JUPENSAL
ISSN : 3047-4388 Volume.1 No. 5 Desember 2024 Hal. 632-643

LABUBU SEBAGAI FENOMENA BUDAYA POP DALAM KONTEKS SASTRA: KAJIAN SEMIOTIK DAN TEORI RESEPSI SASTRA

Amelia Ratna Monica[1], Hani Raditia Putri[2], B. Riska Ajeng Musallina[3]
[1,2,3]SMA Alexandria Islamic School, Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, Indonesia
amelratnamonic@gmail.com, haniraditiaputri@gmail.com, riskaajeng535@gmail.com

ABSTRAK

Budaya populer merupakan salah satu contoh fenomena pada boneka koleksi dari Jepang yang menjadi simbol konvergensi budaya global dengan preferensi lokal yang biasa di sebut boneka Labubu, khususnya di kalangan remaja Indonesia penggemar K-Pop. Popularitas Labubu tidak terlepas dari pengaruh idol K-Pop yang berperan sebagai agen kultural, memperkenalkan Labubu sebagai simbol budaya yang memiliki makna di tingkat sosial dan identitas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis semiotika Roland Barthes dan resepsi sastra Stuart Hall. Dengan pendekatan semiotika, Labubu dianalisis sebagai tanda yang terdiri dari tiga tingkatan makna: denotasi, konotasi, dan mitos. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Labubu mengalami perubahan makna, dari sekadar boneka menjadi simbol status dan identitas dalam komunitas penggemar K-Pop. Pada dimensi resepsi, studi ini mengidentifikasi tiga posisi pembacaan: dominant, negotiated, dan oppositional. Hasilnya menunjukkan adanya penerimaan dan resistensi terhadap nilai-nilai yang diasosiasikan dengan Labubu, di mana setiap kelompok audiens memiliki interpretasi yang unik berdasarkan pengalaman dan konteks budaya masing-masing.Secara keseluruhan, fenomena Labubu mengungkap dinamika budaya pop global dan lokal, memperlihatkan bagaimana objek budaya dapat membentuk identitas kolektif dan berfungsi sebagai medium ekspresi di era digital.

Katakunci: Budaya Popular, Labubu, Semiotika,

ABSTRACT

Popular culture is one example of a phenomenon in Japanese collectible dolls that is a symbol of global cultural convergence with local preferences commonly called Labubu dolls, especially among Indonesian teenagers who are K-Pop fans. Labubu's popularity is inseparable from the influence of K-Pop idols who act as cultural agents, introducing Labubu as a cultural symbol that has meaning at the social and identity levels. This study uses a qualitative approach with Roland Barthes' semiotic analysis and Stuart Hall's literary reception. With a semiotic approach, Labubu is analyzed as a sign consisting of three levels of meaning: denotation, connotation, and myth. The results of the study show that Labubu has changed in meaning, from just a doll to a symbol of status and identity in the K-Pop fan community. In the reception dimension, this study identifies three reading positions: dominant, negotiated, and oppositional. The results show acceptance and resistance to the values

associated with Labubu, where each audience group has a unique interpretation based on their respective experiences and cultural contexts. Overall, the Labubu phenomenon reveals the dynamics of global and local pop culture, showing how cultural objects can shape collective identities and function as a medium of expression in the digital age.
Keywords: *Popular Culture, Labubu, Semiotics,*

PENDAHULUAN

Budaya populer atau *pop culture* telah mengalami perkembangan yang signifikan, khususnya melalui media digital dan bentuk-bentuk ekspresi visual. Era digital telah menciptakan lanskap budaya pop yang semakin kompleks, di mana batas-batas geografis dan kultural menjadi semakin kabur (Jenkins, 2006). Salah satu karakter yang menonjol dalam ranah budaya pop saat ini adalah Labubu, sebuah figur koleksi mainan yang diciptakan oleh seorang desainer dari Jepang. Dalam konteks ini, fenomena Labubu muncul sebagai manifestasi menarik dari konvergensi budaya global dan preferensi lokal. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Kim (2013), perkembangan budaya pop Korea telah menciptakan pola konsumsi baru yang melampaui batas-batas tradisional media dan produk budaya.

