

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Fenomena budaya Korea atau yang akrab di sebut K-wave (Gelombang Korea) telah menyebar ke seluruh dunia, termasuk Indonesia. Perkembangan K-wave di Indonesia berawal mula dari *popular* nya penayangan Drama Korea pada awal tahun 2000an yang di tayangkan di televisi swasta Indonesia dan sukses meraih rating tinggi sehingga menarik perhatian masyarakat Indonesia terhadap kebudayaan Korea. Gelombang Korea atau *K-Wave* meliputi K-Pop, K-Drama, K-beauty, K-food, dan K-Fashion. Kesuksesan *Korean Wave* ini di pengaruhi oleh para *Idol* Korea Selatan yang dianggap menjadi *beauty standard* bagi para penggemar Korea di Indonesia. Melalui kepopuleran K-Wave di Indonesia secara langsung menarik ketertarikan pecinta Korea di Indonesia pada produk-produk Korea, contoh nya yang paling *popular* adalah produk kecantikan dan produk *fashion* Korea.

Menurut Gustam dalam Wahidah dkk (2020:887) salah satu komoditi Korean Wave yang berhasil menjadi tren adalah tren kecantikan, seperti yang di ketahui bahwa Korea Selatan merupakan *leader* dari produk kecantikan mulai dari *skincare* sampai dengan produk *make-up* yang di gemari oleh para wanita Asia, termasuk Indonesia. Orang Korea terkenal dengan standar kecantikannya seperti memiliki mata besar, bibir kecil, dan wajah dengan bentuk oval, serta memilih wajah yang bersih dan putih. Hal ini pun menjadi motivasi bagi penggemar Korea di Indonesia untuk mengikuti standar kecantikan tersebut, namun *trend* kecantikan bukan lah satu-satunya *trend* yang

populer di Indonesia. Selain trend kecantikan, *trend fashion* Korea pun tersebar dengan pesat di Indonesia.

Makna kata *fashion* secara etimologi adalah “*factio*” yang berasal dari Bahasa latin dan memiliki arti membuat atau melakukan Barnard dalam Nurrahmadani dkk (2020). *Fashion* merupakan media dalam kebebasan berekspresi, bukan hanya dalam segi gaya berpakaian namun juga dalam segi tata rias, tata rambut, aksesoris, dan lain-lain. Menurut Thomas Carlyle “pakaian adalah perlambangan dari jiwa” yang dapat disimpulkan bahwa *fashion* mengandung pesan dan dapat menunjukkan identitas dari pemakainya. Menurut Barnard dalam Sumartono, dan Hani Astuti (2013:83) *Fashion* dapat diuraikan kedalam kata benda dan kata kerja, dalam kata benda “*fashion*” berarti sesuatu seperti bentuk dan jenis atau buatan tertentu, atau sebagai cara bertindak. *Fashion* juga bisa dipandang sebagai cara atau perilaku. Sedangkan dalam kata kerja “*fashion*” berarti kegiatan, atau membuat, atau melakukan. Maka dari itu *fashion* tidak hanya meliputi cara berpakaian tetapi juga termasuk dalam kategori tata rias, gaya, aksesoris, model rambut, dan lain-lain Sumartono, Hani Astuti (2013:83) Sejak Korean Wave naik daun di seluruh dunia khususnya melalui K-pop dan K-drama, gaya busana dan kecantikan Korea pun menjadi sorotan bagi para penggemar Korea. Korea dijadikan patokan dalam urusan kecantikan. Hal itu dapat dikatakan berhasil karena kini banyak masyarakat Indonesia yang menjadikan gaya berpakaian khas Korea Selatan sebagai referensi untuk berpakaian. Maka dari itu produksi barang ala Korea Selatan ini sangat meningkat di Indonesia, dari *online shop* hingga *offline store* menjual berbagai pakaian dan aksesoris khas Korea, dan tidak hanya itu produk elektronik yang di pakai oleh idola mereka juga menjadi panutan mereka Sumartono dalam Nurrahmadani (2020). *Fashion* Korea memiliki ciri khas yang kuat seperti

dalam pemilihan warna yang cenderung menggunakan warna pastel atau *basic* hitam dan putih, aksesoris yang lucu mulai dari jepitan rambut sampai perhiasan-perhiasan yang dipakai untuk menyesuaikan *style* busana, dan riasan wajah yang *natural* namun terlihat mewah, serta produk kecantikan seperti *skincare* khas Korea yang menjadi favorit bagi para penggemar Korea. *Style fashion* Korea akrab di kenal dengan *Korean style* atau *Korean look*, dan menjadi tren yang populer bagi masyarakat Indonesia, khususnya para mahasiswa dan mahasiswi.

