

# HUBUNGAN ANTARA FANATISME DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA WANITA DEWASA AWAL PENGGEMAR *BOYGROUP* K-POP DI KOTA SEMARANG SELAMA PANDEMI COVID-19

Latifia Aisya Sakina

Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro Semarang

[Latifiaaisya861@gmail.com](mailto:Latifiaaisya861@gmail.com)

## ABSTRAK

Perilaku konsumtif adalah suatu kegiatan membeli pada individu yang berlebihan dengan mementingkan kesenangan dan mencari kepuasan daripada kebutuhan yang seharusnya dipenuhi sehingga akan melakukan segalanya demi mencapai kesenangan dan kepuasan tersebut. Fanatisme adalah suatu keyakinan individu pada suatu objek, pemikiran, budaya atau fenomena yang mampu membentuk identitas baru dan menghilangkan kesadaran individu akan tindakannya sehingga individu mampu melakukan segala hal demi keyakinan atau kepercayaan yang dianutnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara fanatisme dengan perilaku konsumtif pada wanita dewasa awal penggemar *boygroup* K-pop di Kota Semarang selama pandemi Covid-19. Populasi penelitian adalah wanita dewasa awal berusia 18-25 tahun penggemar *boygroup* K-pop di Kota Semarang dengan jumlah 225 subjek yang ditentukan dengan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan skala psikologi yaitu skala fanatisme (41 aitem  $\alpha = 0,942$ ) dan skala perilaku konsumtif (31 aitem  $\alpha = 0,934$ ). Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis *Spearman Rank* dengan koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) sebesar 0,542 dan signifikansi  $p = 0,000$  ( $p < 0,05$ ). Sumbangan efektif fanatisme terhadap perilaku konsumtif sebesar 30% dan 70% sisanya berasal dari faktor lain yang tidak dibahas pada penelitian ini. Hasil koefisien korelasi tersebut menunjukkan terdapat hubungan positif antara fanatisme dengan perilaku konsumtif.

**Kata Kunci** : Fanatisme, Perilaku Konsumtif, Wanita Dewasa Awal, *Boygroup* K-pop

# THE CORRELATION BETWEEN FANATISM AND CONSUMPTION BEHAVIOR IN EARLY ADULT WOMEN OF *BOYGROUP* K-POP FANS IN SEMARANG CITY DURING THE COVID-19 PANDEMIC

Latifia Aisya Sakina

Faculty of Psychology, Diponegoro University, Semarang

[Latifiaaisya861@gmail.com](mailto:Latifiaaisya861@gmail.com)

## ABSTRACT

Consumptive behavior is an excessive buying activity in individuals with an emphasis on pleasure and seeking satisfaction rather than needs that should be met so that they will do everything to achieve that pleasure and satisfaction. Fanaticism is an individual's belief in an object, thought, culture or phenomenon that is able to form a new identity and eliminate individual awareness of his actions so that individuals are able to do everything for the beliefs or beliefs they hold. This study aims to determine whether there is a correlation between fanaticism and consumptive behavior in early adult women who are fans of K-pop boy groups in Semarang City during the Covid-19 pandemic. The population of this research is early adult women aged 18-25 years who were fans of K-pop boygroups in Semarang City with a total of 225 subjects determined by purposive sampling technique. The data collection method used a psychological scale, namely the fanaticism scale (41 items = 0.942) and the consumptive behavior scale (31 items = 0.934). Data analysis was performed using the Spearman Rank analysis technique with a correlation coefficient ( $r_{xy}$ ) of 0.542 and a significance of  $p = 0.000$  ( $p < 0.05$ ). The effective contribution of fanaticism to consumptive behavior is 30% and the remaining 70% comes from other factors not discussed in this study. The results of the correlation coefficient show that there is a positive correlation between fanaticism and consumptive behavior.

**Keywords:** Fanaticism, Consumptive Behavior, Early Adult Women, *Boygroup* K-pop.