

**PERILAKU MEMBELI PRODUK KECANTIKAN SCARLETT  
WHITENING OLEH PENGGEMAR K-POP**  
**(Studi Tentang Pemberian Gift Merchandise Idola K-Pop di Kabupaten  
Bojonegoro)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Untuk  
Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial  
(S.Sos) dalam Bidang Sosiologi**



**UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A**

Oleh :

**Devi Pramesty Cahyani**

**NIM. I03219012**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JURUSAN ILMU SOSIAL  
PROGRAM STUDI SOSIOLOGI  
JUNI 2024**

**PERNYATAAN**  
**PERTANGGUNGJAWABAN SKRIPSI**

*Bismillahirrahmanirrahim*

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Devi Pramesty Cahyani  
NIM : I03219012  
Program Studi : Sosiologi  
Judul Skripsi : Perilaku Membeli Produk Kecantikan Scarlett Whitening Oleh Penggemar K-Pop (Studi Tentang Pemberian Gift Merchandise Idola K-Pop di Kabupaten Bojonegoro)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

- 1) Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan pada lembaga pendidikan manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
- 2) Skripsi adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan plagiasi atas karya orang lain.
- 3) Apabila skripsi ini dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan sebagai hasil plagiasi, saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 30 Mei 2024

Yang menyatakan



Devi Pramesty Cahyani  
NIM: I03219012

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi yang ditulis oleh:

Nama : Devi Pramesty Cahyani

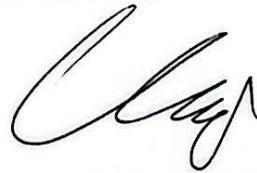
NIM : 103219012

Program Studi : Sosiologi

Yang berjudul: “**Perilaku Membeli Produk Kecantikan Scarlett Whitening Oleh Penggemar K-Pop (Studi Tentang Pemberian Gift Merchandise Idola K-Pop di Kabupaten Bojonegoro)**”, saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah diperbaiki dan dapat diujikan dalam rangka memperoleh gelar sarjana ilmu sosial dalam bidang Sosiologi.

Surabaya, 30 Mei 2024

Pembimbing



Amal Taufiq, S.Pd, M.Si

NIP. 197008021997021001

## PENGESAHAN

Skripsi oleh Devi Pramesty Cahyani dengan judul: "Perilaku Membeli Produk Kecantikan Scarlett Whitening Oleh Penggemar K-Pop (Studi Tentang Pemberian Gift Merchandise Idola K-Pop di Kabupaten Bojonegoro)", telah dipertahankan dan dinyatakan lulus didepan Tim Penguji Skripsi pada tanggal 11 Juni 2024.

### TIM PENGUJI SKRIPSI

Penguji I



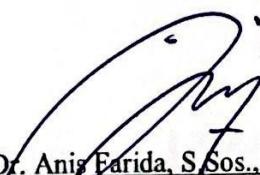
Amal Taufiq S.Pd, M.Si  
NIP. 197008021997021001

Penguji II



Dr. Iva Yulianti Umdatul Izzah, S.Sos, M.Si  
NIP. 197607182008012022

Penguji III



Dr. Anis Farida, S.Sos., S.H., M.Si  
NIP. 197208062014112001

Penguji IV



Hj. Siti Azizah, S.Ag, M.Si  
NIP. 197703012007102005

Surabaya, 11 Juni 2024

Mengesahkan,

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dekan





UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : DEVI PRAMESTHY CANYAMI  
NIM : 103219012  
Fakultas/Jurusan : FISIP / Sosiologi  
E-mail address : devi.pramesti.5432@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif atas karya ilmiah :

Sekripsi     Tesis     Desertasi     Lain-lain (.....)  
yang berjudul :

PERILAKU MEMBELI PRODUK KECANTIKAN SCARLETT WHITENING OLEH  
PENGGEMAR KPOP (Studi Tentang Pemberian Gift Merchandise  
Idola K-pop di Bojonegoro)

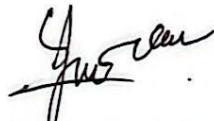
beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 11 Juni 2024

Penulis

  
( Devi Pramesty C. )  
nama terang dan tanda tangan

## ABSTRAK

**Devi Pramesty Cahyani, 2024.** *Perilaku Membeli Produk Kecantikan Scarlett Whitening Oleh Penggemar K-Pop (Studi Tentang Pemberian Gift Merchandise Idola K-Pop di Kabupaten Bojonegoro)*”, Skripsi Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci: Konsumsi, *merchandise*, Penggemar K-Pop.

