UNIVERSITAS
GADJAH MADA
MODAL SOSIAL SEBAGAI STRATEGI BERTAHAN KALANGAN PERAJIN DI FESTIVAL KONTEMPORER (STUDI PADA FESTIVAL PASAR NATAL ART ADVENT DI WINA, AUSTRIA)
EVY GUSTIANA, Dr. Sita Hidayah, S.Ant., M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

INTISARI

Pada tahun 1980an, Eropa dan wilayah lain di dunia yang terpengaruh oleh globalisasi mengalami ledakan yang luar biasa pada jumlah festival baru. Salah satunya adalah pengadaan Festival Pasar Natal yang semula hanya diadakan di negara-negara berbahasa Jerman mulai meluas dan bahkan diselenggarakan di beberapa tempat dalam satu kota. Di Wina ibukota Austria, hampir di setiap pusat-pusat keramaian sebulan menjelang Hari Raya Natal diselenggarakan Pasar Natal dengan berbagai dekorasi cantik yang menarik banyak pengunjung. Tesis ini bertujuan untuk menyelidiki strategi-strategi apa yang digunakan oleh para pelaku (penjual dan penyelenggara) agar dapat bertahan menyelenggarakan Pasar Natal. Lokasi penelitian dilakukan di Pasar Natal Art Advent di Karlsplatz di mana penjual juga merupakan sebagai penyelenggara. Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian kualitatif dengan pengumpulan data menggunakan studi literatur, observasi, observasi partisipasi dan wawancara semi terstruktur. Penelitian menemukan bahwa upaya bertahan yang dilakukan oleh para pelaku di Pasar Natal Art Advent adalah dengan memanfaatkan modal sosial seperti jaringan, norma yang berlaku, dan kepercayaan yang terjalin diantara para pelaku pasar. Modal sosial yang mereka miliki mampu ditransformasikan menjadi sebuah modal ekonomi. Transformasi inilah yang sebenarnya menjadi faktor kunci para perajin mampu bertahan di tengah tren perubahan festival kontemporer.

Kata Kunci : Festival, Pasar Natal, Modal Sosial

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
MODAL SOSIAL SEBAGAI STRATEGI BERTAHAN KALANGAN PERAJIN DI FESTIVAL KONTEMPORER (STUDI PADA FESTIVAL PASAR NATAL ART ADVENT DI WINA, AUSTRIA)
EVY GUSTIANA, Dr. Sita Hidayah, S.Ant., M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

In the 1980s, Europe and other regions of the world affected by globalization experienced a tremendous explosion in the number of new festivals. One of them is the holding of the Christmas Market Festival, which was originally only held in German-speaking countries and has begun to expand and even be held in several places in one city. In Vienna, the capital of Austria, almost every city center a month before Christmas Day, there is a Christmas Market with a variety of beautiful decorations that attracts many visitors. This thesis aims to investigate the strategies used by the actors (sellers and organizers) to survive to hold the Christmas Market. The research site was conducted at the Art Advent Christmas Market in Karlsplatz where the seller is also the organizer. This research is qualitative research with data collection using literature study, observation, participatory observation, and semi-structured interviews. The research found that the survival efforts made by actors in the Art Adventist Christmas Market are to take advantage of social capital such as networks, prevailing norms, and trust that exist among market participants. Their social capital can be transformed into economic capital. This transformation is actually the key factor for the craftsmen to be able to survive amid the changing trends of contemporary festivals.

Keywords : Festivals, Christmas Market, Social Capital