

SKRIPSI
PENGARUH PEMBELIAN *MERCHANDISE* NCT TERHADAP
PEMBENTUKAN PERILAKU KONSUMTIF PADA
MAHASISWA FISIP ULM
(Ditinjau Dari Teori Pertukaran Perilaku dan Teori *Use and*
***Gratification*)**



DIVA KHOFFIFAH ZANUAR PRAMASTI

2010415220053

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI SOSIOLOGI

2024

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH PEMBELIAN *MERCHANDISE* NCT TERHADAP PEMBENTUKAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA FISIP ULM (Ditinjau Dari Teori Pertukaran Perilaku dan Teori *Use and Gratification*)

Disusun dan diajukan oleh:

DIVA KHOFIFFAH ZANUAR PRAMASTI

2010415220053

Dinyatakan lulus dengan nilai 83,00 (A) dalam ujian mempertahankan skripsi Tingkat Sarjana (S1) Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin, pada tanggal: 10 Juni 2024

Menyetujui,
Pembimbing,

Khairussalam S.Ag. M.Si

NIP. 19750307 200812 1 003

Penguji 1,

Varinia Pura Damaiyanti, S.Sos. M.Si.

NIP. 198209012006042001

Penguji 2,

Siti Zulaikha, S.Sos., M.Sos.

NIP. 199310162022032019

Dekan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Lambung Mangkurat

Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si.
NIP. 197301221998021001

Ketua Program Studi Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Lambung Mangkurat

Drs. H. Setia Budhi, M.Si. Ph.D.
NIP. 19501011990031008

BERITA ACARA



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Senin tanggal 10 bulan Juni tahun 2024, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 2855/UN8.1.13/KP10.00/2024 tanggal 10 Juni 2024 untuk menguji skripsi :

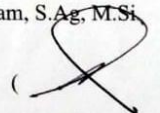
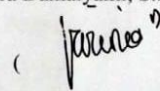

Nama : Diva Khoffifah Zanuar Pramasti
NIM : 2010415220053
Jurusan/Program Studi : Sosiologi
Judul Skripsi : Pengaruh Pembelian *Merchandise* NCT Terhadap Pembentukan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa FISIP ULM (Ditinjau Dari Teori Pertukaran Perilaku dan Teori *Use and Gratification*)
Tempat Ujian : Ruang Baca Prodi Sosiologi
Waktu Ujian : 10.00 WITA - 11.30 WITA
Nilai : 83
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~

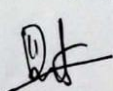
Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 10 Juni 2024

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

1. Ketua : Khairussalam, S.Ag, M.Si
()
2. Anggota : Varinia Pura Damaiyanti, S.Sos, M.Si
()
3. Anggota : Siti Zulaikha, S.Sos., M.Sos.
()


Diva Khoffifah Zanuar Pramasti
2010415220053

Mengetahui/Membenarkan :
Koordinator Program Studi Sosiologi



Drs. Masitah Buchi, M.Si, Ph.D.
NIP. 196301011990031008



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Diva Khofiffah Zanuvar Pramasti

Nomor Induk Mahasiswa : 2010415220053

Program Studi : Sosiologi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul,

“PENGARUH PEMBELIAN *MERCHANDISE* NCT TERHADAP PEMBENTUKAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA FISIP ULM”
(Ditinjau Dari Teori Pertukaran Perilaku dan Teori *Use and Gratification*)

Merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini adalah karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atau perbuatan tersebut sesuai dengan peraturan yang mengaturnya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya, tanpa paksaan dan intimidasi dari pihak manapun.

Banjarmasin, 17 Juni 2024

Yang menyatakan,



Divia Khofiffah Zanuvar Pramasti
NIM. 2010415220053

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, karena telah memberikan rahmat dan petunjuk-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Pembelian *Merchandise* NCT Terhadap Pembentukan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa FISIP ULM (Ditinjau Dari Teori Pertukaran Perilaku dan Teori *Use and Gratification*)” sebagai salah satu syarat untuk gelar S1 Program Sarjana (S1) Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.

Skripsi ini bertujuan untuk menggali secara mendalam mengenai konsumsi berlebihan *Merchandise* idola grup NCT. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai fenomena budaya dan perilaku pembelian *merchandise* yang berlebihan. Dalam penulisan skripsi ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selanjutnya, data yang diperoleh dianalisis secara mendalam menggunakan analisis Miles dan Huberman dan disajikan dengan baik dalam bab-bab yang terstruktur.

Peneliti menyadari skripsi ini jauh dari kata sempurna dan tidak luput dari kekurangan. Peneliti mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang sosial. Skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak yang selama ini membantu penyusunan skripsi ini. Oleh sebab itu peneliti mengucapkan terima kasih banyak kepada :

1. Prof. Dr. Ahmad S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Drs. H.Setia Budhi, M.Si,Ph.D selaku Ketua Program Studi Sosiologi Universitas Lambung Mangkurat.