Bermula sebagai boneka koleksi yang diproduksi dengan desain minimalis namun memikat, Labubu telah berkembang menjadi fenomena sosial yang memiliki resonansi khusus di kalangan remaja Indonesia, terutama yang mengidentifikasi diri sebagai penggemar K-Pop. Popularitas Labubu tidak dapat dilepaskan dari peran idol K-Pop sebagai agen kultural yang mempengaruhi preferensi dan pola konsumsi penggemar mereka. Ketika para idol ini menampilkan boneka Labubu dalam berbagai kesempatan, mereka tidak sekadar memperkenalkan produk, tetapi juga menciptakan narasi kultural yang kemudian diresepsi dan dimaknai ulang oleh para penggemar.

Keberadaan Labubu sebagai objek konsumsi budaya mencerminkan bagaimana budaya pop kontemporer beroperasi melalui jaringan kompleks antara produsen, mediator, dan konsumen budaya. Budaya pop seringkali berperan besar dalam pembentukan identitas kolektif dan pemaknaan budaya di era kontemporer. Storey (2018) menjelaskan konsep *"cultural intermediaries",* di mana idol K-Pop berperan sebagai agen kultural yang mempengaruhi preferensi dan pola konsumsi penggemar mereka. Fenomena ini sejalan

dengan konsep "*participatory culture*" yang dikemukakan Jenkins (2006), di mana penggemar tidak sekadar menjadi konsumen pasif, tetapi aktif dalam menciptakan dan menegosiasikan makna.

Studi tentang budaya penggemar K-Pop oleh Jung (2019) menunjukkan bagaimana artefak budaya pop dapat bertransformasi menjadi penanda identitas yang kompleks. Dalam konteks Indonesia, penelitian Sari et al. (2020) mengungkap bagaimana remaja penggemar K-Pop mengintegrasikan berbagai produk budaya Korea ke dalam praktik keseharian mereka, menciptakan apa yang Appadurai (1996) sebut sebagai "*mediascape*" baru.

Adanya pendekatan semiotik dan resepsi sastra, karakter Labubu dapat dianalisis sebagai tanda yang mendukung makna. Hal ini dikarenakan, budaya visual seperti Labubu telah melampaui batas fungsi awalnya sebagai hiburan dan menjadi bagian dari komunikasi sosial yang merepresentasikan ideologi, emosi, serta nilai-nilai masyarakat. Dalam konteks ini, Labubu dapat dipandang sebagai simbol dari perubahan dan perkembangan budaya di tengah globalisasi dan digitalisasi.

LANDASAN TEORI

Dalam menganalisis fenomena budaya pop kontemporer, teori semiotika Roland Barthes menawarkan landasan yang fundamental melalui kerangka analisis dengan membedakan tiga tingkatan makna, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos. Barthes (1972) menguraikan sistem analisis dua tingkat yang membedakan makna denotatif (signifikasi tingkat pertama) dan makna konotatif (signifikasi tingkat kedua). Hall (1997) menjelaskan bagaimana sistem Barthes ini dapat diterapkan untuk menganalisis cara objek-objek budaya pop mengakumulasi makna dalam sirkulasi sosialnya.

Denotasi merupakan tingkat pertama yang merujuk pada makna harfiah atau makna yang paling nyata dari sebuah tanda. Pada tingkat ini, tanda diinterpretasikan secara literal tanpa tambahan makna. Konotasi, sebagai tingkat kedua, menghadirkan makna tambahan yang muncul ketika tanda bertemu dengan perasaan, emosi, atau nilai-nilai budaya pembaca. Sementara mitos, sebagai sistem semiotik tingkat ketiga, merepresentasikan cara

berpikir suatu budaya tentang sesuatu, cara mengonseptualisasi atau memahami hal tersebut.

Konsep mitos Barthes, sebagaimana dijelaskan oleh Allen (2003), beroperasi sebagai "sistem semiologis tingkat kedua" yang memungkinkan individu memahami bagaimana makna-makna kultural dinaturalisasi dalam masyarakat kontemporer. Fiske (2010) mengembangkan aplikasi teori Barthes ini dalam konteks budaya pop, menunjukkan bagaimana objek-objek konsumsi dapat menjadi pembawa nilai-nilai ideologis.

