

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Maka dalam kajian pustaka ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut :

1. Hasil penelitian Tirra Nugrahani Dewi, Nurudin (2019)

Penelitian Tirra Nugrahani Dewi, Nurudin (2019), berjudul *“PERILAKU KOMUNIKASI KOMUNITAS KPOPERS PALANGKA RAYA DALAM LOYALITAS PADA IDOLA”*. Penelitian ini menggunakan pendekatan dan studi kasus kualitatif sehingga data berbentuk deskriptif dalam bentuk tertulis atau lisan sehingga mendapatkan gambaran yang menyeluruh mengenai permasalahan yang diteliti, dengan menggunakan Komunitas Kpopers Palangka Raya sebagai subjek penelitian.

Dalam penelitian ditemukan beberapa upaya untuk membangun loyalitas terhadap idola mereka, para penggemar akan mempromosikan dan mengenalkan hasil karya idolanya maupun musisi Kpop lainnya kepada anggota komunitas maupun masyarakat umum di Kota Palangkaraya dalam bentuk festival, seminar, kompetisi, dan publikasi. Pendekatan ini dimulai dengan pengenalan budaya Korea Selatan dan musik Kpop yang memiliki ciri khas pada masing-masing group atau musisi, serta membagikan informasi mengenai album-album musik dari musisi Korea, komunitas berharap untuk menarik minat masyarakat terhadap musik Kpop dan budaya Korea Selatan dapat berkembang dengan baik dan meluas di wilayah mereka.

Peran komunitas-komunitas dengan pihak luar komunitas atau masyarakat umum menjadi salah satu upaya mereka dalam membangun loyalitas dengan menjadi wadah promosi dan mensosialisasikan idola mereka sehingga menghasilkan penggemar-penggemar kpopers baru.

2. Hasil penelitian Prita Ciptaningtyas, Anggun Resdari Prasetyo (2022)

Penelitian Prita Ciptaningtyas, Anggun Resdari Prasetyo (2022), berjudul “*HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PEMBELIAN MERCHANDISE PADA REMAJA PENGGEMAR GRUP K-POP NCT (NEO CULTURE TECHNOLOGY) DI INDONESIA*”. Pada penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan teknik metode *convenience sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan berdasarkan kebetulan, dengan Metode analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah dengan analisis regresi sederhana menggunakan SPSS 26.0.

Subjek penelitiannya yaitu anggota yang bergabung dalam grup aplikasi Line ‘NCTZEN WTS/WTT/WTB’ dengan karyawan tetap sebagai karakteristik subjek penelitian.

Konformitas merupakan kecenderungan individu untuk bersikap sesuai dengan norma yang ada dalam kelompok untuk menghindari penolakan dan akhirnya dapat diterima oleh kelompok. Pada hasil yang telah disebutkan, Semakin tinggi tingkat konformitas pada diri seseorang maka semakin tinggi juga kemungkinan mereka akan terlibat dalam perilaku konsumtif seperti pembelian *merchandise* karena pada data yang telah didapatkan oleh peneliti, terdapat 19,9% konformitas berpengaruh terhadap perilaku tersebut sementara 80,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Pada penelitian ini, ditemukan bahwa perilaku konformitas sendiri cenderung dari usia remaja akhir dengan memegang 5,97% sementara sisanya berasal dari usia remaja awal.

3. Hasil penelitian Salsabela Diema Yorenagea Hayati, Adhyatman Prabowo, dan Udi Rosida Hijrianti (2022)

Penelitian Salsabela Diema Yorenagea Hayati, Adhyatman Prabowo, dan Udi Rosida Hijrianti (2022), berjudul “*KEBIJAKSANAAN (WISDOM) DAN FANATISME PADA PENGGEMAR K-POP*”. Pada Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sehingga analisa data berbentuk angka dan diolah menjadi metode statistika. Desain penelitian berupa penelitian korelasional, yang bertujuan untuk menguji secara ilmiah antara dua variabel ataupun lebih, dengan melibatkan subjek penelitian berkriteria yaitu penggemar K-pop berusia 18–21 tahun dengan minimal menjadi penggemar selama 1 tahun.

