

Artikel Investor Daily

by Lufi Mursita

Submission date: 15-Jul-2024 12:47PM (UTC+0700)

Submission ID: 2417076954

File name: Gelombang_Pop_Culture_vs._Kesehatan_Finansial_Pasca_Pandemi.docx (33.08K)

Word count: 1251

Character count: 8031

Gelombang *Pop Culture* vs. Kesehatan Finansial Pasca Pandemi

Lufi Yuwana Mursita

PhD Student di The University of Western Australia, Perth, dan Dosen FEB Universitas Hayam Wuruk Perbanas, Surabaya. Tulisan adalah pendapat pribadi dan tidak mewakili institusi.

Budaya populer, atau yang biasa disebut dengan *pop culture*, saat ini sedang menunjukkan gelombang besarnya di Indonesia. Tren *pop culture* ini bukan hal baru, namun semakin meningkat selepas pandemi COVID-19 berakhir. Tidak pasti mana yang mengalami kenaikan lebih dulu antara penawaran atau permintaan terhadap *pop culture*. Yang pasti, keduanya kini saling berkejaran dan cepat dalam pertumbuhannya.

Mengingat luasnya definisi *pop culture*, istilah gelombang *pop culture* pada tulisan ini adalah untuk merujuk pada fenomena favoritisme pada budaya populer mancanegara yang semakin meningkat dan diakomodasi dengan tersedianya berbagai macam media inovatif. *Pop culture* yang paling menonjol selama beberapa tahun terakhir termasuk, namun tidak terbatas pada, K-pop, K-drama, musik barat, film barat, musik Jepang, dan *fashion*.

Satu bentuk gelombang terbesar *pop culture* mancanegara pasca pandemi yaitu meroketnya jumlah konser musik, *fanmeeting*, festival, dan *event* sejenisnya, baik di Indonesia dan luar negeri. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia mengonfirmasi lonjakan minat terhadap *live concert* pada tahun 2023. Angka tertinggi antara lain dari kedatangan Coldplay yang disambut jutaan penonton dan *tour* Blackpink yang dihadiri ratusan ribu penggemar. Ini menjadi salah satu bukti peningkatan aktivitas dan minat *pop culture* yang signifikan.

Sebegitu banyaknya *event* sepanjang tahun 2023 hingga pertengahan tahun 2024 membuat jarak antara satu *event* dengan *event* lain hanya berkisar satu bulan atau minggu. Ada juga beberapa yang diadakan di hari yang sama. Mengacu pada informasi dari berbagai media, hanya dalam setengah tahun pertama 2024, tercatat telah diselenggarakan lebih dari 30 *event* untuk artis mancanegara di Indonesia dan sebagian besar berasal dari negeri ginseng Korea Selatan.

Peningkatan gelombang *pop culture* ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor. Pandemi berperan sebagai faktor utama. Berakhirnya pandemi menandai terbukanya kembali keleluasaan untuk kembali beraktivitas seperti sedia kala. Kerinduan pada aktivitas hiburan *on the spot* menjadikan momentum-momentum kedatangan artis luar negeri semakin dinantikan.

Alasan lain adalah karena kualitas *pop culture* yang semakin meningkat dan variatif sehingga menyediakan banyak pilihan. Perkembangan ini terjadi pesat selama pandemi masih berlangsung. Hal ini juga didukung dengan beragam media promosi yang semakin inovatif, difasilitasi kecanggihan teknologi saat ini. Sebagai contoh, media sosial (mis. Instagram dan TikTok), laman penyedia video (mis. Youtube), dan layanan *over-the-top* / OTT (mis. Netflix dan Vidio) menjadikan *pop culture* semakin dekat dengan masyarakat.

Secara umum, ada banyak cara untuk menikmati *pop culture* yang kemudian berimplikasi pada biaya yang beragam. Cara yang paling ekonomis yaitu dengan memanfaatkan media sosial karena opsi ini bebas biaya. Setingkat lebih tinggi, masyarakat memilih berlangganan OTT dan *platform* musik¹ berbayar seperti Netflix dan Spotify untuk mengikuti *series* dan musik favoritnya. Menurut Media Partners Asia, total pelanggan berbayar OTT di Indonesia pada kuartar ketiga tahun 2023 telah mencapai 21 juta. Sementara itu, Laporan Global IFPI tahun 2022 menyampaikan bahwa sebanyak 2 juta lebih penduduk Indonesia berlangganan *streaming* musik berbayar.

Lebih lanjut, masyarakat juga mendekatkan diri dengan *pop culture* lewat konser atau festival. Untuk pilihan ini, tentunya diperlukan biaya yang relatif mahal, berkisar antara ratusan ribu hingga jutaan Rupiah. Selain itu, tidak sedikit pula penggemar *pop culture* yang mengeluarkan uang untuk membeli CD atau *official merchandise* dari artis favoritnya.

Faktanya, sebuah studi oleh Populix tahun 2024 yang berjudul *Beyond Borders: A Study of Indonesian Concert-Goers' Behavior* menemukan bahwa 77 persen responden tertarik menonton konser di dalam dan di luar negeri. Sebanyak 42 persen menyatakan telah menghadiri konser pada tahun 2023. Sementara itu, dari total penonton konser tersebut, 68 persen di antaranya menonton 1-3 kali dalam satu tahun.

Data-data di atas membuktikan bahwa masyarakat Indonesia merupakan pasar besar *pop culture*. Masyarakat rela mengeluarkan dana besar untuk memenuhi kebutuhan minat pada hiburan tersebut.