Dalam praktik analisis semiotika, Barthes (1972) menekankan pentingnya memahami bahwa setiap tanda selalu memiliki potensi makna berlapis. Misalnya, ketika menganalisis sebuah gambar atau objek, analisis dimulai dari level denotasi dengan mengidentifikasi elemen-elemen visual yang tampak secara langsung. Kemudian, analisis bergerak ke level konotasi untuk mengungkap makna-makna kultural yang terkait dengan elemen-elemen tersebut. Akhirnya, analisis mencapai level mitos untuk memahami bagaimana tanda tersebut berkontribusi pada pembentukan ideologi atau sistem kepercayaan dalam masyarakat.

Piliang (2019), melalui karyanya "Semiotika dan Hipersemiotika", memberikan perspektif baru dengan mengadaptasi teori Barthes ke dalam konteks Indonesia. Piliang menekankan kompleksitas jaringan makna dalam tanda-tanda budaya pop Indonesia dan cara unik masyarakat konsumer Indonesia dalam memaknai objek budaya. Dalam praktik analisisnya, Piliang menunjukkan bagaimana sebuah objek budaya pop dapat memiliki makna yang berbeda-beda tergantung pada konteks sosial, ekonomi, dan budaya di mana objek tersebut dimaknai.

Resepsi Sastra Stuart Hall dalam Analisis Budaya Pop

Teori resepsi sastra, yang dikembangkan oleh Iser (1978) dan Jauss (1982), menekankan peran aktif pembaca dalam proses interpretasi. Dalam konteks budaya pop, Bennett (2005) mengadaptasi teori ini untuk memahami bagaimana penggemar memaknai artefak kultural. Hall (1973) memperkaya pemahaman ini dengan model encoding/decoding yang mengidentifikasi tiga posisi pembacaan: dominan, negosiasi, dan oposisional.

Teori *encoding/decoding* dari Stuart Hall memberikan kerangka yang lebih spesifik untuk memahami bagaimana audiens memaknai teks budaya. Dalam model *dominant reading*, audiens menerima dan mereproduksi makna yang dimaksudkan oleh produsen teks secara utuh. Posisi ini mencerminkan keberhasilan produsen dalam mengkomunikasikan pesannya, di mana audiens memahami dan menerima kode-kode dominan tanpa resistensi. Misalnya, ketika iklan komersial berhasil membuat konsumen menerima pesan dan nilai yang ditawarkan tanpa kritik (Hall, 1973).

Negotiated reading merepresentasikan posisi di mana audiens menerima beberapa aspek dari makna dominan tetapi juga melakukan negosiasi atau adaptasi berdasarkan pengalaman dan konteks mereka sendiri. Dalam posisi ini, audiens mengakui legitimasi kode-kode dominan secara abstrak tetapi membuat pengecualian dalam aplikasinya pada level yang lebih spesifik. Misalnya, seseorang mungkin menerima nilai-nilai umum yang dipromosikan dalam karya budaya pop, tetapi mengadaptasinya sesuai kondisi personal atau lokalnya (Hall, 1973).

Oppositional reading terjadi ketika audiens memahami makna literal dan konotatif yang dikodekan dalam teks tetapi menolak pesan tersebut dan mengonstruksi interpretasi alternatif yang berlawanan. Posisi ini mencerminkan kesadaran kritis audiens terhadap kode-kode dominan dan kemampuan mereka untuk mengembangkan pemahaman tandingan. Misalnya, kelompok minoritas dapat membaca teks budaya mainstream dengan cara yang berbeda dari maksud produsennya, menciptakan makna yang lebih sesuai dengan pengalaman dan perspektif mereka (Hall, 1973).

Fish (1980) memperkenalkan konsep "*interpretive communities*," yang relevan untuk memahami bagaimana komunitas penggemar K-Pop membentuk pola-pola interpretasi kolektif. Konsep ini diperkuat oleh penelitian Jenkins (2013) tentang budaya penggemar, yang menunjukkan bagaimana komunitas interpretif beroperasi dalam era digital.

