

**ANALISIS GAYA HIDUP *K-POPERS* JAKARTA DALAM
MEMBENTUK KEPUTUSAN PEMBELIAN
*MERCHANDISE K-POP***

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

NADIRA AGATHA PUTRI

1171903052

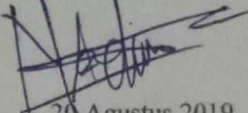
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA

2019

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Nadira Agatha Putri
NPM : 1171903052
Tanda Tangan : 
Tanggal : 20 Agustus 2019

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

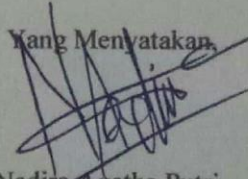
Nama : Nadira Agatha Putri
NIM : 1171903052
Program Studi : Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

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 Gaya Hidup *K-Popers* Jakarta Dalam Membentuk Keputusan Pembelian *Merchandise K-Pop*”

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkal data (*database*), merawat, dan mempublikasi Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Dibuat di : Jakarta
Tanggal : 20 Agustus 2019

Yang Menyatakan,

Nadira Agatha Putri

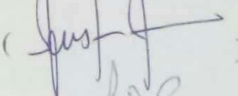
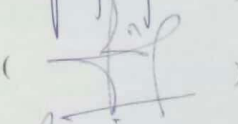
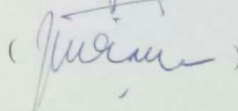
HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh:

Nama : Nadira Agatha Putri
NIM : 1171903052
Program Studi : Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Gaya Hidup *K-Popers* Jakarta Dalam Membentuk Keputusan Pembelian *Merchandise K-Pop*

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing I : Dr. Prima Mulyasari A., S.Sos., M.Si. ()
Penguji I : Adrian Arditiar, M.I.Kom ()
Penguji II : Mirana Hanathasia, S.Sos., MMediaPrac ()

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal : 20 Agustus 2019



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah – Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan tepat waktu. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Dalam penyusunan Tugas Akhir ini penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada:

1. Agus Praptono dan Afrita selaku orang tua penulis, yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada penulis dari awal perkuliahan hingga selesainya tugas karya akhir. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Faraya Agatha Putri selaku adik penulis yang selalu memberikan motivasi kepada penulis
2. Dra. Suharyanti, M.S.M selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi atas ilmu, kritik, saran dan masukan yang diberikan selama proses perkuliahan
3. Dr. Prima Mulyasari A.,S.Sos., M.Si. sebagai dosen pembimbing I yang telah senangtiasa membantu untuk memberikan ilmu, waktu, saran, dan dukungan yang membangun selama pengerjaan Tugas Akhir
4. Mirana Hanathasia, S.Sos., MMediaPrac. selaku dosen pembahas pada seminar proposal dan penguji II yang telah memberikan masukan atas segala kesalahan selama penyusunan Tugas Akhir
5. Adrian Arditiar, M.I.Kom. selaku penguji II yang telah memberikan banyak saran sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan
6. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah mengajarkan mengenai pembelajaran dan pengalaman kepada penulis
7. Seluruh Staff dan Karyawan Universitas Bakrie
8. Fera Alfiani dan Isyi Farah yang selalu menemani penulis, memberikan ide, masukan dan motivasi dalam setiap proses pengerjaan Tugas Akhir ini
9. Teman – teman seperjuangan penulis, Naura Kalyaraihana, Chelva Fadhila Krisnadi, Ananda Muthia Putri, Nurvica Rosady, atas kerjasama dan bantuannya kepada penulis

10. Dinar, Geunta, Riel, Shavira, Oliv, Aldo, Ong, Uzwa, Anggie, Kak Dea, Nadiela, Siska, Lila, Gayatri, dan Shyahnaz, atas semangat yang selalu diberikan kepada penulis sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan
11. Seluruh teman – teman Marketing Komunikasi Kelas Karyawan Batch 8 atas kebersamaan, perjuangan dan pengalaman yang telah diberikan selama berkuliah di Universitas Bakrie
12. Pihak-pihak lain yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung selama proses pembuatan Tugas Akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan yang di sengaja maupun tidak disengaja. Untuk itu penulis mohon maaf atas segala kekurangan. Semoga karya ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan pembaca.

