

**Analisis Dimensi Identitas dan Konsumsi dalam Teori Sirkuit
Budaya Stuart Hall di Ohio Amerika Serikat
(Studi Pada Restoran Shinto Japanese Steakhouse)**

TUGAS AKHIR



ANISA NADYA SALMA

1231913038

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

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

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 : Anisa Nadya Salma

NIM : 1231913038

Tanda Tangan :



Tanggal : 29 Januari 2025

HALAMAN PESETUJUAN



HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Anisa Nadya Salma
NIM : 1231913038
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi & Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Dimensi Identitas dan Konsumsi dalam teori Sirkuit Budaya Stuart Hall di Ohio Amerika Serikat (Studi pada Restoran Shinto Japanese Steakhouse)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi & Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Annisa Fitriana Lestari, S.I.K., M.Si

Pembahas 1 : Dr. Dessy Kania, B.A.,M.A

Pembahas 2 : Alifia Firliani, S.Ikom., M.A. (HCM)

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal : 17 Februari 2025

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat, kasih, dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**Analisis Dimensi Identitas dan Konsumsi dalam Teori Sirkuit Budaya Stuart Hall di Ohio Amerika Serikat (Studi Pada Restoran Shinto Japanese Steakhouse)**” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana sesuai dengan waktu yang ditentukan. Tujuan dari penyusunan tugas akhir ini adalah salah satu bentuk pemenuhan syarat kelulusan dan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.) dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie.

Saya menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan tulus, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT karena dengan rahmatnya penulis berkesempatan untuk menyelesaikan perkuliahan dengan baik hingga penyusunan tugas akhir.
2. Akhbar Wahyudianto selaku suami penulis yang telah memberikan doa, dukungan dan pengertian dalam perjalanan akademik penulis.
3. Neni Soemiyati & Toni Saprudin selaku orang tua tercinta dari penulis yang senantiasa memberikan semangat dan doa, sehingga memotivasi penulis untuk selalu semangat dalam berkuliah dan menyelesaikan tugas akhir.
4. Sukarmi & Hadiyanto selaku mertua tercinta dari penulis yang memberikan doa, serta dukungan yang tiada henti dalam proses penyusunan tugas akhir
5. Devi Ayu Rizki selaku kakak penulis yang telah menjadi sosok yang selalu mendukung, menyemangati, dan membimbing penulis dalam setiap langkah akademik penulis.
6. Dyuna Aiza Ardisasmita selaku keponakan penulis yang telah menjadi penyemangat dan penghibur disaat penulis sedang merasa kesulitan dalam mengerjakan skripsi.

7. Annisa Fitriana Lestari, S.I.K., M.Si. selaku dosen pembimbing saya yang dengan sabar membimbing, memberikan arahan, serta ilmu yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini.

8. Dr. Dessy Kania, B.A.,M.A & Alifia Firliani, S.Ikom., M.A. (HCM) selaku Dosen penguji, yang telah memberikan masukan dan kritik konstruktif demi kesempurnaan penelitian ini.
9. Seluruh dosen dan staf akademik di Universitas Bakrie yang telah berbagi ilmu dan pengalaman selama masa perkuliahan penulis.
10. Pihak Shinto Japanese Steakhouse, khususnya narasumber yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi penting bagi penelitian ini.
11. Rekan-rekan seperjuangan, yang selalu menjadi tempat berbagi, saling menyemangati, dan mendukung selama proses pengerjaan skripsi ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan, dukungan, serta inspirasi dalam penyelesaian penelitian ini.
13. Penulis juga ingin berterima kasih kepada diri sendiri atas kerja keras dan usaha yang telah dilakukan selama ini. Saya berterima kasih karena berani mencoba hal baru dan dapat keluar dari zona nyaman sehingga bisa mendapatkan berbagai pengalaman yang berharga.

Akhir kata, penulis memohon maaf atas segala kekurangan dan kesalahan yang terdapat dalam tugas akhir yang telah disusun penulis. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi yang membacanya.

Cleveland , 29 Januari 2025



Anisa Nadya Salma

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Anisa Nadya Salma
NIM : 1231913038
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 **Non Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Analisis Dimensi Identitas dan Konsumsi dalam Teori Sirkuit Budaya Stuart Hall di
Ohio Amerika Serikat
(Studi Pada Restoran Shinto Japanese Steakhouse)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif 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 : Cleveland

Pada tanggal : 29 Januari 2025

Yang menyatakan



(Anisa Nadya Salma)

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis dimensi identitas dan konsumsi dalam konteks globalisasi menggunakan pendekatan Teori Sirkuit Budaya Stuart Hall. Studi ini berfokus pada bagaimana budaya Jepang, khususnya makanan Jepang, diterima dan dipersepsikan oleh konsumen Amerika melalui studi kasus restoran Shinto Japanese Steakhouse di Ohio, Amerika Serikat. Menggunakan metode kualitatif dengan observasi dan wawancara, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana identitas budaya dikonstruksi melalui pengalaman kuliner dan bagaimana aspek konsumsi dipengaruhi oleh globalisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa restoran Jepang tidak hanya melayani komunitas imigran, tetapi juga menjadi simbol status bagi masyarakat Amerika yang lebih luas. Persepsi terhadap kesehatan, keaslian, dan eksklusivitas makanan Jepang dipengaruhi oleh jaringan global yang kompleks, yang mencerminkan percampuran budaya antara Jepang dan Amerika Serikat. Lebih lanjut, penelitian ini menemukan bahwa media sosial memainkan peran penting dalam membentuk citra makanan Jepang, mendorong popularitasnya di pasar internasional. Implikasi penelitian ini menyoroti bahwa kuliner dapat digunakan sebagai alat diplomasi budaya yang efektif, serta bagaimana pemahaman akan interaksi budaya melalui makanan dapat membantu pelaku bisnis kuliner dalam merancang strategi pemasaran yang lebih adaptif. Dengan terus berinovasi dan mempertahankan keaslian budaya, restoran Jepang di luar negeri dapat berfungsi sebagai representasi autentik dari budaya Jepang dalam lanskap global.

Kata Kunci: Identitas Budaya, Konsumsi, Globalisasi, Sirkuit Budaya, Kuliner Jepang.

ABSTRACT

This study analyzes the dimensions of identity and consumption in the context of globalization using Stuart Hall's Cultural Circuit Theory. The research focuses on how Japanese culture, particularly Japanese cuisine, is perceived and accepted by American consumers through a case study of Shinto Japanese Steakhouse in Ohio, United States. Using a qualitative method with observations and interviews, this study explores how cultural identity is constructed through culinary experiences and how consumption is influenced by globalization. The findings indicate that Japanese restaurants not only serve immigrant communities but also become a status symbol for the broader American society. Perceptions of health, authenticity, and exclusivity of Japanese cuisine are shaped by a complex global network, reflecting cultural fusion between Japan and the United States. Furthermore, the study finds that social media plays a crucial role in shaping the image of Japanese food, driving its popularity in the international market. The implications of this research highlight that cuisine can be an effective tool for cultural diplomacy and that understanding cultural interactions through food can help culinary businesses design more adaptive marketing strategies. By continuously innovating while maintaining cultural authenticity, Japanese restaurants abroad can serve as authentic representations of Japanese culture in the global landscape.

Keywords: *Cultural Identity, Consumption, Globalization, Cultural Circuit, Japanese Cuisine.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PESETUJUAN.....	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	13
1.4.2 Manfaat Praktis.....	14
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Konsep yang Relevan.....	15
2.1.1 Komunikasi Lintas Budaya.....	15
2.1.2 Teori Stuart Hall.....	22
2.1.3 Gastrodiplomasi.....	28
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan.....	32
2.3 Kerangka Pemikiran.....	42
BAB III	

METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Metode Penelitian.....	43
3.2 Subyek dan Obyek Penelitian.....	44
3.2.1 Subyek Penelitian.....	44
3.2.2 Obyek Penelitian.....	45
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.4 Teknik Analisis Data.....	52
3.7 Keterbatasan Penelitian.....	60
 BAB IV	
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	62
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	62
4.1.1 Shinto Japanese Steakhouse.....	62
4.2 Penyajian Data.....	65
4.2.1 Hasil Data Wawancara Dimensi Identitas.....	72
4.2.2 Hasil Data Wawancara Dimensi Konsumsi.....	78
4.3 Pembahasan dan Diskusi.....	85
4.3.1 Analisis Implementasi Dimensi Identitas.....	85
4.3.2 Analisis Implementasi Dimensi Konsumsi.....	90
4.3.3 Faktor lain di luar dimensi teori sirkuit budaya Stuart Hall.....	93
 BAB V	
PENUTUP.....	98
5.1 Kesimpulan.....	98
5.2 Kendala & Keterbatasan.....	99
5.3 Saran & Implikasi.....	100
5.3.1 Saran.....	100
5.3.1.1 Saran Teoritis.....	100
5.3.1.2 Saran Praktis.....	101
5.3.2 Implikasi.....	102
 DAFTAR PUSTAKA.....	104

LAMPIRAN 1.....	108
LAMPIRAN 2.....	112
LAMPIRAN 3.....	117
LAMPIRAN 4.....	120
LAMPIRAN 5.....	125
LAMPIRAN 6.....	128

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	49
Tabel 2. 2 Kerangka Pemikiran	56
Tabel 3. 1 Tabel Daftar Kriteria Informan	64
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Konsep	72
Tabel 4. 2 Model Penelitian	111
Tabel 4. 3 Keterangan Model Koding Penelitian	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Top 6 Most Popular Ethnic Cuisines in the US..... 17

Gambar 1. 2 Hibachi Japanese steakhouse18

Gambar 1. 3 Klub Mobil Shinto21

Gambar 4. 1 Restoran Shinto Japanese Steakhouse di Ohio 80

Gambar 4. 2 Suasana Dining di Restoran Shinto Japanese Steakhouse di Ohio 81

Gambar 4. 3 Review Customer Restoran Shinto Japanese Steakhouse83

Gambar 4. 4 Komunitas Klub Mobil Mewah Restoran Shinto Japanese
Steakhouse 84

Gambar 4.5 *Annual Golf Outing* Restoran Shinto Japanese Steakhouse 84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Interview Owner	108
Lampiran 2 Interview Manager	112
Lampiran 3 Interview Warga Negara Amerika.....	117
Lampiran 4 Interview Warga Negara Amerika.....	123
Lampiran 5 Interview Warga Negara Amerika Mix Asia	126
Lampiran 6 Interview Warga Negara Amerika Non Asia	128