

BAB IV

KESIMPULAN

Pada tanggal 31 Desember 2007, Yasushi Akimoto seorang produser music dari Jepang memperkenalkan *Idol Group* AKB48 yang memakai konsep bahwa idola dapat dijumpai setiap hari. Dalam perkembangannya, *Idol Group* AKB48 mencapai kesuksesan bahkan *Idol Group* AKB48 masuk ke dalam grup musik terbesar di dunia. Dengan perkembangan dari *Idol Group* AKB48 yang memiliki anggota diluar Negara Jepang seperti Indonesia tentu saja hal ini dapat mempengaruhi perilaku para penggemarnya. Di Indonesia ada komunitas penggemar AKB48 yang bernama AKB48 Fans Club Indonesia (AFCI) yang tersebar di beberapa kota besar seperti, SBY48, TOITSU48 (SULUT) dan SHINSEKI48 (SULSEL).

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, ada berbagai pengalaman subjek saat menjadi anggota AFCI dalam hal konsumtif benda-benda yang berhubungan dengan AKB48. Hasil yang diperoleh perilaku konsumtif muncul pada subjek yang sudah bekerja sehingga mereka sudah memiliki penghasilan sendiri yang membuat mereka dengan mudah membeli merchandise dengan dana sekitar Rp. 15.000.000 – Rp. 20.000.000 untuk membeli photopack, towel, T-Shirt, CD, DVD, lightstick, poster dan single.

Untuk anggota AFCI yang statusnya belum bekerja atau masih sekolah mereka mendapatkan dan untuk membeli merchandise dengan cara menabung menyisihkan uang jajan bulanannya, dan yang dikeluarkan hanya berkisar Rp. 400.000 – Rp. 1.000.000. Para penggemar ini hanya membeli merchandise yang mereka sukai tergantung dengan dana yang mereka miliki

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa *Idol Group* AKB48 memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif para penggemarnya yang tergabung dalam AKB48 Fans Club Indonesia, hanya saja perilaku konsumtif yang muncul sifatnya kondisional tergantung dengan situasi dan kondisi keuangan yang mereka miliki.