4. Varinia Pura Damaiyanti, S.Sos, M.Si. sebagai Dosen Pembimbing Akademik dan Dosen Penguji 1.
5. Siti Zulaikha, S.Sos., M.Sos. sebagai Dosen Penguji 2
6. Khairussalam, S.Ag, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah bersedia senantiasa memberikan masukan, bimbingan dan arahan dalam penyempurnaan skripsi ini.
7. Seluruh dosen Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Politik dan Ilmu Sosial Universitas Lambung Mangkurat.
8. Orang tua, adik, dan seluruh keluarga peneliti.
9. “semangat yah” geng yang selalu menyemangati dengan berbagai emotikon.
10. Seluruh informan yang telah bersedia diwawancarai terkait topik skripsi ini.
11. Seluruh teman-teman peneliti.

Banjarmasin, 3 Juni 2024

Peneliti,

Divia Khofiffah Zanuvar Pramasti

ABSTRAK

Diva Khofiffah Zanuvar Pramasti. “**Pengaruh Pembelian Merchandise NCT Terhadap Pembentukan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa FISIP ULM (Ditinjau Dari Teori Pertukaran Perilaku dan Teori *Use and Gratification*)**”. (Dibimbing oleh : Khairussalam, S.Ag, M.Si).

Dalam menjaga eksistensinya, grup-grup K-Pop tidak hanya bersaing melalui musik mereka namun juga *merchandise* yang menunjang promosi pada musik yang mereka keluarkan. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana imbalan, stimulus dan pengalaman positif dari pembelian *merchandise* K-Pop, dapat menimbulkan pengulangan pembelian. Selain itu bagaimana individu menggunakan media sosial sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan dan mendapatkan imbalan kepuasan. Perasaan puas karena telah mendapatkan imbalan dan mencapai kebutuhannya, menyebabkan perilaku pembelian *merchandise* yang berulang. Sehingga berkontribusi dalam pembentukan perilaku konsumtif mahasiswa dilihat dari kacamata teori pertukaran perilaku dan teori *use and gratification*. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metode pendekatan deskriptif kualitatif, teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan penelitian didapatkan dengan teknik *purposive sampling* berjumlah 10 orang mahasiswa penggemar grup NCT di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembelian *merchandise* NCT didorong beberapa faktor antara lain, imbalan positif (kesenangan dan kepuasan), nilai emosional yang ada pada *merchandise*, sebagai hiburan, *self-reward*, serta stimulus eksternal seperti pengaruh konten *unboxing* atau iklan. Namun penelitian juga menemukan bahwa pengalaman menyenangkan dan kepuasan yang didapatkan dari pembelian *merchandise* NCT, justru berpotensi mendorong perilaku konsumtif. Terutama dalam hal pengeluaran keuangan yang berlebihan dan pembelian *merchandise* yang sering kali tidak direncanakan, yang mana berpengaruh pada pengelolaan keuangan mahasiswa. Penelitian ini memberikan wawasan yang mendalam tentang pembelian *merchandise* NCT, kepuasan yang diperoleh, dan perilaku konsumtif. Seluruh informan dalam penelitian ini merupakan mahasiswa perempuan, diharapkan kedepannya peneliti lainnya dapat memperluas subjek penelitian.

Kata Kunci: *Merchandise* NCT, perilaku konsumtif, imbalan, kepuasan

ABSTRACT

Diva Khofiffah Zanuvar Pramasti. *"The Effect of Purchasing NCT Merchandise on the Formation of Consumptive Behavior in FISIP ULM Students (Viewed from Behavior Exchange Theory and Use and Gratification Theory)".* (Supervised by: Khairussalam, S.Ag, M.Si).

In maintaining their existence, K-Pop groups not only compete through their music but also merchandise that supports the promotion of the music they release. This research aims to understand how rewards, stimulus and positive experiences from purchasing K-Pop merchandise can lead to repeat purchases. In addition, how individuals use social media as a tool to fulfill needs and get satisfaction rewards. Feeling satisfied because they have received rewards and achieved their needs, causes repeated merchandise purchasing behavior. So that it contributes to the formation of consumptive behavior of students seen from the perspective of behavioral exchange theory and Use and Gratification theory. This type of research uses qualitative research with a qualitative descriptive approach method, data collection techniques with observation, interviews, and documentation. The research informants were obtained by purposive sampling technique totaling 10 students who are fans of the NCT group at the Faculty of Social and Political Sciences. The results showed that the purchase of NCT merchandise was driven by several factors, including positive rewards (pleasure and satisfaction), emotional value in merchandise, as entertainment, self-reward, and external stimuli such as the influence of unboxing content or advertising. However, the research also found that the pleasant experience and satisfaction gained from purchasing NCT merchandise, has the potential to encourage consumptive behavior. Especially in terms of excessive financial spending and merchandise purchases that are often not planned, which affects student financial management. This study provides deep insight into the purchase of NCT merchandise, satisfaction obtained, and consumptive behavior. All informants in this study are female students, it is hoped that in the future other researchers can expand the research subjects.

