

Peran Perilaku Konsumtif dan Kontrol Diri dengan Fanatisme pada Penggemar K-Pop di Indonesia

Yuniar Septya Rahmawati Qurrota A'yun¹, Wahyu Jati Anggoro²

^{1,2}Universitas Gadjah Mada/ Fakultas Psikologi; Jalan Sosio Humaniora 1,
Bulaksumur, Yogyakarta 55281, Tel. (0274) 550435
e-mail: yuniarseptya@mail.ugm.ac.id, wjanggoro@ugm.ac.id

Abstract

K-Pop fans are known for their high loyalty and are consistently characterized by the potential to become fanatical to the point of causing maladaptive behavior. The control of the attitude and behavior of K-Pop fans in carrying out all forms of idol worship activities indicates how fanatical the fans are. This study aims to see the role of consumptive behavior and self-control with fanaticism on K-Pop fans in Indonesia. The participants involved in this study were 230 K-Pop fans in Indonesia aged 18-22 years who allocated their expenses to buy official merchandise from their idols. Consumptive behavior is measured using a scale that has been modified by Faradila (2018) based on the theory of consumptive behavior described by Fromm (1995). Self-control was measured using the Brief Self Control Scale (BSCS) based on the theory of self-control Tangney et. al (2004) and fanaticism was measured using a scale modified by Eliani (2018) based on the theory of fanaticism described by Goddard (2001). The analysis method uses multiple linear regression analysis techniques. The results showed $F=27,3$ ($p<0,001$) and $R^2=19,4$ ($p<0,001$), which means that fanaticism in K-Pop fans in Indonesia can be predicted by consumptive behavior and self-control.

Keywords: *Fanaticism, consumptive behavior, self-control, K-Pop*

Abstrak

Penggemar K-Pop dikenal dengan loyalitas yang tinggi dan secara konsisten dikarakteristikan berpotensi menjadi fanatik hingga menimbulkan perilaku maladaptif. Pengendalian sikap dan perilaku penggemar K-Pop dalam menjalani segala bentuk aktivitas pemujaan idola mengindikasikan seberapa fanatik penggemar tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk melihat peran perilaku konsumtif dan kontrol diri dengan fanatisme pada penggemar K-Pop di Indonesia. Partisipan yang terlibat dalam penelitian ini yaitu 230 penggemar K-Pop di Indonesia usia 18-22 tahun yang mengalokasikan pengeluarannya untuk membeli *merchandise official* dari idolanya. Perilaku konsumtif diukur dengan menggunakan skala yang telah dimodifikasi oleh Faradila (2018) berdasarkan teori perilaku konsumtif yang dijabarkan oleh Fromm (1995). Kontrol diri diukur dengan menggunakan skala *Brief Self Control Scale* (BSCS) berdasarkan teori kontrol diri Tangney et. al (2004) dan fanatisme diukur menggunakan skala yang telah dimodifikasi oleh Eliani (2018) berdasarkan teori fanatisme yang dijabarkan Goddard (2001). Metode analisis menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan $F=27,3$ ($p<0,001$) dan $R^2=19,4$ ($p<0,001$) yang berarti fanatisme pada penggemar K-Pop di Indonesia dapat diprediksi oleh perilaku konsumtif dan kontrol diri.

Kata Kunci: Fanatisme, perilaku konsumtif, kontrol diri, K-Pop