

BAB II

GAMBARAN UMUM DAN IDENTITAS RESPONDEN

2.1 Pledis *Entertainment*

Han Seong Soo, yang merupakan pendiri dari Pledis *Entertainment*, ingin mengabdikan dirinya di industri hiburan dan ia bergabung dengan SM *Entertainment*, salah satu perusahaan *entertainment* terbesar di Korea Selatan. Setelah dipekerjakan dan mendapatkan ilmu dari SM *Entertainment*, pada tahun 2005, Han Seong Soo memutuskan untuk mendirikan perusahaan independen dari SM *Entertainment*, namun situasi secara keseluruhan sangat buruk. Sewaktu tahun 2006, Han Seong Soo mendebutkan Maybee, yang merupakan penulis lirik, dan mencoba meluncurkan *girl group* yang dipimpin oleh Kahi dan Son Dam-bi, tetapi karena berbagai alasan, Son Dam-bi memulai debutnya sebagai artis solo terlebih dahulu, namun debut Son Dam-bi tidak menerima banyak tanggapan dari penggemar musik Korea. Akhirnya, perusahaan yang ada dibubarkan dan beroperasi sebagai perusahaan perseorangan. Tahun 2008, Son Dam-bi berhasil meraih popularitas dengan lagu utama dari mini album keduanya yang berjudul “Crazy”. Kesuksesan Son Dam-bi membuat perusahaan Han Seong Soo meraih keuntungan modal dan berhasil membuat perusahaan Han Seong Soo mendebutkan *girl group* pertamanya, After School.

Kesuksesan dari Son Dam-bi dan After School sukses membuat kondisi perusahaan Han Seong Soo stabil. Tanggal 5 Juli 2010, Han Seong Soo resmi mendirikan Pledis *Entertainment* untuk mewarnai industri musik di Korea Selatan. Nama Pledis sendiri terinspirasi dari Pleiades, sebuah gugus bintang di konstelasi

Taurus. Pledis *Entertainment* mempunyai filosofi bisnis yaitu membina para bintang idola K-Pop yang sedang dalam masa pelatihan untuk menjadi bintang K-Pop yang paling bersinar. Pledis *Entertainment* berkomitmen menyatukan bakat muda dan pemikiran muda, menerapkan perencanaan yang inovatif dan konsep-konsep yang segar. Langkah ini dicapai melalui konten budaya kreatif yang dihasilkan dengan memaksimalkan bakat dan kekuatan indivisual dari para bintang di Korea Selatan. Komitmen Pledis *Entertainment* berhasil membawa perusahaan berkembang pesat dan menjadi salah satu perusahaan produksi musik Korea yang berhasil memasuki pasar Amerika Utara, Amerika Selatan, serta Eropa dengan masih mempertahankan basis Asia.

Tanggal 18 Oktober 2020, *Korea Fair Trade Commission* (KFTC), sebagai lembaga pengatur persaingan ekonomi di Korea Selatan, secara resmi menyetujui akuisisi yang dilakukan oleh *HYBE Labels* terhadap Pledis *Entertainment*. *HYBE Labels* adalah perusahaan Korea yang bergerak di bidang pembinaan artis, produksi musik, serta distribusi konten sekunder berbasis artis seperti *merchandise*, karakter, dan publikasi. Pledis *Entertainment* dianggap memiliki potensi kesuksesan yang tinggi, yang menjadi salah satu alasan utama *HYBE Labels* melakukan akuisisi tersebut. Melalui merger ini, kedua perusahaan dapat saling memperkuat posisi mereka di pasar hiburan domestik, terutama mengingat ketatnya persaingan bisnis di Korea Selatan. Selain itu, meskipun Pledis *Entertainment* menjadi bagian dari *HYBE*, agensi ini tetap mempertahankan independensinya, sementara artis-artisnya mendapatkan dukungan finansial dan keahlian dari *HYBE Labels*. Strategi ini

memungkinkan perluasan distribusi, peningkatan kapasitas pemasaran, serta pertumbuhan pangsa pasar yang lebih luas bagi kedua belah pihak.

