

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

K-Pop merupakan kependekan dari *Korean Pop* (musik populer Korea) (Simbar, 2016). Dalam jurnal yang berjudul "*Fanatisme Remaja Perempuan Penggemar Musik Kpop*" menjelaskan bahwa keberadaan K-Pop di kalangan remaja Indonesia ditunjukkan melalui perkembangan komunitas-komunitas yang disebut dengan *fandom* di media sosial (Ayunita & Andriani, 2018). *Fandom* ini memiliki sifat yang sangat loyal karena dalam mendukung artis favoritnya, mereka tidak ragu-ragu untuk mengeluarkan dana dalam jumlah besar untuk membeli *merchandise* hingga tiket konser (Amelia, 2022).

Mereka merasa sebagai penggemar K-Pop keinginan dalam membeli *merchandise* merupakan kebutuhan utama yang dilatar belakangi dengan motif kepuasan (Ayunita & Andriani, 2018). Akibatnya remaja penggemar K-Pop (*kpopers*) tidak dapat mengontrol pengeluaran menjadi konsumtif, mereka bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan prioritas melainkan memenuhi keinginan sehingga mengarah pada pemborosan. (Nisrina, Widodo, Larassari, & Rahmaji, 2020). Dampak buruk dari pemborosan ini akan menyebabkan terjadi krisis keuangan, tidak mampu untuk menabung, terjadi hutang yang menumpuk, tidak memiliki dana darurat, menimbulkan stress, dan konflik pada keluarga juga (Ulya, Noviekayati, & Ananta, 2022).

Dalam studi kasus yang ditemukan dari fenomena adanya remaja-remaja yang kurang literasi keuangan terlibat pinjaman *Shopee Paylater* demi bisa konser *NCT The Dream Show 2* hingga tidak mampu untuk melunasinya (Astari, 2023). Dari studi kasus ini menunjukkan bukti bahwa adanya remaja penggemar K-Pop (*kpopers*) yang rela demi memenuhi hobinya terhadap K-Pop, seperti mengikuti *event* K-Pop, meski dalam keuangan yang terbatas hingga berdampak buruknya pada keuangan yang dimiliki sehingga diperlukan literasi keuangan. Literasi

keuangan yang dimaksud berdasarkan pengertian dari Kemendikbud yaitu pengetahuan dan keahlian dalam memahami konsep dan risiko, keterampilan, dan motivasi agar bisa membuat keputusan yang berkaitan dengan keuangan sehingga dapat menambah kesejahteraan baik untuk diri sendiri dan orang lain (Wibawana, 2022). Adanya pemahaman terhadap literasi keuangan dapat bermanfaat bagi remaja dalam mengelola dan memutuskan penggunaan uang yang dimilikinya hingga menghindari perilaku konsumtif (Pratama, Jasman, & Saharuddin, 2022).

Dari permasalahan diatas jika tidak ada literasi keuangan akan berdampak buruk pada remaja penggemar K-Pop (*kpopers*) yang berusia dewasa awal 17 – 22 tahun. Dampak dari kurangnya literasi keuangan pada remaja penggemar K-Pop (*kpopers*) ini menyebabkan tidak bisa mengendalikan dorongan untuk membeli *merchandise* K-Pop secara impulsif sehingga memicu pemborosan (Syahrial & Azib, 2022). Para remaja penggemar K-Pop (*kpopers*) meski memiliki keterbatasan uang, kurang peduli dengan prioritas utamanya, sehingga menjadi memaksakan kehendaknya untuk mendapatkan barang K-Pop ini berkaitan dengan teori motivasi dari Abraham Maslow tentang “*Hierarchy of Needs*” karena adanya motivasi atas salah satu kebutuhan dari teori Abraham Maslow yaitu Kebutuhan Aktualisasi Diri. Kebutuhan ini menunjukkan akan kepuasan diri seseorang (Muhibbin & Marfuatun, 2020). Menurut salah satu ahli keuangan yang penulis wawancara yaitu Selamat Kurniawan menyatakan bahwa perlunya ada media informasi yang dapat meliterasi keuangan, sebab pada nyatanya media informasi secara resmi yang memberikan literasi keuangan secara mendalam terhadap remaja penggemar K-Pop (*kpopers*) masih belum ada.

