

BUDAYA POPULAR

Budaya juga dapat diartikan sebagai kebiasaan dari kepercayaan, tatanan sosial dan kebiasaan dari kelompok ras, kepercayaan atau kelompok sosial. populer atau populer adalah diterima oleh banyak orang, disukai atau disetujui oleh masyarakat banyak• budaya populer-lebih sering disebut dengan budaya pop-adalah apapun yang terjadi di sekeliling kita setiap harinya Budaya Populer, yakni budaya yang terbentuk, merupakan produk industrialisasi.

Budaya adalah cara hidup, pandangan dan nilai masyarakat. Belajar tentang budaya berarti belajar tentang bahasa, komunikasi dan elemen budaya, & tetapi lebih dari itu budaya di dunia kita saat ini berkaitan dengan apa yang sedang tren dan bertindak sebagai barang populer. Kami mengakui budaya populer sebagai budaya yang mewakili pembangkangan terhadap cara hidup lama masyarakat yang ketat. Budaya populer adalah dengan apa kita makan, minum, tidur, menonton, dan bertindak.

Penulis menemukan bahwa budaya populer bukan hanya tentang manusia, bahasa, mode atau bahkan kebutuhan hidup. Budaya populer berakar pada nilai-nilai komersial dan juga demikian. Budaya populer memikul beban untuk menghasilkan sesuatu yang bernilai komersial. Sebagai imbalannya, budaya populer memegang identifikasi masyarakat sebagai satu kesatuan. Apa yang dikenakan seseorang menunjukkan apakah seseorang tertentu adalah bagian dari masyarakat populer atau tidak

KONSEP BUDAYA

Kebudayaan sangat erat hubungannya dengan masyarakat bahwa segala sesuatu yang terdapat dalam masyarakat ditentukan oleh kebudayaan yang dimiliki oleh masyarakat itu sendiri. Istilah untuk pendapat itu adalah *Cultural-Determinism*. kebudayaan sebagai sesuatu yang turun temurun dari satu generasi ke generasi yanglain, yang kemudian disebut sebagai *superorganic*., kebudayaan mengandung keseluruhan pengertian, nilai, norma, ilmu pengetahuan serta keseluruhan struktur-struktur sosial, religius, dan lain-lain, tambahan lagi segala pernyataan intelektual dan artistik yang menjadi ciri khas suatu masyarakat.

kebudayaan merupakan keseluruhan yang kompleks, yang di dalamnya terkandung pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kemampuan-kemampuan lain yang didapat seseorang sebagai anggota masyarakat. kebudayaan adalah sarana hasil karya, rasa, dan cipta masyarakat.

Dari berbagai definisi tersebut, dapat diperoleh pengertian mengenai kebudayaan yang mana akan mempengaruhi tingkat pengetahuan dan meliputi sistem ide atau gagasan yang terdapat dalam pikiran manusia, sehingga dalam kehidupan sehari-hari, kebudayaan itu bersifat abstrak. Sedangkan perwujudan kebudayaan adalah benda-benda yang diciptakan oleh manusia sebagai makhluk yang berbudaya, berupa perilaku dan benda-benda yang bersifat nyata, misalnya pola-pola perilaku, bahasa, peralatan hidup, organisasi sosial, religi, seni, dan lain-lain, yang kesemuanya ditujukan untuk membantu manusia dalam melangsungkan kehidupan bermasyarakat.

Sederhananya budaya terbentuk melalui apa yang kita lihat, yang kita rasakan, yang kita dengar dan yang kita lakukan secara terus menerus, dan untuk budaya populer itu terbentuk dari politisi media massa yang di konsumsi oleh khalayak luas dan dipercaya oleh para penikmat yang sepassion dengan budaya populer itu sendiri

BUDAYA POPULER DAN PENGARUHNYA

Budaya populer (dikenal juga sebagai **budaya pop** atau **kultur populer**) adalah totalitas ide, perspektif, perilaku, citra, dan fenomena lainnya yang dipilih oleh konsensus informal di dalam arus utama sebuah budaya, khususnya oleh budaya barat, Dengan pengaruh besar dari media massa kumpulan ide ini menembus kehidupan masyarakat.

Budaya populer awalnya berkembang di Eropa, lebih banyak diasumsikan dengan budaya yang melekat dengan kelas sosial bawah yang membedakannya dengan budaya tinggi dari kelas yang elit. Budaya populer juga sering kali didekatkan dengan istilah 'mass culture' atau budaya massa, yang diproduksi secara massal dan

dikonsumsi secara massal juga. Jadi, budaya lokal adalah produk budaya yang bersifat pabrikasi, yang ada di mana-mana dan tidak memerlukan usaha untuk mengkonsumsinya.