Ditambah lagi, terjadi fenomena sosial berupa perilaku FOMO (*fear of missing out*), yakni perasaan khawatir tertinggal tren dan mendorong untuk² tidak mau melewatkan berbagai kesempatan menikmati *pop culture*. Fenomena yang tidak hanya terjadi pada remaja namun juga orang dewasa ini telah dikaji oleh sejumlah riset oleh akademisi di Indonesia. FOMO dapat menurunkan rasionalitas, meningkatkan impulsivitas, dan menimbulkan sikap konsumtif. Juga, perilaku ini berpotensi meningkatkan hedonisme dalam belanja hiburan.

Dengan melihat berbagai dinamika tersebut, dapat disimpulkan bahwa tantangan yang menjadi nyata bagi masyarakat dengan menjamurnya *pop culture* adalah perihal pengaturan finansial. Meski tiap jenis hiburan sudah memiliki target pasarnya masing-masing, namun nyatanya tidak sedikit masyarakat yang melompat dari kemampuan finansialnya untuk menjangkau *pop culture* dengan cara tertentu. Contohnya, menurut data Populix, sebanyak 15 persen dan 3 persen penonton konser menggunakan sumber dana dari orang tua dan pinjaman *online* untuk membiayai pengeluaran konsernya.

Kondisi-kondisi ini mendukung hasil penilaian dimensi kultural Hofstede⁴ yang mengatakan bahwa Indonesia adalah salah satu negara yang tergolong *indulgent*. Artinya, masyarakat cenderung berpersepsi bahwa tidak ada salahnya menyenangkan diri sendiri, termasuk jika itu berbayar. Karenanya, meski dibebani biaya tinggi untuk memperoleh *experience* dengan *pop culture*, sebagian masyarakat tetap berusaha menggapai biaya tersebut. Misalnya untuk konser, bahkan meski pajak hiburan telah naik menjadi 40%-

75% mulai awal 2024, masyarakat tetap nekat mengeluarkan jutaan rupiah untuk harga final yang ditetapkan *event organizer*, termasuk di dalamnya biaya *platform* saat *ticketing*.

Mengkritisi kondisi ini, ada beberapa rekomendasi cara yang memungkinkan untuk menjaga kesehatan finansial di tengah terpaan gelombang *pop culture*. Pertama, perlunya belajar cara pengelolaan keuangan pribadi. Mengakui keseimbangan kebutuhan jasmani dan rohani, beberapa ahli telah memberikan tips mengatur keuangan untuk kebutuhan hiburan. Contohnya dengan teori 50:30:20, seseorang perlu mengalokasikan 50% untuk kebutuhan pokok, 30% untuk keinginan yang termasuk di dalamnya hiburan, dan 20% untuk tabungan. Untuk mempraktikkannya, penting menanamkan *mindset* bahwa *pop culture* merupakan bagian dari hiburan, yang tentunya harus tidak melampaui anggaran kebutuhan pokok hidup.

Kedua, penting untuk menentukan preferensi *pop culture* yang ingin diikuti. Preferensi membantu menentukan prioritas sehingga akan muncul batasan dalam memilah. Ritme pengeluaran juga dapat lebih teratur sedemikian rupa. Yang perlu diingat adalah bahwa tidak semua *event* harus dihadiri, tidak semua *platform* harus dilanggan, dan tidak pula semua tren harus diikuti. Perlu diingat bahwa dorongan FOMO lebih banyak tidak berakibat baik pada aspek finansial karena mengurangi rasionalitas dalam mengambil keputusan.

Ketiga, menggunakan media sosial untuk memenuhi kebutuhan mengikuti tren *pop culture*. Pasalnya, media sosial adalah media yang paling terjangkau dibandingkan dengan media lainnya. Dengan internet, masyarakat dapat menikmati informasi melalui media sosial dengan leluasa. Lewat media sosial, tidak perlu ada kekhawatiran ketinggalan informasi karena *update* apa pun mengenai *pop culture* terus mengalir sepanjang waktu. Pemanfaatan media sosial secara optimal bisa mengurangi pengeluaran-pengeluaran di luar batas kemampuan personal untuk menikmati *pop culture*.

Keempat, penikmat *pop culture* perlu skeptis pada *event* yang melibatkan keputusan finansial. Untuk menghindari kerugian yang tidak diharapkan, perlu untuk memilah media yang kredibel untuk menikmati *pop culture*. Selain itu, perlu juga berhati-hati pada pembayaran melalui pihak ketiga yang memerlukan prinsip kepercayaan. Perilaku FOMO dapat dimanfaatkan oleh oknum untuk melakukan penipuan, misalnya penipuan jasa titip tiket konser yang tidak amanah. Berbagai media massa telah menyoroti adanya ratusan korban penipuan tiket konser pada tahun 2023. Kehati-hatian pada hal-hal yang demikian dapat menjauhkan diri dari kerugian yang tidak diharapkan.

Pada akhirnya, tidak ada yang tahu kapan tren gelombang *pop culture* ini akan berakhir. Tidak ada yang salah dengan menikmati budaya yang menarik hati ini. Namun seperti halnya gelombang-gelombang yang lain, akan ada kalanya terjadi pasang surut dan akan terus ada hal baru dari waktu ke waktu. Maka dari itu, penting untuk memperhatikan keseimbangan dan kesehatan berbagai aspek personal dalam jangka panjang, termasuk di dalamnya aspek finansial. Penting untuk menjaga *mindset* dan perspektif yang sehat terhadap hiburan. Tetap rasional dalam mengikuti tren akan membuat efek samping dari kehadiran budaya ini dapat dimitigasi.

Artikel Investor Daily

ORIGINALITY REPORT

4%

SIMILARITY INDEX

4%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	www.liputan6.com Internet Source	1%
2	bp3akb.jabarprov.go.id Internet Source	1%
3	rrijogja.co.id Internet Source	1%
4	text-id.123dok.com Internet Source	1%
5	www.infomudah.com Internet Source	1%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On