Sesuai dengan *trend K-Fashion* yang sedang *booming*, para Mahasiswi UNAS terlihat mengikuti gaya berpakaian Korea yang sedang menjadi tren di kalangan masyarakat, seperti memakai *vest* (Sweater rajut), yang di padukan dengan celana *jeans high waist*, sepatu putih, *tote bag*, bahkan memakai perhiasan khas *fashion* Korea seperti anting, gelang bahkan *bucket hat*. Gaya berpakaian para Mahasiswi ini terlihat di lingkungan kampus. OOTD (Outfit Of The day) yang di ditampilkan oleh Mahasiswi Program Studi Bahasa Korea merupakan motivasi dari para Idola Korea yang seringkali mengunggah foto *fashion style* nya ke sosial media yang langsung menjadi trend di kalangan para penggemar Korea.

Dengan banyaknya *fashion* Korea yang diikuti seperti yang di sebutkan diatas secara tidak langsung membuat para Mahasiswi mengonsumsi barang-barang tersebut dan juga adanya pengaruh dari para *idol*, artis, dan aktor favorit yang juga memberi inspirasi besar bagi para penggemarnya untuk mengonsumsi barang tersebut. Tidak hanya produk-produk yang sudah disebutkan diatas saja, namun juga seringkali para penggemar mengonsumsi barang yang direkomendasikan oleh para idola Korea, dan juga pengaruh dari iklan yang menampilkan idola Korea favorit mereka yang menjadi

*brand ambassador* sehingga menarik perhatian penggemar Korea untuk mengkonsumsi barang tersebut.

Dengan pengonsumsian produk-produk Korea Selatan secara terus-terusan di kalangan mahasiswi ini dapat menimbulkan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif yang di kemukakan oleh Sumartono (2002) adalah perilaku konsumtif merupakan perilaku yang tidak didasari lagi oleh pertimbangan rasional dan perubahan dalam proses membeli suatu produk, yang kini beralih dari sifat kebutuhan (*need*) menjadi keinginan (*want*). Sedangkan perilaku konsumen menurut Engel dalam Dian Chrisnawati, Sri Muliawati Abdullah (2011) perilaku konsumen adalah kegiatan individu yang secara langsung erlibat dalam mendapatkan barang dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan sebelum dan sesudah kegiatan tersebut dilakukan. Seringkali para penggemar Korea tidak mengetahui bahwa dengan tindakan mengkonsumsi produk-produk Korea tersebut merupakan keinginan, bukan kebutuhan yang menyebabkan pemborosan.

Alasan penulis ingin meneliti penelitian ini ialah karena penulis tertarik dengan bahasan *Trend fashion* yang sedang menyebar di seluruh dunia, khususnya di kalangan Mahasiswi Universitas Nasional. Penelitian ini mengkhususkan bahasan pada inspirasi fashion Korea bagi mahasiswa dan mahasiswi Universitas Nasional, serta mengkaji ada atau tidak nya perilaku konsumtif di kalangan Mahasiswi Universitas Nasional.

## **1.2 Perumusan masalah**

Berdasarkan dari latar belakang yang sudah ditulis masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana perilaku konsumtif mahasiswi Universitas Nasional Program Studi Bahasa Korea Angkatan 2018 pada trend K-Fashion?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi Perilaku Konsumtif di kalangan mahasiswi Universitas Nasional Program Studi Bahasa Korea Angkatan 2018?

### **1.3 Tujuan penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat di simpulkan bahwa tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya perilaku konsumtif di kalangan Mahasiswi Universitas Nasional Program Studi Bahasa Korea angkatan 2018 dan faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya perilaku konsumtif.

