

PERILAKU KONSUMTIF KOMUNITAS ARMY SOUTH BORNEO BANJARMASIN

Raihanah¹, Sigit Ruswinarsih², Reski P³

¹ Universitas Lambung Mangkurat; raihanah960@gmail.com

² Universitas Lambung Mangkurat; sigitruswinarsih@ulm.ac.id

³ Universitas Lambung Mangkurat; reski@ulm.ac.id

ARTICLE INFO

Keywords:

Consumptive Behavior,
Community, Army South
Borneo Banjarmasin

Article history:

Received 2025-01-30

Revised 2025-02-12

Accepted 2025-03-20

ABSTRACT

The purpose of this study is: 1) To describe the internal factors of the consumer behavior of the Army South Borneo Banjarmasin community. 2) To describe the eksternal factors of the consumer behavior of the Army South Borneo Banjarmasin community. The research method used is a qualitative method. The data source selected is the K-pop fan community in the Army South Borneo Banjarmasin community who like to buy a kinds of accessories from BTS. Data collection techniques include observation, interviews and documentation. The findings of the study are that there are internal and eksternal factors that influence the consumer behavior of the Army South Borneo Banjarmasin community. Based on the findings, it is recommended that members of the Army South Borneo Banjarmasin community should think carefully about whether they really need something or just want it.

This is an open access article under the CC BY-SA license.



INFORMASI ARTIKEL

Kata Kunci :

Perilaku Konsumtif, Komunitas,
Army South Borneo
Banjarmasin

Article history:

Diterima 2025-01-30

Revisi 2025-02-12

Diterima 2025-03-20

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini yaitu: 1) Untuk mendeskripsikan faktor internal perilaku konsumtif komunitas Army South Borneo Banjarmasin. 2) Untuk mendeskripsikan faktor eksternal perilaku konsumtif komunitas Army South Borneo Banjarmasin. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif. Sumber data yang dipilih adalah dengan kriteria penggemar k-pop yang ada dalam komunitas Army South Borneo Banjarmasin yang suka membeli segala macam aksesoris dari BTS. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi. Temuan penelitian yaitu adanya faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumtif komunitas Army South Borneo Banjarmasin. Berdasarkan hasil temuan maka disarankan untuk anggota komunitas Army South Borneo Banjarmasin hendaknya membeli sesuatu dipikirkan dengan matang apakah memang membutuhkan atau hanya sekedar ingin saja

This is an open access article under the CC BY-SA license.



Penulis Koresponden :*Raihanah**Universitas Lambung Mangkurat; raihanah960@gmail.com*

1. PENDAHULUAN

Indonesia termasuk negara yang sedang terkena demam Korea yang sudah hal ini dapat terlihat di layar televisi, majalah dan juga internet di Indonesia yang sekarang berlomba-lomba untuk menyanangkan atau menginformasikan seputaran berita-berita Korea (Simbar, 2016).

Boyband yang tengah naik daun di kalangan penggemar K-Pop bahkan Internasional yakni BTS yang berada dibawah naungan manajemen Big Hit Entertainment, BTS merupakan kepanjangan dari Bangtan Sonyeon dan atau Beyond the Scene grup asal Korea Selatan yang dinominasikan Grammy telah merebut hati jutaan penggemar di seluruh dunia sejak debutnya pada Juni 2013 (Situs Resmi Big Hit Entertainment) (Kurniawan, n.d.). Anggota BTS ada 7 orang yakni RM, Jin, Suga, J-Hope, Jimin, V dan Jung Kook. Mendapatkan pengakuan atas music mereka yang otentik dan diproduksi sendiri, penampilan terbaik, dan cara mereka berinteraksi dengan penggemar mereka, BTS telah memantapkan diri mereka sebagai “Ikon Pop abad ke-21” yang memecahkan rekor dunia yang tak terhitung jumlahnya. Sambil memberikan pengaruh positif melalui kegiatan kampanye “Love MySelf” dan Pidato PBB “Speak Your Self”, grup ini telah mengarahkan jutaan penggemar di seluruh dunia yang bernama Army.

