

DISERTASI

**SUBKULTUR ANAK MUDA *DIGITAL*
FANDOM BUDAYA POPULER GLOBAL
Analisis Wacana Tentang Konsumsi dan Produksi
Makna Teks Budaya di Era Digital**



Rahma Sugihartati

**PROGRAM DOKTOR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
2016**

ABSTRAK

Subkultur anak muda urban penggemar budaya populer global, menurut tradisi *Birmingham School*, selama ini lebih diyakini merupakan subkultur perlawanan terhadap hegemoni kekuasaan dominan, tetapi studi ini menemukan subkultur yang dikembangkan anak muda urban penggemar budaya populer “*The Mortal Instruments*” di Indonesia bertolak-belakang dengan pemikiran Neo-Gramscian yang menjadi dasar pemikiran kajian budaya populer. Dalam membangun identitasnya, memang *digital fandom* budaya populer global sebagian bersikap kritis terhadap konten teks budaya sebagai bentuk perlawanan terhadap teks yang diproduksi industri budaya, namun mereka sesungguhnya hanya mengembangkan bentuk-bentuk perlawanan semu yang sebatas dilakukan di dalam sistem (*within the system*), yaitu di dalam situs penggemar. Di era konvergensi media, anak-anak muda urban penggemar budaya populer global adalah *prosumer* yang tidak hanya menjadi konsumen pasif yang menikmati teks budaya secara intertekstual, melainkan mereka juga penggemar yang aktif sebagai produser yang menciptakan teks budaya yang merupakan *paratexts* hasil dari kreativitas mereka, bahkan sebagian penggemar cenderung bersikap kritis terhadap konten teks budaya populer. Studi ini menemukan, anak muda urban yang tergabung dalam digital fandom bukanlah subjek yang benar-benar terbebas dari hegemoni ideologi kapitalisme, karena mereka sebetulnya adalah *play labour* (*playbour*), yakni penggemar yang bermain, yang sekaligus juga sebagai *free digital labour* bagi kekuatan industri budaya global. Sikap kritis anak muda urban dalam membangun identitas subkultur *digital fandom* tidak mampu melawan sistem (*against to the system*), dan malah mereka berada dalam jaring kekuatan industri budaya kapitalisme—seperti apa yang dikatakan Mazhab Frankfurt sebagai dominasi dan superiorisasi kekuatan industri *entertainment* global yang terus merestorasi diri.

Kata Kunci: subkultur *digital fandom*, *the Mortal Instruments* Indonesia, budaya populer global, *prosumer*, *free digital labour*.

ABSTRACT

The subculture of urban young people who are fans of global popular culture, according to the Birmingham School tradition, has been believed as opposition subculture to the hegemony of dominant power. However, this study found that the subculture being developed by the fans of the popular culture “The Mortal Instruments” in Indonesia contradicts the Neo-Gramscian thinking that becomes the theoretical framework of popular cultural studies. In building their identity, some members of the digital fandom of global popular culture are critical of the content of cultural texts as a form of opposition to the texts that the cultural industry produces. Yet, they are simply developing forms of pseudo opposition only performed within the system, which is in the fandom website. In the era of media convergence, urban young people as fans of global popular culture are “prosumers” acting not only as passive consumers who enjoy cultural texts intertextually, but also as active producers who create cultural texts, which are paratexts, a result of their creativity. This study found that the urban young people belonging to a digital fandom are not subjects that are completely free from the hegemony of capitalist ideology because they are play labour that are also free digital labour for the force of global culture industry. Critical attitudes of urban youth in building their subculture identity of digital fandom are unable to resist the system, but they are even inside the force network of capitalist culture industry –as what the Frankfurt School claims as the domination and superiority of the force of global entertainment industry which keeps restoring it self.

Key words: digital fandom subculture, the Mortal Instruments Indonesia, global popular culture, prosumer, free digital labour.

RINGKASAN

Studi ini bertujuan untuk memahami subkultur anak muda urban sebagai bagian dari kelompok *digital fandom* budaya populer global. Metode penelitian ini adalah etnografi virtual, dengan memilih penggemar “*The Mortal Instruments*” sebagai subjek kajian. Peneliti melakukan analisis wacana kritis yang menempatkan anak muda *online fandom* budaya populer sebagai *audiens* dan produsen makna teks budaya dalam konteks perkembangan industri *entertainment* global. Selain mengkaji percakapan *online* yang dikembangkan anak muda urban di komunitas *cyberspace*, dilakukan pula wawancara *off line* kepada 43 anak muda penggemar budaya populer global.

