

PERILAKU KONSUMTIF PENGGEMAR KPOP BTS (ARMY) PADA PEMBELIAN MERCHANDISE BTS

Rini Wahyuni
Dian Yudhawati

Program Studi Psikologi
Fakultas Bisnis & Humaniora
Universitas Teknologi Yogyakarta
Email: Riniwahyuni053@gmail.com

ABSTRAK

Perilaku konsumtif merupakan salah satu perilaku pemborosan yang tanpa didasari kebutuhan yang jelas. Beberapa fans melakukan pembelian untuk memenuhi hasrat dan keinginan untuk memiliki barang dan memperlihatkan identitas mereka sebagai penggemar kpop bts, sehingga hal tersebut menyebabkan mereka kehilangan jati diri karena hanya memperdulikan symbol dan tanda untuk kepuasan diri sendiri, hingga mengakibatkan beberapa fans sangat konsumtif dalam pembelian merchandise bts. Penelitian ini secara khusus bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumtif penggemar kpop bts pada pembelian merchandise bts. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pemilihan subjek menggunakan teknik purposive sampling. Subjek dalam penelitian ini terdiri dari tiga orang penggemar bts dan tiga significant other. Pengambilan data dilakukan dengan metode observasi non partisipan dengan jenis observasi terstruktur, wawancara semi terstruktur dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga subjek memiliki perilaku konsumtif dalam pembelian merchandise bts. Artinya ketiga subjek selalu membeli produk yang berhubungan dengan bts, memiliki perilaku berlebihan dalam membeli merchandise bts hingga mengabisakan puluhan juta dan puluhan merchandise dalam setahun tanpa memikirkan kebutuhan utamanya dan ketiga subjek melakukan pembelian tidak rasional demi kepuasan dan kesenangan. Perilaku konsumtif yang dimiliki oleh ketiga subjek dianalisis menggunakan aspek dari lina & rosyid (1997) yaitu impulsive buying, wasterful buying, dan non rational buying ketiga subjek memiliki perilaku pembelian yang impulsive, pemebelian yang berlebihan dan mementingkan kesenangan.

Kata kunci: BTS, Merchandise, Perilaku Konsumtif

CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF BTS KPOP FANS (ARMY) ON THE PURCHASE OF BTS MERCHANDISE

Rini Wahyuni
Dian Yudhawati

Psychology Study Program
Faculty of Business & Humanities
Yogyakarta University of Technology
Email: Riniwahyuni053@gmail.com

ABSTRACT

Consumptive behavior is a wasteful behavior that is not based on clear needs. Some fans make purchases to fulfill their desires and desires to own goods and show their identity as kpop bts fans, so this causes them to lose their identity because they only care about symbols and signs for their own satisfaction, resulting in some fans being very consumptive in purchasing bts merchandise. This study specifically aims to determine the consumptive behavior of kpop bts fans in purchasing bts merchandise. The research method used is qualitative with a case study approach. Subject selection using purposive sampling technique. The subjects in this study consisted of three bts fans and three significant others. Data collection was carried out using non-participant observation methods with structured observation types, semi-structured interviews and documentation. The results showed that the three subjects had consumptive behavior in purchasing bts merchandise. This means that the three subjects always buy products related to bts, have excessive behavior in buying bts merchandise to spend tens of millions and dozens of merchandise in a year without thinking about their main needs and the three subjects make irrational purchases for satisfaction and pleasure. The consumptive behavior possessed by the three subjects was analyzed using aspects from lina & rosyid (1997), namely impulsive buying, wasterful buying, and non-rational buying. The three subjects have impulsive buying behavior, excessive buying and are concerned with pleasure.

Keywords: *BTS, Consumptive Behavior, Merchandise*