Manusia pada umumnya sebagai makhluk sosial tentu akan melakukan kegiatan sosialnya dengan kelompok yang serupa dengan dirinya, anggota kelompok yang sangat dekat atau terikat dengan kelompoknya membuat dorongan untuk saling menyesuaikan sehingga dapat mempengaruhi tingkat fanatisme pada masing-masing individu karena adanya rasa untuk mencapai tujuan bersama mengenai dukungannya kepada objek fanatisme, Kematangan emosi juga menjadi salah satu variabel yang berhubungan dengan tindak fanatisme karena pada data yang ditemukan sebesar 17.8% sumbangan atas pengaruh hal tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian, tidak ditemukannya hubungan yang signifikan antara kebijaksanaan dan fanatisme pada kalangan penggemar K-Pop. Implikasi dari penelitian ini adalah kebijaksanaan belum terbukti atau tidak mampu secara efektif mengurangi tingkat fanatisme di antara penggemar K-Pop.

4. Hasil penelitian Ira Putri Tanjung, Nancy Naomi Aritonang (2023)

Penelitian Ira Putri Tanjung, Nancy Naomi Aritonang (2023), berjudul “*HUBUNGAN GAYA HIDUP HEDONIS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF*”

PADA MAHASISWA PENGGEMAR K-POP DI KOTA MEDAN". Penelitian ini menggunakan kuantitatif lalu diolah dan dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan *statistic inferensial*, Menggunakan subjek penelitian mahasiswa kpopers se Kota Medan dengan pengambilan menggunakan teknik *sampling purposive* rumus oleh Isaac dan Michael (Khairinal *et al.*, 2022).

Pada penelitian ini ditemukan data bahwa tingginya gaya hidup hedonisme semakin mempengaruhi perilaku konsumtif para kpopers, hal ini berlaku sebaliknya, saat gaya hidup tidak terlalu hedonisme maka perilaku konsumtif pun rendah. Mahasiswa yang berkiblat gaya hidup hedonis seringkali berupaya untuk mempertahankan dan mengusahakan status sosial yang mereka ingin miliki.

Perbedaan yang cukup signifikan yaitu dalam gaya hidup laki-laki cenderung rendah daripada perempuan karena para perempuan lebih cenderung menghabiskan uang mereka untuk mengikuti tren fashion karena mereka tidak mau terlihat ketinggalan fashion yang sedang *hype/ trend* pada jaman sekarang.

5. Hasil penelitian Tara Shalma Alilaa, Damajanti Kusuma Dewi (2024)

Penelitian Tara Shalma Alilaa dan Damajanti Kusuma Dewi (2024), berjudul "*PROFIL PERILAKU KONSUMTIF PADA PENGGEMAR IDOLA KPOP DI JAWA TIMUR*". Pada penelitian ini menggunakan studi kasus dan pendekatan kuantitatif dengan mendapatkan data dari survei secara online karena peneliti memilih melakukan penelitian ini dengan pendekatan kuantitatif karena data yang didapatkan akan semakin representatif, dengan menggunakan variabel tunggal dan hasil data akan dituliskan secara deskriptif dengan tidak menguji hipotesis namun menggambarkan data penelitian, mencari kedua hubungan yang signifikan sehingga dapat ditarik kesimpulan. Dalam menguji validitas atas penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *pearson product moment* dengan mengkorelasikan hasil skor pada masing-masing item dengan skor total jawaban dari para responden.

