

“KONSUMSI PRODUK BUDAYA POP JEPANG DAN IDENTITAS DIRI”

(Studi Fenomenologi pada Masyarakat Subkultur Penggemar Budaya Pop Jepang
di Kota Surakarta)



Oleh :

Astuti Dina Kharisma

D0312014

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Mencapai

Gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Politik

Program Studi : SOSIOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS SEBELAS MARET

SURAKARTA

2017

PERSETUJUAN PEMBIMBING

KONSUMSI PRODUK BUDAYA POP JEPANG DAN IDENTITAS DIRI
(Studi Fenomenologi pada Masyarakat Subkultur Penggemar Budaya Pop Jepang
di Kota Surakarta)

Disusun oleh:

Nama : Astuti Dina Kharisma
NIM. : D0312014
Program Studi : Sosiologi

Disetujui untuk Dibimbing oleh::



Dr. Drajat Tri Kartono, M.Si.
NIP. 19660112 199003 1 002

Dibuat di Surakarta

Pada tanggal, Februari 2017

Kepala Program Studi Sosiologi FISIP UNS



Dr. Ahmad Zuber, D.E.A
NIP. 19701215 199802 1 001

PERSETUJUAN

SKRIPSI

“Konsumsi Produk Budaya Pop Jepang dan Identitas Diri”

**(Study Fenomenologi pada Masyarakat Subkulture Penggemar Budaya Pop
Jepang di Kota Surakarta)**

Disusun Oleh :

Astuti Dina Kharisma

Disetujui untuk Dipertahankan Dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Surakarta, Januari 2017

Pembimbing



Dr. Drajat Tri Kartono, M.Si

NIP. 196601121990031002

PENGESAHAN
SKRIPSI


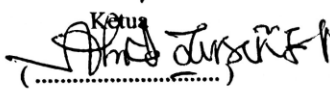
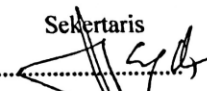
KONSUMSI PRODUK BUDAYA POP JEPANG DAN IDENTITAS DIRI
(Studi Fenomenologi pada Masyarakat Subkultur Penggemar Budaya Pop Jepang
di Kota Surakarta)

Disusun Oleh : **Astuti Dina Kharisma**

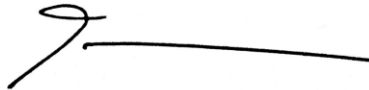
Telah Diuji dan dipertahankan Dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
pada hari: Rabu tanggal: 11 bulan Januari tahun 2017
dan Dinyatakan telah Memenuhi Syarat oleh Panitia Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta

Panitia Penguji:

1. Dr. Argyo Demartoto, M.Si.
NIP. 19650825 199203 1 003
2. Dr. Ahmad Zuber, D.E.A.
NIP.19701215 199802 1 001
3. Dr. Drajat Tri Kartono, M.Si.
NIP. 19660112 199003 1 002


(.....)
Ketua

(.....)
Sekertaris

(.....)
Penguji

Surakarta, Februari 2017
Universitas Sebelas Maret
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Dekan,



Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti N., M.Si
NIP. 196108251986012001

SUSUNAN TIM PENGUJI UJIAN SKRIPSI

KONSUMSI PRODUK BUDAYA POP JEPANG DAN IDENTITAS DIRI

(Studi Fenomenologi pada Masyarakat Subkultur Penggemar Budaya Pop Jepang di Kota Surakarta)