Oleh karena itu, dari solusi permasalahan diatas, penulis mau merancang media informasi yang mengedukasi terhadap para remaja penggemar K-Pop (*kpopers*) yang masih berada di usia remaja dewasa awal memiliki literasi keuangan sehingga remaja penggemar K-Pop (*kpopers*) yang masih berusia dewasa awal dapat lebih bertanggung jawab dengan uang yang dimiliki dan dapat mengontrol pengeluarannya yang berkaitan dengan K-Pop sehingga mampu mencegah terjadi masalah keuangan dimasa depan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan terkait latar belakang permasalahan yang telah dijelaskan pada paragraf sebelumnya, maka rumusan masalah yang diambil adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara merancang media informasi literasi keuangan pada remaja penggemar K-Pop (*kpopers*) yang berada di usia dewasa awal 17-22 tahun.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang akan ditetapkan oleh penulis guna untuk perancangan media informasi edukasi terkait literasi keuangan untuk pencegahan dampak buruk konsumtif pada penggemar K-Pop (*kpopers*):

1. Demografis:

- a. Jenis Kelamin: Perempuan

Berdasarkan artikel yang dimuat oleh di website IDN TIMES, penggemar *K-Pop*, sebanyak 92,1% adalah perempuan (Triadanti, 2019).

- b. Usia: 17-22 Tahun

Dalam infografis yang dimuat oleh IDN Times, penggemar KPOP yaitu remaja yang masih berusia 15 -20 Tahun sebanyak 38,1% dan 20 – 25 Tahun sebesar 40,7% (Triadanti, 2019). Menurut WHO dari artikel "*Adolescent health in the South-East Asia Region*", usia anak muda berusia dimulai dari 15 – 24 tahun. Dari penjelasan sebelumnya, penulis menyimpulkan bahwa remaja *kpopers* berada di usia remaja dewasa awal dan menentukan jangkauan umur dimulai dari umur 17-22 tahun.

- c. Pendidikan: SMA, S1

- d. Pekerjaan: Pelajar

- e. Status Sosial: SES B-C

2. Geografis

- Jabodetabek

3. Psikografis

a. Gaya Hidup:

- Konsumerisme

Remaja yang berusia 17-22 tahun suka menghamburkan uang untuk keperluan *fangirling* terhadap idolanya, ketika ia melihat informasi tentang rilis harga *merchandise*, harga tiket *event* K-Pop, dan harga album kpop yang akan dirilis, ia tergiur dan melakukan melakukan PO (Pre Order) atau membeli di toko-toko yang menjual barang K-Pop.

b. Sikap:

- Remaja penggemar K-Pop (*kpopers*) yang berusia 17-22 tahun ini memiliki sikap yang cinta terhadap K-Pop, loyal terhadap K-Pop, dan adanya kecenderungan kurang perhatian dengan keuangannya yang dimiliki demi memenuhi hobinya terhadap K-Pop.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan, tujuan dari pembuatan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Merancang media informasi edukasi terkait literasi keuangan pada remaja penggemar K-Pop (*kpopers*) yang berada di usia remaja dewasa awal.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dari perancangan Tugas Akhir terbagi menjadi bagi 3 (tiga) yaitu sebagai berikut ini:

1. Manfaat Bagi Penulis

Dari proses perancangan Tugas Akhir, penulis menemukan berbagai informasi terkait penggemar remaja penggemar K-Pop (*kpopers*) yang

konsumtif dengan dampak keuangan yang dimiliki demi hobinya terhadap K-Pop. Selain itu, penulis dapat menerapkan pembelajaran yang pernah dipelajari di perkuliahan melalui proses-proses perancangan, serta menambah wawasan bagi penulis.

2. Manfaat Bagi Orang Lain

Dari perancangan Tugas Akhir dapat menambah edukasi terhadap penggemar remaja yang konsumtif terhadap K-Pop yang berusia 17-22 tahun untuk meningkatkan literasi keuangannya yang dimiliki sehingga mampu mengontrol pengeluaran terhadap hobi terhadap K-Pop.

3. Manfaat Bagi Universitas

Dari laporan terhadap perancangan Tugas Akhir dapat menjadi salah satu wawasan, referensi serta panduan dalam proses penelitian perancangan yang memiliki topik yang serupa.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA