

ABSTRACT

Titik Andriyani, 16.05.211.00060. Sociology Study Program, Faculty of Social and Cultural Studies, University of Trunojoyo Madura. EXO-L Community Consumerism (The Study of Korean Boygroup EXO's Fans Community in Surabaya City).

This study aims to find out how consumerism behavior which is carried out by the EXO-L Surabaya community. Consumerism behavior committed by the admin and the members of EXO-L Surabaya community is motivated by their penchant of EXO boy group from South Korea. This study uses Jean Baudrillard's theory of consumer society to analyze the phenomenon of consumerism carried out by the EXO-L community of Surabaya which explains that people consume an object to obtain a mark such as prestige, pleasure, and its kind, not for the benefits of the items itself.

This research uses a descriptive qualitative method with a phenomenological approach. Moreover uses purposive sampling in the selection of informants. The data used are primary and secondary data. The researcher conducts observations, interviews, and documentation to collect the data. Subsequently the researcher conducts the data analysis by data reduction, data display and data verification, then processed and analyzed using the appropriate theory. The data validity technique which is used namely source triangulation, in this case by checking the data that has been processed using another source.

The result of this study indicates that there are four issues which are being driving factors of the EXO-L community of Surabaya to carry out consumerism; 1) Consumerism is carried out to gain recognition as an EXO-L; 2) Consumerism is carried out only to satisfy the pleasure, 3) There is a taught dogma as if it has to consume certain object as an EXO-L; and 4) Consumerism behavior is carried out to follow or imitate the EXO lifestyle thereby creating a difference between K-poper with the surrounding community; 5) participating an event organized by the EXO-L Surabaya community is something which is need to be carried out to maintain and expand relationships. Although it requires a substantial amount of funds to fulfill this need, nonetheless it is still carried out until eventually there is an over-budgeting and has to skimp or save over again.

Keywords: *EXO-L Surabaya, consumerism.*

ABSTRAK

Titik Andriyani, 16.05.211.00060. Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya, Universitas Trunojoyo Madura. Konsumerisme Komunitas EXO-L (Studi Pada Komunitas Penggemar *Boygroup* EXO Asal Korea Di Kota Surabaya).

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumerisme yang dilakukan oleh komunitas EXO-L Surabaya. Perilaku konsumerisme yang dilakukan oleh admin maupun anggota komunitas EXO-L Surabaya dilatarbelakangi oleh kegemaran mereka terhadap *boyband* EXO asal Korea Selatan. Dalam menganalisis fenomena konsumerisme yang dilakukan oleh komunitas EXO-L Surabaya yaitu menggunakan teori masyarakat konsumen milik Jean Baudrillard yang menjelaskan bahwa masyarakat mengonsumsi suatu obyek untuk memperoleh suatu tanda, seperti prestise, kesenangan, dan sejenisnya. Bukan karena manfaat dari barang itu sendiri.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Adapun dalam pemilihan informan yakni menggunakan *purposive sampling*. Data yang digunakan yakni data primer dan sekunder. Dalam mengumpulkan data, peneliti melakukan observasi, wawancara, serta dokumentasi. Setelah itu peneliti melakukan analisis data dengan cara reduksi data, *display* data dan verifikasi data kemudian diolah serta dianalisis menggunakan teori yang sesuai. Teknik keabsahan data yaitu menggunakan triangulasi sumber, yakni dengan cara cek kembali data yang telah diolah menggunakan sumber lain.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya empat permasalahan yang menjadi faktor pendorong komunitas EXO-L Surabaya untuk melakukan tindakan konsumerisme, yaitu 1) konsumerisme dilakukan untuk mendapatkan pengakuan sebagai seorang EXO-L; 2) konsumerisme dilakukan hanya untuk memenuhi kesenangan; 3) terdapat dogma yang mengajarkan seolah harus mengonsumsi obyek tertentu sebagai seorang EXO-L; dan 4) perilaku konsumerisme dilakukan untuk mengikuti atau meniru gaya hidup EXO sehingga menciptakan perbedaan antara K-popper dengan masyarakat sekitar; 5) mengikuti acara yang diselenggarakan komunitas EXO-L Surabaya adalah hal yang perlu dilakukan untuk mempertahankan eksistensi dan memperluas relasi. Meskipun membutuhkan dana yang tidak sedikit untuk memenuhi kebutuhan tersebut namun hal demikian tetap dilakukan sampai pada akhirnya terjadi *over-budget* dan harus berhemat atau menabung lagi.

Kata Kunci: EXO-L Surabaya, konsumerisme.