

**Peluang Usaha dalam Industri Kreatif Sektor Desain
Merchandise K-Pop di Yogyakarta**



SKRIPSI

**OLEH:
DITA WIDIARTAMI
151005669
PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PELUANG USAHA DALA INDUSTRI KREATIF SEKTOR DESAIN
MERCHANDISE K-POP DI YOGYAKARTA**

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh
Gelar

Sarjana Sosial (S.Sos)

disusun oleh :

DITA WIDIARTAMI

151005669

disetujui oleh :



Y. Kunharibowo, M.A

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2021

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Peluang Usaha dalam Industri Kreatif Sektor Desain
Merchanidse K-Pop di Yogyakarta

Penyusun : Dita Widiartami

NPM : 151005669

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang
diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Jumat, 4 Juni 2021

Pukul : 12.00 WIB

Tempat : Zoom Metting

TIM PENGUJI

Dra. Lucinda, M. Lett

Penguji Utama



Y.Kunharibowo, M.A

Penguji I



St. Nindito, S.Sos, M.Si.

Penguji II



PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Dita Widiartami

NPM : 151005669

Program Studi : Sosiologi

Judul Karya Tulis : Peluang Usaha dalam Industri Kreatif Sektor Desain Merchandise K-Pop di Yogyakarta

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non – material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinil dan otentik

Bila kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan kenyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun demi menegakan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 30 April 2021

Saya yang menyatakan



Dita Widiartami

Abstrak

Industri kreatif, dalam buku yang ditulis oleh Purnomo, *Ekonomi Kreatif : Pilar Pembangunan Indonesia* (2006), yaitu industri yang berbasis pada sumber daya yang terbarukan, menciptakan inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa serta memberikan dampak sosial yang positif. Industri kreatif di Indonesia memiliki 14 sektor, antara lain periklanan, arsitektur, pasar seni dan barang antik, kerajinan, desain, fesyen, video, film, dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan piranti lunak, televisi dan radio, serta riset dan pengembangan.

Salah satu sektor yang menarik adalah sektor industri desain. Industri desain menghasilkan karya produksi berupa produk, desain interior maupun desain komunikasi visual. Seperti produksi *merchandise* K-Pop yang menghasilkan produk berupa *unofficial photocard*, poster, slogan, *handfan*, *cupsleeve* hingga stiker. Tersedianya peluang usaha untuk memproduksi pernak-pernik K-Pop tersebut menjadi salah satu latar belakang berkembangnya industri kreatif dalam kancah K-Pop di Indonesia. Peluang usaha tersebut juga didukung oleh adanya akses informasi jual beli yang cepat, seperti media sosial dan *platform* atau situs jual beli yang sekarang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Terlebih, penggemar K-Pop juga banyak yang mengakses sosial media. Hal tersebut mempermudah penyebaran informasi adanya jasa desain dan juga mempermudah transaksinya.

Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa pelaku usaha yang merupakan penggemar K-Pop pun memproduksi *merchandise* seperti *unofficial photocard*, poster, slogan, *handfan*, *cupsleeve* hingga stiker. Kegiatan produksi dilakukan secara berkelompok maupun mandiri. Terdapat pembagian tugas dalam kegiatan produksi berkelompok, serta hambatan-hambatan yang dialami selama proses produksi, baik untuk pelaku usaha yang berkelompok maupun mandiri. *Merchandise* yang diproduksi itu kemudian dipromosikan melalui media sosial, serta dengan cara memberikan layanan terbaik untuk meningkatkan kepercayaan konsumen.

Kata kunci: K-Pop, Industri Kreatif, Merchandise

Kata Pengantar

Puji syukur kepada Allah SWT yang sudah memberikan kesempatan bagi penulis untuk menyusun dan menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Peluang Usaha dalam Industri Kreatif Sektor Desain *Merchandise* K-Pop di Yogyakarta”. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk mendapatkan gelar sarjana dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis tentunya berterimakasih atas segala dukungan dan bantuan yang diberikan selama proses penyusunan skripsi. Maka, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Y. Kunharibowo, S.Sos, M.A yang sudah banyak membantu dari awal proses pengumpulan ide, penyusunan hingga penyelesaian penulisan skripsi.
2. Ibu Lucinda, M.Lett dan Bapak Stefanus Nindito, M.Si yang sudah menguji
3. Bapak Gutomo dan Ibu Effi Widiartati, S.Psi selaku orang tua yang selalu mendukung dan mendoakan penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi.
4. Bapak Nova Widiyarto, selaku *pakdhe* penulis yang membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.
5. Nadia, Melinda, Johan, Grace, Cia, Patria, Kak Devan, Adrian, Candrika, Agvi, Kiki, Dewi, Nita, Rizki dan teman - teman yang senantiasa ada dan sebisa mungkin membantu penulis, yang bahkan tidak bisa disebutkan satu – persatu
6. Teman - teman penggemar K-Pop yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang menginspirasi dan juga memberikan dukungan untuk penulis.
7. Teman – teman narasumber yang kreatif dan asyik, yang menjadi jawaban atas rumusan masalah saya di dalam skripsi.
8. Han Seungwoo serta kesebelasan *The Boyz* yang jadi idola penulis dan menjadi penyemangat di saat penulis mulai jengah mengerjakan skripsi.

Daftar Isi

| | |
|---|-----|
| Halaman Pernyataan Keaslian | iv |
| Abstrak | v |
| Kata Pengantar | vi |
| Daftar Isi | vii |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| I.1 Latar Belakang | 1 |
| I.2 Rumusan Masalah | 3 |
| I.3 Tujuan Penelitian | 4 |
| I.4 Tinjauan Pustaka | 4 |
| I.5 Kerangka Konsep dan Kerangka Berfikir | 6 |
| □ Industri Kreatif | 6 |
| □ Peluang Usaha | 7 |
| □ Kerangka Berfikir | 8 |
| BAB II | 10 |
| Metodologi dan Deskripsi Subjek Penelitian | 10 |
| II.1 Jenis Penelitian | 10 |
| II.2 Teknik Pengumpulan Data, Jenis Data dan Cara Analisis Data | 10 |
| II.4.1 Informan | 11 |
| II.4.2 Profil Informan | 12 |
| BAB III | 14 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN | 14 |
| 3.1 Temuan Penelitian | 14 |
| 3.1.1 Peluang | 14 |
| a. Produksi Merchandise K-Pop | 14 |

| | |
|---|----|
| 3.1.2 Pelaku Pemanfaatan Peluang Industri Kreatif..... | 18 |
| a. Komunitas Fandom (Kelompok Penggemar) | 18 |
| b. The Noona Project | 19 |
| c. Pelaku Mandiri..... | 20 |
| 3.1.3 Pengatasan Hambatan dalam Pengembangan Kreatifitas | 22 |
| □ Hambatan Material..... | 22 |
| □ Hambatan Waktu dan Tempat | 23 |
| □ Lingkungan Sosial dalam Proses Pengembangan Kreatifitas | 25 |
| □ Estetika/Representasi | 27 |
| □ Dana (Modal Usaha) | 28 |
| 3.1.4 Promosi | 28 |
| a. Menggunakan Media Sosial..... | 28 |
| b. Menggunakan Layanan atau Produk..... | 30 |
| Penutup..... | 31 |
| 4.1 Kesimpulan | 31 |
| Daftar Pustaka..... | 34 |
| LAMPIRAN | 36 |