Budaya Populer berkaitan dengan budaya massa, budaya massa adalah budaya populer yang dihasilkan melalui teknik-teknik industri produksi massa dan dipasarkan untuk mendapatkan keuntungan dari khalayak konsumen massa.

Budaya massa ini berkembang sebagai akibat kemudahan-kemudahan reproduksi yang diberikan teknologi seperti percetakan, fotografi, perekaman suara dan sebagainya.

Jadi yang menjadi pengaruh terhadap budaya populer dan perkembangannya, yang pertama melalui media massa yang menyebarkan dan dikonsumsi oleh masyarakat luas dan membentuk budaya massa yang baru, terdapat faktor kemudahan teknologi dan media sosial yang membuat siapa saja bisa mengkonsumsinya dan tanpa adanya batasan-batasan.

Dan untuk perkembangan adalah melalui khalayak itu sendiri yang mudah terpengaruh dan ikut menyebarkan sehingga membuat budaya massa semakin berkembang dan bertambah, dan karakter budaya populer juga menjadi faktor dan pengaruh untuk khalayak luas dikarenakan budaya populer mempunyai sifat yang relativisme, pragmatisme yang membuat masyarakat seolah-olah tidak salah kalau mengkonsumsinya.

BUDAYA POPULER DAN GAYA HIDUP, WANITA DAN POLITIK

Singkat saja budaya populer untuk gaya hidup tercipta karena sifat budaya populer yang bersifat sementara membuat para khalayak berpikir untuk mencari sesuatu dan membuat sesuatu yang baru, demi keuntungan pribadi dan demi kesenangan bagi para masyarakat yang mengonsumsi budaya pop itu tersebut, dan yang seperti yang kita ketahui negara Indonesia atau negara lainnya sangat

antusias untuk menyabut sebuah trend atau masa yang baru dikarenakan itu sudah menjadi suatu budaya yang diterapkan bersama-sama dari zaman dahulu.

Dan pandangan budaya pop untuk wanita adalah budaya pop bisa memicu kemunculan feminisme, feminisme adalah sebuah gerakan perempuan yang menuntut emansipasi atau kesamaan dan keadilan hak dengan pria, dan efeknya adalah penyetaraan pendidikan, profesi, hak politik dll.

Dan pengaruh terhadap politik adalah budaya pop bisa mempengaruhi bidang politik, terbukti dengan maraknya sekulerisasi system politik, selain itu politik juga mampu memanfaatkan budaya pop sebagai medium perluasan kekuasaan seperti kampanye via buku, seminar, facebook dsb.

BUDAYA MASSA

Levelisasi kebudayaan tidak lagi terbagi dalam 2 kategori, yaitu budaya rendah dan budaya tinggi semata-mata. Mulai lahir level budaya ke-3, yang lahir karena faktor diluar sistem kebudayaan yang wajar. Bentuk budaya yang didorong oleh perkembangan ilmu dan teknologi informasi,

Budaya Massa merupakan sebuah budaya yang lahir sebagai imbas perkembangan teknologi informasi. Budaya populer merupakan bentuk budaya yang lebih mengedepankan sisi popularitas dan kedangkalan makna atau nilai-nilai.

Konsep dan teori budaya massa

Menurut Denis Mc Quail (1994:31), kata massa berdasarkan sejarah mempunyai dua makna, yaitu positif dan negatif. Makna negatifnya adalah berkaitan dengan kerumunan (mob), atau orang banyak yang tidak teratur, bebal, tidak memiliki budaya, kecalapan dan rasionalitas. Makna positif, yaitu massa memiliki arti kekuatan dan solidaritas di kalangan kelas pekerja biasa saat mencapai tujuan kolektif.