Nama Mahasiswa : Astuti Dina Kharisma

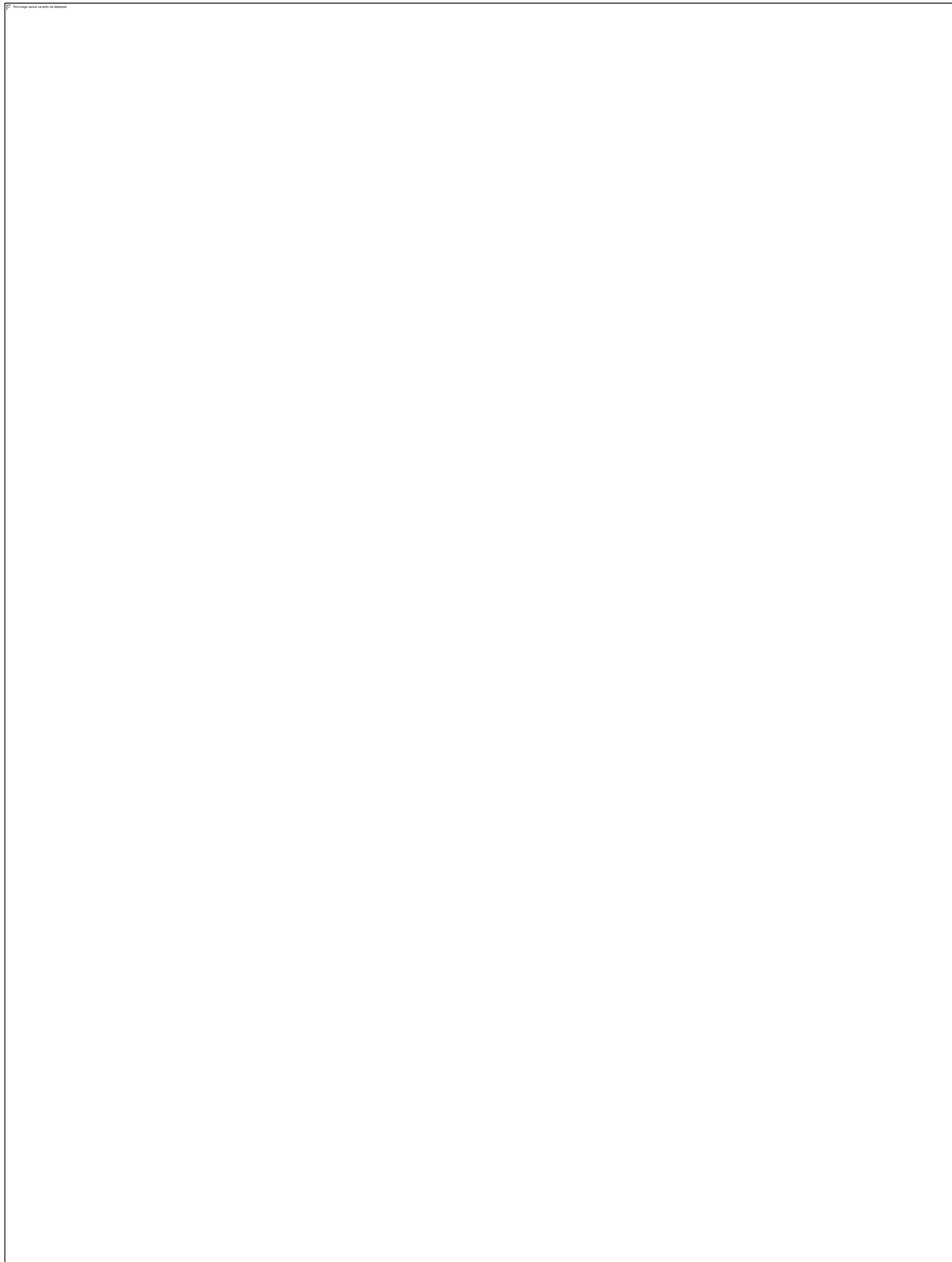
NIM. : D0312014

Jurusan : Sosiologi

Penguji 1 : Dr. Argyo Demartoto, M.Si..
NIP : 19650825 199203 1 003

Penguji 2 : Dr. Ahmad Zuber, D.E.A
NIP : 19701215 199802 1 001

Penguji 3 : Dr. Drajat Tri Kartono, M.Si
NIP : 196601121990031002



ABSTRAK

Astuti Dina Kharisma. D0312014. 2012. “**KONSUMSI PRODUK BUDAYA POP JEPANG DAN IDENTITAS DIRI**” (Studi Fenomenologi pada Masyarakat Subkultur Penggemar Budaya Pop Jepang di Kota Surakarta). Skripsi. Program Studi Sosiologi. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Budaya populer Jepang menjadi salah satu budaya massa yang banyak di konsumsi oleh masyarakat di dunia termasuk Indonesia. Pengaruh dari produk budaya populer Jepang yang beredar menyebabkan munculnya penggemar budaya pop Jepang. Di Indonesia budaya pop Jepang termasuk dalam masyarakat subkultur. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan fenomena identitas diri dan konsumsi dari masyarakat subkultur penggemar budaya populer Jepang.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori masyarakat konsumsi dari Baudrillard dan teori identitas dari Jenkins. Jenis penelitian ini adalah kualitatif fenomenologi dan data didapat dengan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Sampel diambil dengan menggunakan *purposive sampling*. Untuk menguji kebenaran data menggunakan triangulasi sumber data. Analisis data dengan menggunakan teknik analisis data interaktif.

