

IR – PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA

**PERILAKU KONSUMTIF PENGGEAR *K-DRAMA* DI KOTA SURABAYA
TERHADAP PRODUK *MERCHANDISE* DRAMA KOREA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Aulia Khoirotul Ummah

NIM : 071811433023

**PROGRAM STUDI S1 SOSIOLOGI
DEPARTEMEN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
Semester Ganjil 2022/2023**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Bagian atau keseluruhan isi Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademis pada bidang studi dan/atau universitas lain dan tidak pernah dipublikasikan/ditulis oleh individu selain penyusun kecuali bila dituliskan dengan format kutipan (langsung ataupun tidak langsung) dalam Skripsi.

Apabila ditemukan bukti bahwa pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Airlangga

Surabaya, 05 Agustus 2022



(Aulia Khoirotul Ummah)

NIM. 071811433023

IR – PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA

**PERILAKU KONSUMTIF PENGGEAR *K-DRAMA* DI KOTA SURABAYA
TERHADAP PRODUK *MERCHANDISE* DRAMA KOREA**

SKRIPSI

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Disusun Oleh :

Aulia Khoirotul Ummah

NIM : 071811433023

PROGRAM STUDI S1 SOSIOLOGI

DEPARTEMEN SOSIOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS AIRLANGGA

Semester Ganjil 2022/2023

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

**PERILAKU KONSUMTIF PENGGEAR *K-DRAMA* DI KOTA SURABAYA
TERHADAP PRODUK *MERCHANDISE* DRAMA KOREA**

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 05 Agustus 2022

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'S' followed by a series of loops and a horizontal line at the end.

Drs. Sudarso, M.Si

NIP.196805141992031002

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

Skripsi ini telah diujikan dan disahkan dihadapan Komisi Penguji

Program Studi S1 Sosiologi

Departemen Sosiologi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Airlangga

Pada hari : Jum'at

Tanggal : 12 Agustus 2022

Pukul : 13.00 WIB – 14.00 WIB

Komisi Penguji terdiri dari :

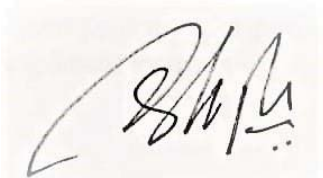
Ketua Penguji



Prof. Dr. Subagyo Adam, Drs., MS.

NIP. 195301261983031001

Anggota



Ratna Azis Prasetyo, S.Sosio., M.Sosio

NIP. 198701102015042001

Anggota



Drs. Sudarso, M.Si.

NIP. 196805141992031002

ABSTRAK

Drama korea ialah sebuah drama yang ditayangkan di stasiun televisi di negara Korea Selatan yang dibuat dalam format miniseries. Masyarakat Indonesia sangat antusias dengan adanya *K-Drama*, hal tersebut dilihat dari banyaknya para penggemar *K-Drama* yang berada di Indonesia sehingga membuat penayangan drama korea di Indonesia memiliki penilaian yang tinggi. Saat ini drama korea tidak hanya memproduksi drama yang ditayangkan di televisi tetapi juga memproduksi barang fisik berupa *merchandise*. Munculnya produk *merchandise* drama korea membuat para penggemar *K-Drama* antusias dan tertarik untuk memiliki produk tersebut. Sehingga adanya *merchandise* drama korea menimbulkan fenomena perilaku konsumtif penggemar *K-drama* terhadap *merchandise* drama korea, tak terkecuali dengan penggemar *k-drama* di Kota Surabaya.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif serta menggunakan pendekatan fenomenologi. Teknik penentuan informan menggunakan *purposive sampling*, dan didapatkan 8 orang informan yang merupakan penggemar *K-Drama* di Kota Surabaya serta pernah membeli produk *merchandise* drama korea. Dalam pengumpulan data menggunakan Teknik wawancara mendalam serta observasi. Selanjutnya data yang diperoleh dianalisis dengan teori masyarakat konsumsi milik Jean Baudrillard serta konsep kelompok penggemar.

Hasil dari penelitian ini adalah fenomena perilaku konsumtif penggemar *K-Drama* di Kota Surabaya terhadap produk *merchandise* drama korea merupakan perilaku konsumsi yang berlebihan. Tetapi dengan adanya perilaku konsumtif tersebut penggemar *K-Drama* dapat berdaya, sebab adanya produk *merchandise unofficial* mereka dapat mengembangkan potensi yang ada dengan membuat sendiri *merchandise* drama korea. Perilaku konsumtif penggemar *K-Drama* juga dilakukan bukan hanya sebagai suatu kenikmatan atau kesenangan semata, melainkan menjadi sebuah ikatan yang dipaksakan kepada penggemar *K-Drama*. Penggemar *K-Drama* juga mengalami pergeseran pemikiran, bahwa konsumsi saat ini untuk pemenuhan Hasrat, pemenuhan tanda-tanda dari *merchandise* drama korea. Penggemar *K-Drama* juga memiliki perbedaan latar belakang dalam melakukan perilaku konsumtif terhadap *merchandise* drama korea. Dari perbedaan tersebut menjadikan penggemar *K-Drama* di Kota Surabaya mengkonsumsi *merchandise* drama korea bukan lagi karena kebutuhan tetapi untuk keinginan mereka sebagai penggemar dari *K-Drama* itu sendiri.