Beberapa temuan pokok studi ini adalah: Pertama, anak-anak muda urban penggemar budaya populer global umumnya adalah *prosumer* yang tidak hanya menjadi konsumen pasif yang menikmati teks-teks budaya sebagai bagian dari aktivitas *pleasure*, tetapi mereka juga penggemar yang aktif sebagai produser yang menciptakan teks budaya yang merupakan *paratexts* hasil dari kreativitas mereka (melalui *user generated content*) sebagai *net-generation*. Kedua, selain menarik teks budaya yang dikonsumsi mendekati ranah pengalaman hidupnya, dan memaknai teks budaya dalam kaitan dengan teks budaya yang lain (intertekstualitas yang bersifat multimodal), penggemar juga menciptakan, mensirkulasi serta meresirkulasi makna dalam percakapan *online* dengan sesama anggota *digital fandom* lain. Ketiga, formasi identitas yang dikembangkan anak muda urban terfragmentasi dalam dua kelompok subkultur, yaitu: (1) kelompok penggemar yang memiliki keterikatan emosional yang mendalam di bawah *platform* ilusi yang dibangun kekuatan industri budaya populer, dan bahkan tidak jarang mereka masuk dalam dunia rekaan, berempati, dan tanpa

sadar tersimulakra dalam *setting*, alur cerita dan tokoh-tokoh imajiner yang ditawarkan produk budaya populer; dan (2) kelompok penggemar yang tergolong kritis terhadap konten teks budaya populer, memiliki modal literasi media yang memadai, yang sebenarnya merupakan kelompok *multi fandom*. Keempat, proses konsumsi teks budaya populer yang dilakukan penggemar umumnya bersifat kolaboratif (*collaborative consumption*). Kelima, anak muda urban penggemar budaya populer di era postmodern ini, dengan demikian bukanlah subjek yang benar-benar terbebas dari hegemoni ideologi kapitalisme, karena mereka sebetulnya adalah *play labour (playbour)*, yakni penggemar yang bermain, tetapi sekaligus juga sebagai *free digital labour* bagi kekuatan industri budaya global.

Selama ini subkultur anak muda penggemar budaya populer global, menurut tradisi *Birmingham School* lebih diyakini merupakan subkultur perlawanan terhadap hegemoni --tetapi ternyata implikasi teoritis yang diperoleh justru bertolak-belakang dengan pemikiran Neo-Gramscian yang menjadi dasar pemikiran Mazhab Birmingham. Meski pun anak muda urban *digital fandom* budaya populer global sebagian bersikap kritis terhadap konten teks budaya sebagai bentuk perlawanan dan negosiasi, namun mereka sesungguhnya hanya mengembangkan bentuk-bentuk perlawanan semu yang sebatas dilakukan di dalam sistem (*within the system*). Sikap kritis anak muda urban *digital fandom* tidak mampu melawan sistem (*against to the system*), dan malah mereka berada dalam jaring kekuatan industri budaya kapitalisme—seperti apa yang dikatakan Mazhab Frankfurt sebagai dominasi dan superiorisasi kekuatan industri *entertainment* global yang terus merestorasi diri.

Bagi kekuatan industri *entertainment* global, ruang *chatting*, *blog* dan media sosial --tempat di mana para penggemar mengembangkan interaktivitas dan perlawanan semunya-- adalah habitat baru yang membuka peluang bagi mereka untuk mencari umpan-balik dan menebar jaring pengaruh dalam skala yang jauh lebih luas.

Studi ini menemukan, ketika sebagian penggemar bersikap kritis pada konten teks budaya, ternyata yang terjadi kemudian kritik dari penggemar itu justru menjadi bahan acuan atau masukan untuk mereproduksi teks-teks budaya baru yang makin beranekaragam --sama seperti produk kapitalis yang terus mengembangkan deversifikasi produk untuk menggaet pangsa pasar yang lebih besar. Bahkan, tanpa disadari para penggemar yang bersikap kritis pada konten teks budaya, setiap apa pun informasi yang mereka lempar ke dalam *blog* atau ruang *chatting*, ternyata hal itulah yang menjadikan interaktivitas di antara para penggemar tetap dapat terus hidup dan terpelihara. Dalam konteks semacam ini, tidaklah keliru jika studi ini menemukan dan menyebut para penggemar seperti itu sebagai bagian dari *free digital labour* --yang justru merupakan perpanjangan tangan kapitalis untuk terus mempromosikan produk budaya populer dari penggemar satu ke penggemar lainnya tanpa dibayar alias gratis (*).