2.2 Visi dan Misi Pledis *Entertainment*

2.2.1 Visi

Pledis yang merupakan gugus bintang mempunyai visi untuk menciptakan dan memelihara bintang yang bersinar, yang tidak hanya sukses secara komersial, tetapi juga memiliki kemampuan kreatif yang kuat yang mampu bersaing pada industri musik Korea maupun internasional.

2.2.2 Misi

Saat menjalankan kegiatan operasionalnya, Pledis *Entertainment* memiliki misi yang dijadikan sebagai pedoman, yaitu:

1. Network Accumulated Over the Years

Pledis *Entertainment* berusaha untuk memanfaatkan hubungan yang telah terjalin dengan berbagai pihak, termasuk media, promotor, dan platform distribusi, untuk mendukung para bintang.

2. Creative Culture Contents

Pledis *Entertainment* berkomitmen untuk menciptakan konten budaya yang inovatif dan menarik yang dihasilkan dengan memaksimalkan bakat dan kekuatan individual dari para bintang di Korea Selatan.

3. *Innovative Planning*

Pledis *Entertainment* berkomitmen menerapkan perencanaan yang inovatif dan konsep-konsep yang segar untuk menunjang karier para bintang agar relevan dan kompetitif di pasar yang terus berubah.

2.3 Logo Pledis *Entertainment*



Gambar 2. 1 Logo Pledis *Entertainment*

Sumber: pledis.co.kr (2025)

Corporate Identity (CI) dapat membantu perusahaan mudah dikenal oleh konsumen dan *stakeholder* yang menjadi pembeda dengan pesaing. Salah satu *corporate identity* tersebut adalah logo perusahaan. Pledis *Entertainment* mempunyai logo sederhana dengan nama perusahaan sendiri yang memiliki huruf “E” pada kata “PLEDIS” yang terinspirasi dari bentuk angka 3 dan menggunakan *font* modern dan tegas untuk mencerminkan inovasi dalam industri hiburan. Warna merah pada kata “PLEDIS” melambangkan semangat, energi, dan kreativitas. Penempatan kata “ENTERTAINMENT” di bawah “PLEDIS” menunjukkan struktur dan keseimbangan, mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki fondasi yang kuat.

2.4 *Boy Group Seventeen*

Seventeen merupakan *boy group* asal Korea Selatan yang dibentuk oleh Pledis *Entertainment* yang resmi debut pada tanggal 26 Mei 2015. Sebelumnya pada pertengahan tahun 2012, Pledis *Entertainment* telah mengumumkan rencana

akan mendebutkan *boy group* yang beranggotakan 17 orang. Ketujuh belas anggota tersebut tidak hanya berasal dari Korea Selatan saja, namun ada juga yang berasal dari Tiongkok dan juga Amerika Serikat. Agar publik familier dengan wajah-wajah dari para *trainee* ini, Pledis *Entertainment* membuat *variety show* di mana para *trainee* ini memiliki misi untuk menarik hati calon penggemarnya. *Variety show* tersebut berjudul SEVENTEEN TV yang tayang pada Januari 2013 dan telah berjalan selama 5 *season*. Rencana untuk mendebutkan grup Seventeen dengan 17 anggota tersebut akhirnya gagal karena 4 orang *trainee* memilih untuk mengundurkan diri dari *project* tersebut. Pledis *Entertainment* kemudian memilih untuk melanjutkan *project* grup Seventeen dengan jumlah anggota sebanyak 13 orang, yakni Choi Seung Cheol, Yoon Jeong Han, Joshua Hong, Wen Junhui, Kwon Soon Young, Jeon Won Woo, Lee Ji Hoon, Lee Seok Min, Kim Min Gyu, Xu Ming Hao, Boo Seung Kwan, Hansol Vernon Chwe, dan Lee Chan.

