

**CINTA DAN CARI UNTUNG: KOMODIFIKASI DI INDUSTRI
KPOP OLEH FANS**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1)
Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial**



Disusun Oleh:

Novelia Arianty

1201003186

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Novelia Arianty

NIM : 1201003186

Tanggal: 19 Agustus 2024

Tanda Tangan:



Novelia Arianty

HALAMAN PERSETUJUAN

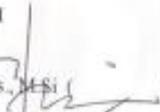
HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Novelia Arianty
NIM : 1201003186
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Cinta dan Cari Untung: Komodifikasi di Industri K-Pop oleh Fans

Telah berhasil menyelesaikan revisi tugas akhir dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Aryo Subarkah Eddyono, S.Sos., M.Si ()

Pembahas 1 : Adek Risma Dedees, S.S., M.A., M.A. ()

Pembahas 2 : Eli Jamilah Mihardja, S.S., M.Si., Ph.D., CICS ()

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal
10 September 2024

KATA PENGANTAR

Dalam kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul “Antara Cinta dan Cari Untung: Komodifikasi dalam Industri Budaya K-Pop oleh Fans” dengan baik serta tepat waktu. Selain itu, peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Maka peneliti, mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun baik untuk peneliti. Penyusunan skripsi ini merupakan sebuah hal yang sangat baru dan tidak akan bisa berjalan lancar tanpa adanya dukungan dan bantuan dari beberapa pihak. Maka dari itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT

Peneliti ucapkan puji dan syukur penulis panjatkan sebanyak-banyaknya kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa yang selalu memberikan nikmat sehat jasmani dan Rohani kepada peneliti sehingga peneliti bisa menyusun tugas akhir ini dengan lancar.

2. Keluarga

Terima kasih kepada Papa, Mama, Fitri Abelia dan Avrillia Azmil, yang selalu memberikan dukungan serta motivasi selama proses penyusunan skripsi ini, terima kasih sudah mendoakan peneliti agar dipermudah dalam menyusun skripsi.

3. Dr. Aryo Subarkah Eddyono, S.Sos., M.Si

Terima kasih kepada mas Aryo selaku dosen pembimbing yang senantiasa membantu, mengarahkan, membimbing dan memberi kritik serta saran kepada peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir ini

4. Sahabat Penulis

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada teman-teman terdekat penulis yaitu Dena, Orpa, Najwa, Farid, Adinda, Aidil, Raykhaan, Dwight, Kharis, Zara, Caca, Ismi, Dea, Della, There, Savannah, Agnes, Althoof dan Maya yang telah memberi dukungan serta semangat kepada penulis selama melaksanakan tugas akhir ini.

Terima kasih telah meluangkan waktu mendengarkan keluh kesah penulis serta memberikan masukan-masukan yang membangun bagi penulis.

5. Informan

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada para informan, Agnes, Kak Tito, Kak caca dan Ara yang telah meluangkan waktunya untuk menjadi informan dalam penelitian ini, Terima kasih telah bersedia menjadi informan dan membagikan pengalaman terkait menjadi seorang penggemar K-Pop.

6. Robi Septian

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada Robi Septian atas dukungan dan motivasi selama peneliti mengerjakan tugas akhir ini, terima kasih telah menemani peneliti mengerjakan tugas akhir ini di berbagai tempat hingga larut malam.

7. Benli

Terima kasih kepada Benli selaku kucing peliharaan peneliti yang selalu menemani peneliti saat malam hari ketika penulis sedang mengerjakan tugas akhir ini

8. BTS

Terima kasih kepada *boyband* BTS yang terus berkarya dan memberi banyak inspirasi kepada peneliti, terutama Min Yoongi yang telah melaksanakan konser *D-Day*, membuat peneliti akhirnya dapat membuat tugas akhir ini. Terima kasih telah mengenalkan peneliti kepada industri K-Pop dan segala pengalaman menjadi penggemar membuat peneliti pada akhirnya dapat membuat skripsi ini. Selama proses mengerjakan tugas akhir ini, peneliti mendapatkan banyak pelajaran berharga serta pengetahuan yang membuat peneliti akhirnya menyadari perasaan serta dukungan kepada BTS akan peneliti selesaikan di sini. Dengan tugas akhir ini, peneliti menyadari bahwa peneliti tidak lagi bisa mendukung BTS sebagai seorang Army seperti sebelumnya. Namun peneliti akan tetap menantikan karya-karya selanjutnya dari BTS. Semoga dapat sukses selalu tapi tetap mendengarkan suara-suara dari para Army lain.