Hasil penelitian ini menunjukkan konsumsi yang dilakukan oleh subkultur penggemar budaya pop Jepang ada pada tingkat konsumsi simulakra, yaitu simulakra produksi, distribusi, dan konsumsi. Konsumsi dipengaruhi oleh komunitas mereka. Identitas yang terbentuk yaitu identitas sosial yang dibentuk melalui *self image* dan *public image*. *Self image* dipengaruhi oleh eksplorasi dan komitmen serta pengaruh dari teman dan komunitas. *Public image* yang terbentuk didukung oleh media sosial yang digunakan serta partisipasi dalam acara Jepang Festival. Kemudian pada tingkat hiperrealitas penggemar budaya pop Jepang mencoba menghadirkan berbagai karakter dua dimensi ke dunia nyata.

Kata kunci: subkultur, budaya populer Jepang, konsumsi, identitas diri.

ABSTRACT

Astuti Dina Kharisma. D0312014. 2012. "CONSUMPTION OF JAPANESE POP CULTURE AND SELF IDENTITY" (The study of Phenomenology on society Japan Pop Culture Fan Subculture in Surakarta). Bachelor theses. Sociology Major. Faculty of social and Political Sciences. Sebelas Maret University of Surakarta.

Japan's popular culture became one of mass culture that many consumption by people in the world including Indonesia. The influence of popular culture products outstanding Japan led Japan pop culture fans. In Indonesia Japan pop culture include subcultures in society. The purpose of this research is to describe the phenomenon of identity and consumption of popular culture fan subculture society Japan.

The theory used in this research is the theory of Community consumption of Baudrillard and the theory of identity from Jenkins. This type of research is qualitative phenomenology and data obtained with in-depth interviews, observation, and documentation. Samples taken by using purposive sampling. To test the truth of data using triangulation data source. Data analysis using the interactive data analysis techniques.

The results of this research indicate consumption conducted by the Japan pop culture fan subculture exists on the level of consumption of simulacra, is simulacra production, distribution, and consumption. Consumption is influenced by their community. The identity formed social identity that is formed through the self image and public image. Self image is affected by the exploration and commitment as well as the influence of friends and community. A public image that is formed is supported by social media being used as well as the participation in the event Japan Festival. Then at the level of hyperreality Japan pop culture fans tried to present a variety of two-dimensional characters into the real world.

Keywords: subculture, popular culture Japan, consumption, identity.

MOTTO

Every individual must destroy before he can become himself.

-Demian by Hermann Hesse-

If you study hard now, your future husband face will change.

-Korea people-

Don't forget the reason why you life

-Kim Nam Joon-

꿈, 희망, 전진, 전진

(Dream, Hope, Forward, Forward)

-BTS-

절실하지 않은 지는. 꿈을 꿀수 없다

(Kamu tidak bisa bermimpi kecuali kamu putus asa)

-Uncontrollably Fond-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya dedikasikan karya skripsi ini untuk:

1. Ayah dan ibu tercinta, Arsoyo dan Asriyani
2. Sahabat-sahabatku tersayang
3. Teman-teman Program Studi Sosiologi, dan
4. Almamater Universitas Sebelas Maret

UCAPAN TERIMA KASIH

Pertama, penulis memanjatkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas kasih sayang, dan karunia-Nya, penulis diberikan kemampuan untuk dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis menyadari dengan sepenuh hati bahwa hanya dengan kodrat, irodad, dan pertolongan Tuhan Yang Maha Esa semata-mata penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Kedua, penulis menyadari sebagai manusia dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, bahwa penyelesaian penyusunan skripsi ini dibantu oleh berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Namun secara khusus dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan rasa hormat yang setulus-tulusnya, dan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Dr. Drajat Tri Kartono, M.Si selaku Pembimbing Skripsi, yang senantiasa bersabar dalam memberikan bimbingan skripsi.
2. Kepala Program Studi Sosiologi Bapak Dr. Ahmad Zuber S.Sos, D.E.A.
3. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Ibu Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti Nurhaeni, M.Si
4. Rektor Universitas Sebelas Maret, Bapak Prof. Dr. Ravik Karsidi, M.S.
5. Seluruh Dosen Sosiologi Universitas Sebelas Maret Surakarta yang selama ini bersedia memberikan bekal ilmu dan bimbingan kuliah
6. Teman-teman Jejepangan yang telah meluangkan waktunya untuk menemani penulis, menonton *J-Fest* dan penulis jadikan informan.
7. Ibu dan ayah yang selalu memberikan doa, semangat, serta dorongan pada peneliti.
8. Sahabatku Dyah, Eka, Rima, Novi, Rakhma, Wulan, Lina, Defita, Nanda, Afit, Murni, Alvi, yang selalu memberikan tawa, canda dan semangat. Teman KKN yang pernah menghabiskan waktu dengan penulis selama satu setengah

bulan. Lewi, Lia, Naluri, Sara, Neri, Oyik teman perjuangan satu bimbingan. Sahabatku Desi yang sudah ada di surga. Astri Nugraheni teman sekamar penulis yang selalu berbagi keluh kesah dengan peneliti. Indah, Ida, Gita, Mbak Intan, Mbak Janah, Mbak Wita serta teman-teman dari Kos Ayudya. Terima kasih atas waktu, semangat, dorongan dan motivasi yang telah diberikan. Dan sahabat-sahabat penulis yang lain yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Terima kasih atas doa dan semangatnya. Jasa kalian sungguh abadi.

9. Kepada Mas Rosyid dan Mbak Fitri yang yang selalu memberikan info jadwal konsultasi pada peneliti dan rekan-rekan peneliti yang satu bimbingan dengan Pak Drajat Tri Kartono. Terima kasih atas informasinya.
10. Kepada Mas Arie Fajar yang telah membantu penulis dalam memberi masukan-masukan untuk skripsi penulis
11. Seluruh teman-teman angkatan 2012 Prodi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah memotivasi dan telah banyak membantu dalam memperlancar penelitian dan penulisan skripsi ini.

Semoga amal dan budi baik semua yang telah membantu dan memberikan dorongan, semangat, serta do'a pada diri penulis akan mendapatkan balasan dari sisi Tuhan Yang Maha Esa. Kemudian semoga hasil karya ini memenuhi harapan sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai, juga memberikan manfaat bagi diri penulis, pembaca serta pemerhati masalah-masalah budaya pop. Amin

Surakarta, Januari 2017

Penulis

Astuti Dina Kharisma

KATA PENGANTAR

Penulis memanjatkan puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa., Tuhan semesta alam, yang sedalam-dalamnya atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyajikan tulisan skripsi yang berjudul: **“KONSUMSI PRODUK BUDAYA POP JEPANG DAN IDENTITAS DIRI”** (Studi Fenomenologi pada Masyarakat Subkultur Penggemar Budaya Pop Jepang di Kota Surakarta). Di dalam tulisan skripsi ini, disajikan pokok-pokok bahasan yang meliputi konsumsi produk budaya populer Jepang dalam masyarakat subkultur di Kota Surakarta dan identitas diri sebagai penggemar budaya populer Jepang.

Penulis menyadari dengan sepenuh hati bahwa penulis mempunyai banyak kekurangan dan keterbatasan, walaupun penulis telah mengerahkan segala kemampuan untuk lebih teliti, tetapi penulis masih merasakan adanya banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Surakarta, Januari 2017

Penulis

Astuti Dina Kharisma

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
SUSUNAN TIM PENGUJI SKRIPSI	v
PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
MOTTO	ix
HALAMAN PERSEMBAHAN	x
UCAPAN TERIMA KASIH.....	xi
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Definisi Konsep dan Batasan Konsep.....	10
1. Konsumsi	10
2. Identitas Diri (<i>Self Identity</i>).....	12
3. Masyarakat Subkultur	14
4. Pop Culture / Budaya Populer	16
a. Pengertian Budaya Populer.....	16
b. Budaya Populer Jepang	22

B. Penelitian Terdahulu	25
C. Landasan Teori.....	30
D. Kerangka Berfikir.....	37

BAB III. METODDE PENELITIAN

A. Deskripsi Lokasi dan Waktu Penelitian	40
B. Jenis Penelitian.....	41
C. Populasi.....	42
D. Sampel dan Teknik Pengambilan Sempel	43
E. Data dan Sumber Data	45
F. Teknik Pengumpulan Data.....	46
G. Validitas Data.....	48
H. Teknik Analisis Data.....	49
I. Profil Informan.....	50

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian	54
1. Gambaran Umum Kota Surakarta.....	54
2. Gambaran Umum Komunitas Budaya Pop Jepang di Kota Surakarta	59
B. Hasil Penelitian	61
1. Pola Konsumsi Penggemar Budaya Populer Jepang.....	61
2. Proses Konsumsi Produk Budaya Pop Jepang oleh Penggemar	65
a. Simulakra Produksi Budaya Pop Jepang	65
b. Simulakra Distribusi Produk Budaya Pop Jepang	71
1. Simulakra Distribusi Melalui Media	72
2. Pemaksaan Media pada Sebkultur Penggemar Budaya Pop Jepang.....	79
c. Simulakra Konsumsi Produk Budaya Pop Jepang.....	112
3. Identitas Sosial Penggemar Budaya Pop Jepang.....	90