Nyoman Kutha Ratna (2017) dalam "Estetika Sastra dan Budaya" memperluas diskusi dengan mengintegrasikan teori resepsi ke dalam konteks digital dan menganalisis perubahan pola resepsi di era media sosial. Di era digital, proses pemaknaan menjadi

semakin kompleks karena audiens memiliki akses ke berbagai sumber interpretasi dan dapat dengan mudah berbagi pemahaman mereka dengan komunitas yang lebih luas.

Sintesis dari berbagai perspektif teoritis ini memberikan kerangka analisis yang komprehensif untuk memahami fenomena budaya pop kontemporer seperti Labubu. Dalam dimensi semiotik, analisis ini dapat mengungkap bagaimana makna dikonstruksi melalui berbagai lapisan tanda, dari level denotasi hingga mitos. Sementara itu, dalam dimensi resepsi, kerangka Hall memungkinkan pemahaman yang lebih bermakna dan adaptif tentang bagaimana berbagai kelompok audiens memaknai dan merespons teks budaya tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus sebagaimana yang dikemukakan oleh Yin (2018), yang memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap kompleksitas makna dan interpretasi fenomena Labubu dalam konteks naturalnya. Pendekatan ini dipilih karena dapat mengakomodasi berbagai sumber data dan memberikan pemahaman holistik tentang bagaimana remaja memaknai dan berinteraksi dengan artefak budaya pop ini dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Dalam penelitian ini, peneliti menentukan partisipan yang terdiri dari 20 remaja Indonesia berusia 12-18 tahun yang mengoleksi Labubu. Adapun delapan belas partisipan di antaranya menyatakan bahwa dirinya sebagai penggemar K-Pop dan dua partisipan di antaranya menyatakan bahwa dirinya hanya mengikuti trend. Selanjutnya, kriteria yang ditetapkan peneliti terhadap partisipan adalah jumlah kepemilikan minimal dua boneka Labubu dan aktif dalam komunitas Labubu. Pemilihan partisipan ini dilakukan melalui teknik *purposive sampling,* yaitu peneliti mengambil sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan. Hal ini memungkinkan peneliti mengidentifikasi dan mengakses informan kunci dalam jaringan penggemar Labubu.

Peneliti melakukan pengumpulan data selama dua minggu, dengan alokasi waktu untuk wawancara, observasi, dan analisis media sosial. Wawancara mendalam dengan durasi 20 menit per responden, mengeksplorasi latar belakang ketertarikan terhadap

Labubu, dan interpretasi makna serta nilai. Pedoman wawancara dikembangkan berdasarkan kerangka teoritis semiotika Barthes dan teori resepsi.

Selanjutnya, analisis media sosial dilakukan selama periode dua minggu, mencakup *platform* Instagram, Twitter, dan TikTok. Unit analisis meliputi postingan terkait Labubu, interaksi dalam kolom komentar, dan penggunaan *hashtag*. Berikutnya, analisis data dilakukan melalui pendekatan kualitatif yang mengintegrasikan analisis semiotik dan resepsi. Pada level semiotik, analisis berfokus pada identifikasi dan interpretasi makna denotatif dan konotatif Labubu, serta eksplorasi mitos-mitos yang terbentuk dalam konteks budaya pop.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian telah disinggung sebelumnya, bahwa media memainkan peranan penting sebagai katalis penyebaran informasi kepada masyarakat yang merupakan khalayak media. Iklan, dalam bidang ekonomi, menjadi media yang digunakan sebagai wadah penyampaian informasi. Dari media, khalayak setidaknya tahu mengenai hal baru, dalam penelitian ini berkaitan dengan kemunculan Budaya Pop atau Fenomena Labubu yang seolah menjadi kiblat baru hiburan dan tren khususnya kawasan Asia. Media yang merupakan konvergensi dari beberapa media tradisional ini menjadi platform yang paling memadai bagi para informan untuk dapat memperoleh informasi produk Jepang yang mereka butuhkan. Namun demikian, mereka tidak menyangkal bahwa media tradisional dan pertemanan yang merupakan bagian dari interaksi sosial juga berperan dalam perolehan informasi yang mereka butuhkan.