Komponen-komponen yang mengandung arti massa

Anggota massa adalah orang – orang dari posisi kelas sosial yang berbeda, jenis pekerjaan yang berlainan, dengan latar belakang budaya yang bermacam –

macam, serta tingkat kekayaan yang beraneka atau berasal dari segala lapisan kehidupan dan dari seluruh tingkatan sosial Massa terdiri dari individu – individu yang anonym, Biasanya secara fisik anggota massa terpisah satu sama lainnya dan hanya terdapat sedikit interaksi atau penukaran pengalaman antar anggota – anggota massa dimaksud Keorganisasian dari suatu massa bersifat sangat longgar, dan tidak mampu untuk bertindak bersama atau secara kesatuan, seperti halnya suatu kerumunan (crowd). 4 komponen sosiologis yang mengandung arti massa, yaitu : Kurang memiliki kesadaran diri, Kurang memiliki identitas diri Tidak mampu bergerak secara serentak dan terorganisir untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Massa ditandai oleh komposisi yang selalu berubah dan berada dalam batas wilayah yang selalu berubah pula Massa tidak bertindak dengan dirinya sendiri, tetapi dikooptasi untuk melakukan suatu tindakan.

Menurut Blumer (1939) dalam McQuail (2002:41) :

Budaya massa sangat berhubungan dengan budaya populer sebagai sumber budaya massa. Budaya tradisional dapat menjadi budaya populer apabila menjadi budaya massa. Budaya massa yang diproduksi oleh media massa membutuhkan biaya cukup besar karena dana yang besar harus menghasilkan keuntungan untuk kontinuitas budaya massa itu sendiri. Oleh karena itu, budaya massa diproduksi secara komersial agar tidak saja menjadi jaminan keberlangsungan sebuah kegiatan budaya massa namun juga menghasilkan keuntungan bagi modal yang diinvestasikan pada kegiatan tersebut. Budaya massa juga diproduksi secara eksklusif menggunakan simbol-simbol kelas sehingga terkesan diperuntukan kepada masyarakat modern yang homogen, terbatas, dan tertutup. Syarat utama dari eksklusifitas budaya massa ini adalah keterbukaan dan ketersediaan terlibat dalam perubahan budaya secara massal.

Kesimpulannya adalah budaya pop dibangun oleh kelas penguasa untuk memenangkan hegemoni, sembari membentuk oposisi. Dengan demikian ia terdiri bukan hanya dari pemberlakuan budaya massa yang sejalan dengan ideologi dominan ataupun budaya oposisional yang spontan, melainkan sebagai area negosiasi antara keduanya di mana budaya dominan, subordinan dan oposisional

dengan segenap nilai-nilai dan unsur-unsur ideologis ‘tercampur ’ dalam suatu perubahan yang bersifat sekunsial (uruta

Nama : Winarti

Kelas : IK 7B

Nim : 171910030

Mk : Culture Studies (Resume)

POPULAR CULTURE

POPULAR CULTURE????

- popular atau populer adalah diterima oleh banyak orang, disukai atau disetujui oleh masyarakat banyak budaya populer-lebih sering disebut dengan budaya pop- adalah apapun yang terjadi di sekeliling kita setiap harinya.
- budaya juga dapat diartikan sebagai kebiasaan dari kepercayaan, tatanan sosial dan kebiasaan dari kelompok ras, kepercayaan atau kelompok sosial

KONSEP BUDAYA

- Peningkatan keaksaraan, cetak cepat, kertas murah, ruang musik melahirkan budaya populer seperti yang kita kenal sekarang. Isi dari budaya populer ditentukan sebagian besar oleh industri yang menyebarkan bahan budaya, misalnya film, televisi, dan industri penerbitan, serta media masa
- Perilaku masyarakat pun didikte dari estetis dan religius menjadi komoditas perdagangan yang ditentukan pasar
- ✚ konsep budaya massa telah menjadi fokus kontroversi dan perdebatan tajam. Secara konvensional budaya pop dibedakan dari budaya "tinggi" - yaitu seni murni seperti yang dimaksud oleh elit peneliti seni - budaya massa terdiri dari artefak yang diproduksi secara massal dan didistribusikan secara luas melalui media seperti film, rekaman, buku komik, dan program televisi..
- ✚ Ketika budaya dapat dibeli dan dijual, cita rasa menjadi penanda sosial yang semakin meluas. Cita rasa menjadi barang komersial yang memberi budaya pada kelas menengah, tetapi komersialisasi tersebut dapat juga menodai kelas ini. Seiring dengan melebarnya budaya ini, maka paradoks pemisahan high and low (polite and vulgar) tinggi dan rendah (sopan dan vulgar) semakin menajis.