Jakarta, 20 Agustus 2019

Nadira Agatha Putri

Analisis Gaya Hidup K-Popers Jakarta Dalam Membentuk Keputusan Pembelian Merchendie K-Pop

Nadira Agatha Putri

ABSTRAK

Fenomena *Hallyu Wave* dimulai dengan ditayangkannya drama “*Endless Love*”, “*Full House*”, dan “*Boys Before Flower*” yang menjadi awal masuknya gelombang budaya Korea Selatan ke Indonesia. Difasilitasi dengan segala brand Korea yang masuk ke Indonesia, makanan Korea yang mudah ditemui, serta gaya berpakaian yang stylish perempuan Korea, membuat munculnya fans yang akhirnya membentuk keputusan pembelian terhadap barang-barang tersebut. Fans-fans inilah yang disebut dengan K-Popers, yang dapat dikaitkan dengan istilah komunitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gaya hidup *K-Popers* Jakarta dalam membentuk keputusan pembelian merchandise *K-Pop*. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif etnografi dengan melakukan observasi lapangan dan wawancara mendalam terhadap 6 informan dari 3 komunitas *K-Popers* yang berbeda dengan metode *purposive sampling*. Pemilihan informan dilakukan kepada para K-Popers Mahasiswa dan Karyawan di Jakarta baik perempuan maupun laki-laki yang berusia 18-30 tahun dan melakukan pembelian *merchandise K-Pop* minimal sebanyak 2x dalam sebulan, serta menonton konser *K-Idolnya* sebanyak 2x dalam kurun waktu 6 bulan. Dilihat dari aktivitas, ketertarikan, serta opininya, gaya hidup *K-Popers* Jakarta memiliki tingkat konsumerisme dan sifat gengsi yang tinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keikutsertaan *K-Popers* dalam sebuah komunitas memunculkan rasa persaingan antar anggota dalam belomba-lomba untuk memiliki *merchandise K-Pop*.

Kata kunci: gaya hidup, budaya populer, *hallyu wave*, *K-Popers*, keputusan pembelian, *merchandise*.

The Analyze Of Jakartans K-Popers's Lifestyle To Build The Purchase Decision Of K-Pop Merchandise

Nadira Agatha Putri

ABSTRACT

The Hallyu Wave phenomenon began with the airing of the drama "Endless Love", "Full House", and "Boys Before Flower" which became the initial entry of the wave of South Korean culture into Indonesia. Facilitated by all the Korean brands that enter Indonesia, Korean food that is easily found, and the stylish clothing of Korean women, makes the a group of fans who ultimately build the purchase decision for these items. These fans are called K-Popers, who can be associated with the term community. This study aims to determine how the Jakartan K-Popers's lifestyle in building the decision to purchase K-Pop merchandise. This research method uses qualitative ethnographic research by conducting field observations and in-depth interviews with 6 informants from 3 different K-Popers communities with a purposive sampling method. The selection of informants was made to K-Popers Students and Employees in Jakarta both women and men aged 18-30 years and bought K-Pop merchandise at least 2 times in a month, and watched the K-Idol concert 2 times in 6 months. As it's seen from their activities, interests and opinions, the lifestyle of Jakartan K-Popers have a high level of consumerism and prestige. The results showed that the participation of K-Popers in a community rising a sense of competition among the members in competitions of having K-Pop merchandise.

Keywords : Lifestyle, popular culture, hallyu wave, K-Popers, purchase decision, merchandise.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	10
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Penelitian Sebelumnya	10
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Kerangka Teori.....	17
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	17
2.2.2 Budaya Populer	18
2.2.3 Budaya Konsumen	18
2.2.4 Gaya Hidup.....	19
2.2.5 Komunitas.....	23
2.2.6 <i>Merchandise</i>	25
2.2.7 Keputusan Pembelian.....	25
2.3 Kerangka Pemikiran.....	30

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Metodologi Penelitian	32
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	33
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	34
3.3.1 Sumber Data.....	34
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.4 Definisi Konsep.....	36
3.5 Teknik Analisis Data.....	37
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data	38
3.7 Keterbatasan Penelitian.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Umum Obyek dan Subyek Penelitian.....	41
4.1.1 Gambaran Obyek Penelitian.....	41
4.1.2 Gambaran Subyek Penelitian.....	44
4.2 Hail Penelitian	48
4.2.1 Gaya Hidup <i>K-Popers</i> Jakarta.....	48
4.2.2 <i>K-Popers</i> dan <i>Merchandise K-Pop</i>	73
4.2.3 <i>K-Popers</i> dalam Memutuskan Pembelian <i>Merchandise</i>	76
4.3 Pembahasan.....	88
4.3.1 Ayo Kenali Budaya Korea.....	88
4.3.2 Konsumerisme <i>K-Popers</i>	91
4.3.3 <i>K-Popers</i> Belajar Mendapatkan Uang dan Berinvestasi....	98
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	100
5.1 Simpulan.....	101
5.2 Saran.....	104
5.2.1 Saran Akademis..	104
5.2.2 Saran Praktis..	104
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN	xv