Setelah melakukan pengenalan pada pertengahan tahun 2012, Seventeen dijadwalkan akan debut pada tahun 2013, namun rencana tersebut batal karena suatu hal. Saat Mei 2015, Pledis *Entertainment* kemudian mengumumkan akan mendebutkan *boy group* Seventeen yakni pada 26 Mei 2015. Pledis *Entertainment* tetap mempertahankan nama grup Seventeen walau memiliki anggota 13 orang, karena grup tersebut memiliki 3 *sub-unit* inti yang masing-masing berfokus pada jenis musik yang berbeda, yaitu *Hip-Hop Team*, *Performance Team*, dan *Vocal Team*. Nama Seventeen kemudian diartikan sebagai 13 anggota + 3 *sub-unit* + 1 grup = 17 (Seventeen). Seventeen akhirnya debut panggung pertamanya pada 26 Mei 2015 lewat acara *Music Show* yang diselenggarakan oleh salah satu saluran

televisi di Korea Selatan dengan membawakan lagu mereka yang berjudul “Adore U”. Tiga hari setelahnya, tepatnya tanggal 29 Mei 2015, Seventeen merilis *mini album* pertamanya dengan judul “17 Carat”. Album tersebut mendapatkan respon yang baik dan positif serta membuat banyak orang semakin melirik *boy group* tersebut.



Gambar 2. 2 Boy Group Seventeen
Sumber. pledis.co.kr (2025)

2.5 Diskografi Seventeen

Diskografi merupakan daftar album atau lagu yang diterbitkan dan dinyanyikan oleh seseorang maupun sekelompok penyanyi atau pemusik. Diskografi dari Seventeen dijelaskan pada tabel berikut ini.

Tabel 2. 1 Diskografi Seventeen

No	Judul Album	Tanggal Rilis
1	17 CARAT The 1st Mini Album	29 Mei 2015
2	BOYS BE The 2nd Mini Album	10 September 2015
3	LOVE&LETTER The 1st Full Album	25 April 2016
4	Love&Letter The 1st Repackage Album	4 Juli 2016
5	GOING SEVENTEEN The 3rd Mini Album	5 Desember 2016
6	All The 4th Mini Album	22 Mei 2017
7	TEEN, AGE The 2nd Full Album	6 November 2017
8	DIRECTOR'S CUT The 1st Special Album	5 Februari 2018
9	WE MAKE YOU The 1st Japanese Mini Album	30 Mei 2018
10	YOU MAKE MY DAY The 5th Mini Album	16 Juli 2018
11	YOU MAKE MY DAWN The 6th Mini Album	21 Januari 2019
12	HAPPY ENDING The 1st Japanese Single Album	29 Mei 2019
13	An Ode The 3rd Full Album	16 September 2019
14	Fallin' Flower The 2nd Japanese Single Album	1 April 2020
15	Heng:garae The 7th Mini Album	22 Juni 2020
16	24H The 2nd Japanese Mini Album	9 September 2020
17	Semicolon The 2nd Special Album	19 Oktober 2020
18	Not Alone The 3rd Japanese Single Album	21 April 2021
19	Your Choice The 8th Mini Album	18 Juni 2021
20	Attacca The 9th Mini Album	22 Oktober 2021
21	Power of Love The 1st Japanese Special Single	8 Desember 2021
22	FACE THE SUN The 4th Full Album	27 Mei 2022
23	SECTOR 17 The 2nd Repackage Album	18 Juli 2022
24	DREAM The 1st Japanese EP Album	9 November 2022
25	FML The 10th Mini Album	24 April 2023
26	ALWAYS YOURS The 1st Japanese Best Album	23 Agustus 2023
27	SEVENTEENTH HEAVEN The 11th Mini Album	23 Oktober 2023
28	17 IS RIGHT HERE The Best Album	29 April 2024
29	SPIRIT THE FEELS The 12th Mini Album	14 Oktober 2024

Sumber: pledis.co.kr (2025)

2.6 Album Fisik

Album fisik merupakan salah satu bagian dari *merchandise* idola Korea Selatan yang dirilis setiap kali idola tersebut mengeluarkan lagu-lagu untuk penggemarnya. Berbeda dengan album fisik yang biasanya berisikan kaset CD, album fisik idola Korea Selatan memiliki isi yang cukup variatif untuk menghibur

pembelinya. Album fisik akan di desain berbeda dengan album musik secara umum untuk menarik perhatian penggemar.

2.6.1 Isi Album Fisik

1. Audio CD

Compact disc atau yang dikenal dengan CD adalah media penyimpanan *portable* yang dapat digunakan untuk merekam, menyimpan, dan memutar ulang audio, video, dan data lainnya dalam bentuk digital. Sama seperti album pada umumnya, album fisik idola Korea Selatan, terutama album fisik *boy group* Seventeen juga memiliki audio CD yang berisi lagu-lagu terbaru.

