

ABSTRAK

Fahim Adlirobbay, 12108030059, 2025, Budaya Konsumtif Pada Masyarakat Tontonan: Studi Persepsi Pada Komunitas *Diecast* Mobil JDM (Japanese Domestic Market) Kota Bandung

Penelitian ini mengangkat masalah budaya konsumtif yang terjadi pada komunitas diecast mobil JDM (Japanese Domestic Market) di Kota Bandung. Fenomena konsumsi diecast dalam komunitas ini menarik untuk diteliti karena adanya dorongan kuat dari pengaruh media, seperti film dan game, yang membentuk persepsi dan perilaku konsumtif anggota komunitas. Selain itu, komunitas ini menunjukkan dinamika sosial yang kompleks terkait identitas, status, dan interaksi sosial melalui koleksi diecast.

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami persepsi anggota komunitas diecast mobil JDM terhadap budaya konsumtif yang mereka jalani, serta bagaimana konsumsi *diecast* menjadi media ekspresi identitas dan sosial dalam komunitas tersebut. Penelitian juga bertujuan mengkaji pengaruh media dan budaya tontonan terhadap perilaku konsumtif anggota komunitas.

Kerangka berpikir penelitian ini menggunakan teori masyarakat tontonan dari Jean Baudrillard, yang menjelaskan bagaimana konsumsi dalam masyarakat modern lebih didasarkan pada citra dan simulasi daripada kebutuhan nyata. Teori ini dipakai untuk menganalisis bagaimana koleksi diecast menjadi representasi simbolik dan sarana pertunjukan sosial dalam komunitas diecast JDM.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan anggota komunitas JDM Sunda Dekes (Jsuke), observasi partisipatif di grup Facebook komunitas, serta dokumentasi aktivitas komunitas. Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif untuk menggali makna dan pola perilaku konsumtif dalam komunitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya konsumtif dalam komunitas diecast JDM didorong oleh faktor internal seperti nostalgia dan kepuasan estetika, serta faktor eksternal berupa pengaruh media dan interaksi sosial di komunitas. Koleksi diecast berfungsi sebagai simbol status, identitas, dan sarana pertunjukan sosial yang menguatkan ikatan komunitas. Namun, budaya konsumtif ini juga menimbulkan tantangan berupa tekanan finansial dan siklus konsumsi berlebihan. Fenomena ini sesuai dengan teori masyarakat tontonan Baudrillard, di mana konsumsi lebih berorientasi pada citra dan makna simbolik daripada kebutuhan fungsional.

Kata kunci: Budaya konsumtif, *diecast* JDM, masyarakat tontonan