9. Novelia Arianty

Terakhir, terima kasih kepada diri sendiri karena telah berjuang sejauh ini dalam mengerjakan tugas akhir. Walaupun banyak sekali kesulitan serta tekanan yang dihadapi, terima kasih karena telah percaya diri dan mengerjakannya dengan maksimal. Terima kasih telah tidak menyerah dan terus berusaha.

Demikian ungkapan terima kasih yang peneliti berikan kepada semua pihak yang telah membantu selama penyusunan skripsi ini. Akhir kata peneliti berharap semoga setiap ilmu yang disampaikan dapat memberikan manfaat bagi peneliti maupun pembaca.

Jakarta, 19 Agustus 2024



Novelia Arianty

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novelia Arianty

NIM : 1201003186

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Cinta dan Cari Untung: Komodifikasi di Industri Budaya K-Pop oleh fans

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 19 Agustus 2024

Yang menyatakan



Novelia Arianty

Cinta dan Cari Untung: Komodifikasi di Industri Budaya K-Pop oleh Fans

Novelia Arianty

ABSTRAK

Penggemar K-Pop memiliki peranan penting dalam perkembangan popularitas industri budaya K-Pop secara global. Karena loyalitas dan dedikasi melalui aktivitas penggemar yang dilakukan, penggemar K-Pop rela menginvestasikan waktu, uang, dan energi untuk mendukung idola mereka. Kondisi ini dimanfaatkan oleh agensi K-Pop untuk meraup keuntungan sebanyak-banyaknya melalui praktik komodifikasi yang dilakukan seperti membuat sistem *membership*, *merchandise*, konten berbayar dan kolaborasi dengan *brand* yang tidak ada kaitannya dengan musik. Namun, praktik komodifikasi di industri budaya K-Pop tidak hanya dilakukan oleh agensi, saat ini, beberapa penggemar K-pop juga terlihat melakukan praktik komodifikasi ke sesama penggemar. Penelitian ini berusaha mengungkapkan bagaimana praktik komodifikasi yang dilakukan penggemar K-Pop dalam memproduksi *fanmade merchandise* yang dijual kepada sesama penggemar K-Pop lainnya. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan etnografi baru yang dikaji menggunakan teori komodifikasi oleh Vincent Mosco yang terbagi menjadi tiga elemen yaitu komodifikasi konten, komodifikasi khalayak dan komodifikasi pekerja. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik komodifikasi yang dilakukan oleh penggemar K-Pop dalam memproduksi *fanmade merchandise* berawal dari kegiatan prosumsi, penggemar mengonsumsi konten yang dibuat oleh agensi lalu memproduksi kembali konten tersebut menjadi sebuah karya. Karya tersebut diunggah di media sosial dan akhirnya dijual karena adanya permintaan pasar dari para penggemar lain. Keuntungan digunakan kembali untuk mendukung idola k-pop melalui praktik komodifikasi yang dilakukan agensi.

Kata Kunci: Komodifikasi, Industri Budaya K-Pop, Penggemar K-Pop, *Fan Art Merchandise*, Prosumsi

Cinta dan Cari Untung: Komodifikasi di Industri Budaya K-Pop oleh Fans

Novelia Arianty

ABSTRACT

K-Pop fans play an important role in the growing popularity of the K-Pop culture industry globally. Due to loyalty and dedication through fan activities, K-Pop fans are willing to invest time, money, and energy to support their idols, has been leveraged by K-Pop agencies to maximize profits through various commodification strategies, including membership systems, merchandise sales, paid content, and collaborations with unrelated brands. However, the practice of commodification within the K-Pop industry extends beyond just the agencies. Recently, a trend has emerged where some K-Pop fans engage in commodification practices targeting fellow fans. This research seeks to reveal how the commodification practices carried out by K-Pop fans in producing fanmade merchandise. This research is a qualitative research with a new ethnographic methode, and data is analyzed through the lens of Vincent Mosco's commodification theory which is divided into three elements: content commodification, audience commodification, and labor commodification. he results of this research show that the commodification practices committed by K-Pop fans in producing fanmade merchandise begin with prosumption activities, fans consume the content produced by the agency and then re-produce the content into a work. The work is uploaded on social media and eventually sold due to market demand from other fans. Profits are used back to support k-pop idols through commodification practices carried out by the agency.

Keywords: Commodification, K-Pop Culture Industry, K-Pop Fans, Fan Art Merchandise, Prosumption

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Konsep yang Relevan	12
2.1.1 Industri Budaya	12
2.1.2 Budaya Fans dan Aktivitas Penggemar	15
2.1.3 Prosumen	17
2.1.4 Komodifikasi oleh Mosco	19
2.2 Penelitian Sebelumnya	22
2.3 Model Kerangka Pemikiran	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Desain dan Pendekatan	33
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	34
3.2.1 Objek Penelitian	34
3.2.2 Subjek Penelitian	35
3.3 Pengumpulan Data	40

3.3.1 Data Primer	40
3.3.2 Data Sekunder	41
3.4 Analisis Data	41
3.4.1 Reduksi Data	42
3.4.2 Penyajian Data	42
3.4.3 Penarikan Kesimpulan	43
3.5 Validitas Dialogis	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Penyajian Data	45
4.1.1 Motif Penggemar K-Pop dalam Membuat Bisnis	48
4.2 Pembahasan dan Diskusi	71
4.2.1 Praktik Komodifikasi Penggemar K-Pop dalam Memproduksi	71
4.2.2 Keuntungan dari Praktik Komodifikasi untuk Mendukung Idola K-Pop	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Kendala dan Keterbatasan	79
5.3 Saran dan Implikasi	80
5.3.1 Saran Akademis	80
5.3.2 Saran Praktis	80
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Negara dengan cuitan K-pop Terbanyak	2
Gambar 1. 2 Data Negara dengan penggemar K-pop Terbanyak	2
Gambar 1. 3 Data Negara Pendengar K-pop di Spotify	3
Gambar 1. 4 BTS Kolaborasi dengan Tokopedia	4
Gambar 1. 5 Kolaborasi dengan Lemonilo	5
Gambar 1. 6 Merchandise Sebagai Bentuk Komodifikasi Konten	6
Gambar 1. 7 Fanmade Marchandise di Platform Shopee	8
Gambar 1. 8 Jasa K-Popers saat Konser Agust D	8
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	32
Gambar 3. 1 Informan Agnes, Pemilik Sunflownes	36
Gambar 3. 2 Media Sosial Sunflownes	36
Gambar 3. 3 Informan Tito dengan CEO XG	37
Gambar 3. 4 Sosial Media Partypoison.Alphaz	38
Gambar 3. 5 Informan Ara, pemilik _Lilpage	38
Gambar 3. 6 Media Sosial _Lilpage	39
Gambar 3. 7 Informan Caca, pemilik Mezzalune	39
Gambar 3. 8 Media Sosial Mezzalune	40
Gambar 4. 1 Respon Hinata terhadap Fan Art Tito	48
Gambar 4. 2 Respon Maya Terhadap Fan Art Tito	49
Gambar 4. 3 Lagu Jaehyun, inspirasi produk Agnes	58
Gambar 4. 4 Produk nail art Agnes	58
Gambar 4. 5 Produk Poison Alphaz	60
Gambar 4. 6 Produk _Lilpage	62
Gambar 4. 7 Produk _Lilpage	62
Gambar 4. 8 Produk Mezzalune	63

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Generasi K-Pop	14
Tabel 2. 2 Tabel Penelitian Sebelumnya	31