Hasil yang diungkapkan dari 1.205 responden ditemukan bahwa perilaku konsumtif responden yang berada pada kategori rendah yaitu hanya mendapatkan sebanyak 14.5%, pada kategori sedang yaitu 68.8%, sementara pada tinggi didapati hanya sebanyak 16.7%. Sebagian besar responden memiliki skor dari 67.35 sampai 90.19 dalam perilaku konsumtif mereka yang masih berada dalam rentang standar rata-rata, Nilai dari perilaku konsumtif para responden adalah 78.77 (standar deviasi 11.421).

Peneliti juga meneliti responden berdasarkan usia dan jenis kelamin dan ditemukan bahwa tidak ditemukan korelasi terhadap perilaku konsumtif dengan jenis kelamin dan usia, sehingga variabel tidak menemukan korelasi secara simultan.

Judul	Perilaku Komunikasi Komunitas Kpopers Palangkaraya Dalam Loyalitas Pada Idola
Penulis/ Tahun	Tirra Nugrahani Dewi dan Nurudin/ 2019
Metode Penelitian	Kualitatif
Tujuan Penelitian	<ul style="list-style-type: none"> ● Memahami kelompok Kpopers yang akan diteliti berupa keanggotaan, bentuk aktivitas, interaksi serta hubungan kelompok dengan dunia luar. ● Mengetahui cara suatu kelompok Kpopers untuk membangun bentuk kesetiaannya pada idolanya. ● Mengetahui cara suatu kelompok Kpopers untuk mengenalkan budaya Korea Selatan kepada Masyarakat luas (eksternal) agar bisa diterima dengan baik dan membawa dampak yang positif.
Perbedaan	<ul style="list-style-type: none"> ● Penelitian yang diteliti: interaksi kelompok kpopers dengan masyarakat luar kelompok, bentuk loyalitas subjek dengan membuat kegiatan-kegiatan bersama Kpopers lainnya
Persamaan	<ul style="list-style-type: none"> ● Pengambilan pendekatan penelitian: kualitatif, hasil data bersifat deskriptif, subjek penelitian yaitu komunitas

	<ul style="list-style-type: none"> • Tujuan penelitian: menganalisis perilaku yang mencerminkan loyalitas penggemar kepada idola
--	---

i. Tabel penelitian Perilaku Komunikasi Komunitas Kpopers Palangkaraya Dalam Loyalitas Pada Idola/ 2019

Judul	Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian <i>Merchandise</i> Pada Remaja Penggemar Grup K-pop NCT (Neo Culture Technology)
Penulis/ Tahun	Prita Ciptaningtyas dan Anggun Resdari Prasetyo/ 2022
Metode Penelitian	Kuantitatif
Tujuan Penelitian	<ul style="list-style-type: none"> • Menemukan hubungan yang relevan antara perilaku konsumtif penggemar grup NCT dengan rasa konformitas diri (cara individu untuk menghindari penolakan dan diterima oleh kelompok). • Mengkaji pengaruh konformitas terhadap keputusan remaja untuk membeli barang-barang yang berhubungan dengan grup K-pop NCT (<i>merchandise</i>, album, dan barang koleksi lainnya).
Perbedaan	<ul style="list-style-type: none"> • Pengambilan pendekatan penelitian: kuantitatif • Fokus permasalahan penelitian: rasa konformitas diri dengan perilaku yang diteliti
Persamaan	<ul style="list-style-type: none"> • Fokus pengambilan subjek penelitian: Kelompok penggemar suatu grup Kpop • Meneliti perilaku konsumtif penggemar Kpop

ii. Tabel penelitian Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian *Merchandise* Pada Remaja Penggemar Grup K-pop NCT (Neo Culture Technology)/ 2022

