

KONSUMERISME DALAM MAID CAFÉ BERDASARKAN TEORI KONSUMERISME JEAN BAUDRILLARD

Oleh: Yo Aristanto

Intisari

Penelitian ini meneliti tentang salah satu kafe yang populer di Jepang yaitu *maid café* beserta konsumerisme di dalamnya. *Maid café* adalah kafe yang para staf dan pelayannya bekerja memakai kostum pelayan. *Maid café* menyediakan pelayanan untuk pelanggan merasakan pengalaman sebagai majikan. Konsumen tetap *maid café* adalah *otaku* penikmat budaya populer Jepang. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui apa saja yang dikonsumsi konsumen *maid café* dalam *maid café*.

Pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan data-data pengakuan konsumen *maid café* dari forum internet dan media sosial. Data kemudian dikelompokkan berdasarkan konsep simulakra dari teori konsumerisme Jean Baudrillard. Setelah itu dicari nilai tanda yang melekat pada konsumsi *maid café*.

Dari hasil analisis diketahui bahwa *maid café* merupakan dunia rekaan simulakra. Dalam dunia simulakra ini terjadi konsumsi terhadap segala aspek yang terdapat dalam *maid café* dan nilai tanda yang dihasilkan. Teknologi memunculkan *maid café* online yang dapat dikonsumsi kapan dan di mana saja. Konsumen *maid café* mengonsumsi dunia rekaan hasil simulakra, nilai tanda, produk referensial teknologi, dan iklan.

Kata kunci: konsumsi, *maid café*, simulakra

CONSUMERISM IN *MAID CAFÉ* BASED ON JEAN BAUDRILLARD CONSUMERISM THEORY

Yo Aristanto

ABSTRACT

This research will examine one of the popular cafes in Japan, the *maid café* and its consumerism. *Maid café* is a cafe where the staff and waiters work in maid costumes. *Maid café* s provide services where the customer is considered the master. Regular customers of *maid café* s are otaku who enjoy Japanese popular culture. The aim of this research is to know what *maid café* consumers consume in *maid café*.

Collecting data will be done by collecting data on *maid café* consumers confession from internet forums and social media. The data are then grouped based on the simulacra concept from Jean Baudrillard's theory of consumerism. After that, the sign value attached to the *maid café* consumption can be found.

From the analysis, it is known that the *maid café* is an artificial world of simulacra. In this simulakra world, there is consumption of all aspects contained in the *maid café* and the result of sign values. Technology has facilitated online *maid café* s that can be consumed anytime and anywhere. *Maid café* consumers consume the artificial world of simulacra, sign values, referential technology products, and advertisements.

Keyword: consumption, *maid café*, simulacra

ジャン・ボードリヤールの消費理論に基づくメイド喫茶の消費

ヨ. アリスタント

要約

研究は、日本で人気のあるカフェのひとつであるメイド喫茶とその消費についての研究である。メイド喫茶は、スタッフとウエイトレスがメイドの制服で働くカフェである。メイド喫茶は、顧客が雇用主とみなされるサービスを提供する。メイド喫茶の常連客は日本の大衆文化を楽しむオタクである。この研究の目的は、メイド喫茶の消費者がメイド喫茶で何を消費するかを分析することである。

データ収集は、インターネットフォーラムやソーシャルメディアからメイド喫茶の消費者の認識に関するデータを収集することによって行われた。次に、データは、ジャン・ボードリヤールの消費主義理論からのシミュレーションの概念に基づいてグループ化された。その後、メイド喫茶の消費量に付けられた記号価値を探した。

分析の結果、メイド喫茶は人工的なシミュラクラの世界であることがわかった。このシミュラクラの世界では、メイド喫茶のすべてのアспектと記号価値の消費があることがわかる。テクノロジーによりいつでもどこでも使用できるオンラインメイド喫茶が消費される。メイド喫茶の消費者は人工的なシミュラクラの世界で、記号価値、参照技術製品、広告など消費していることが分かった。

キーワード：消費主義、メイド喫茶、シミュラクラ