

Budaya partisipatif fans di Indonesia: pasar Doujinshi dan perilaku konsumsi produk bajakan = Fans participatory culture in Indonesia Doujinshi market and counterfeit goods consumption behavior

Wina Diane Sari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20466641&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Pasar doujinshi merupakan sebuah tren yang berkembang di kalangan fans di Indonesia dalam beberapa tahun belakangan. Pasar doujinshi merupakan bentuk dari budaya partisipatif yang menaungi fans untuk memiliki peran sebagai produser kebudayaan. Dalam budaya doujin, sebagian besar fans menciptakan karya turunan berdasarkan karya yang telah ada sebelumnya, khususnya manga, anime, dan game. Lima tingkatan aktivitas fandom dalam budaya partisipasi yang dicetuskan oleh Henry Jenkins dipakai untuk menganalisis hubungan antara pasar doujinshi di Indonesia, perilaku konsumsi produk bajakan oleh fans di Indonesia. Penelitian ini menemukan bahwa meskipun doujinshi adalah produk unofficial, fans sebagai konsumen lebih memilih untuk membeli doujinshi dan bentuk fan merchandise lainnya daripada produk bajakan.

<hr>

ABSTRACT

Doujinshi market has been a trend in recent years among Indonesian fans. It is a form of participation culture where fans also have roles as cultural producer. In doujin culture, majority of fans create derivative works based on existing works, especially manga, anime, and games. Henry Jenkins's five levels of fandom activity in participatory culture are used to analyze the correlation between doujinshi market in Indonesia, and counterfeit goods consumption behavior by Indonesian fans. This research found that despite doujinshi is also a form of unofficial product, fans as consumer prefer to buy doujinshi and other form of fan merchandises rather than buying counterfeit products.