

BAB I PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Belilah berdasarkan kebutuhan saja dan mulailah berdasarkan kebutuhan saja. Ketika seseorang mempunyai keinginan yang kuat untuk membeli suatu produk atau jasa, maka pertukaran akan terjadi dengan cepat, apapun kebutuhan atau pertimbangan lainnya (Pemayun & Ekawati, 2022). Hal ini merupakan fenomena yang tidak terencana dimana keputusan pembelian individu semakin bersifat sporadis, berdasarkan pada keinginan yang berfluktuasi, bukan berdasarkan perencanaan dengan proses pemikiran yang logis dan rasional. Artinya tidak didasarkan pada bentuk pembelian yang tidak rasional. Disebabkan oleh faktor emosional yang kuat sering disebut dengan Impulsive Buying (Verplanken & Herabadi, 2001) dalam (Miranda 2016).

Menurut (Pemayun,dkk 2023) Impulsive Buying menurut merupakan pola perilaku konsumen dalam melakukan kegiatan pembelian suatu produk tanpa adanya tahap perencanaan terlebih dahulu. Perilaku pembelian ini biasanya timbul karena dipengaruhi oleh rasa penasaran dan suasana hati, lingkungan toko, *display* dan promosi yang ditawarkan. Dalam pembelian produk, perilaku antar konsumen bisa sama atau bisa berbeda. Seorang konsumen sebelum melakukan pembelian produk, ada yang sudah direncanakan dan ada yang belum direncanakan. Perilaku konsumen yang belum melakukan perencanaan dalam pembelian, dapat mendorong untuk melakukan pembelian spontan (*impulse buying*).

NCT Dream merupakan boy band asal Korea Selatan yang berada di bawah naungan SM Entertainment. Boy band ini debut pada tahun 2016 dan terdiri dari tujuh anggota: Mark, Renjun, Jeno, Haechan, Jaemin, Chenle, dan Jisung, dan masing-masing anggota berusia di bawah 20 tahun

(Seleb Update, 2021). Di tahun 2016 ini banyak sekali boy band lain seperti EXO, BTS, GOT7, Seventeen, dll yang sedang bermunculan atau menjadi hot topik di Indonesia, sehingga NCT Dream tidak banyak menarik perhatian para Kpopers tanah air pada saat debut mereka. NCT Dream dikabarkan telah melakukan *comeback* dengan full album mereka "Hot Sauce", mengutip hasil survei termasuk pendapat kaum milenial yang diposting oleh Hanteo Chart. Penjualan album lengkapnya mencapai 1.010.766 kopi. Melihat fenomena di atas seringkali remaja melakukan pembelian dalam jumlah besar yang sering disebut dengan Impulsive Buying. Mereka melakukan hal tersebut hanya untuk kesenangan sementara, tanpa menghiraukan kepentingan lainnya. Nah, kedua fenomena tersebut menandakan remaja melakukan Impulsive Buying tanpa disadari. Impulsive Buying *buying* Menurut Rook (Hanrietta, 2024) pembelian tidak terencana biasanya terjadi karena dorongan hati yang sulit dikelola dan dilakukan secara spontan untuk memuaskan keinginan dan gairah terhadap barang yang ingin dibeli. Remaja ditandai dengan mudah terpengaruh oleh apa yang disukainya, mengidentifikasi diri dengan teman-temannya, dan tidak menyadari apakah itu kebutuhan atau sekadar keinginan, sehingga cenderung menghambur-hamburkan uang. Mereka hanya membeli karena keinginan/keinginan yang tiba-tiba dan mengandalkan *Impulse* (Kotler & Armstrong, 2018). Menurut Hurlock (dalam Anastasya dkk., 2021) mengatakan bahwa dewasa awal dimulai pada umur 18 tahun sampai kira-kira umur 40 tahun, saat perubahan-perubahan fisik dan psikologis yang menyertai berkurangnya kemampuan reproduktif, Berdasarkan studi pendahuluan wawancara yang dilakukan pada tanggal 18-19 November 2023 dari ketiga subjek merupakan penggemar atau bagian dari fandom NCT Dream berdasarkan wawancara yang dilakukakan pada usia dewasa awal dipenelitian ini dengan rentan umur 20 - 35 tahun didapatkan hasil subjek pertama yaitu subjek A rela untuk membeli suatu produk seperti *photocard*, album yang berkaitan dengan idol NCT Dream dan tidak mampu menahan dirinya agar menghabiskan uangnya untuk membeli merchandise NCT Dream yang dimana subjek A ini masuk pada kategori pada aspek emosional (*Affective*) pada *Pembelian Impulsif* dan subjek tersebut juga melakukan pembelian yang dilakukan tanpa pertimbangan dengan matang.