DAFTAR ISI

PRASYARAT GELAR.....	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENETAPAN PANITIA PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
RINGKASAN.....	xii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
GLOSSARY.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. <i>Review</i> Studi-studi Tentang <i>Fandom</i> yang Telah Dilakukan.....	22
3. Permasalahan.....	37
4. Tujuan.....	38
5. Manfaat.....	39
BAB II KERANGKA TEORI.....	42
1. Budaya Populer Menurut Perspektif (Neo)Gramscian.....	43
2. Subkultur dan Identitas Anak Muda <i>Fandom</i> Budaya Populer.....	50
1.1. Subkultur Anak Muda: Perlawanan Melalui Gaya.....	54
1.2. <i>Fandom</i> dan Subkultur Anak Muda.....	58
1.3. Subkultur Anak Muda Global.....	67
1.4. Fragmentasi Subkultur Anak Muda di Era Postmodern.....	69
3. Memahami Subkultur Anak Muda Melalui Analisis Diskursus.....	76
BAB III METODE PENELITIAN.....	97
1. Melacak Data yang Dibutuhkan.....	101
2. Analisis, Interpretasi Data dan Implikasi.....	109
3. Limitasi Studi.....	112
BAB IV KOMUNITAS PENGGEMAR <i>ONLINE THE MORTAL INSTRUMENTS</i> DI INDONESIA (TMIndo).....	116
1. Penggemar <i>The Mortal Instruments</i> Indonesia.....	121
2. Pihak-pihak di Balik Kesuksesan <i>The Mortal Instruments</i> di Indonesia.....	131
2.1. Penerbit Ufuk Publishing House dan Fantasioius.....	132
2.2. Penerjemah <i>The Mortal Instruments</i> dan <i>The Infernal Devices</i>	133

3. <i>The Mortal Instruments</i> : Budaya Populer yang Makin Variatif.....	135
3.1. Buku.....	137
3.2. Film.....	139
3.3. Penawaran <i>Merchandise The Mortal Instruments</i>	142
3.4. Redbubble.....	142
3.5. Laurelle Parfume.....	143
3.6. <i>The Mortal Instruments Official Licensed Jewelry</i>	144
3.7. Amazon.....	146
3.8. Rakuten.....	147
3.9. <i>Forbidden Planet International</i>	149
3.10. Toko Instrumen Mortal.....	150
4. Situs-situs <i>Web</i> yang Diakses Penggemar.....	153
4.1. <i>Tumblr</i>	153
4.2. <i>Page to Premiere</i>	155
5. Komunitas <i>Fandom The Mortal Instruments</i>	157
5.1. Membentuk Komunitas Penggemar sebagai Portal Informasi dan Berita.....	158
5.2. <i>Shadowhunters Meet Up</i>	159
6. Mengenal Cassandra Clare dan Karya-karyanya.....	160
7. Serial Televisi <i>Shadow Hunters</i>	165
BAB V FORMASI IDENTITAS DAN SUBKULTUR <i>FANDOM</i> BUDAYA POPULER	167
1. <i>Fandom</i> Sebagai Konsumer dan Produser Teks Budaya.....	170
2. Sirkulasi Makna dan <i>Participatory Culture</i>	194
3. Formasi Identitas Anak Muda <i>Digital Fandom</i> Budaya Populer.....	219
BAB VI <i>DIGITAL FANDOM</i> DALAM PUSARAN JARING KEKUATAN INDUSTRI BUDAYA	248
1. Produktivitas <i>Fandom</i>	252
2. <i>Fandom</i> dan Hegemoni Kekuatan Industri <i>Entertainment Global</i>	280
BAB VII PENUTUP: KESIMPULAN, IMPLIKASI TEORITIK DAN IMPLIKASI PRAKTIS	314
1. Kesimpulan.....	315
2. Implikasi Teoritis.....	318
3. Implikasi Praktis.....	342
DAFTAR PUSTAKA	352