2. Booklet

Booklet umumnya berisi ucapan terima kasih dari idola kepada penggemar. Selain itu, *booklet* juga memuat lirik lagu serta daftar pihak-pihak yang berpartisipasi dalam produksi lagu pada album tersebut. Ukuran *booklet* bervariasi, mulai dari kecil hingga besar, tipis hingga tebal. Sering kali, *booklet* disatukan dengan *photobook* sebagai satu kesatuan.

3. Photobook

Photobook adalah buku yang berisi serangkaian foto yang saling berhubungan satu sama lain, baik dalam satu tema maupun beberapa tema. Album K-Pop biasanya ada *photobook* yang biasanya berisi foto-foto eksklusif dari idola yang tidak dirilis dalam versi digital. Oleh

karena itu, penggemar perlu membeli album fisik untuk dapat melihat foto-foto tersebut.

4. *Photocard*

Photocard berupa lembaran kertas dengan ukuran ideal 8,5 x 5,5 cm yang menunjukkan foto dari salah satu idola yang bersangkutan yang dicetak resmi oleh perusahaan. *Photocard* merupakan salah satu daya tarik penggemar untuk membeli album fisik karena ukurannya yang tidak terlalu besar sehingga bisa dibawa kemana-mana dan juga tidak memakan ruang terlalu banyak ketika dikoleksi.

5. Poster

Poster pada album K-Pop biasanya dicetak dalam jumlah yang terbatas. Pihak perusahaan hanya memberikan poster tersebut kepada penggemar yang melakukan pembelian album di awal-awal perilisan album. Oleh karena itu, penggemar sering kali memilih untuk melakukan pembelian album pada awal perilisan untuk mendapatkan poster dari idolanya.



Gambar 2. 3 Isi Album K-Pop
Sumber: amazon.com (2025)

2.7 Identitas Responden

Identitas responden disajikan dengan tujuan mengetahui latar belakang responden yang menjadi sampel dalam penelitian. Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dipilih dari beberapa kriteria seperti berusia minimal 17 tahun, penggemar dari *boy group* Seventeen, berdomisili di Semarang, penggemar yang pernah melakukan pembelian album fisik Seventeen minimal 2 kali dalam satu tahun terakhir, dan tentunya bersedia mengisi kuesioner untuk keperluan penelitian. Penelitian ini terdapat 100 responden yang mengisi kuesioner yang telah disebar oleh peneliti. Responden kemudian memberikan skor dengan menggunakan skala likert untuk menjawab pertanyaan kuesioner dan mengisi alasan atas skor tersebut. Karakteristik responden akan diklasifikasi menurut usia, jenis kelamin, status, pendidikan terakhir, jenis pekerjaan, penghasilan/uang saku tiap bulan, pengeluaran

tiap bulan, dan frekuensi pembelian album fisik Seventeen selama satu tahun terakhir.

Berdasarkan kuesioner yang telah diisi oleh responden, berikut data yang diperoleh penulis yang berkaitan dengan responden yang telah dikelompokkan berdasarkan klasifikasi yang telah disebutkan di atas.

2.7.1 Data Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah berusia minimal 17 tahun. Adapun tabel yang memuat data persebaran responden berdasarkan rentang usia yang telah ditentukan sebagai berikut.

Tabel 2. 2 Data Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	17 tahun	4	4
2	18 tahun	7	7
3	19 tahun	11	11
4	20 tahun	12	12
5	21 tahun	27	27
6	22 tahun	13	13
7	23 tahun	5	5
8	24 tahun	8	8
9	25 tahun	6	6
10	26 tahun	2	2
11	27 tahun	0	0
12	28 tahun	2	2
13	29 tahun	0	0
14	30 tahun	1	1
15	31 tahun	1	1
16	32 tahun	1	1
Jumlah		100	100

Sumber: Hasil analisis, 2025

Berdasarkan tabel 2.2, diketahui bahwa mayoritas responden yang mengisi kuesioner didominasi oleh usia 21 tahun, sebanyak 27 orang dengan persentase 27%. Tidak ditemukan responden berusia 27 dan 29 tahun sehingga persentasenya

menunjukkan angka 0%. Responden usia 30, 31, dan 32 tahun hanya terdapat 1 responden yang memberikan jawaban, sehingga persentasenya menunjukkan pada angka 1%. Meskipun demikian, peneliti tidak membatasi jumlah setiap usia yang telah ditentukan.

