

ABSTRAK

Membeli *merchandise* idola bagi seorang penggemar K-Pop merupakan salah satu cara bagi penggemar untuk mendukung idolanya. Kecanggihan dunia digital yang memunculkan *online shop* memudahkan para penggemar K-Pop dalam membeli *merchandise* K-Pop secara *online*. Hal tersebut membuat penggemar K-Pop memiliki perilaku konsumtif dalam mengumpulkan *merchandise* K-Pop. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran perilaku konsumtif berbelanja *online* pada penggemar K-Pop. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan dengan pendekatan fenomenologi. Metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam dan observasi lapangan. Subjek dalam penelitian ini adalah tiga penggemar K-Pop di Yogyakarta yang dipilih dengan menggunakan metode sampling kriteria. Hasil penelitian ini mengarah pada perilaku konsumtif berbelanja *online* pada ketiga subjek tergolong tinggi. Ketiga subjek melakukan pembelian secara *online* hanya untuk memenuhi keinginan dan kepuasan dalam mengoleksi *merchandise* K-Pop, meskipun barang yang dibeli tidak bermanfaat dan bukan kebutuhan sehari-hari. Subjek juga merasa memiliki status sosial yang tinggi ketika memiliki *merchandise* K-Pop.

Kata kunci : perilaku konsumtif, penggemar K-Pop

ABSTRACT

Buying idol's merchandise is the way for K-Pop fans to support their idols. The sophistication of the digital world bring up the online shop makes it easy for K-Pop fans to buy K-Pop merchandise. This makes K-Pop fans have a consumptive behavior in collecting K-Pop merchandise. This study aims to figure out online shopping consumptive behavior for K-Pop fans. This research was conducted using qualitative research methods and with a phenomenological approach. The method of data collection is done by in-depth interviews and field observations. The subjects in this study were three K-Pop fans in Yogyakarta who were selected using the criteria sampling method. The results of this study shows that the subject has online shopping consumptive behavior. All three subjects purchasing K-Pop merchandise by online just to fulfill their desires and satisfaction in collecting K-Pop merchandise, even though the items purchased were not useful and were not daily necessities. Subjects also felt they had high social status when they had K-Pop merchandise.

Keywords : consumptive behavior, fans K-Pop