

IDENTITAS MASYARAKAT VEGAN DI INDONESIA

SKRIPSI



Disusun oleh:

Sofia Madina

NIM: 071811533017

Dosen Pembimbing:

Ratih Puspa, S.Sos., MA., Ph.D

NIP: 197109191999032002

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
DEPARTEMEN: ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA**

Semester Genap Tahun 2022

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Halaman atau bagian keseluruhan isi dari Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademis pada bidang studi dan atau universitas lain dan tidak pernah dipublikasikan / ditulis oleh individu selain penyusun kecuali bila dituliskan dengan format kutipan (baik langsung dan tidak langsung) dalam isi skripsi.

Apabila ditemukan bukti bahwa pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 25 Maret 2022



Sofia Madina

IR – PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA

IDENTITAS MASYARAKAT VEGAN DI INDONESIA

SKRIPSI

Maksud: Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S-1 pada Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik Universitas Airlangga

Disusun Oleh:

SOFIA MADINA

NIM: 071811533017

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA

Semester Genap Tahun 2022

HALAMAN PERSEMBAHAN

Pertama-tama, penulis ingin mengucapkan rasa syukur kepada Allah, Tuhan Yang Maha Esa, dengan Karunia, Rahmat, dan atas seijin-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir yang berjudul “**Identitas Masyarakat Vegan di Indonesia**” yang ditujukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S-1 pada program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga.

Namun, sejatinya penulisan dan penelitian yang dilakukan sebagai langkah untuk menyusun laporan akhir skripsi ini tidak akan terwujud tanpa kehadiran dari orang-orang tersayang yang selalu memberikan motivasi, doa, dan dukungan.

- Penyusunan laporan akhir skripsi ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua penulis, Papa Dipareza dan Mama Lidya Meitharini yang selalu memberikan motivasi serta dukungan baik dalam bentuk materi maupun moral.
- Untuk kakak tercinta, Rahma Adinda, terima kasih telah mempercayai dan selalu berada di samping penulis pada setiap waktu.
- Terima kasih kepada dosen pembimbing penulis, Ibu Ratih Puspa, S.Sos., MA.,Ph.D yang senantiasa meluangkan waktunya untuk memberikan pengarahan, saran, dan masukan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar. Semoga senantiasa diberi kesehatan dan kebahagiaan dalam setiap langkahnya.
- Terima kasih kepada seluruh Bapak dan Ibu Dosen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga yang telah membagikan ilmu dan pengalamannya yang bermanfaat serta turut menginspirasi penulis dalam berbagai hal.
- Terima kasih kepada seluruh informan pada penelitian yang telah bersedia meluangkan waktunya dan memberikan dukungan kepada penulis hingga terwujudnya penyelesaian laporan akhir skripsi ini.
- Tak terlupakan, terima kasih atas sahabat dan teman-teman yang selalu hadir dan memberikan pengalaman yang berharga bagi penulis. Terima kasih kepada Bunda-bunda Grup Pejuang tercinta (Annisa, Muthi, Isty, dan Devi), terima kasih kepada teman-teman Tutti Fruity dan seluruh Commers-18 yang tidak dapat disebutkan secara satu persatu, terima kasih telah memberikan warna pada kehidupan perkuliahan penulis.

HALAMAN PERSETUJUAN

Identitas Masyarakat Vegan di Indonesia

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan telah disetujui untuk diujikan

Dosen Pembimbing



Ratih Puspa, S.Sos., MA., Ph.D.

NIP. 197109191999032002

HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi ini telah diujikan dan disahkan dihadapan Komisi Penguji

Program Studi Ilmu Komunikasi
Departemen Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Airlangga

Pada Hari : Kamis
Tanggal : 14 April 2022
Pukul : 10.00 - 12.30

Komisi Penguji terdiri dari

Ketua Penguji



Titik Puji Rahayu, S.Sos., M.Comms., Ph.D.
NIP. 197911222003122001

Anggota 1



Irfan Wahyudi, S. Sos., M.Comms., Ph.D
NIP. 198110302014041001

Anggota 2



Ratih Puspa, S.Sos., MA., Ph.D.
NIP. 197109191999032002

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki fokus pada pembahasan mengenai kehadiran fenomena akan kemunculan gaya hidup alternative dan identitas vegan di Indonesia dengan salah satu studi kasus yang ditentukan yakni pada masyarakat vegan yang berlokasi di lima Provinsi yang dipilih meliputi Daerah Istimewa Yogyakarta, Jawa Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Nusa Tenggara Barat, dan Bali. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh munculnya sebuah kekhawatiran akan kondisi krisis lingkungan yang dihadapi berikut dengan bentuk pedulinya dengan kesejahteraan hewan sehingga terdapat sejumlah masyarakat yang turut beralih pada bentuk yang dinilai bermoral dan beretika.

Penelitian ini menggunakan fokus studi budaya konsumen dalam perspektif komunikasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang dilakukan berupa wawancara secara mendalam (*in depth interview*) dengan masyarakat yang memilih untuk menjalankan gaya hidup secara vegan di Indonesia. Penelitian ini menggunakan teori kajian komunikasi dan budaya konsumen untuk menjelaskan fenomena yang hadir dalam kehidupan masyarakat vegan di Indonesia ini telah memegang nilai dan praktik yang menyimpang dan bertolak belakang dengan pengertian budaya konsumtif yang berkembang dalam kondisi kehidupan masyarakat yang berlomba-lomba dalam meningkatkan jumlah produk yang dikonsumsi, namun para vegan di Indonesia tetap hadir menunjukkan bentuk perlawanannya melalui keberadaan subkultur.