Judul	Kebijakan (Wisdom) dan Fanatisme Pada Penggemar K-pop
Penulis/ Tahun	Salsabela Diema Yorenagea Hayati, Adhyatman Prabowo dan Udi Rosida Hijrianti/ 2022
Metode Penelitian	Kuantitatif
Tujuan Penelitian	<ul style="list-style-type: none"> • Menemukan korelasi antara sifat fanatisme dengan kebijaksanaan (kemampuan diri dalam melihat sesuatu dengan perspektif yang berbeda, kesadaran atas ketidakpastian, kemampuan memahami diri sendiri, memiliki wawasan dan intelektualitas serta kontrol emosi) pada penggemar musik Korea. • Memahami kebijakan yang dimiliki oleh industri musik, media sosial, atau pemerintah Korea Selatan yang mempengaruhi perilaku penggemar K-pop.
Perbedaan	<ul style="list-style-type: none"> • Pengambilan pendekatan penelitian: kuantitatif • Pengambilan data: <i>google form</i> (online)
Persamaan	<ul style="list-style-type: none"> • Meneliti perilaku fanatisme para penggemar musik Korea • Fokus subjek penelitian: Remaja dengan rentang usia belasan sampai awal dua puluh an • Pengambilan variabel data fanatisme

iii. Tabel penelitian Kebijakan (Wisdom) dan Fanatisme Pada Penggemar K-pop/ 2022

Judul	Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Penggemar K-pop di Kota Medan
Penulis/ Tahun	Ira Putri Tanjung dan Nancy Naomi Aritonang/ 2023
Metode Penelitian	Kuantitatif
Tujuan Penelitian	<ul style="list-style-type: none"> • Mengetahui hubungan antar gaya hidup yang cenderung hedonis terhadap perilaku konsumtif penikmat musik Korea pada mahasiswa di Kota Medan berdasarkan uji linieritas dan normalitas. • Meneliti gaya hidup hedonis karena adanya keinginan diri untuk bisa diterima oleh lingkungan bergaulnya • Mengetahui adanya perbedaan yang signifikan atas

	perilaku konsumtif berdasarkan gender.
Perbedaan	<ul style="list-style-type: none"> ● Pengambilan pendekatan penelitian: kuantitatif ● Fokus penelitian: Gaya hidup hedonis
Persamaan	<ul style="list-style-type: none"> ● Meneliti perilaku konsumtif penggemar Kpop

iv. Tabel penelitian Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Penggemar K-pop di Kota Medan/ 2023

Judul	Profil Perilaku Pada Penggemar <i>Idol</i> Kpop di Jawa Timur
Penulis/ Tahun	Tara Shalma Alilaa dan Damajanti Kusuma Dewi/ 2024
Metode Penelitian	Kuantitatif
Tujuan Penelitian	<ul style="list-style-type: none"> ● Mencari hubungan yang signifikan antara perilaku konsumtif Kpopers Jawa Timur ● Menganalisis perilaku Kpopers di Jawa Timur yang dipengaruhi oleh beberapa faktor (kontrol diri, lingkungan, hobi, gaya hidup, dan kebiasaan sehari-hari) ● Menganalisis secara umum mengenai siapa saja penggemar K-pop yang ada di Jawa Timur, termasuk faktor usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan latar belakang sosial lainnya.
Perbedaan	<ul style="list-style-type: none"> ● Pengambilan pendekatan penelitian: kuantitatif ● Pengambilan data: <i>google form</i> (online) ● Ujian validitas: <i>pearson product moment</i>
Persamaan	<ul style="list-style-type: none"> ● Pembahasan mengenai perilaku-perilaku penggemar <i>idol</i> yang suka membelanjakan uangnya untuk kepuasan diri ● Meneliti perilaku konsumtif penggemar Kpop

v. Tabel penelitian Profil Perilaku Pada Penggemar *Idol* Kpop di Jawa Timur/ 2024

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Perkembangan Teknologi Komunikasi

Teknologi dalam aspek komunikasi sudah tidak bisa dihindari lagi keberadaannya karena pada saat ini komunikasi memiliki peranan yang amat krusial dan urgensi dalam proses serta praktik komunikasi masyarakat. Adanya pemikiran

yang terlalu individualistik dan kemungkinannya dalam menembus akses batas ruang, waktu dan budaya serta erat hubungannya dengan perkembangan ekonomi, sosial dan politik membuat hasil penelitian mengenai perkembangan teknologi komunikasi yang telah memengaruhi teori komunikasi karena dianggap memiliki kekuatan disintegrasi terhadap kohesivitas masyarakat dalam bersosial. Perkembangannya yang sangat pesat membuat tidak terduganya perubahan sosial yang tidak memiliki kontrol dalam penyebarannya baik bagi penyalur maupun penerima pesan perubahan.