Kata Kunci: Penggemar *K-Drama*; Perilaku Konsumtif; *Merchandise*; Drama Korea; Konsumsi

ABSTRACT

Korean dramas are dramas produced in a miniseries style and broadcast on South Korean television. Indonesians are particularly passionate about K-Drama, as seen by the large number of K-Drama fans there, Korean drama screenings there receive positive reviews. Currently, Korean dramas do not only produce dramas that are broadcast on television but also produce physical goods in the form of merchandise. The emergence of Korean drama merchandise products makes K-Drama fans enthusiastic and interested in owning these products. The existence of Korean drama merchandise raises the phenomenon of consumer behavior of K-drama fans towards Korean drama merchandise, not least among K-drama fans in the city of Surabaya.

This study uses qualitative methods and uses a phenomenological approach. The technique of determining the informants used purposive sampling and obtained 8 informants who are fans of K-Drama in the city of Surabaya and have bought Korean drama merchandise products. Detailed interviewing methods and observation are used in data collection. Additionally, fan groups and Jean Baudrillard's theory of consumer society were used to examine the data.

The findings of this study show that excessive consumption is a common phenomenon among K-Drama fans in the city of Surabaya when it comes to Korean drama merchandise. However, due to their unofficial merchandise, K-Drama fans can gain power through this conspicuous consumption. By creating Korean drama merchandise, they can maximize their current potential. Consumptive behavior among K-Drama fans also goes beyond just pleasure or enjoyment, it also turns into a connection that is imposed on K-Drama lovers. K-Drama fans are also experiencing a shift in thinking, that current consumption is for the fulfillment of desires and the fulfillment of signs from Korean drama merchandise. K-Drama fans also have different backgrounds in consumptive behavior towards Korean drama merchandise. Because of these differences, K-Drama fans in Surabaya City buy Korean drama merchandise not for their needs but for their desires as K-Drama fans.

Keywords: *K-Drama Fans; Consumptive Behavior; Merchandise; Korean Drama; Consumption*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil ‘alamin, rasa syukur penyusun ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, yang telah membimbing umatnya menuju jalan yang diridhoi oleh Allah SWT.

Suatu kenikmatan yang tak terhingga, yang telah Allah SWT berikan kepada hamba-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi dengan judul, “Perilaku Konsumtif Penggemar *K-Drama* Di Kota Surabaya Terhadap Produk *Merchandise* Drama Korea” tepat pada waktunya. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk dapat memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga Surabaya.

Sangat penyusun sadari bahwasannya masih terdapat kekurangan serta keterbatasan yang dimiliki oleh penyusun, meskipun telah dikerahkan segala kemampuan penyusun untuk lebih teliti, tetapi masih dirasa banyak kekurangan yang dimiliki. Oleh karena itu penyusun mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini dapat memberi manfaat bagi segala pihak.

Surabaya, 05 Agustus 2022

Penyusun

Aulia Khoirotul Ummah

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil ‘alamin, rasa syukur yang tak dapat terbendung yang penyusun rasaka, sehingga dalam proses penelitian dan penyusunan skripsi ini penyusun banyak sekali menghadapi kesulitan serta keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki, namun berkat bimbingan, arahan, serta saran dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu penyusun sangat mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. ALLAH SWT, Tuhanku yang Maha Esa serta Maha Kuasa lagi Maha Penyayang yang selalu memberi ridho-Nya serta kekuatan, kelancaran dan juga kemudahan pada hamba-Nya yang penuh banyak kekurangan serta kelemahan.
2. Yang tersayang Ayah, Mama, adik, saudara-saudara serta keluarga besar sekalian, yang selalu memberikan doa, semangat, motivasi serta kasih sayang yang selalu tcurahkan selama ini dan selalu membantu penyusun Ketika mengalami kesulitan.
3. Yang terhormat, Drs. Sudarso, M.Si. selaku bapak dosen pembimbing penulisan skripsi ini. Dengan sepenuh hati penyusun sampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bimbingan, dukungan serta motivasi sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
4. Yang terhormat, Dr. Septi Ariadi, Drs., MA. Selaku Kepala Departemen Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga Surabaya. Yang selalu membantu para mahasiswa utamanya penyusun dalam beberapa urusan akademik.
5. Yang terhormat Bapak dan Ibu dosen serta tenaga pendidik di Program Studi Sosiologi, atas bimbingan, bantuan, saran dan kritik yang diberikan kepada penyusun selama kuliah, sehingga penyusun dapat menjadi sosok yang lebih berilmu dari sebelumnya.
6. Yang tersayang teman-teman “BIJIM” yaitu ada Annisa, Ayu, Evita dan Dina. Terima kasih kalian selalu menjadi tempat curhat terbaik dan juga atas semangat, motivasi, saran, kritik yang kalian berikan.
7. Yang tersayang teman-teman Sosiologi angkatan 2018 yang selalu memberikan semangat dan motivasi.
8. Yang tersayang teman-teman ku semasa SMA yaitu ada Hilda, Serli, Virara, Berli, Elok, Mayang, Nduy, Novera dan Mutiara yang selalu memberikan semangat dan motivasi.
9. Yang tersayang teman-teman online ku yang berada digrup whatsapp “WE BAR BAR” yang selalu memberikan semangat dan motivasi.