Saat ini banyak ditemui berbagai produk-produk yang bekerja sama dengan *public figur* dengan memberikan penawaran berupa *gift merchandise*. Salah satunya yaitu produk kecantikan Scarlett Whitening yang merupakan salah satu produk lokal asal Indonesia yang menggandeng artis idola K-Pop asal Korea Selatan untuk menjadi *brand ambassador*nya. Tindakan ini tentunya menarik minat para penggemar K-Pop yang terkenal dengan loyalitas untuk mendukung idolanya dengan membeli produk tersebut sehingga menimbulkan perilaku konsumtif.

Penelitian ini bertujuan untuk, pertama: memberikan gambaran mengenai konsumen sebagai penggemar menyikapi idolanya menjadi bintang iklan pada produk-produk yang dipasarkan. Kedua: mengetahui alasan ketertarikan minat para penggemar dalam membeli merchandise yang berhubungan dengan idola favoritnya.

Metode penelitian ini menggunakan jenis kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pemilihan subyek penelitian ini dengan menggunakan *purposive sampling*. Data yang diperoleh melalui hasil wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Teori yang digunakan untuk menganalisis data pada penelitian ini yaitu teori Hiperealitas milik Jean Baudrillard dan teori Pilihan Rasionalitas milik James S. Coleman.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) dalam mendukung idolanya penggemar rela membeli barang-barang yang berhubungan dengan idolanya salah satunya yaitu produk Scarlett Whitening walaupun harganya terbilang cukup mahal. (2) penggemar sebagai konsumen merasa puas dalam membeli produk kecantikan ini karena keinginan untuk mendapatkan dan mengoleksi *gift merchandise* yang ditawarkan, sehingga membuat penggemar merasa dekat dengan idolanya dengan menggunakan barang yang sama.

## DAFTAR ISI

### HALAMAN JUDUL

PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... Error! Bookmark not defined.

PENGESAHAN TIM PENGUJI ..... Error! Bookmark not defined.

MOTTO.....iv

PERSEMBAHAN.....v

PERNYATAAN PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI. Error! Bookmark not defined.

ABSTRAK .....viii

KATA PENGANTAR.....ix

DAFTAR ISI.....xi

DAFTAR GAMBAR.....x

DAFTAR TABEL.....xii

BAB I PENDAHULUAN ..... 1

    A. Latar Belakang ..... 1

    B. Rumusan Masalah ..... 8

    C. Tujuan Penelitian ..... 8

    D. Manfaat Penelitian ..... 8

    E. Definisi Konseptual ..... 9

    F. Sistematika Pembahasan ..... 17

BAB II HIPERREALITAS DAN PILIHAN RASIONALITAS ..... 19

    A. Penelitian Terdahulu ..... 19

    B. Hallyu Kwave, Gaya Hidup Konsumtif Penggemar K-Pop ..... 25

    C. Simulacra dan Hiperrealitas ..... 31

    D. Teori Pilihan Rasionalitas James S. Coleman ..... 35

BAB III METODE PENELITIAN ..... 379

    A. Jenis Penelitian..... 379

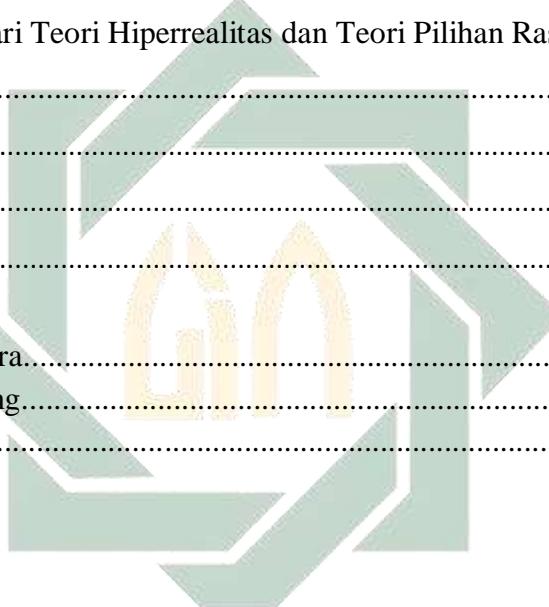
    B. Lokasi dan Waktu Penelitian..... 41