Lalu pada subjek kedua yaitu subjek "J" dimana dirinya masih bisa menahan keinginannya untuk membeli yang berkaitan dengan idol NCT Dream, berdasarkan aspek

Impulsive Buying subjek “J” tersebut masuk dalam aspek Kognitif (*Cognitive*) yang dimana subjek tersebut masih bisa mempertimbangkan unsur pembelian *merchandise*. Subjek ketiga yaitu subjek “D” dimana cenderung lebih boros untuk membeli yang berkaitan dengan idol NCT Dream seperti *Lightstick* sehingga dirinya tidak bisa mengontrol keinginannya untuk membeli barang-barang tersebut, berdasarkan aspek *Impulsive Buying* pada subjek “D” tersebut masuk kedalam aspek emosional (*affective*) yang dimana subjek “D” ini menjadi tidak terkontrol dan mendapatkan kepuasan tersendiri saat membeli *merchandise* NCT Dream.

Responden ke 4 berinisial C.K bekerja di salah satu Perusahaan Swasta yang berinisial "BS" lalu C.K mendapatkan uang gaji dari perusahaan tersebut sebesar RP. 10.000.000,- yang dimana CK sendiri sering mengambil kerja lembur agar uangnya bisa berkumpul untuk membeli tiket konser NCT Dream yaitu *The Dream Show* 3 taun lalu dan membeli barang barang yang dibutuhkan pada saat menjelang konser, seperti *Lightstick*, banner, PC, Poster, supaya di notis dengan idol tersebut subjek C.K masih untuk menahan dirinya untuk membeli barang-barang berbau kpop. pada subjek ke 4 ini subjek masuk kedalam kategori *Affective* dan *Borderline-pathological*.

Subjek ke 5 berinisial SN juga bekerja di satu perusahaan yang sama dengan C.K yaitu di perusahaan "BS". sebelum SN bekerja di perusahaan tersebut ia sudah terlebih dahulu memiliki album dan PC alesannya itu pernah memenangkan *giveaway* di salah satu "olshop" di sosial media twitter atau lebih tepatnya aplikasi "X". kemudian SN mendapatkan uang gaji sebesar RP. 8.000.000,- dan uangnya di pakai hanya membeli tiket Konser *The Dream Show* 3 sama seperti subjek C.K. kemudian subjek SN masih bisa mengontrol dirinya untuk membeli *merchandise* lainnya (*Cognitive*) dan subjek SN ini senang berbagi cerita dengan teman teman yang ada di perusahaannya kalau subjek SN menyukai boy grup NCT Dream terutama pada pada salah satu member NCT Dream yaitu Lee Haechan (aspek *Entertainment Social*).

Menurut (Murniawarty dkk., 2023) pembelian impulsif didefinisikan menjadi suatu kegiatan pembelian yang dilaksanakan dengan cepat, tidak ada perencanaan atau pertimbangan apapun, serta terdapat rasa yang amat senang serta terdapat jugahasrat agar bisa segera membeli sehingga bisa meniadakan pertimbangan-pertimbangan yang pada akhirnya dapat menimbulkan rasa sesal. Saat melakukan pembelian, konsumen

seringkali tidak berpikir terlebih dahulu atau membeli sesuatu dengan spontan. Masalah ini dikenal sebagai Impulsive Buying.

Kemampuan untuk mengontrol diri merupakan skill penting yang harus dimiliki, tanpanya, individu bisa terjebak dalam sikap serta perilaku yang bisa membahayakan dirinya dan orang lain. Hal itu bisa dihubungkan dengan sikap Pemujaan Selebritiyang menghinggapi diri para penggemar. Sang penggemar yang tidak memiliki Self-Control yang cakap akan menimbulkan obsesi berlebihan kepada sang idola hingga sampai rela untuk melanggar batasan dan hukum positif yang berlaku. Salah satu dokter spesialis kejiwaan mengatakan bahwasannya seseorang jika level kecintaannya pada idolanya sudah berada di taraf menyatu dalam dirinya, ia bisa marah jika mendapati idolanya sudah menikah atau memiliki pasangan, ini sudah bisa digolongkan sebagai penyakit jiwa dan melampaui level cPemujaan Selebriti(Hidayati & Sari, 2023).

