

Makna simbolis merchandise K-Pop sebagai wujud imaji kedekatan antara penggemar dan idola (studi kasus: iKONIC) = The Symbolic meaning of K-Pop merchandise as an image of closeness between fans and idols (case study: IKONIC)

Andi Hana Mapaccing Akmar, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20518789&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan makna simbolis pada merchandise dari grup K-Pop iKON yang mewujudkan imaji akan kedekatan antara penggemar dengan idolanya. Studi-studi terdahulu terkait pembahasan merchandise dan penggemar K-Pop cenderung membahas fenomena perilaku konsumtif dari penggemar K-Pop dalam mengonsumsi merchandise K-Pop. Untuk mengembangkan studi-studi terdahulu, studi ini ingin mengupas bagaimana merchandise sebagai komoditas industri budaya populer, mewujudkan dan merepresentasi imaji akan kedekatan hubungan antara idola dan penggemar. Penelitian ini menggunakan teori konsumerisme, mengenai perspektif consuming dreams, images, and pleasure untuk melihat bagaimana merchandise sebagai objek kultural memfasilitasi imaji tentang kedekatan dengan idola. Adapun Tujuan dari konsumsi barang cenderung berorientasi pada pemenuhan hasrat, maka seni sebagai perwujudan dari image consumption memiliki nilai ekonomi tertentu dalam memberikan kesenangan dan kepuasan emosional yang menjadikan konsumsi sebagai konsumsi simbolis. Peneliti berargumen bahwa merchandise hadir sebagai representasi imaji untuk kedekatan hubungan idola dan penggemar melalui konsumsi merchandise yang terjadi secara berkelanjutan. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui metode kualitatif dengan melakukan studi pustaka, dan wawancara mendalam dengan penggemar K-Pop iKON atau iKONIC yang mengoleksi merchandise K-Pop iKON. Temuan dari penelitian ini adalah imaji kedekatan antara penggemar dan idola terjadi melalui perantara merchandise yang dikonsumsi melalui berbagai simbol serta tanda seperti logo, dan visual wajah yang identik dengan grup K-Pop iKON melalui proses pemaknaan terhadap merchandise yang ditelusuri menggunakan interaksi simbolis, makna simbolis, serta nilai subjektif penggemar.....This study aims to describe the symbolic meaning of merchandise from the K-Pop group iKON which embodies the image of the closeness between fans and their idols. Previous studies related to the discussion of merchandise and K-Pop fans tend to discuss the phenomenon of consumptive behavior from K-Pop fans in consuming K-Pop merchandise. To develop the previous studies, this study aims to explore how merchandise as a commodity of the popular culture industry creates and represents the image of the close relationship between idols and fans. This study uses consumerism theory, regarding the perspective of consuming dreams, images, and pleasures to see how merchandise as a cultural object facilitates the image of closeness with idols. The purpose of consumption of goods tends to be oriented to the fulfillment of desires, then art as a manifestation of image consumption has a certain economic value in providing pleasure and emotional satisfaction which makes consumption a symbolic consumption. The researcher argues that merchandise exists as an image representation for the close relationship between idols and fans through the consumption of merchandise that occurs on an ongoing basis. The data in this study were obtained through qualitative methods by conducting literature studies, and in-depth interviews with iKON K-Pop fans or iKONIC who collect iKON's merchandise. The findings of this study are the image of closeness between fans and idols occurs through the intermediary of merchandise

that is consumed through various symbols and signs such as logos, and facial visuals that are identical to the K-Pop group iKON through the process of interpreting merchandise which is traced using symbolic interactions, symbolic meaning, as well as the subjective value of fans.