Penelitian mengenai K-Pop ini sebelumnya telah diteliti oleh Poppy Poppy Dea Aulia Rizki dengan judul Gaya Hidup Penggemar K-Pop (Budaya Korea) di Banjarmasin pada tahun 2014, dari Universitas Lambung Mangkurat Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Program Studi Pendidikan Sosiologi dan Antropologi. Penelitian ini membahas gaya hidup seorang penggemar K-Pop yang di dalamnya ada pola interaksinya dan makna K-Pop bagi pengemarnya.

Hasil penelitian didapat bahwa makna K-Pop bagi penggemar di Banjarmasin tidak hanya sebagai hiburan yang menyenangkan untuk mengisi waktu luang dan menghilangkan stres. Lebih dari itu K-pop bagi penggemar adalah penyelamat hidup,

kotivasi serta bagian dari hidup mereka. Berbagai macam bentuk perilaku konsumsi penggemar K- Pop diantaranya Dalam bentuk konsumsi barang, jasa, aktivitas fisik hingga aktivitas waktu luang (Hong, n.d.).

Sesuai penjelasan (Mowen, 2002), munculnya perilaku konsumtif disebabkan oleh dua faktor yaitu faktor Internal dan faktor Eksterna. Faktor internal, kepuasan membeli suatu barang sangat dipengaruhi oleh motivasi, harga diri, observasi, proses belajar, kepribadian dan konsep diri (Kotler, 1995). (Sugiyono, 2013) perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan Dalam mendapatkan, menggunakan barang - barang atau jasa yang dapat dipengaruhi lingkungan.

Penelitian ini berusaha menggambarkan bagaimana tindakan konsumtif dan pengambilan keputusan dalam melakukan perilaku konsumtif. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan faktor internal dan eksterna perilaku Konsumtif komunitas Army South Borneo Banjarmasin.

2. METODE

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian kualitatif, untuk mengetahui faktor internal dan eksterna perilaku konsumtif komunitas Army South Borneo Banjarmasin.

Melaui penelitian kualitatif, dapat ditemukan informasi - informasi yang jelas mengenai perilaku konsumtif komunitas Army South Borneo di Banjarmasin, dengan melakukan pengamatan secara terus menerus yang dibantu dengan wawancara serta dokumentasi (data, rekaman dan lainnya), ditemukan penjelasan mengenai berbagai hal tentang perilaku konsumtif komunitas Army South Borneo Banjarmasin (Bungin, 2004).

Dalam penelitian ini, informan tersebut adalah anggota komunitas di Army South Borneo Banjarmasin. Dalam penelitian ini adapun kriteria informan yang digunakan adalah penggemar K-pop yang ada di komunitas Army South Borneo Banjarmasin, yang suka membeli segala macam aksesoris dari BTS, serta sering ikut berpartisipasi aktif Dalam kegiatan yang dilakukan oleh komunitas Army South Borneo

Banjarmasin dan mereka yang memiliki waktu yang memadai untuk diminta informasi.

Teknik observasi adalah teknik yang digunakan untuk mengamati gejala sosial yang ada di sekeliling lokasi penelitian. Menurut (Faiza (2010:52), 2007) metode observasi menggunakan pengamatan suatu benda, kondisi, situasi, proses atau perilaku.

Dalam penelitian ini yang akan diamati adalah penggemar BTS di komunitas Army South Borneo Banjarmasin, informan yang diteliti adalah Noor Winda (20 tahun), Aprilia Permata Sari (24 tahun) dan Noor Azizah (21 tahun), aktu observasi yang dilakukan fleksibel karena prosesnya melalui online dengan mengamati aktivitas media sosial para informan seperti Instagram, whatsapp dan twitter. Observasi ini peneliti tidak terlibat langsung dengan aktivitas orang-orang yang sedang diamati dan hanya sebagai independen.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pedoman wawancara sebagai alat pengumpulan data (Faiza, 2010:52). Pelaksanaan wawancara dilakukan dengan waktu fleksibel melalui aplikasi Instagram dan whatsapp yang dilakukan setiap wawancara dengan informan. Peneliti melakukan wawancara informan untuk mendapatkan keterangan atau data yang diinginkan sampai menemukan data jenuh. Data yang dimaksud adalah tentang perilaku konsumtif komunitas Army South Borneo Banjarmasin (Fiske, n.d.).