Menurut J.L Bordewijk dan B. van Kaam yang merupakan ahli komunikasi Belanda, ada 4 pola dasar komunikasi yang berkaitan dan bersifat melengkapi. Pertama '*allocation*' yang berarti informasi dialokasikan dari pusat secara simultan kepada beberapa lingkungan sekitar, Kedua '*conversation*' yaitu para perorangan melakukan interaksi dengan individu lain, Ketiga '*consultation*' merujuk pada ragam situasi informasi berdasarkan sumber informasi yang individu cari, Keempat '*registration*' yang berarti individu ditempatkan pada sebuah sistem pusat memiliki pegangan kendali untuk menentukan pesan komunikasi terhadap individu luas.

Dilihat dari respon baik dari publik dan tidak berkarakter pasif merupakan salah satu mudahnya persebaran teknologi baru yang akan terus berkembang ke seluruh wilayah dunia seiring dengan perubahan waktu dan pengaruh individu dengan yang lain. Maka dari itu, kajian yang mengenai fenomena-fenomena perubahan teknologi akan terus ada dan penting untuk diteliti untuk memahami perkembangan yang terus berjalan dalam hubungan antara perubahan dan masyarakat

2.2.2 Globalisasi

Proses globalisasi dalam beberapa dekade terakhir menunjukkan kehebatannya dalam kemajuan aspek-aspek tertentu, globalisasi memiliki arti yang menyeluruh atau *universal* yang menyiratkan integrasi internasional, dalam hal ini kapitalisme melibatkan integrasi dan interaksi bertahap antara berbagai entitas, individu, dan negara di seluruh dunia. Globalisasi juga merujuk pada tunduknya ekonomi lokal dalam perekonomian dunia melalui penerapan lembaga ekonomi swasta ke dalam

struktur ekonomi dunia dan memacu perdagangan di setiap negara yang diarahkan ke pasar dunia sehingga menghasilkan ekspansi selain pada pasar domestik.

Globalisasi dipandang sebagai sebuah pemikiran ideologi kapitalisme yang mencakup semua aspek kehidupan (komprehensif) terutama pada aspek perekonomian negara. Hal ini dianggap para kritikus globalisasi sebagai serangan peradaban kapitalisme yang telah menjangkit seluruh penjuru dunia, termasuk dunia teknologi yang sangat erat pada kehidupan masyarakat sehari-hari, serangan ini memiliki pengaruh yang sangat dahsyat dan bersifat berbahaya dengan menggunakan senjata finansial serta budaya sehingga dapat dengan mudahnya melumpuhkan roda kehidupan dan kebudayaan yang dimiliki pada setiap wilayah di seluruh negara di dunia, mereka (para kritikus) menyalahkan hal ini sebagai penyebab banyaknya tingkat kemiskinan karena mereka berpendapat bahwa globalisasi memberikan keuntungan bagi masyarakat kaya dengan mengorbankan masyarakat miskin.

Namun pada kubu sebaliknya, beranggapan bahwa globalisasi telah menolong aspek ekonomi pada negaranya karena mudahnya pemasukan barang dan jasa dari negara lain sehingga menghasilkan keseimbangan perdagangan internasional dan mendorong perubahan-perubahan baru yang tidak dimiliki pada negara berkembang. Pada kasus tersebut, tenaga kerja dianggap memiliki biaya yang murah dan memungkinkannya infrastruktur yang memadai lingkungan sekitar. Persoalan di atas memungkinkan para individu maupun kelompok untuk tetap memilah perubahan-perubahan yang diakibatkan globalisasi yang sudah meluas.

