

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring berjalannya waktu kebudayaan berkembang mengikuti tren yang ada, perkembangan kebudayaan ini terjadi di seluruh dunia termasuk Indonesia. berubahnya kebudayaan dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satu penyebabnya adalah kebudayaan suatu satu di pengaruhi dengan kebudayaan negara yang lain, misalnya kebudayaan korean pop yang sering di sebut dengan K-pop sedang marak di dunia dan masuk ke dalam kebudayaan Indonesia melalui idola-idola korea dengan karya musik hingga drama. Jalaluddin dan Ahmad (2011) berpendapat bahwa “Budaya K-Pop dapat menjangkau segala umur, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa”. Contoh kebudayaan Korea yang masuk di Negara Indonesia meliputi musik (K-Pop), makanan, drama korea (K-Drama), fashion, dan bahasa korea.

Banyak film drama korea yang sudah masuk ke televisi nasional di indonesia dan musik K-pop masuk dalam beberapa list musik di dunia seperti billboard, mendapat kan penghargaan di grammy award, dan sering di putar di televisi nasional indonesia. Para penikmat musik K-Pop dan perfilm-an K-Drama pada akhirnya membentuk komunitas yang menyebar pada kota-kota besar di Indonesia (Diandra, 2012). Mahasiswa dari Universitas Islam Sultan Agung juga banyak yang menyukai musik ataupun drama dari korea dan sering berkumpul dalam gank kecil di setiap fakultas, mahasiswa penggemar korea ini memiliki kebiasaan membelanjakan uang besar-besaran untuk hal yang tidak berguna untuk membeli album, membeli paket internet, menonton konser korea, dan membeli pernak-pernik seperti kaos, gelang, kalung, gantungan *handphone*, dan lain sebagainya.

Yeny Puspito Sari pernah meneliti tentang mengenai “Perilaku Siswa Penggemar Tayangan Korea di Televisi pada Siswa SMPN 1 Jogorogo Kabupaten Ngawi”. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan

bahwa pengaruh budaya Korea mengakibatkan perilaku konsumtif dalam membeli produk Korea, dengan cara menghabiskan uang saku ataupun uang tabungan untuk membeli barang-barang yang bersangkutan dengan *hallyu* (Budaya Korea). Remaja tidak menyadari telah diliputi oleh keinginan yang menimbulkan pemborosan karena membeli barang-barang tersebut bukan termasuk dalam kebutuhan dan justru menimbulkan pemborosan. Pemborosan ini yang disebut dengan perilaku konsumtif. Triyaningsih berpendapat bahwa “perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku membeli barang yang tidak berdasarkan kebutuhan melainkan kecenderungan membeli tanpa batas atas dasar kepuasan tersendiri” (Shohibullana, 2014).

Kepuasan inilah yang mengakibatkan adanya pemborosan pada seseorang individu yang tidak dapat mengontrol diri dalam hal menahan membeli suatu barang yang tidak dibutuhkan, dan akibat negatif lainnya (Astuti, 2013). Engel dkk mengatakan “bahwasanya perilaku konsumtif dipengaruhi oleh dua faktor yaitu pertama faktor internal yang meliputi motivasi, harga diri, gaya hidup, dan konsep diri. Faktor kedua adalah eksternal yang meliputi kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga, dan demografi” (Gumulya & Widiastuti, 2013).

Peneliti melakukan wawancara pada tanggal 21 dan 22 Februari 2019 pada beberapa mahasiswa UNISSULA. Diketahui beberapa anggotanya melakukan perilaku konsumtif dalam membeli produk Korea produk Korea. Hal ini dapat diketahui hasil kutipan wawancara yang dilakukan oleh peneliti sebagai berikut:

“Saya suka korea sudah lima tahun yang lalu, pertama suka dari dramanya, saya juga sering nonton film korea di bioskop, dan beli beberapa baju salah satunya dengan harga lima ratus limapuluh ribu untuk kaos pendek (Rec Subjek B, 2019)”

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan diketahui bahwa mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung Semarang (UNISSULA) memiliki perilaku konsumtif dalam membeli produk Korea produk Korea. Para mahasiswa UNISSULA senang membeli barang Korea dan tidak hanya berfokus pada keinginan belanja saja, namun karena adanya minat. Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu hal apa yang diinginkan dan bebas untuk memilih, serta suatu sikap yang membuat orang merasa senang terhadap suatu objek, situasi ataupun ide-ide tertentu (As'ad, 2005). Minat sebagai pernyataan bahwa satu aktivitas, pekerjaan, atau objek itu berharga atau berarti bagi individu (Chaplin, 2008). Minat seseorang terhadap budaya Korea akan mendorong orang tersebut melakukan tindakan atau aktivitas yang berhubungan dengan

budaya korea tergantung besarnya minat. Saat seseorang melakukan tindakan yang berhubungan dengan budaya korea seperti menonton film atau drama, mendengarkan lagu-lagu Korea maka secara otomatis orang tersebut juga akan senang dan mengoleksi atau perbelanjaan barang seputar budaya korea. Hasil wawancara juga menunjukkan adanya faktor penyebab perilaku konsumtif dalam membeli produk Korea selain minat pada mahasiswa UNISSULA. Hal ini dapat diketahui hasil kutipan wawancara yang dilakukan oleh peneliti sebagai berikut:

”saya suka korea sejak kuliah ikutan temen - temen pada nonton drama korea terus saya liat boy grup jadi saya makin suka. Saya pernah nonton konsernya dengan harga tiket satu juta dua ratus ribu dengan cara jual hand phone untuk nonton konser Exo boyband, saya juga mengoleksi cd dan albumnya, saya lebih mengutamakan albumnya karena susah mendapatkannya karena album tuh terbatas enggak setiap tahun pasti ada. Jadi saya nabung dulu jauh - jauh hari buat beli. kalo soal makanan korea saya sering nyobain makanan khas korea di semarang, dan favorit saya di soul palace dan soul chicken. (rec Subjek A, 2019)”

Uraian wawancara pada subjek, menunjukkan bahwa penyebab perilaku konsumtif dalam membeli produk Korea yang dilakukan oleh mahasiswa UNISSULA tidak hanya karena adanya minat. Hal itu juga dikarenakan keinginan untuk mengikuti suatu kelompok atau teman sebaya yang sering juga disebut dengan konformitas. Menurut Myers, konformitas merupakan perubahan pada perilaku atau keyakinan sebagai hasil dari tekanan yang ada pada kelompok yang nyata maupun bayangan semata. Konformitas dapat terjadi karena adanya tekanan yang dipengaruhi oleh pengaruh sosial, yang telah terbagi dua tipe yaitu normatif dan informatif (Maukar, 2013).

Cialdini dan Goldstein (Taylor, Peplau, & Sears, 2009) menyatakan bahwa konformitas adalah suatu kemauan untuk merubah keyakinan atau perilaku seorang individu agar sesuai dengan teman kelompoknya. Apa yang dilakukan teman kelompoknya akan selalu diikuti walaupun perilaku ini kurang baik termasuk gaya hidup seperti menggunakan barang-barang yang tidak bermanfaat untuk kepuasan tersendiri. Pendapat lain mengatakan bahwa konformitas adalah kumpulan teman sebaya yang berpengaruh dalam kehidupan seseorang dalam berperilaku, terutama berperilaku konsumtif. Hal ini terjadi dikarenakan seseorang kurang meluangkan waktu dengan orang tuanya melainkan lebih banyak dengan teman sebayanya (Santrock J. W., 2003).

Konformitas menyebabkan kecenderungan untuk berperilaku konsumtif dalam membeli produk Korea dengan menghabiskan banyak uang untuk kepuasan pribadisupaya terlihat sama dengan teman kelompoknya. Populernya kebudayaan Korea

di kalangan mahasiswa membuat sekelompok mahasiswa tersebut mengikuti trend budaya Korea karena tidak ingin ketinggalan jaman. Penelitian yang dilakukan oleh Alia Muhlis Damayanti (2014) yang berjudul “Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Indekost Mewah Di Kecamatan Kartasura” Metode pada penelitian tersebut menggunakan skala perilaku konsumtif dan skala Konformitas. Hasil penelitian tersebut memberikan sumbangan efektif dari konformitas terhadap perilaku konsumtif adalah 41,8 %. Metode pada penelitian “Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Indekost Mewah Di Kecamatan Kartasura” yaitu menggunakan skala Konformitas pada mahasiswidan skala perilaku konsumtif. Penelitian tersebut menggunakan subjek Mahasiswi dan variabel bebas yang pertama adalah Konformitas kemudian variabel bebas yang kedua adalah Konsumtif. Hasil penelitian tersebut adalah ada hubungan positif yang signifikan antara perilaku konformitas dengan perilaku konsumtif.

Penelitian sebelumnya yang serupa dilakukan oleh Nurul Wijaya (2016) yang berjudul “Hubungan antara Minat terhadap Budaya Korea dan Konformitas dengan Perilaku konsumtif dalam membeli produk Korea pada Komunitas Sabat Korean Drama Lovers (SKDL) Semarang”. Metode pada penelitian tersebut menggunakan skala perilaku konsumtif, skala minat dan skala Konformitas. Hasil penelitian tersebut memberikan sumbangan Sumbangan efektif minat terhadap budaya Korea dan konformitas sebesar 59,7. Subjek dari penelitian dari Nurul Wijaya ini adalah Komunitas Sabat Korean Drama Lovers (SKDL). Hasil dari penelitian adalah adanya hubungan yang signifikan antara minat pada budaya Korea dan konformitas dengan perilaku konsumtif dalam membeli produk Korea.

Sehubungan dengan hal yang telah terurai di atas di duga ada hubungan antara minat terhadap budaya Korea dan konformitas dengan perilaku konsumtif dalam membeli produk Korea. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Hubungan antara Minat terhadap Budaya Korea dan Konformitas dengan Perilaku konsumtif dalam membeli produk Korea pada Mahasiswa Universitas Sultan Agung Semarang”.

B. Perumusan Masalah

Hasil dari latar belakang masalah yang terurai di atas dapat di rumuskan bahwa masalah di dalam penelitian ini berupa : “Apakah ada hubungan antara minat terhadap budaya Korea dan konformitas dengan perilaku konsumtif dalam membeli produk Korea pada mahasiswa Uversitas Sultan Agung Semarang?”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan dari Penelitian adalah untuk menguji “Hubungan antara minat terhadap budaya Korea dan konformitas dengan perilaku konsumtif dalam membeli produk Korea pada mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung Semarang”.
2. Manfaat Penelitian
 - a. Secara Teoritis Penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan bagi keilmuan psikologi secara umum untuk memperkaya ilmu pengetahuan khususnya di bidang psikologi sosial.
 - b. Secara Praktis Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, masukan pemikiran bagi mahasiswa, terutama yang berkaitan dengan dengan perilaku konsumtif dalam membeli produk Korea pada mahasiswa UNISSULA, serta dalam melakukan penelitian selanjutnya.