### **1.4 Manfaat penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat teoritis**

Untuk mengetahui ada atau tidak nya perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa dan mahasiswi Universitas Nasional dan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa dan mahasiswi Universitas Nasional berdasarkan teori perilaku konsumtif dari Sumartono (2002).

#### **1.4.2 Manfaat praktis**

Penelitian ini dapat menjadi pedoman bagi mahasiswa dan mahasiswi Universitas Nasional dalam mengurangi perilaku konsumtif dan mulai mengutamakan kebutuhan dibanding dengan keinginan semata.

## 1.5 Metode penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor (1975) penelitian kualitatif adalah metodologi yang dimanfaatkan untuk prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif. Penelitian ini bersifat deskriptif analisis, menurut Sugiyono (2005:21) metode penelitian deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu penelitian tapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.

## 1.6 Sumber data dan teknik pengambilan data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

### a. Data primer

Data primer menurut Sugiyono (dalam Nurjanah, 2021) adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer di peroleh secara langsung dari objek yang di teliti. Dengan demikian sumber data primer dalam penelitian ini adalah informan, yang dimana Mahasiswi Universitas Nasional Program Studi Bahasa Korea Angkatan 2018 yang akan dijadikan sumber informan. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *non probability sample* dengan jenis *purposive sampling*. Sugiyono (2015) mendefinisikan *purposive sampling* sebagai teknik penentuan sampel dengan kriteria tertentu. Penelitian ini menggunakan kriteria Mahasiswi Universitas Nasional Program Studi Bahasa Korea Angkatan 2018 yang mengikuti tren K-Fashion

### b. Data sekunder

Data sekunder menurut Sugiyono (dalam Nurjanah, 2021) adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui dokumen dan sebagainya.

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan studi kepustakaan (*Library research*) yaitu mengkaji data tertulis seperti dokumen, buku, jurnal, dan artikel yang berkaitan dengan masalah yang di teliti.

Teknik pengumpulan data yang akan di gunakan adalah sebagai berikut:

a. Wawancara mendalam (*In-depth interview*)

Tujuan utama wawancara mendalam adalah untuk dapat menyajikan konstruksi saat sekarang dalam menyajikan suatu konteks mengenai para pribadi, peristiwa, aktivitas, perasaan, motivasi, tanggapan atau persepsi, tingkat dan bentuk keterlibatan, dan sebagainya. Pada umumnya pertanyaan dalam wawancara mendalam disampaikan secara spontanitas, sehingga pembicaraan berlangsung sebagaimana percakapan sehari-hari, yang tidak normal (dalam Iryani, Kaswati).

b. Observasi

Menurut Sutrisno Hadi (dalam Sugiyono, 2017:203) mengemukakan bahwa, “observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan”. Sugiyono (2017:204) mengemukakan beberapa macam observasi yaitu “*participant observation* (observasi berperan serta) dan *non participant observation*, selanjutnya dari segi instrumentasi yang digunakan, maka observasi dapat

dibedakan menjadi observasi terstruktur dan tidak terstruktur. Jadi dalam penelitian ini, observasi yang akan penulis lakukan dalam pengumpulan data dengan cara pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian, yaitu mahasiswi Universitas Nasional Program Studi Bahasa Korea angkatan 2018.

### **1.7 Sistematika penelitian**

Sistematika penulisan skripsi ini akan di susun menjadi 4 bab, yaitu sebagai berikut:

**BAB I: Pendahuluan.** Bab ini akan menguraikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, sumber dan pengambilan data, serta sistematika penyajian.

**BAB II: Kerangka Teori.** Bab ini akan menguraikan teori yang berkaitan dengan penelitian, kajian pustaka dan penelitian terdahulu, serta pembuktian keaslian penelitian.

**BAB III: Hasil dan Pembahasan.** Bab ini akan menguraikan hasil dari penelitian, serta pembahasan hasil penelitian.

**BAB IV: Simpulan dan Saran.** Bab ini akan menguraikan kesimpulan dari hasil penelitian, serta berisikan saran untuk penelitian berikutnya