2.2.3 Budaya populer

A. Budaya

Dalam mengkarakterisasi budaya populer, diperlukan untuk menggabungkan dua kata yang memiliki arti yang berbeda. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) budaya dijelaskan sebagai pikiran, adat istiadat, sesuatu yang telah berkembang atau kebiasaan yang sulit diubah, Namun lain arti jika dalam penggunaan sehari-hari, budaya dianggap sama dengan tradisi atau kebiasaan masyarakat yang dapat terlihat oleh masyarakat awam. Budaya sudah seperti mesin pengaturan yang ada

dalam otak manusia sehingga menuntun dan menanamkan persepsi dan identifikasi hasil budaya. Budaya dapat digunakan untuk menyinggung persiapan umum dari perkembangan spiritual, intelektual serta estetis seperti contoh pada pendefinisian ini yaitu kemajuan budaya Eropa Barat dengan menggabungkan variabel spiritual, intelektual serta estetis para spesialis seniman yang luar biasa kehebatannya dalam proses pengenalan budaya. Jika berbicara mengenai perkembangan budaya, kita tidak hanya mempertimbangkan variabel yang telah disebutkan diatas saja melainkan mempertimbangkan peningkatan perkembangan sastra, dunia hiburan, dunia olahraga, upacara keagamaan dan adat istiadat yang ada. Budaya merupakan suatu konsep yang menumbuhkan minat, cara berpikir, mempercayai segala yang menjadi identitas, citra atau kecenderungan di suatu wilayah ataupun kelompok masyarakat, ras dan kelompok keyakinan.

B. Populer

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia atau KBBI, populer bermakna sesuatu yang sedang digandrungi atau disukai oleh orang banyak atau umum, selanjutnya pada kata populer dapat diartikan sebagai dapat diterima, disukai dan didukung oleh masyarakat luas untuk bisa terus berkembang pada lingkungan sekitarnya. Hal yang populer biasanya berkembang seiring dengan kemajuan teknologi digital, tak heran juga hal populer terus akan berubah dan berganti seiring perkembangan zaman. Bentuk populer bisa beragam seperti musik, *fashion*, film, *game*, media sosial dan masih banyak lagi karena seluruh aspek di kehidupan ini bisa berkembang menjadi populer.

2.2.4 Pengertian K-pop

K-Pop merupakan singkatan dari Korean pop, korean pop bukan hanya bergenre pop namun ini merupakan sebutan dari musik karya negeri ginseng yang memiliki banyak genre seperti *Rnb*, *Hip Hop*, *Electronic* dan masih banyak lagi. Kpop telah menjadi salah satu alat untuk penyebaran budaya korea atau *Korean Wave* di berbagai negara termasuk negara Indonesia. Menurut pengamat musik Indonesia, Bens Leo, mengatakan bahwa masuknya musik Korea dipengaruhi adanya musik Jepang yang biasa disebut Jpop. Mengikuti Jpop yang memiliki masing-masing grup musik,

korea pun mengikutinya dengan membuat *boy group* maupun *girl group* untuk menarik pasar entertainment dunia karena keinginannya yang ingin diakui pada pasar internasional, Korea Selatan telah memilih dan memilah aspek apa saja yang akan mereka gunakan untuk menyaingi beberapa negara yang sudah berada pada pasar internasional sehingga Korea Selatan memilih dunia *fashion* dan musik dan perfilman untuk dijualkan dan bersanding di pasar-pasar global.

