

FANATISME DAN PERILAKU KONSUMTIF PADA KOMUNITAS PENGGEAR K-POP DI KARAWANG

Indah Aprilani

Ps16.indahaprilani@mhs.ubpkarawang.ac.id

ABSTRAK

Berkembangnya teknologi saat ini mempermudah masuknya budaya luar ke Indonesia salah satunya adalah *Hallyu Wave* banyak masyarakat yang mengagumi budaya ini sehingga membentuk suatu kelompok penggemar. Fanatisme suatu keyakinan yang membuat seseorang buta sehingga mau melakukan segala hal apapun demi mempertahankan keyakinan yang dianutnya. Perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan yang dilakukan secara berlebihan dalam mengonsumsi serta membeli produk. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui tingkat fanatisme dan tingkat perilaku konsumtif serta ada atau tidaknya pengaruh fanatisme terhadap perilaku konsumtif pada komunitas penggemar K-pop di Karawang. Metode penelitian yang digunakan metode kuantitatif dengan desain penelitian kausal, dengan menggunakan teknik quota sampling. Populasi dalam penelitian ini adalah 500 orang yang bergabung di grup chat dengan sampel yang diambil 205 orang yang dilihat dari tabel acuan *Isaac* dan *Michael* dengan taraf kesalahan 5%. Alat ukur yang digunakan menggunakan skala fanatisme dan skala perilaku konsumtif di uji dengan uji regresi linearitas sederhana yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara fanatisme terhadap perilaku konsumtif dengan sig 0,000 ($p > 0,005$) sehingga hipotesis dalam penelitian ini yaitu H_a diterima dan H_0 ditolak.

Kata kunci: Fanatisme, Perilaku Konsumtif, Komunitas penggemar K-pop

FANATICISM AND CONSUMPTIVE BEHAVIOR THE KPOP FANS COMMUNITY IN KARAWANG

Indah Aprilani

Ps16.indahaprilani@mhs.ubpkarawang.ac.id

ABSTRACT

The development of technology nowadays makes it easier for foreign cultures to enter Indonesia, one of which is the Hallyu Wave. It many people admire this culture so that it forms a fan group. Fanaticism is a belief that makes someone blind so they want to do anything to maintain their beliefs. Consumptive behavior is an action that is done excessively in consuming and buying products. The purpose of this study is to determine the level of fanaticism and the level of consumptive behavior and whether or not there is an influence of fanaticism on consumptive behavior in the K-pop fan community in Karawang. The research method used is quantitative methods with a causal research design, using a quota sampling technique. The population in this study was 500 people who joined the chat group with a sample of 205 people who were seen from the reference table Isaac and Michael with an error rate of 5%. The measuring instrument used is a scale of fanaticism and a scale of consumptive behavior tested with a simple linearity regression. It test which shows that there is an influence between fanaticism on consumptive behavior with sig 0.000 ($p > 0.005$) so that the hypothesis in this study is H_a accepted and H_0 rejected.

Keywords: Fanaticism, Consumptive Behavior, K-pop fan community