1. <i>Self Image</i> Penggemar Budaya Pop Jepang	90
1. Eksplorasi dan komitmen	90
2. Teman dan komunitas.....	94
3. Pengakuan Sebagai Penggemar dan Makna Budaya Pop Jepang.....	105
2. <i>Public image</i> penggemar budaya pop Jepang	113
1. Partisipasi dalam acara jepang festival	114
2. Penggunaan media sosial	120
4. Hiperrealitas Penggemar Budaya Pop Jepang.....	123
C. Pembahasan	131
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	137
B. Implikasi.....	140
C. Saran	143
Daftar Pustaka	144
Lampiran	149

DAFTAR TABEL

Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel III. 1 Agenda penelitian	38
Tabel III. 2. Profil Informan.....	51
Tabel IV.1 Pola Konsumsi Penggemar Budaya Pop Jepang	64
Tabel IV.2 Media Massa Yang Berpengaruh Dalam Penyebaran Budaya Populer Jepang di Indonesia	80
Tabel IV.3 Eksplorasi dan Komitmen.....	93
Tabel IV. 4 Pengaruh Teman dan Komunitas	105
Tabel IV.5 Pengakuan Sebagai Penggemar dan Makna Budaya Pop Jepang..	113
Tabel IV. 6 Partisipasi dalam Acara Jepang Festival.....	119
Tabel IV. 7 Konsumsi Penggemar Budaya Pop Jepang.....	128
Tabel IV. 8 Identitas Sosial Penggemar Budaya Pop Jepang	129

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Kerangka Berfikir	37
Gambar III. 1 Teknik Pengambilan Data	45
Gambar III. 2 Analisis Data Interaktif	48
Gambar IV. 1 Perkembangan <i>manga</i> dari 1600 an sampai 1800 an.....	66
Gambar IV. 2 <i>Manga</i> “Naruto” bentuk <i>manga</i> modern Jepang.....	67
Gambar IV. 3 <i>Anime</i> “Naruto” Adaptasi dari <i>Manga</i> “Naruto”	67
Gambar IV. 4 Versi <i>Video Game</i> dari Serial “Naruto”	68
Gambar IV. 5 Produk <i>merchandise</i> dan Replica dari <i>Manga</i> dan <i>Anime</i>	70
Gambar IV. 6 Proses Simulacra Produksi Budaya Populer Jepang.....	71
Gambar IV. 7 Proses Simulakra Distribusi Produk Budaya Pop Jepang.....	72
Gambar IV. 8 Halaman Depan Situs Baca Manga Dengan Terjemahan Bahasa Indonesia.....	73
Gambar IV. 9 Halaman Depan <i>Website Download Anime</i> Dengan Terjemahan Indonesia.....	74
Gambar IV. 10 Halaman Depan Situs Berita tentang Budaya Populer Jepang	75
Gambar IV. 11 Website Tokopedia dengan Hasil Pencarian “ <i>anime</i> ”	76
Gambar IV. 12 Instagram Toko <i>Online Prodotashop</i>	77
Gambar IV. 13 Majalah Animonstar Edisi September 2013	78
Gambar IV. 14 Proses Simulakra Konsumsi Produk Budaya Pop Jepang	84

Gambar IV. 15 Foto Komik Informan ARD.....	86
Gambar IV. 16 Foto Cosplay Informan PS.....	87
Gambar IV. 17 Foto Cosplay Informan IM ..	88
Gambar IV . 18 Foto Gundam Informan YW.....	89
Gambar IV.19 Screenshot Oficial <i>Facebook</i> Komunitas Ichirou Orenji.....	99
Gambar IV. 20 Kegiatan Kelas Diskusi dan Bahasa Jepang Dari Komunitas Ichirou Orenji	100
Gambar IV.21 Logo Komunitas Visual Shock Community (VOC).....	101
Gambar IV. 22 Foto <i>cosplay anime</i> Naruto komunitas VOC	101
Gambar IV. 23 Contoh gambar Mobile Kit Gundam	103
Gambar IV. 24 Logo Komunitas Gundam Solo	103
Gambar IV. 25 Koleksi Gundam Dari Komunitas Gundam Solo.....	104
Gambar IV. 26 Poster J-Fest SMA N 1 Surakarta	115