Teknik pengumpulan data dengan Peneliti melakukan analisis melalui reduksi data tentang perilaku konsumtif penggemar k-pop ini mereduksi berarti merangkum, memilih hal-hal pokok dan memfokuskan hal-hal yang lainnya dengan demikian. Data tentang perilaku konsumtif penggemar BTS di komunitas Army South Borneo Banjarmasin ini mereduksi yang direduksi peneliti memberikan gambaran yang lebih jelas. Langkah selanjutnya Dalam penelitian kualitatif penyajian data tentang perilaku konsumtif penggemar k-pop yang digunakan peneliti yaitu Dalam bentuk teks yang bersifat naratif (dimunculkan uraian yang sistematis) data ini disajikan Dalam dua bagian sesuai fokus yang sudah ditetapkan peneliti. Bagian pertama khusus pembahasan mengenai aktivitas penggemar BTS. Kemudian, bagian yang kedua khusus menyajikan tentang perilaku konsumtif penggemar BTS. Masing-masing dari

bagian tersebut diuraikan Dalam bentuk naratif yang datanya diambil dari reduksi data yang telah dilakukan peneliti sebelumnya. Hasil dari reduksi itulah yang diambil peneliti untuk disajikan kembali Dalam bentuk yang tersusun dari sistematis sebelumnya. Hal ini memudahkan peneliti untuk memahami yang terjadi dan merencanakan kerja selanjutnya yaitu penarikan kesimpulan berdasarkan yang sudah dipahami dari penyajian data tentang perilaku konsumtif penggemar BTS.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor Internal Perilaku Konsumtif Komunitas Army South Borneo Banjarmasin.

Berdasarkan pengamatan dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada anggota Army South Borneo Banjarmasin, ditemukan adanya faktor internal Dalam mengonsumsi barang dan jasa. Seperti yang ada di Dalam landasan teori Menurut Sumartono (2002), munculnya perilaku konsumtif disebabkan oleh dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Dimana faktor internal dibagi lagi menjadi dua pertama membeli untuk menyenangkan dirinya sendiri dan karena adanya pekerjaan atau keadaan ekonomi.

a. Menyenangkan dirinya sendiri.

Pada aspek ini penggemar membeli semata - mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan sesaat dilakukan tanpa pertimbangan, tidak memikirkan apa yang terjadi dikemudian hari dan bersifat emosional. Penggemar BTS ini membeli barang seperti album, aksesoris dan mengikuti event karena kehendak sendiri untuk memuaskan hasrat atau keinginan mereka tanpa memikirkan hal apapun.

b. Mempunyai pekerjaan dan keadaan ekonomi.

Mempunyai pekerjaan dan keadaan ekonomi sedikit mempengaruhi pada konsumtifnya seseorang Dalam berbelanja suatu barang yang bukan kebutuhan pokok, diatas ada kesenangan tersendiri ketika bisa membeli atau memiliki barang - barang BTS dan bisa mengikuti tiap event yang diselenggarakan Army South Borneo Banjarmasin.

Faktor Eksterna Perilaku Komunitas Army South Borneo Banjarmasin.

Berdasarkan pengamatan dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti adanya faktor eksternal Dalam perilaku konsumtif dan dibagi menjadi dua yaitu adanya pengaruh teman dan karena gengsi.

a. Karena pengaruh teman.

Motivasi dari teman bisa dapat mendorong seseorang untuk membeli suatu produk, barang atau jasa, mereka cenderung akan membeli tanpa menggunakan rasional. Alasan kenapa informan membeli atau mengikuti event yang berkaitan dengan BTS. Informan termotivasi membeli barang, atau mengikuti event karena informan menyukai BTS, dan ingin mengikuti gaya berpakaian idola dan mengikuti teman yang sudah membeli barang- barang BTS duluan.

Observasi, sebelum seseorang mengambil keputusan untuk membeli suatu produk, biasanya akan mendasarkan keputusannya pada pengamatan. Pengamatan dapat dilakukan berdasarkan pengamatan orang lain atau pengamatan sendiri dimasa lalu mengenai suatu mengambil keputusan untuk membeli suatu produk, biasanya akan mendasarkan keputusannya pada pengamatan. Pengamatan dapat dilakukan berdasarkan pengamatan orang lain atau pengamatan sendiri dimasa lalu mengenai suatu produk. Proses belajar, Howard (Dalam Lina dan Rosyid, 1997) mengatakan bahwa pembelian yang dilakukan oleh konsumen merupakan suatu rangkaian proses belajar.

Bila ada pengamatan masa lalu yang menyenangkan dengan suatu barang yang dibelinya, akan menentukan seseorang untuk membeli barang yang sama di masa yang akan datang (Heryanto, 2015). Sebaiknya, pengamatan yang kurang menyenangkan di masa lalu terhadap suatu barang akan memberikan pelajaran kepada konsumen untuk tidak membeli di masa yang akan datang.

b. Karena gengsi

Menurut (Setiadi, 2003) Dalam perilaku konsumen ada banyak faktor yang mempengaruhi seperti faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis dari pembeli. Ha ini sama dengan apa yang ditemukan bahwa pembelian barang yang berujung konsumtif di dasari pada sosial yakni pernah melihat orang lain membeli barang yang berkaitan dengan BTS.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti tentang Perilaku konsumtif Army South Borneo Banjarmasin maka dapat disimpulkan sebagai berikut yaitu, Faktor internal perilaku konsumtif komunitas Army South Borneo Banjarmasin. Faktor eksternal perilaku konsumtif komunitas Army South Borneo Banjarmasin. Perilaku konsumtif terjadi karena pembelian yang tidak rasional yang didasari pada hasrat tiba-tiba atau keinginan sesaat selain itu untuk menyenangkan diri sendiri dan memiliki pekerjaan yang mendorong untuk membeli yang berkaitan dengan BTS.

Untuk anggota komunitas Army South Borneo Banjarmasin hendaknya membeli barang dipikirkan secara matang apakah barang tersebut memang kebutuhan atau hanya keinginan sesaat dan tidak hanya untuk ikut - ikutan teman saja dan disarankan untuk tidak boros dan berlebihan serta bisa mengatur keuangan. Untuk mahasiswa atau yang ingin meneliti tentang perilaku konsumtif maupun tentang K-Pop masih banyak hal menarik yang bisa dibahas dan tentunya baik untuk dilanjutkan menjadi sebuah penelitian untuk menambah pengetahuan tentang hal - hal yang berkaitan dengan K-pop ataupun grup idol baik yang bersifat positif maupun tidak.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. 2004. Metodologi Penelitian Kualitatif. Jakarta: Raja Grafindo. 2610-2611.
- Faisal (2010:52). (2007). 1991-1992.
- Fiske, Jhon. 2011. Memahami Budaya Populer. Yogyakarta: Jalan Suitra. 1-17.
- Heryanto. (2015). Heryanto, Ariel. Identitas dan Kenikmatan Politik Budaya Layar Indonesia. Jakarta: PT Gramedia. 1-3.
- Hong, E. 2015. (n.d.). Hong, Eun. 2015. Korean Cool. Yogyakarta: Benteng.
- Kurniawan, 2012. (n.d.). Kurniawan. 2012. Wonderful Korea. Jogjakarta: Erlangga.
- Mowen, 2002. Mowen, John. 2002. Perilaku Konsumen. Jakarta: Erlangga. 94 - 136.
- Setiadi, N. J. 2003. P. K. J. P. K. P. (2003). Setiadi (2003: 2). 29, 2003.

- Simbar, F. K. (2016). Simbar, Frulyndese K. 2016. Fenomena Konsumsi Budaya Korea Pada Anak Muda di Kota Manado. Jurnal Holistik. Vol 9, No.18. Jurnal Holistik, 10(18), 1-12.
- Sugiyono, 2013. (2013). Sugiyono, 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. cetakan ke- 17. Bandung : Alfabeta. Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9), 1689-1699.