Dari hasil penelitian ditemukan bahwa dalam kehidupan masyarakat kontemporer saat ini identitas merupakan suatu hal yang dapat berubah dan diperbarui, terdapat perbedaan dan keunikan pola praktik yang ditunjukkan oleh konsumen vegan yang memiliki selisih usia serta perbedaan durasi waktu dalam menjalani gaya hidup vegan, aspek gaya hidup dan aktivitas konsumsi memiliki hubungan yang erat, dan kehadiran media online telah mendorong perubahan perilaku konsumsi seorang individu.

Kata Kunci: Budaya Konsumen, Veganisme, Identitas Kultural, Gaya Hidup

ABSTRACT

In recent years, veganism has been growing and receiving increasing attention in Indonesia, particularly in the five selected provinces including the Special Region of Yogyakarta, West Java, the Capital City of Jakarta, West Nusa Tenggara, and Bali. While the reason for the present context has emerged the rise of awareness within the condition of the environmental crisis and food system which is faced along with the form of concern for animal welfare. As far as a number of people are concerned, lifestyle modification is considered a choice to leverage the points for pathways to sustainable and environmentally friendly lifestyles which is advised from a moral and ethical perspective.

In-depth interview sessions were conducted among vegan consumers in Indonesia as a method for data collection. This study focuses on using the theory of consumer culture in the perspective of communication studies to explain the phenomenon that is present in the life of vegan consumers in Indonesia that has deviated values and practices that are contrary to the majority cultural perspective which is linked to the notion of consumptive tradition, that illustrates the practice of competing to increase the number of products consumed. Furthermore, vegans in Indonesia show the role of their resistance through the existence of subcultures.

The results of the study show that there are differences and unique patterns of practice shown by vegan consumers who have age differences and differences in the duration of living a vegan lifestyle. Finally, a digital shift has taken place, the usage of online media has dramatically driven a change and affected the individual's consumption patterns.

Keywords: Consumer Culture, Veganism, Cultural Identity, Lifestyle

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	i
HALAMAN MAKSUD PENULISAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I	1
Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	18
1.3 Tujuan Penelitian.....	18
1.4 Manfaat Penelitian.....	19
1.5 Kerangka Konseptual/Tinjauan Pustaka.....	19
1.5.1 Penelitian terdahulu	19
1.5.2 Consumer Society.....	26
1.5.3 Komunikasi dan Budaya Konsumen	28
1.5.4 Komunikasi dan Gaya Hidup.....	32
1.5.5 Gaya Hidup dan Identitas.....	35
1.5.6 Gaya Hidup Vegan	38
1.5.7 Subkultur dalam Gaya Hidup Vegan.....	40
1.6 Metodologi Penelitian	42
1.6.1 Pendekatan dan Fokus Penelitian.....	42

1.6.2 Tipe Penelitian.....	42
1.6.3 Metode Penelitian.....	43
1.6.4 Subjek Penelitian.....	44
1.6.5 Unit Analisis Data	44
1.6.6 Teknik Pengumpulan Data.....	45
1.6.7 Teknik Analisis Data	46
BAB II.....	48
Gambaran Umum.....	48
2.1 Kehadirannya Gaya Hidup Alternatif Berbasis Ramah Lingkungan	48
2.2 Sejarah dan Perkembangan Veganisme dalam Konteks Global	50
2.3 Skema Fenomena Veganisme di Indonesia	52
2.4 Munculnya Fenomena Gaya Hidup Minimalisme	56
2.5 Profil Informan.....	61
BAB III.....	69
Analisis dan Pembahasan	69
3.1 Kehadiran Filosofi Veganisme sebagai Identitas Diri.....	72
3.1.1 Media Sosial sebagai Wadah Mengkomunikasikan Veganisme sebagai “Gaya Hidup Ramah Lingkungan”	97
3.2 Gaya Hidup Penganut Veganisme di Indonesia.....	105
3.3 Identitas dan Gaya Hidup Vegan: Melawan dan Menyimpang	133
BAB IV	144
Penutup.....	144
4.1 Kesimpulan	144
4.2 Saran.....	148
DAFTAR PUSTAKA	150
LAMPIRAN	161

Lampiran 1.....	161
Lampiran 2.....	163

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Menu Plant-Based Goodness Starbucks Indonesia	8
Gambar 1.2 Menu baru Plant-Based Whopper dari Burger King.....	9
Gambar 1.3 Pencarian Topik Vegan dalam Google Trend.....	11
Gambar 1.4 Persebaran Sub Kawas Dalam Pencarian Topik Vegan oleh Google Trend	12
Gambar 1.5 Edisi 2 Vegan News dengan Sub-Judul "Quarterly Magazine of the "Non-Dairy" Vegetarianism.....	14
Gambar 1.6 Elemen Proses Komunikasi Berdasarkan Model dan Formula Harold Lasswell	33
Gambar 2.1 Hidangan Vegan Dengan Cita Rasa Kuliner Indonesia	55
Gambar 3.1 Film dokumenter mengenai Industri Perikanan Dunia Produksi Netflix	83
Gambar 3.2 Cara Nadia Mengkomunikasikan Vegan di Instagram.....	100
Gambar 3.3 Cara Sharren Mengekspresikan Identitas Vegan Melalui Makanan	103
Gambar 3.4 Hidangan Vegan Kreasi Sharren.....	104

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Matriks Tinjauan Pustaka.....	24
Tabel 3.1 Data Demografis Informan Penelitian	74
Tabel 3.2 Hasil Pola Identitas Informan Penelitian.....	93