Musik K-Pop sendiri telah ada kehadirannya sejak tahun 1930-an namun menurut Profesor Kim Hong Seok, hadirnya Kpop sejak zaman pemerintahan Joseon serta beragamnya genre musik yang ada saat ini berasal dari Jangagwon, dengan klaim menemukan beberapa bukti dari data dan artefak sejarah yang terkait selain itu, koreografi atau gerakan dance yang sering digunakan oleh para grup K-Pop saat ini bahkan telah diprediksi dalam catatan sejarah "*Samgukji Wuiji Dongijeon*" seperti '*Namyeo Gunchuigamu*' merujuk pada pertemuan laki-laki dan perempuan untuk menikmati musik dan tari, lalu selanjutnya '*Sujocksangeung*' yang menggambarkan gerakan tangan dan kaki yang sesuai dengan irama musik, dan terakhir ada '*Dapjijeoang*' yang menunjukkan gerakan berlari di tempat dengan kedua kaki. Berbagai sumber literatur mencatat bahwa K-Pop pertama kali muncul pada tahun 1930 sebagai dampak masuknya musik pop Jepang yang juga mempengaruhi elemen-elemen awal musik pop di Korea sehingga pemerintahan korea memiliki semangat yang sangat besar untuk bisa berjajar di kancan internasional. Presiden Korea Kim Young sam yang menjabat pada tahun 1993-1998 menyatakan strategi pembangunan dan visi nasional negara Korea akan melakukan penyebaran budayanya, lalu rencana tersebut diimplementasikan oleh Menteri budaya Korea. Yang menetapkan abad ke-21 sebagai "abad kebudayaan" (Nastiti, 2010). Satu tahun kemudian pada 1994 minat pasar internasional mulai meningkat dan berhasil mengambil perhatian publik dunia. Adanya campur tangan pemerintahan Korea dan keuletan usahanya, maka hasil yang didapatkannya pun membuahkan hasil yang apik karena dilihat pada saat ini Korea sudah memiliki andil yang besar dalam aspek hiburan dunia dan telah melekatkan ciri khasnya pada masing-masing pemikiran masyarakat.

2.2.5 Remaja

Remaja berasal dari kata 'adolensence' yang memiliki arti proses bertumbuh yang menuju dewasa dan diartikan sebagai awal menuju kematangan emosional, sosial, dan mental. Fase remaja terbilang ambigu karena mereka sudah bisa dianggap seperti anak-anak namun untuk dianggap dewasa atau tua pun masih belum bisa karena umurnya yang masih terbilang belia, sehingga remaja bisa dikategorikan sebagai fase transisi dari kanak-kanak menuju dewasa. Karena terbilang fase transisi, para remaja belum bisa menguasai dan menggunakan potensi fisik dan mentalnya dengan optimal karena mereka sedang mencari jati diri atau mencari identitas yang akan ditekuni hingga dewasa.

Menurut Badan Koordinasi Keluarga Berencana (BKKBN) di Indonesia, rentang usia remaja diawali dengan berumur 10 tahun dan berakhir di 24 tahun, sedangkan menurut Departemen Kesehatan dan Ketenagakerjaan menyebutkan usia remaja sekitar 10-19 tahun. Rentang umur remaja ini bisa bervariasi tergantung budaya dan tujuannya.

2.2.6 Fanatisme

Fanatisme didefinisikan sebagai keterkaitan dan keterikatan yang ekstrem pada objek yang menarik perhatian mereka dan dalam hal tertentu, ini bisa menyebabkan pelaku fanatisme mengabaikan norma-norma lingkungan sekitar yang berlaku (Deveci *et al.*, 2017). Objek dari perilaku fanatisme bisa berupa barang, tempat, individu dan sekelompok individu. Perilaku ini membuat pelaku fanatisme memiliki pemikiran bahwa objek yang mereka sukai merupakan hal yang paling benar dan bersifat mengagung-agungkan objek tersebut sehingga individu lain yang tidak menyukai hal yang sama akan dicap buruk maupun melakukan kesalahan.

Sifat yang bisa juga disebut favoritisme mengakibatkan adanya dan lahirnya harapan yang tinggi terhadap objek fanatik sehingga pelaku fanatisme memiliki tanggung jawab untuk membela dan mempertahankan opini serta kepentingan objek tersebut, mereka tidak segan-segan untuk menyakiti orang lain untuk membela objek fanatik.