Sebelum adanya Fenomena Labubu, fenomena budaya pop lainnya adalah adanya kemunculan Korean Wave atau Hallyu yang seolah menjadi kiblat baru hiburan dan tren dunia, khususnya kawasan Asia. Persepsi informan mengenai Korea yang mereka peroleh dari media massa, sebagian besar mengakui bahwa di benak mereka Korea adalah hiburan. Musik dan drama adalah dua hal, atau dapat disebut sebagai produk Hallyu. Selain itu Korea adalah pariwisata. Tidak ada dari mereka yang menyebutkan sedikit saja mengenai sejarah negara Korea, bagaimana terbentuknya, tentang pemerintahannya atau kondisi

perekonomiannya. Bagaimana Korean Wave dengan produknya telah sedemikian merujuk pada persepsi tertentu yang berkaitan dengan komoditas: hiburan dan pariwisata sebagai bagian dari perekonomian dalam era globalisasi.

Para informan dalam penelitian ini menjadi anggota fan-base satu atau dua girlband Korea yang mereka gemari. Tidak semua orang akan menjadi anggota suatu fan-base secara aktif, kecuali memang mereka benar-benar memiliki minat. Banyak informasi yang sengaja mereka cari dan mereka gali untuk memenuhi rasa ingin tahu. Berdasarkan pengamatan peneliti, memang secara fisik mereka tidak mengalami terpaan demam boneka Labubu ini. Namun mereka tidak menutup mata, dengan melihat sekeliling, mereka tahu bahwa ada kalangan tertentu yang menerima efek dari fenomena budaya K-pop ini.

Pada kegiatan penelitian, para informan hampir tidak ada yang mengenakan atribut berkaitan dengan Jepang lainnya. Tetapi, ketika diskusi mengenai citra Korea, produk Korea dan hal lainnya berkaitan dengan girlband, mereka dengan antusias menjawab dan menjelaskan secara detail. Memang perlu disepakati bahwa kedekatan budaya adalah satu poin kuat yang memengaruhi bagaimana satu budaya beradaptasi dan mengadopsi budaya lainnya, namun tidak boleh dilupakan pula bahwa individu menjadi penentu identitas diri seperti apa yang ingin mereka terima. Di sinilah titik konstruksi baru pada masyarakat, terutama bagi para informan, dari apa yang mereka konsumsi, apakah mereka akan mempertahankan identitas diri mereka atau membentuk transformasi baru pada diri dan pola pikir

Pembahasan penelitian, fenomena Labubu sebagai manifestasi budaya pop kontemporer dapat disajikan dengan kajian semiotika yang kompleks. Dalam kerangka teoretis Roland Barthes, Labubu hadir sebagai sistem tanda yang terdiri dari denotasi, konotasi, dan mitos (budaya). Berdasarkan makna denotasi, Labubu adalah sebuah boneka dengan ciri khas kepala besar dan tubuh kecil. Boneka ini dibuat dari bahan vinyl berkualitas tinggi, dengan pakaian yang bisa diganti-ganti. Setiap boneka Labubu memiliki nomor seri khusus dan dikemas dalam kotak premium. Ukurannya sekitar 16 cm sehingga mudah dibawa dan dipajang. Penjabaran desain ini tidak hanya berfungsi sebagai penanda

kualitas produk, tetapi juga menjadi fondasi bagi pembentukan makna pada tingkat yang lebih kompleks.

Berdasarkan makna konotasi, Labubu mengalami transformasi makna yang signifikan, yakni lebih dari sekadar boneka. Harganya yang mahal dan jumlahnya yang terbatas membuat Labubu menjadi simbol status. Ketika idol K-Pop memiliki dan memamerkan Labubu, boneka ini menjadi penghubung antara penggemar dan idolanya. Gaya Labubu yang imut atau "*kawaii*" menghubungkannya dengan budaya pop Asia yang populer.

Selain itu, para penggemar sering memotret Labubu mereka dan membagikannya di media sosial. Kegiatan ini bukan sekadar memamerkan boneka, tetapi juga menunjukkan bahwa mereka bagian dari komunitas penggemar K-Pop. Dari 20 responden dalam penelitian ini, 18 adalah penggemar K-Pop yang melihat Labubu sebagai cara untuk merasa lebih dekat dengan idol mereka.