BUDAYA TINGGI (HIGH CULTURE)

Budaya tinggi (High culture) adalah istilah yang merujuk kepada "bibit terbaik/ best of breed " (dari beberapa sudut pandang elitis) produk-produk budaya. Yang termasuk dalam kategori ini didefinisikan oleh bagian paling berpengaruh dari masyarakat, yaitu elit sosial, politik, ekonomi dan intelektual

BUDAYA POPULER DAN PENGARUHNYA

Adorno menyebut fenomena ini pseudoindividualisasi. Adorno melihat budaya yang diproduksi massal ini- sebagai bahaya bagi seni tinggi yang lebih sulit. Budaya industri menumbuhkan kebutuhan- kebutuhan palsu, yaitu, kebutuhan-kebutuhan yang dibuat dan dipenuhi oleh kapitalisme. kebutuhan – kebutuhan sejati, sebaliknya, yaitu

kebebasan, kreativitas atau kebahagiaan sejati. tinggi (High culture

fetisisme komoditas adalah wilayah yang tidak lagi otentik dalam hubungan sosial, dapat dikatakan untuk membangkitkan sistem pasar kapitalis yang kompleks, di mana orang-orang mengira ada hubungan sosial untuk segala hal.

Estetika low culture • Camp • mengacu ke suatu apresiasi ironis yang mungkin dapat dianggap aneh atau mengada-ada, seperti Carmen Miranda dengan topi es krim buah buahan nya. Istilah ini sering digunakan untuk kegiatan budaya populer yang khususnya tanggal atau tidak tepat yang serius, seperti film fiksi ilmiah rendah dari anggaran tahun 1950-an dan 1960-an dan budaya multi-genre pop tahun 1970-an dan 1980-an. Sebagai Moe Meyer (1994, hal.1) menempatkan parodi, "aneh."

Kitsch adalah istilah bahasa Jerman yang telah digunakan untuk mengkategorikan seni yang dianggap sebagai salinan inferior dari gaya yang ada. Istilah ini juga digunakan lebih longgar dengan mengacu ke seni yang megah atau dalam cita rasa yang buruk, dan hal ini juga diproduksi secara komersial yang dianggap basi atau kasar.

PARODI

Adalah sebuah karya diciptakan untuk mengejek, mengomentari, atau mengolok-olok di sebuah karya asli, subyek, penulis, gaya, atau beberapa target lainnya, dengan cara humoris, menyindir imitasi atau ironis. Linda Hutcheon (2000: 7) menyatakan, "parodi ... adalah imitasi, tidak selalu dengan mengorbankan teks diparodikan." Kritikus lainnya, Simon Dentith (2000: 9), mendefinisikan parodi sebagai "setiap praktik budaya yang memberikan sindiran imitasi yang secara relatif polemik terhadap praktek atau produksi budaya." Sering kali, unsur yang paling memuaskan dari sebuah parodi yang baik adalah melihat kesalahan lain

BUDAYA POPULER DAN GAYAHIDUP, WANITA DAN POLITIK

Budaya Pop

Budaya yang berasal dari rakyat, oleh rakyat, serta semua hal yang disukai rakyat

- Lawan dari High Culture, Budaya masyarakat golongan rendah (sisa peradaban masyarakat elit yang luhur dan terhormat)
- Budaya pembebasan dari hegemoni oleh masyarakat minor (anti-pemerintah)
- Budaya yang paling banyak diminati masyarakat kontemporer (Budaya massa)

Dari keempat definisi ini, definisi keempat-lah yang paling dikenal masyarakat

Budaya Massa ServiceDesigner ServiceDesigner

Levelisasi kebudayaan tidak lagi terbagi dalam 2 kategori, yaitu budaya rendah dan budaya tinggi semata-mata. Mulai lahir level budaya ke-3, yang lahir karena faktor diluar sistem kebudayaan yang wajar. Bentuk budaya yang didorong oleh perkembangan ilmu dan teknologi .informasi

Budaya Massa

Budaya Massa merupakan sebuah budaya yang lahir sebagai imbas perkembangan teknologi informasi. Budaya populer merupakan bentuk budaya yang lebih mengedepankan sisi popularitas dan kedangkalan makna atau nilai-nilai.