Keywords: *NCT merchandise, consumptive behavior, rewards, satisfaction*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
BERITA ACARA.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Review Penelitian Terdahulu	13
2.1.1 Pengaruh Terpaan Tayangan <i>Korean Wave</i> (Demam Korea) Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara (Studi Korelasi)	13
2.1.2 Makna Pembelian Album Fisik Bagi Penggemar Budaya Pop Korea..	14
2.1.3 Di balik Perilaku Konsumtif NCTzen dalam Pembelian <i>Merchandise</i> NCT (studi kasus komunitas NCTzen Malang)	15
2.1.4 Budaya Populer Korea Selatan (K-POP) dan Perilaku Konsumtif Penggemar Grup Musik Korea Selatan: Studi Kasus EXO-L Markas Lotto	17
2.1.5 Dampak Konsumerisme Budaya Korea (K-Pop) Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang.	18

2.2 Uraian Konseptual.....	19
2.2.1 Pengertian <i>Merchandise</i>	19
2.2.2 Perilaku Konsumtif	21
2.3 Landasan Teori.....	24
2.3.1 Teori Pertukaran Perilaku.....	24
2.3.2 Teori <i>Use and Gratifications</i>	28
2.4 State of Art Penelitian.....	31
BAB III.....	34
METODE PENELITIAN	34
3.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Pendekatan yang Digunakan.....	35
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.4.1 Observasi	36
3.4.2 Wawancara	36
3.4.3 Dokumentasi.....	38
3.5 Teknik Analisis Data	38
BAB IV	41
GAMBARAN LOKASI PENELITIAN	41
4.1 Kondisi Demografis.....	41
4.2 Setting Penelitian.....	42
4.2.1 Situasi Sosial.....	42
4.2.2 Gambaran Umum Mahasiswa di FISIP ULM yang Suka Membeli <i>Merchandise</i> NCT.....	42
BAB V.....	49
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
5.1 Profil Informan	49
5.2 Keterlibatan Media Dalam Pembelian <i>Merchandise</i> NCT	46
5.3 Pertukaran Perilaku Pembelian <i>Merchandise</i> NCT.....	53
5.4 Imbalan dan Kebutuhan Informasi	72
5.5 Kepuasan Berulang Berujung Perilaku Konsumtif	76

BAB VI	80
PENUTUP	80
6.1 Kesimpulan	80
6.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Boy Grup</i> NCT.....	2
Gambar 1.2 Sub Unit NCT 127.....	2
Gambar 1.3 Sub Unit NCT Dream.....	2
Gambar 1.4 “Boyband K-Pop Favorit Responden 2022”.....	3
Gambar 1.5 Detail Isi <i>Merchandise</i> NCT.....	5
Gambar 2.1 Album dan <i>Photocard</i> Contoh <i>Merchandise</i>	15
Gambar 2.2 <i>Lightstick</i> Juga Contoh <i>Merchandise</i>	16
Gambar 4.1 Grup Order (GO) yang diikuti oleh Informan Latifah.....	35
Gambar 5.1 Koleksi <i>Merchandise</i> (album dan <i>photocard</i>) Informan Fadila.....	38
Gambar 5.2 Koleksi <i>Merchandise</i> (album dan <i>photocard</i>) Informan Latifah.....	39
Gambar 5.3 Koleksi <i>Merchandise</i> (album dan <i>photocard</i>) Informan Elma.....	40
Gambar 5.4 Koleksi <i>Merchandise</i> (album dan <i>photocard</i>) Informan Raken.....	41
Gambar 5.5 Koleksi <i>Merchandise</i> (album dan <i>photocard</i>) Informan Ardina.....	41
Gambar 5.6 Koleksi <i>Merchandise</i> (album dan <i>photocard</i>) Informan Ica.....	42
Gambar 5.7 Koleksi <i>Merchandise</i> (album dan <i>photocard</i>) Informan Mutia.....	43
Gambar 5.8 Koleksi <i>Merchandise</i> (album dan <i>photocard</i>) Informan Aya.....	44
Gambar 5.9 Koleksi <i>Merchandise</i> (album dan <i>photocard</i>) Informan Indie.....	45
Gambar 5.10 Contoh <i>Up-Mail</i>	55
Gambar 5.11 Contoh Video <i>Unboxing</i>	56
Gambar 5.12 Salah Satu Akun Jastip Langganan Informan Aya.....	57

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tahapan Pelaksanaan Penelitian.....	26
Tabel 4.1 Jumlah Mahasiswa FISIP ULM Angkatan 2019-2022.....	27
Tabel 5.1 Jumlah Kepemilikan <i>Merchandise</i> NCT Milik Informan.....	45

DAFTAR BAGAN

Bagan 3.1 Teknik Analisis Data.....	25
-------------------------------------	----