

ABSTRAK

Siti Rosita, 210521100050, Program Studi Sosiologi, Jurusan Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Trunojoyo Madura. Gaya Hidup Konsumtif Pada Komunitas K-Pop Carat Seventeen Di Surabaya

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gaya hidup konsumtif pada komunitas K-Pop *Carat Seventeen* di Surabaya, penggemar grup idola K-Pop Seventeen di Surabaya. Fenomena konsumsi dalam komunitas penggemar K-Pop tidak hanya sebatas aktivitas membeli produk, melainkan berkaitan dengan makna simbolik, identitas diri, serta solidaritas kelompok. Perilaku konsumtif oleh anggota Carat Surabaya tidak hanya dilakukan saat berada di komunitas tetapi juga saat di luar komunitas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi, melalui wawancara mendalam dan observasi partisipatif. Teori konsumerisme Jean Baudrillard dijadikan kerangka analisis untuk menafsirkan bagaimana praktik konsumsi penggemar membentuk realitas simbolis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumsi di kalangan Carat dipahami sebagai bentuk ekspresi cinta dan dukungan terhadap idola, sekaligus sebagai sarana membangun kedekatan emosional dengan sesama penggemar. Pembelian album, *photobook*, *lightstick*, serta partisipasi dalam konser dan *event* komunitas dimaknai bukan hanya sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai praktik simbolik yang menghadirkan rasa kebahagiaan, kebersamaan, dan pengakuan sosial. Lebih jauh, konsumsi tersebut mencerminkan konstruksi identitas penggemar dalam komunitas. Dengan demikian, gaya hidup konsumtif Carat di Surabaya memperlihatkan bagaimana budaya populer global membentuk pola konsumsi generasi muda, serta menegaskan relevansi teori Baudrillard dalam menjelaskan praktik konsumsi kontemporer.

Kata kunci: Gaya Hidup Konsumtif, K-Pop, Carat, Seventeen, Baudrillard

ABSTRACT

Siti Rosita, 210521100050, Sociology Study Program, Department of Social and Cultural Sciences, University of Trunojoyo Madura. The Consumptive Lifestyle of the Carat Seventeen K-Pop Community in Surabaya

This study aims to determine the consumer lifestyle of the K-Pop Carat Seventeen community in Surabaya, fans of the K-Pop idol group Seventeen in Surabaya. The phenomenon of consumption in the K-Pop fan community is not only limited to the activity of buying products, but is also related to symbolic meaning, self-identity, and group solidarity. Consumptive behavior by Carat Surabaya members is not only carried out when they are in the community but also outside the community. This study uses a qualitative approach with a phenomenological method, through in-depth interviews and participatory observation. Jean Baudrillard's theory of consumerism is used as an analytical framework to interpret how fan consumption practices shape symbolic reality.

The results of this study indicate that consumption among Carats is understood as an expression of love and support for idols, as well as a means of building emotional closeness with fellow fans. Purchasing albums, photobooks, lightsticks, and participating in concerts and community events is interpreted not only as an economic activity but also as a symbolic practice that brings a sense of happiness, togetherness, and social recognition. Furthermore, this consumption reflects the construction of fan identity within the community. Thus, the consumptive lifestyle of Carats in Surabaya demonstrates how global popular culture shapes the consumption patterns of the younger generation, and confirms the relevance of Baudrillard's theory in explaining contemporary consumption practices.

Keywords: Consumptive Lifestyle, K-Pop, Carat, Seventeen, Baudrillard