

**ANALISIS PERILAKU GENERASI Z DALAM PEMBELIAN
TIKET KONSER *ONLINE IDOL* K-POP DITINJAU MELALUI
PERSPEKTIF PERILAKU KONSUMEN**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Ilmu Komunikasi**



Kartika Indriati Hapsari

1191903021

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2022**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

Tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar

Nama : Kartika Indriati Hapsari

NIM : 1191903021

Tanda Tangan : 

Tanggal : 12 Februari 2022

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini ditujukan oleh:

Nama : Kartika Indriati Hapsari

NIM : 1191903021


Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial


Judul Skripsi : Analisis Perilaku Generasi Z dalam Pembelian Tiket Konser *Online Idol* K-Pop Ditinjau Melalui Perspektif Perilaku Konsumen.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dan Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dianingtyas Murtanti Putri, S.Sos., M.Si ()
18 Feb 2022

Penguji 1 : Dra. Suharyanti, M.S.M ()

Penguji 2 : Ajenk Ningga Citra, S.sos., M.Si ()

Ditetapkan di : Jakarta

Pada tanggal : 12 Februari 2022

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kartika Indriati Hapsari
NIM : 1191903021
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**ANALISIS PERILAKU GENERASI Z DALAM PEMBELIAN
TIKET KONSER *ONLINE IDOL* K-POP DITINJAU MELALUI
PERSPEKTIF PERILAKU KONSUMEN**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 12 Februari 2022

Yang Menyatakan,



(Kartika Indriati Hapsari)

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Analisis Perilaku Generasi Z Dalam Pembelian Tiker Konser *Online Idol* K-Pop Ditinjau Melalui Perspektif Perilaku Konsumen”. Dalam menyelesaikan penulisan tugas akhir untuk memenuhi persyaratan kelulusan di program studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie, penulis banyak dibantu oleh beberapa pihak dalam menjalankan proses penelitian. Penulis tidak akan berada disini tanpa bantuan mereka dalam memberikan kritik, saran dan nasihat yang membangun. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Keluarga Penulis

Terima kasih untuk Bapak, Ibu, Mas Aji, Mas Bayu, Bintoro dan Budina atas semua kepercayaan, kesabaran dan semangat yang telah diberikan hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir.

2. Miss Dianingtyas Murtanti Putri, S.Sos., M.Si

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-sebesarnya untuk Miss Dian yang sudah membimbing selama proses penulisan tugas akhir ini. Terima kasih Miss, karena dapat selalu meluangkan waktu, sabar, menerima keadaan dan menerjemahkan kata-kata yang sulit untuk penulis sampaikan. Melalui proses penulisan ini, banyak hal-hal baru yang penulis pelajari melalui Miss Dian dan pastinya dapat menjadi bekal di masa yang akan datang.

3. Dra. Suharyanti, M.S.M

Terima kasih kepada Ibu Yanti selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi sekaligus pembahas dalam sidang seminar proposal yang telah memberikan saran, kritik dan masukan, sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan baik.

4. Ajenk Ningga Citra, S.sos., M.Si

Terima kasih kepada Ibu Ajenk yang telah menjadi pembahas dalam sidang tugas akhir peneliti dalam memberikan masukan, kritik dan saran agar penelitian dapat diselesaikan dengan baik.

5. Penggemar *Idol K-Pop Victon* dan *Triangulator*

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya untuk Fathia, Kak Diana, Winda dan Mba Gita yang telah meluangkan waktunya untuk menjadi informan dalam penelitian ini. Terima kasih sudah membantu memperlancar jalannya penelitian ini dengan kooperatif menjawab semua pertanyaan penulis.

6. Jjajangmyeon Grup

Terima kasih untuk Intan dan Gilang yang selalu menyempatkan waktu di setiap minggu untuk menemani menulis skripsi bersama dan berbagi canda tawa guna menambah semangat dalam menyelesaikan proses ini. Ayo lulus tahun ini!

7. Kelas A Karyawan Batch 12

Satu setengah tahun sudah menghabiskan waktu untuk mengikuti kelas ekstensi bersama dengan teman-teman dari kelas A batch 12, tidak terasa waktu berjalan begitu cepat. Untuk Lita, Rere, Gumi, Azka, Nda, Nina dan teman-teman seperjuangan lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih telah tumbuh bersama-sama melewati kelas malam. *See you!*

7. Sahabat Penulis

Terima kasih untuk Dina, Shabrina, Laras, Sarah dan kalian semua yang tidak bisa disebutkan satu-satu, untuk selalu hadir memberikan semangat, dorongan dan menemani dalam proses penulisan skripsi ini. Terutama dorongan dari segi psikis, sampai akhirnya penulis dapat sampai di tahap ini.

8. Kartika Indriati H

Terima kasih untuk diri saya sendiri, karena mampu terus maju dan berjuang sampai akhir dalam menjalani penulisan tugas akhir ini.

Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat untuk pembaca dan penulis lainnya di masa yang akan datang. Meskipun, pasti masih terdapat banyak kekurangan dalam penelitian ini, penulis berharap dapat menerima kritik dan saran membangun. Atas perhatiannya penulis ucapkan terima kasih.

Jakarta, 12 Februari 2022

Kartika Indriati Hapsari

**ANALISIS PERILAKU GENERASI Z DALAM PEMBELIAN TIKET
KONSER *ONLINE IDOL* K-POP DITINJAU MELALUI PERSPEKTIF
PERILAKU KONSUMEN**

KARTIKA INDRIATI HAPSARI

ABSTRAK

Salah satu negara dengan *fans* K-Pop terbanyak adalah Indonesia, sebelum dan saat pandemi *COVID-19* terjadi peningkatan yang cukup signifikan. Fenomena yang terjadi adalah masyarakat pecinta K-Pop rela membeli tiket konser idolanya, meskipun menonton konser *live* hanya melalui daring saja. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana perilaku masyarakat khususnya generasi Z dalam pembelian tiket konser *online idol* K-Pop Victon yang akan ditinjau melalui perspektif perilaku konsumen. Selanjutnya, penelitian akan dianalisis menggunakan teori perilaku konsumen oleh Solomon, dengan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Hasil pembahasan dan penyajian menunjukkan bahwa penggemar *idol* K-Pop Victon dari kalangan generasi Z memiliki karakteristik hedon dan impulsif ketika memutuskan membeli tiket, karena mereka *fans* dengan idolanya. Kemudian, dari perspektif perilaku konsumen yang memiliki delapan indikator, tujuh indikator lainnya merupakan faktor yang memengaruhi perilaku pembelian tiket dilakukan oleh generasi Z yakni persepsi, sikap dan persuasi, pembelajaran dan memori, *the self*, grup dan efek situasi, peran gender dan sub kultur, serta *word of mouth* dan media sosial. Sedangkan kelas sosial dan gaya hidup tidak memengaruhi para informan dalam melakukan pembelian, sebab mereka membeli tiket tersebut karena rasa suka, gemar, dan cinta terhadap *idol* K-Pop Victon.

Kata Kunci: perilaku konsumen, generasi Z, *idol* K-Pop Victon, tiket konser *online*

ANALYSIS BEHAVIOR OF GENERATION Z IN PURCHASE OF ONLINE K-POP IDOL CONCERT TICKET REVIEWED THROUGH CONSUMER BEHAVIOR PERSPECTIVE

KARTIKA INDRIATI HAPSARI

ABSTRACT

One of the countries have the most K-Pop fans is Indonesia, before and after pandemic COVID-19 there was a significant increase. The phenomenon that occurs is that people who love K-Pop are willing to buy tickets to their idol's concert, even though watching the live concert, by online. Therefore, the purpose of this study is to find out how the behavior of the community, especially generation Z in purchasing tickets for the K-Pop idol Victon online concert which will be reviewed from the perspective of consumer behavior. Furthermore, the research will be analyzed using the theory of consumer behavior by Solomon, with a qualitative research method and phenomenological approach. The result of the discussion and data presentation showed that fans of K-Pop idol Victon from generazation Z have hedonistic and impulsive characterictics when deciding to buy tickets, because they are fans of the idol. Then, from the perspective of consumer behavior which has eight indicators, the other seven indicators are influenced generation Z to buy the ticket, specifically perception, attitudes and persuasion, learning and memory, the self, group and situational effects, sex roles and subcultures, word of mouth and social media. Meanwhile, social class and lifestyle did not affect the informants in making purchases, the reason they bought the tickets because of their like and love for K-Pop idol Victon.

Keywords: *consumer behavior, generation Z, K-Pop idol Victon, concert ticket online*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Konsep Yang Relevan	12
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	12
2.1.1.1 Internet <i>Marketing</i>	13
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	15
2.1.3 Generasi Z.....	20
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	23
2.3 Model Kerangka Pemikiran.....	32
BAB III.....	34
METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Desain dan Pendekatan	34
3.2 Objek dan Subjek Penelitian.....	35

3.3 Pengumpulan Data.....	36
3.4 Analisis Data.....	40
3.5 Triangulasi Data.....	41
3.6 Operasionalisasi Konsep.....	42
BAB IV	43
HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Gambaran Konteks Penelitian	43
4.1.1 <i>Idol</i> K-Pop Victon.....	43
4.1.2 Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	46
4.1.2.1 Penggemar <i>Idol</i> K-Pop Victon	46
4.1.2.2 Pakar Marketing Communication	48
4.2 Penyajian Data	49
4.2.1 Karakteristik Generasi Z Penggemar <i>idol</i> K-Pop	50
4.2.2 Perilaku Konsumen Generasi Z	60
4.3 Pembahasan dan Diskusi	73
4.3.1 Karakteristik Generasi Z.....	74
4.3.1.1 Hedonis.....	75
4.3.2 Perilaku Konsumen Generasi Z Penggemar K-Pop.....	78
4.3.2.1 Pembelajaran dan Memori	79
4.3.2.2 Grup dan Efek Situasi	81
4.4 <i>Novelty</i> (Kebaruan).....	84
BAB V	86
SIMPULAN DAN SARAN.....	86
5.1 Simpulan.....	86
5.2 Kendala dan Keterbatasan	87
5.3 Saran dan Implikasi	87
5.3.1 Saran Teoritis	87
5.3.2 Saran Praktis	88
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN.....	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penggemar K-Pop di Indonesia.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 4.1 <i>Idol</i> K-Pop Victon.....	44
Gambar 4.2 <i>Fan Meeting</i> Victon	45
Gambar 4.3 Konten Konser <i>Online</i> Victon.....	45
Gambar 4.4 Fathia Khoiry F	46
Gambar 4.5 Diana Indriyani.....	47
Gambar 4.6 Winda Nurhayati	48
Gambar 4.7 Gita Galantari	49

DAFTAR TABEL

2.1 Tabel Penelitian Sebelumnya.....	23
3.1 Data Informan	38
3.2 Operasionalisasi Konsep.....	42