    C. Pemilihan Subyek Penelitian..... 402

    D. Jenis dan Sumber Data ..... 413

    E Tahap-Tahap Penelitian ..... 413

F. Teknik Pengumpulan Data.....	424
G. Teknik Analisis Data .....	457
H. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	479
<b>BAB IV PERILAKU MEMBELI PRODUK KECANTIKAN SCARLETT WHITENING OLEH PENGGEMAR K-POP .....</b>	<b>50</b>
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	50
B. Profil Komunitas K-Pop Bojonegoro ( Event K-Pop Concert).....	52
C. Minat Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Produk Kecantikan Scarlett Whitening .....	524
D. Perilaku Membeli Produk Kecantikan Scarlett Whitening Oleh Penggemar K-Pop (Studi Tentang Pemberian Gift Merchandise Idola K-Pop di Kabupaten Bojonegoro)ditinjau dari Teori Hiperrealitas dan Teori Pilihan Rasionalitas .....	86
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>935</b>
A. Kesimpulan .....	935
B. Saran .....	957
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>968</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
A. Pedoman Wawancara.....	101
B. Dokumen Pendukung.....	102
C. Biografi Peneliti.....	103



**UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A**

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 4.1 Peta Wilayah Kabupaten Bojonegoro.....	50
Gambar 4.2 Akun Instagram Komunitas K-Pop Bojonegoro.....	51
Gambar 4.3 Pelaksanaan Event Dance Cover K-Dream Concert Bojonegoro.....	52
Gambar 4.4 Produk Scarlett Whitening.....	55
Gambar 4.5 Brand Ambassador Scarlett Whitening.....	61
Gambar 4.6 Promosi di Media Sosial dari Brand Ambassador.....	65
Gambar 4.7 Acara Meet and Great dengan Brand Ambassador.....	66
Gambar 4.8 Set Box Produk ScarlettWhitening dengan Merchandisennya.....	68
Gambar 4.9 Pembelian Produk Scarlett Whitening dengan Merchandisennya.....	69

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 3.1 Tabel Identitas Informan.....	42
---	----

**UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A**

## DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Eni Nur., dan Anik Lestari Andjarwati. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 21.
- Alhamid, Ahmad Hanan. (2020). Dampak K-Pop Terhadap Perilaku Remaja. *Jurnal Pendidikan, Sains dan Humaniora*, 11-13.
- Anshori, Isa. (2018). Melacak State Of The Art Fenomenologi Dalam Kajian Ilmu-Ilmu Sosial,”. *Halaqa: Islamic Education Journal* 2, no. 2, 166-167.
- Arum, Dewi., dan Eiza Noviana Khoirunnisa.(2021). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Psikologi Pengguna E-Commerce Shopee. *Jurnal Penelitian Psikolog*, 94.
- Asep, ST Sujana. (2012). *Manajemen Minimarket*. Bogor: Raih Asa Sukses.
- Baudrrillard, Jean. (2010). *The Agony of Power Dominasi, Hegemoni, Teror*. Yogyakarta: Basabasi.
- Dewandhini, Agristya Kiki. (2017). Pengaruh Merchandise, Promosi, & Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Baju “Rindu Busana” Trenggalek . p. 5.
- Ermawan, Donny. (2017). Pengaruh Globalisasi Terhadap Eksistensi Kebudayaan Daerah di Indonesia7). *Jurnal Kajian Lemhannas RI*, 6.
- Fatmawatие, Naning. (2022). *E-Commerce dan Perilaku Konsumtif*”. Yogyakarta: Nadi Pustaka Offset.
- Ginting, Nazla Maharani,, dan Rosniwaty Br Bangun.(2021). Pengaruh Gaya Hidup dan Perspektif Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Store Urban Traffic Medan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 144.
- Govinaza, Ardeva., dan Meitani Santi Budiani. (2020). Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toserba X. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 144.
- Hakim, Nul Lukman. (2013). Ulasan Metodologi Kualitatif: Wawancara Terhadap Elit . *Jurnal Aspirasi Vol.4 No.2*, 168.
- Harahap, Nursapia. (2020). *Penelitian Kualitatif*. Sumatera Utara: Wal Ashri Publishing.