Pemujaan Selebritiadalah bentuk pemujaan yang sangat obsesif dan berlebihan yang dilakukan oleh penggemar, yang mengembangkan hubungan imajiner sepihak dengan idolanya. Biasanya, para penggemar ini sering mendapat penglihatan tentang objek-objek idolanya. Bahkan, mereka kerap berimajinasi dan berfantasi tentang idolanya dan menghubungkannya dengan kehidupannya saat ini. Selain itu, mereka kerap menampilkan atau meniru gaya idolanya.Orang yang terlalu terikat mencari kenyamanan di tempat dimana mereka bisa berteman dan dengan teman yang mereka yakini memiliki hobi dan minat yang sama Dalam hal ini, teman sebaya mempunyai pengaruh yang cukup kuat terhadap lingkaran pertemanannya.

Menurut Maltby (Irvani dkk., 2022) Pemujaan Selebritiadalah tindakan individu yang terikat pada idolanya sendiri, Perilaku obsesif tersebut menyebabkan individu tersebut terlibat dalam setiap aspek kehidupan sang idola, yang pada akhirnya menyebabkan kehidupan sang idola menyerbu kehidupan individu yang menjadi penggemarnya. Pada 14 januari 2020 NCT Dream member Renjun, Jeno dan Chenle sedang melakukan siaran langsung pada aplikasi Vlive untuk berkomunikasi dengan fans yang biasa di sebut dengan NCTzen. Tidak lama setelah siaran dimulai handphone salah satu member NCT Dream terus menerus berdering dan yang menelfon Lee Jeno adalah “sasaeng” yang Dimana sasaeng sendiri diartikan dengan pengungtit/obsess terhadap idol tersebut.

Dimana 3 member NCT Dream terganggu oleh penggemar yang terobsesi dengan member Lee Jenyo yang terus-menerus menelfon tanpa henti. Lalu salah satu member NCT Dream yaitu Huang Renjun memberanikan diri untuk mengangkat telepon dari penggemar yang terobsesi untuk tidak mengganggu agar mereka saat sedang siaran langsung berjalan. Serta memberi peringatan kepada fans tersebut untuk tidak menelfon kembali.

Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran Pemujaan Selebriti, kontrol diri, dan Impulsive Buying pada penggemar NCT Dream pada dewasa awal di Kota Bekasi.
2. Apakah terdapat hubungan antara Pemujaan Selebriti dengan Impulsive Buying pada penggemar NCT Dream pada dewasa awal di Kota Bekasi.
3. Apakah terdapat hubungan antara Self-Control dengan perilaku impulsif pada fandom NCT dream pada dewasa awal di Kota Bekasi
4. Apakah terdapat pengaruh Pemujaan Selebriti dan Self-Control terhadap perilaku impulsif fandom NCT dream pada dewasa awal di Kota Bekasi.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui gambaran Pemujaan Selebriti, kontrol diri, dan Impulsive Buying pada penggemar NCT Dream pada dewasa awal di Kota Bekasi
2. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara Pemujaan Selebriti dengan Impulsive Buying pada penggemar NCT Dream pada dewasa awal di Kota Bekasi
3. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara Self-Control dengan perilaku impulsif pada fandom NCT dream pada dewasa awal di Kota Bekasi
4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Pemujaan Selebriti dan Self-Control terhadap perilaku impulsif fandom NCT dream pada dewasa awal di Kota Bekasi.

Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian berjudul “pengaruh Pemujaan Selebritiantara control diri dan Impulsive Buying pada fandom NCT Dream pada dewasa awal, maka peneliti ini berharap agar peneliti ini dapat memberikan informasi sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian diharapkan bahwa ini dapat memberikan informasi baru, wawasan, pengetahuan dan materi bagi perkembangan ilmu psikologi, khususnya psikologi Pendidikan dan perkembangan
- b. Hasil dari penelitian ini nantinya dapat digunakan sebagai bahan rujukan atau referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai perilaku Impulsive Buying.

2. Manfaat Peneliti Pada Penggemar NCT Dream Dewasa awal

a. Bagi Peneliti

Hasil peneliti diharapkan dapat memberikan informasi dari gambaran mengenai tentang Pemujaan Selebriti, Self-Control dan Pembelian Impulsif pada penggemar NCT Dream Pada Dewasa Awal.

b. Manfaat Praktis bagi industry hiburan dan Masyarakat

Memberikan informasi yang dapat digunakan untuk memahami dinamika penggemar dewasa awal, sehingga dapat membantu dalam menciptakan strategi pemasaran yang lebih etis dan bertanggung jawab