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Screenshot</i> Komunitas Line K-Popers.....	5
Gambar 1.2 <i>Screenshot</i> Komunitas Whatsapp K-Popers	6
Gambar 1.3 <i>Screenshot</i> Komunitas Twitter K-Popers	7
Gambar 2.1 Tahapan Keputusan Pembelian	26
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	31
Gambar 3.1 Analisis Data Model Interaktif Miles dan Huberman	38
Gambar 3.2 Analisis Triangulasi Kriyantono	39
Gambar 4.1 Musik Korea didominasi oleh <i>idolgroup</i>	41
Gambar 4.2 Street Style Fashion Korea yang casual.....	42
Gambar 4.3 <i>K-Food</i> yang sudah mulai dipasarkan di Indonesia.....	42
Gambar 4.4 <i>K-Make up store</i> di Jakarta.....	43
Gambar 4.1 Wisuda Anggota Kelompok K-Popers.....	53
Gambar 4.2 Foto Wisuda Anggota Kelompok K-Popers dengan Merchandise K-Pop.....	53
Gambar 4.3 Groupchat Kelompok K-Popers saat Menginformasikan Pekerjaan	54
Gambar 4.4 Groupchat Kelompok K-Popers saat Melakukan Jual Beli dan Menanyakan Harga <i>Merchandise</i>	55
Gambar 4.5 Dinar Membagikan <i>Photocard</i> Sebagai <i>Freebies</i>	56
Gambar 4.6 Dekorasi Pada Acara <i>Café Event</i>	57
Gambar 4.7 Keseruan Games Saat Acara <i>Café Event</i>	57
Gambar 4.8 Acara Tiup Lilin di <i>Café Event</i>	58
Gambar 4.9 Group K-Popers Menghabiskan Waktu Bersama Untuk Berbincang Mengenai Berbagai Hal	59
Gambar 4.10 Penampilan Dalfi Sebagai K-Popers yang akan Menghadiri Fan-Meeting Idolanya	60
Gambar 4.11 Cuitan Presiden Korea Selatan, Moon Jae-In mengenai Drama Personel EXO, Do Kyungsoo	62
Gambar 4.12 Berita Mengenai Presiden Korea Selatan yang Mengharapkan Adanya BTS Lain di Masa Depan	62
Gambar 4.13 Berita ‘Tak Disangka, 5 Artis Tanah Air Ternyata Fans Berat	

KPop' di Website idntimes.com	63
Gambar 4.14 Hasil Pencarian “Komunitas K-Pop” menggunakan Google.....	64
Gambar 4.15 Hasil Pencarian “Komunitas K-Pop” di Facebook	64
Gambar 4.16 Hasil Pencarian “Komunitas K-Pop” di Twitter	65
Gambar 4.17 Website Menonton Korean Variety Show dengan Eng Sub.....	69
Gambar 4.18 Variety Show Wanna Travel Saat Group Wannaone Menunjukkan Album Terbaru Mereka.....	70
Gambar 4.19 Merchandise Masking Tape BTS.....	72
Gambar 4.20 Merchandise Official dari Agensi Berupa Album dan Lightstick... 73	
Gambar 4.21 Merchandise Official yang Bekerjasama dengan Brand.....	73
Gambar 4.22 Merchandise Unfficial Slogan dan DVD Fansite Master.....	74
Gambar 4.23 Merchandise Limited Edition Sebagai Bukti dari Kecintaan dan Perwujudan Rasa Bangga Sebagai Fans.....	78
Gambar 4.24 Group Order melalui Twitter dan Instagram.....	80
Gambar 4.25 Onlineshop merchandise Korea yang menggunakan Shopee.....	81
Gambar 4.26 Merchandise Photo Frame.....	84
Gambar 4.27 Acara-Acara <i>Hallyu Wave</i> di Jakarta	90

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 2.1 Dimensi Gaya Hidup.....	22
Tabel 3.1 Operasional Konsep	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara Informan 1	xv
Lampiran 2 Transkrip Wawancara Informan 2	xx
Lampiran 3 Transkrip Wawancara Informan 3	xxiv
Lampiran 4 Transkrip Wawancara Informan 4	xxix
Lampiran 5 Transkrip Wawancara Informan 5	xxxiii
Lampiran 6 Transkrip Wawancara Informan 6	xxxix
Lampiran 7 Transkrip Wawancara Triangulator	lix
Lampiran 8 Dokumentasi Informan 1	lxii
Lampiran 9 Dokumentasi Informan 2	lxiii
Lampiran 10 Dokumentasi Informan 3	lxiv
Lampiran 11 Dokumentasi Informan 4	lxv
Lampiran 12 Dokumentasi Informan 5	lxvi
Lampiran 13 Dokumentasi Informan 6	lxvii
Lampiran 14 Catatan Observasi	lxviii