2.7.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin dibedakan menjadi dua, yaitu laki-laki dan perempuan. Tujuan pengumpulan data responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini ialah untuk mengetahui perbandingan dari jumlah diantara kedua klasifikasi tersebut. Data responden berdasarkan jenis kelamin yang disajikan pada tabel berikut.

Tabel 2. 3 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Perempuan	96	96
2	Laki-laki	4	4
Jumlah		100	100

Sumber: Hasil analisis, 2025

Berdasarkan tabel 2.3, jumlah penggemar *boy group* Seventeen yang melakukan pembelian album fisik mayoritas berjenis kelamin perempuan. Hal ini ditunjukkan dengan responden perempuan mencapai 96 orang dengan persentase sebesar 96%. Sangat berbanding terbalik dengan responden laki-laki yang hanya mendapatkan angka sebesar 4 orang dengan persentase 4%. Meskipun demikian, dalam penyebaran kuesioner, peneliti tidak membatasi maupun memilah jenis kelamin dari responden.

2.7.3 Data Responden Berdasarkan Status

Karakteristik responden berdasarkan status terbagi atas dua kategori, yakni sudah menikah dan belum menikah. Adapun tabel memuat data responden.

Tabel 2. 4 Data Responden Berdasarkan Status

No	Status	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Belum Menikah	100	100
2	Sudah Menikah	0	0
Jumlah		100	100

Sumber: Hasil analisis, 2025

Berdasarkan tabel 2.4, jumlah penggemar *boy group* Seventeen yang melakukan pembelian album fisik mayoritas memiliki status belum menikah. Hal ini ditunjukkan dengan responden dengan status belum menikah mencapai 100%. Tidak ditemui responden dengan status sudah menikah sehingga persentasenya menunjukkan angka 0%. Meskipun demikian, dalam penyebaran kuesioner, peneliti tidak membatasi maupun memilah status dari responden.

2.7.4 Data Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan pada penelitian ini mengacu pada pendidikan yang sedang atau telah ditempuh oleh masing-masing responden. Data pengelompokan responden berdasarkan tingkat pendidikan disajikan pada tabel sebagai berikut.

Tabel 2. 5 Data Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	SD	0	0
2	SMP	2	2
3	SMA/Sederajat	66	66
4	Diploma	1	1
5	S1/S2/S3	31	31
Jumlah		100	100

Sumber: Hasil analisis, 2025

Berdasarkan tabel 2.5 menunjukkan bahwa mayoritas responden yang menjadi sampel penelitian ini merupakan lulusan SMA/Sederajat dengan 66 responden dengan persentase 66%. Sementara mayoritas kedua dalam penelitian ini ialah responden lulusan S1/S2/S3 dengan 31 responden dengan persentase 31%. Minoritas responden dalam penelitian ini adalah lulusan Diploma dengan 1

responden dengan persentase 1%. Tidak ditemui responden dengan tingkat pendidikan SD sehingga persentasenya menunjukkan angka 0%.

2.7.5 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

Kategori jenis pekerjaan responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini beragam. Terdapat lima kategori jenis pekerjaan responden sebagai aktivitas utama yang dilakukan individu untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka. Adapun tabel yang memuat data responden berdasarkan jenis pekerjaannya, sebagai berikut.

Tabel 2. 6 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan			
No	Jenis Pekerjaan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	73	73
2	Karyawan Swasta	18	18
3	Wirausaha	8	8
4	Pegawai Negeri	1	1
5	Ibu Rumah Tangga	0	0
Jumlah		100	100

Sumber: Hasil analisis, 2025

Berdasarkan tabel 2.6 menunjukkan bahwa jenis pekerjaan mayoritas dalam penelitian ini merupakan pelajar/mahasiswa, yakni dengan 73 responden dengan persentase 73%. Responden mayoritas kedua adalah karyawan swasta dengan 18 responden dengan persentase 18%. Minoritas responden dalam penelitian ini adalah pegawai negeri dengan 1 responden dengan persentase 1%. Tidak ditemui responden dengan pekerjaan ibu rumah tangga sehingga persentasenya menunjukkan angka 0%.

