

Perkembangan Doujinshi dimotori oleh Otaku : analisis 3C dalam comic market = The development of Doujinshi powered by Otaku : 3C analysis through the comic market

Muhammad Arif

Deskripsi Dokumen: <http://lib.ui.ac.id/opac/themes/libri2/detail.jsp?id=20237309&lokasi=lokal>

Abstrak

Skripsi ini membahas peran otaku dalam perkembangan doujinshi melalui Comic Market yang merupakan pasar doujinshi terbesar yang diadakan di Tokyo, Jepang. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif analisis. Penelitian tentang otaku dalam tulisan ini diambil dari perspektif bisnis yang diungkapkan oleh Nomura Research Institute. Otaku dalam tulisan ini digambarkan sebagai 'enthusiastic consumer', orang yang sangat antusias terhadap bidang yang menjadi hobi dan kegemarannya, serta memiliki ciri-ciri psikologis yang unik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa otaku berperan dalam perkembangan doujinshi melalui tiga hal, yaitu dari segi kreativitas, koleksi, dan komunitas.

<hr>

Abstract

The focus of this study is the role of otaku in the development of doujinshi through Comic Market which is the biggest doujinshi convention held in Tokyo, Japan. Otaku in this research is viewed from business perspective which was revealed by Nomura Research Institute. Otaku, known as enthusiastic consumer, are the people who devote themselves in their hobby and interest, and possess unique psychological characteristics. The result of this research indicates that otaku have three major roles in the development of doujinshi, namely creativity, collection, and community.