Dalam konteks budaya, Labubu menjadi simbol gaya hidup modern. Memiliki Labubu menunjukkan bahwa seseorang mengikuti tren global dan memahami budaya pop masa kini. Ini bukan lagi sekadar tentang mengoleksi boneka, tetapi tentang menjadi bagian dari komunitas global. Bagi remaja, Labubu menjadi cara untuk menunjukkan identitas mereka. Dari 20 responden, 15 orang sepenuhnya menerima makna ini. Mereka menggunakan Labubu untuk menunjukkan bahwa mereka penggemar K-Pop yang setia dan mengikuti tren terkini. Tiga responden lain menyukai Labubu tetapi tetap kritis terhadap aspek konsumerisme di dalamnya. Dua responden sisanya menyukai Labubu murni karena desainnya, terlepas dari hubungannya dengan K-Pop.

Hasil Analisis Resepsi Sastra Stuart Hall dalam Konteks Budaya Pop

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam lanskap budaya populer kontemporer, menciptakan ruang-ruang baru bagi ekspresi visual dan interaksi sosial. Jenkins (2006) mengemukakan bahwa era digital telah mengaburkan batas-batas geografis dan kultural dalam sirkulasi produk budaya pop. Fenomena ini terlihat jelas dalam kemunculan Labubu, sebuah figur koleksi mainan yang diciptakan oleh

desainer Jepang, yang telah berkembang menjadi fenomena global dengan resonansi lokal yang kuat.

Dalam konteks ini, Labubu menjadi contoh menarik dari konvergensi budaya global dan preferensi lokal. Boneka koleksi yang awalnya diproduksi dengan desain minimalis ini telah bertransformasi menjadi fenomena sosial yang memiliki makna khusus di kalangan penggemar K-Pop Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian peneliti, Labubu memiliki peran sebagai titik temu antara berbagai arus budaya pop global, medium ekspresi identitas dan kreativitas, penanda keanggotaan dalam komunitas penggemar, dan arena negosiasi antara nilai-nilai global dan interpretasi personal. Adapun penjabaran yang berdasarkan pada teori Stuart Hall, sebagai berikut.

Dominant reading, kelompok ini menunjukkan penerimaan penuh terhadap nilai-nilai yang diasosiasikan dengan Labubu. Mereka mengadopsi dan mereproduksi makna yang ditransmisikan melalui idol K-Pop, melihat Labubu tidak hanya sebagai boneka koleksi tetapi juga sebagai penanda identitas kultural mereka sebagai penggemar K-Pop. Dalam persepsi ini menekankan sebuah kelompok untuk menerima Labubu sebagai bentuk hiburan yang menggabungkan unsur seni modern dan sosial. Hal ini terlihat dalam penggunaan Labubu sebagai media populer yang dapat menyatukan sebuah individu dengan kegemaran yang sama menjadi sebuah kelompok.

Negotiated reading, kelompok ini menunjukkan posisi yang lebih kompleks, di mana mereka mengapresiasi nilai estetik dan kultural Labubu namun tetap mempertahankan sikap kritis terhadap aspek konsumerisme yang menyertainya. Mereka mampu menikmati Labubu sebagai artefak budaya pop, menyadari, dan mempertanyakan mekanisme pasar yang melatarbelakanginya. Dalam persepsi ini Labubu menciptakan berbagai interpretasi, di mana kelompok-kelompok berusaha mempertahankan unsur budaya asal dari Labubu, yaitu dari Jepang dan juga ditransmisikan melalui idol K-Pop.

Oppotional reading, kelompok minoritas ini memilih untuk memaknai Labubu murni dari aspek estetikanya, terlepas dari konteks K-Pop. Pembacaan ini mencerminkan kemungkinan pemaknaan alternatif yang tetap ada bahkan dalam fenomena budaya pop

yang tampak homogen. Dalam persepsi ini sekelompok individu atau komunitas terutama generasi muda mengubah labubu sesuai dengan nilai dan selera mereka. Misalnya, Labubu dalam penampilan hiburan menciptakan ikatan antara budaya dan sosial. Selain itu, persepsi ini juga menunjukkan bagaimana identitas budaya dapat diperkuat melalui media massa, dimana Labubu menjadi simbol keberagaman lokal.