Ada beberapa elemen utama dalam teori fanatisme:

1. Keterikatan Emosional yang Mendalam: Melibatkan keterikatan emosional yang sangat kuat terhadap sesuatu, seperti seorang penggemar yang sangat mendukung grup musik tertentu (misalnya BTS). Rasa cinta atau rasa kebanggaan yang mendalam ini bisa membuat seseorang rela melakukan apapun untuk mendukung objek yang mereka idolakan.
2. Kesetiaan Tanpa Syarat: Perilaku fanatik seringkali menunjukkan kesetiaan yang tak tergoyahkan bahkan ketika objek fanatik melakukan kesalahan. Pada poin ini fanatisme melakukan pengabaian terhadap kritik atau pandangan yang berbeda dan lebih banyak fokus pada membela atau melindungi objek tersebut.
3. Eksklusi Terhadap Pandangan Lain: Fanatisme biasanya juga tidak memiliki kemampuan untuk menerima pandangan atau kelompok lain yang berbeda. Pengikut fanatik bisa sangat menentang pendapat atau kelompok yang tidak sepakat dengan objek yang mereka dukung, bahkan hingga menganggapnya sebagai musuh.
4. Penciptaan Identitas Kelompok: Seseorang yang terlibat dalam fanatisme seringkali merasa bahwa identitas mereka telah melekat dengan hal yang mereka dukung. Seperti contohnya pada kasus yang sesuai dengan hal yang diteliti, seseorang penggemar BTS merasa bahwa mereka bagian dari ARMY pada kehidupan nyata sampai-sampai menggunakan identitas yang cenderung berlebihan, sehingga mereka memiliki rasa kebersamaan hanya dengan individu lain dengan pandangan serupa.

Fanatisme tidak hanya menghasilkan sifat negatif saja, dampak positif yang ditimbulkan dari perilaku ini yaitu munculnya semangat hidup dan pelaku fanatik bisa mengekspresikan rasa sayang dan cintanya terhadap suatu objek (Mutaali *et al.*, 2019).

2.2.7 Pola Hidup Konsumtif

Perilaku yang sedang menjangkit sebagian besar masyarakat saat ini karena mudahnya akses internet, media sosial dan akun jualan online membuat pola hidup

konsumtif yang merupakan tindakan membeli barang atau produk hanya karena didorong oleh emosi dan menarik perhatian mata saja, bukan karena kebutuhan utama. Konsumtif berasal dari kata ‘konsumerisme’ yang mengacu pada segala hal yang berkaitan dengan konsumen maupun calon konsumen. Perilaku ini biasanya terjadi tanpa adanya rencana pembelian barang dan tidak didasari dengan pemikiran yang rasional, pembelanjaan pada suatu benda hanya untuk kepuasan sesaat atau duniawi saja. Bahkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyatakan bahwa masyarakat Indonesia disebut memiliki gaya hidup yang semakin konsumtif dan mulai meninggalkan aktivitas menabung, hal ini terlihat dari menurunnya Marginal Propensity to Save (MPS) dan naiknya Marginal Propensity to Consume (MPC) (Jatmiko, 2015). Terdapat beberapa faktor adanya perilaku konsumtif menurut Kotler (1997):

- (1) Faktor budaya
- (2) Faktor sosial (kelompok, keluarga, status sosial)
- (3) Faktor individu (usia, pekerjaan, gaya hidup, keadaan ekonomi dan kepribadian)

Maka dari itu, perkembangan teknologi dalam mengakses sosial media dan akun jualan online harus dibarengi dengan kontrol diri.

2.2.8 Loyalitas penggemar

Salah satu bentuk loyalitas penggemar kepada objek yang digemari yang dapat diakui secara kasat mata yaitu dengan menonton hasil karya objek kegemaran dan membelanjakan sebagian uang penggemar untuk barang-barang yang objek