalam tahap ini terdapat prosedur yang harus dilakukan sebagai berikut

a) *Textural Description* : peneliti mendeskripsikan fenomena yang dialami oleh subjek

b) *Struktural Description* : peneliti mencari segala makna berdasarkan pada opini, perasaan, harapan maupun penilaian peneliti terhadap fenomena yang diteliti

d. Tahap Deskripsi Esensi

Pada tahap ini peneliti membangun deskripsi mengenai makna dari fenomena yang dialami oleh subjek secara keseluruhan

e. Melaporkan hasil penelitian kepada pembaca mengenai suatu fenomena yang dialami oleh seseorang dengan tujuan menunjukkan bahwa terdapat struktur yang penting pada fenomena tersebut.

### 1.6.7 Teknik Validitas Data

Teknik validitas data pada penelitian ini menggunakan triangulasi yaitu konsep ini mengacu pada upaya untuk memeriksa kebenaran informasi dengan cara mengumpulkan data dari berbagai sumber dan menggunakan metode yang berbeda-beda. Dengan demikian, peneliti dapat mengurangi bias yang mungkin terjadi pada saat pengumpulan dan analisis data. Terdapat dua jenis triangulasi yang digunakan peneliti, yaitu;

#### 1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber adalah triangulasi pertama yang dibahas dalam menguji daya dari beberapa informan yang akan menerima informasinya

dengan cara melakukan mengecek data yang diperoleh selama penelitian melalui berbagai sumber atau subjek, dapat meningkatkan kreadibilitas data (Alfansyur, Andarusni, 2020). Dengan teknik ini, peneliti dapat mengumpulkan data dari berbagai subjek.