2.7.6 Data Responden Berdasarkan Penghasilan

Karakteristik responden berdasarkan penghasilan tiap bulannya dibagi atas empat *range* jumlah pemasukan. Tingkat pendapatan digunakan untuk mengetahui besarnya pendapatan yang diterima responden setiap bulannya. Adapun tabel data

persebaran jumlah responden berdasarkan penghasilan tiap bulannya, sebagai berikut.

Tabel 2. 7 Data Responden Berdasarkan Penghasilan

No	Penghasilan (Rupiah)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	$\leq$ Rp1.000.000	30	30
2	$>$ Rp1.000.000 – Rp3.000.000	45	45
3	$>$ Rp3.000.000 – Rp5.000.000	14	14
4	$>$ Rp5.000.000	11	11
Jumlah		100	100

Sumber: Hasil analisis, 2025

Berdasarkan tabel 2.7 menunjukkan bahwa responden dengan *range* penghasilan $>$ Rp1.000.000 – Rp3.000.000 adalah yang terbanyak dengan total persentase sebanyak 45%. *Range* penghasilan mayoritas kedua yaitu $\leq$ Rp1.000.000 sejumlah 30%. Minoritas penghasilan responden pada penelitian ini yaitu $>$ Rp5.000.000 dengan 11 responden dengan persentase 11%. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden dengan penghasilan atau uang saku per bulan sejumlah $>$ Rp1.000.000 – Rp3.000.000 cenderung lebih melakukan pembelian album fisik *boy group* Seventeen dibandingkan dengan responden penghasilan atau uang saku per bulan sejumlah $\leq$ Rp1.000.000, $>$ Rp3.500.000 – Rp5.000.000, dan $>$ Rp5.500.000.

2.7.7 Data Responden Berdasarkan Pengeluaran

Karakteristik responden berdasarkan pengeluaran tiap bulannya dibagi atas empat *range* jumlah pengeluaran. Pengeluaran didefinisikan sebagai jumlah nominal yang dikeluarkan responden untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dalam jangka waktu satu bulan. Adapun tabel data persebaran jumlah responden berdasarkan pengeluaran tiap bulannya, sebagai berikut.

Tabel 2. 8 Data Responden Berdasarkan Pengeluaran

No	Pengeluaran (Rupiah)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	$\leq$ Rp500.000	9	9
2	$>$ Rp500.000 – Rp2.000.000	58	58
3	$>$ Rp2.000.000 – Rp3.500.000	26	26
4	$>$ Rp3.500.000	7	7
Jumlah		100	100

Sumber: Hasil analisis, 2025

Berdasarkan tabel 2.8 menunjukkan responden dengan *range* pengeluaran $>$ Rp500.000 – Rp2.000.000 adalah yang terbanyak dengan total persentase sebanyak 58% untuk memenuhi kebutuhannya. Diikuti responden dengan pengeluaran sebesar $>$ Rp2.000.000 – Rp3.500.000 sebanyak 26 responden dengan persentase 26%. minoritas pengeluaran responden yaitu $\leq$ Rp500.000 dengan total 9 responden dengan persentase 9%.

2.7.8 Data Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Album Fisik

Penggemar boy group Seventeen melakukan pembelian album fisik dengan frekuensi pembelian yang berbeda-beda. Data responden berdasarkan frekuensi pembelian disajikan dalam tabel 2.9 sebagai berikut.

Tabel 2. 9 Data Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian

No	Frekuensi Pembelian	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	2 kali	70	70
2	3 kali	14	14
3	$>$ 3 kali	16	16
Jumlah		100	100

Sumber: Hasil analisis, 2025

Berdasarkan tabel 2.9, mayoritas responden berbelanja album fisik *boy group* Seventeen 2 kali dalam satu tahun terakhir sebanyak 70%. Kemudian disusul oleh frekuensi berbelanja $>$ 3 kali dalam satu tahun terakhir sebanyak 16%. Sedangkan untuk frekuensi berbelanja paling sedikit adalah berbelanja 3 kali dalam satu tahun terakhir sebanyak 14%.