KESIMPULAN

Fenomena Labubu merepresentasikan kompleksitas budaya populer kontemporer yang dapat dianalisis melalui perspektif semiotika Roland Barthes dan teori resepsi Stuart Hall. Secara denotatif, Labubu adalah boneka vinyl berkualitas premium dengan karakteristik desain yang khas. Makna konotatif Labubu berkembang menjadi simbol status dan penanda identitas penggemar K-pop, yang dibuktikan dengan 18 dari 20 responden merupakan penggemar K-pop. Dalam tataran mitos, Labubu mentransformasi menjadi simbol modernitas dan keterikatan dengan budaya pop global.

Analisis resepsi menunjukkan tiga pola pemaknaan yang berbeda di kalangan responden. Mayoritas responden (15 orang) menempati posisi *dominant reading* dengan menerima sepenuhnya nilai-nilai yang diasosiasikan dengan Labubu sebagai penanda identitas penggemar K-pop. Tiga responden berada pada posisi *negotiated reading* dengan mengapresiasi nilai estetik Labubu sambil mempertahankan sikap kritis terhadap aspek konsumerisme. Sementara itu, dua responden menunjukkan *oppositional reading* dengan memaknai Labubu murni dari aspek estetikanya, terlepas dari konteks K-pop.

Labubu tidak hanya berfungsi sebagai produk budaya, tetapi juga berperan sebagai titik temu berbagai arus budaya pop global, medium ekspresi identitas, penanda keanggotaan komunitas, dan arena negosiasi antara nilai-nilai global dengan interpretasi personal. Fenomena ini mencerminkan bagaimana sebuah artefak budaya pop dapat memiliki makna yang kompleks dan berlapis, serta bagaimana khalayak secara aktif terlibat dalam proses pemaknaan berdasarkan latar belakang sosial-budaya mereka.

DAFTAR PUSTAKA

Allen, G. (2003). *Roland Barthes*. Routledge.

Appadurai, A. (1996). *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization.* University of Minnesota Press.

Barthes, R. (1972). *Mythologies* (A. Lavers, Trans.). Hill and Wang. (Original work published 1957).

Bennett, A. (2005). *Culture and everyday life*. SAGE Publications.

Fiske, J. (2010). *Understanding popular culture* (2nd ed.). Routledge.

Hall, S. (1973). *Encoding and decoding in the television discourse*. Centre for Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham.

Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Sage Publications.

Hills, M. (2015). *Fan cultures*. Routledge.

Jenkins, H. (2013). *Textual poachers: Television fans and participatory culture* (2nd ed.). Routledge.

Jung, S. (2019). *K-pop culture: Korean popular music, fandom, and social media*. Routledge.

Kim, Y. (2013). *The Korean wave: Korean media go global.* Routledge.

Piliang, Y. A. (2019). *Semiotika dan hipersemiotika: Kode, gaya, dan matinya makna* (Edisi kelima). Pustaka Matahari.

Ratna, N. K. (2017). *Estetika sastra dan budaya*. Pustaka Pelajar.

Sari, D. K., Kusuma, R. S., & Nugroho, A. (2020). Korean wave dan identitas budaya remaja penggemar K-Pop di Indonesia. *Jurnal Komunikasi dan Media, 4*(2), 112-125.

Saring, S., & Widiyarto, S. (2023). Problematika Manajemen Kurikulum Merdeka pada Siswa Taman Kanak-Kanak. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, *7*(6), 7925-7932.

Storey, J. (2018). *Cultural theory and popular culture: An introduction* (8th ed.). Routledge.

Widiyarto, S., Sunendar, D., Sumiyadi, S., & Permadi, T. (2023). Pengenalan Sastra untuk Siswa Taman Kanak-kanak (Studi Kasus pada Tradisi Gawai Dayak). *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, *7*(1), 467-478.

Widiyarto, S., Sunendar, D., Vernia, D. M., Alifah, S., Suprapto, H. A., & Leksono, A. W. (2023). Learning Dayak Literature through Information Systems. *International Journal on Advanced Science, Engineering & Information Technology*, *13*(6).