- Harsono, Lian Cindy., Titi Susilowati Prabwa., dan Martin Setyawan. (2016). *Perancangan Merchandise Sebagai Media Promosi Tempat Wisata Kolam Renang Marina Semarang*. Semarang: Universitas Kristen Satya Wacana.
- Haryono, Gatot Comas. (2019). Kepalsuan Hidup Dalam Hiperealitas Iklan (The Falsehood of Life in Adversiting Hypereality). *Jurnal Komunikasi Vol. 12 No.2*, 115-117.
- Hasanah, Hasyim. (2016). Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial). *Jurnal at-Taqaddum Vol. 8 No. 1*, 26.
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Iswanto, Fredy Andrean. (2021). Pengaruh Perbedaan Karakteristik Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ruang Guru. *Jurnal Ilmu Manajemen Vol.9 No. 1*, 381.
- Jauhari, Minan. (2017). Media Sosial: Hiperrealitas dan Simulacra Pada Perkembangan Masyarakat Zaman Now Dalam Pemikiran Jean Baudrillard. *Jurnal al-'Adalah vol. 20 No.1*, 113.
- Kinanti, Galuh. (2019). Skripsi Korean Wave (Studi Tentang Pengaruh Budaya Korea Pada Penggemar K-Pop di Semarang . 15.
- Lestari, Eni. (2017). Perilaku Konsumtif Dikalangan Remaja. *Jurnal Riset Tindakan Indonesia*, 4.
- Mawarni, Mentari Vieka. (2021). Skripsi Pengaruh Artis K-Pop (BTS) Sebagai Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia di Kota Palembang. 6.
- Mujahidah, A Nooriah . (2020). Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penangannya (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di SMK negeri 8 Makassar. *Jurnal Psikology*, 12.
- Nasib., Debora Tambunan, dan Syaifullah. (2021). *Perilaku Konsumen (Studi Dalam Pemilihan Perguruan Tinggi)*. Yogyakarta: Nuta Media.
- Nilamsar, Natalia. (2014). Memahami Studi Dokumen dalam Penelitian Kualitatif. *Wacana XIII, no. 2* , 178.
- Putsanra, Dipna Videlia. "Arti FOMO dalam Bahasa Gaul, Selebgram FOMO Konser Blackpink" <https://tirto.id/arti-fomo-dalam-bahasa-gaul-selebgram->

[fomo-konser-blackpink-gDyn](#) diakses pada 24 Novemrber 2023 pukul 18.33 WIB

- Rejeki, Sri. (2019). Pilihan Rasional Petani Miskin Pada Musim Paceklik. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 193-194
- Ritzer, George., dan Douglas J. Goodman. (2012). *TEORI SOSIOLOGI: Dari Teori Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern*. Yogyakarta: Kreasi Wacana Yogyakarta,
- Ruslim, Tommy Setiawan., dan Mukti Raharjo. (2016). Identifikasi Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Segi Harga Dan Kualitas Pada Restoran Abuba Steak di Greenville . *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 28.
- setiawan, C. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, karakteristik, dan keunggulannya*. Cikarang: PT Gramedia Widiasarana Building.
- Simbar, Frulyndese K. (2016). Fenomena Konsumsi Budaya Korea Pada Anak Di Kota Manado. *jurnal holistik*, 21.
- Sujana, ST Asep. (2012). *Manajemen Minimarket* . Bogor: Raih Asa Sukses.
- Suminar, Eva., dan Tatik Meiyuntari. (2015). Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja. *Jurnal Psikologi Indonesia*, 146.
- Suyanto, Bagong. (2017). *SOSIOLOGI EKONOMI: Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*. Jakarta: Kencana.
- Tommy Setiawan Ruslim & Mukti Raharjo. (2016). Identifikasi Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Segi Harga Dan Kualitas Pada Restoran Abuba Steak di Greenville. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 19.
- Warsid, Edi. (2010). ‘Perilaku Konsumtif Merusak Karakter Bangsa. Jakarta: CV Rizky Aditya.
- Valenciana, Catherine., dan Jetie Kusmiati. (2018). Korean Wave: Fenomena Budaya Pop Pada Remaja Milenial di Indonesia. *Jurnal Diversita*, 208.