10. Kakak tingkat di jurusan Sosiologi, yang selalu membantu Ketika adek tingkat utamanya penyusun memerlukan bantuan apapun.
11. Kak Vina dan Kak Silvia yang selalu bersedia untuk direpotkan oleh penyusun serta memberi motivasi kepada penyusun.
12. Teman-teman online di Twitter penyusun, yang bersedia membantu penyusun dalam mencari informan serta selalu memberi motivasi kepada penyusun.
13. Serta kepada para seluruh informan yang telah memberikan informasi yang sangat bermanfaat guna menyelesaikan tugas akhir.
14. Para idol korea yaitu NCT, EXO, Day6, MonstaX, Seventeen serta para idol korea lainnya yang selalu memberikan semangat serta motivasi melalui lagu-lagu, konten-konten beserta karya-karya yang kalian berikan.

Semoga Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan serta ketulusan semua pihak yang telah membantu penyusun menyelesaikan skripsi ini dengan limpahan rahmat serta karunia-Nya.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN JUDUL MAKSUD PENULISAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Akademis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
1.5 Tinjauan Pustaka.....	10
1.5.1 Studi Terdahulu.....	10
1.5.2 Teori Dan Konsep	20
1.5.2.1 Teori Masyarakat Konsumsi (Jean Baudrillard)	20
1.5.2.2 Konsep Kelompok Penggemar	25
1.6 Metode Penelitian	27
1.6.1 Tipe Penelitian	27
1.6.2 Teknik Penentuan Informan.....	27

1.6.3 Teknik Pengumpulan Data.....	28
1.6.4 Teknik Analisis Data.....	29
BAB II GAMBARAN <i>K-DRAMA</i> DAN PENGGEARNYA DI KOTA SURABAYA	
.....	30
2.1 Perkembangan Drama Korea di Indonesia	30
2.2 Penggemar <i>K-Drama</i> di Indonesia	32
2.2.1 Penggemar <i>K-Drama</i> di Kota Surabaya	33
2.3 Profil Informan	37
2.3.1 Informan Pertama (Debbie)	37
2.3.2 Informan Kedua (Karyn).....	38
2.3.3 Informan Ketiga (Lily).....	38
2.3.4 Informan Keempat (Tita)	39
2.3.5 Informan Kelima (Ofi).....	39
2.3.6 Informan Keenam (Azaria).....	40
2.3.7 Informan Ketujuh (Laras)	40
2.3.8 Informan Kedelapan (Mayang).....	40
BAB III PERILAKU KONSUMTIF PENGGEMAR <i>K-DRAMA</i>	42
3.1 Perilaku Konsumtif Penggemar <i>K-Drama</i> di Kota Surabaya Terhadap Produk <i>Merchandise</i> Drama Korea.....	42
3.1.1 Frekuensi Membeli <i>Merchandise</i>	42
3.1.2 Bentuk <i>Merchandise</i>	44
3.1.3 Pertimbangan Membeli <i>Merchandise</i>	47
3.1.4 Tempat Membeli <i>Merchandise</i>	50
3.1.5 Cara Membeli <i>Merchandise</i>	52
3.1.6 Biaya Yang Dhabiskan Membeli <i>Merchandise</i>	54
3.2 Pemaknaan Konsumtif Penggemar <i>K-Drama</i> di Kota Surabaya Terhadap Produk <i>Merchandise</i> Drama Korea.....	57
3.2.1 Arti Perilaku Konsumtif.....	57
3.2.2 Memaknai Perilaku Konsumtif Penggemar <i>K-Drama</i> Terhadap Produk <i>Merchandise</i> Drama Korea	60
3.3 Latar Belakang Konsumtif Penggemar <i>K-Drama</i> di Kota Surabaya Terhadap Produk <i>Merchandise</i> Drama Korea.....	65

BAB IV DISKUSI TEORITIK	71
4.1 Teori Masyarakat Konsumsi	71
4.2 Konsep Kelompok Penggemar	73
BAB V PENUTUP.....	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN.....	82
Pedoman Wawancara.....	82
Transkrip Wawancara	83
Dokumentasi	130

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Surabaya, 2021.....	34
Tabel 3.1 Bentuk <i>Merchandise</i> Drama Korea Milik Para Informan	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Drama Korea <i>Endless Love</i>	31
Gambar 2.2 Aplikasi Netflix.....	32
Gambar 2.3 Bentuk <i>Merchandise</i> Drama Korea.....	35
Gambar 2.4 Jasa Titip <i>Merchandise K-Drama</i>	36
Gambar 2.5 Jasa Titip Sharing <i>Merchandise K-Drama</i>	37
Gambar 3.1 Bentuk <i>Merchandise</i> Drama Korea Milik Para Informan.....	45