Konsep dan Teori Budaya Massa

Menurut Denis Mc Quail (1994:31), kata massa berdasarkan sejarah mempunyai dua makna, yaitu positif dan negatif. Makna negatifnya adalah berkaitan dengan kerumunan (mob), atau orang banyak yang tidak teratur, bebal, tidak memiliki budaya, kecalapan dan rasionalitas. Makna positif, yaitu massa memiliki arti kekuatan dan solidaritas di kalangan kelas pekerja biasa saat mencapai tujuan kolektif

4 komponen sosiologis yang mengandung arti massa, yaitu :

1. Anggota massa adalah orang – orang dari posisi kelas sosial yang berbeda, jenis pekerjaan yang berlainan, dengan latar belakang budaya yang bermacam – macam, serta tingkat kekayaan yang beraneka atau berasal dari segala lapisan kehidupan dan dari seluruh tingkatan sosial
2. Massa terdiri dari individu – individu yang anonym, Biasanya secara fisik anggota massa terpisah satu sama lainnya dan hanya terdapat sedikit interaksi atau penukaran pengalaman antar anggota – anggota massa dimaksud

3. Keorganisasian dari suatu massa bersifat sangat longgar, dan tidak mampu untuk bertindak bersama atau secara kesatuan, seperti halnya suatu kerumunan (crowd).

Menurut Blumer (1939) dalam McQuail (2002:41) :

- Kurang memiliki kesadaran diri,
 - Kurang memiliki identitas diri
 - Tidak mampu bergerak secara serentak dan terorganisir untuk mencapai suatu tujuan tertentu.
- Massa ditandai oleh komposisi yang selalu berubah dan berada dalam batas wilayah yang selalu berubah pula
Massa tidak bertindak dengan dirinya sendiri, tetapi dikooptasi untuk melakukan suatu tindakan. Meski anggotanya heterogen, dan dari semua lapisan sosial, massa selalu bersikap sama dan berbuat sesuai dengan persepsi orang yang akan mengkooptasi mereka

Budaya pop dibangun oleh kelas penguasa untuk memenangkan hegemoni, sembari membentuk oposisi. Dengan demikian ia terdiri bukan hanya dari pemberlakuan budaya massa yang sejalan dengan ideologi dominan ataupun budaya oposisional yang spontan, melainkan sebagai area negosiasi antara keduanya di mana budaya dominan, subordinan dan oposisional dengan segenap nilai-nilai dan unsur-unsur ideologis 'tercampur' dalam suatu perubahan yang

bersifat sekunsia (urutan

Nama : Abdullah Zaher

NIM : 171910040

POPULAR CULTURE □

Popular culture atau Budaya Populer, yakni budaya yang terbentuk, merupakan produk industrialisasi.

KONSEP BUDAYA

Isi dari budaya populer ditentukan sebagian besar oleh industri yang menyebarkan bahan budaya □ Tapi budaya populer tidak dapat digambarkan hanya sebagai produk agregat industri tersebut, melainkan itu merupakan hasil dari interaksi terus menerus antara industri dan orang-orang dari masyarakat yang mengkonsumsi produk mereka. □

□ BUDAYA TINGGI (HIGH CULTURE) □

Sebagai bagian yang paling berpengaruh dari masyarakat, yaitu elit sosial, politik, ekonomi dan intelektual.

BUDAYA POPULER □ DAN PENGARUHNYA

Budaya industri menumbuhkan kebutuhan-kebutuhan palsu, yaitu, kebutuhan-kebutuhan yang dibuat dan dipuaskan oleh kapitalisme. □

Pengaruhnya: seni yang sentimental, mudah terharu, atau cengeng, namun dapat digunakan untuk mengacu pada setiap jenis seni yang kekurangan untuk alasan yang sama.

PARODI □

Adalah sebuah karya diciptakan untuk mengejek, mengomentari, atau mengolok-olok di sebuah karya asli, subyek, penulis, gaya, atau beberapa target lainnya, dengan cara humoris, menyindir imitasi atau ironis. □

BUDAYA POPULER DAN GAYA HIDUP, WANITA DAN POLITIK □

BUDAYA POP

Budaya yang berasal dari rakyat, oleh rakyat, serta semua hal yang disukai rakyat, Lawan dari High Culture.

GAYA HIDUP

Adalah Bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah tergantung manusia yang bisa berubah tergantung jaman atau keinginan seseorang untuk mengubah gaya hidupnya.

PANDANGAN TERHADAP WANITA

Feminisme adalah sebuah Gerakan perempuan yg menuntut emansipasi atau kesamaan dan keadilan hak dengan pria.

POLITIK

Terbukti dengan maraknya sekulerisasi sistem politik.

BUDAYA MASSA

Budaya Massa merupakan sebuah budaya yang lahir sebagai imbas perkembangan teknologi informasi.

Konsep dan Teori Budaya Massa □

Mempunyai dua makna, yaitu positif dan negatif. Makna negatifnya adalah berkaitan dengan kerumunan (mob), atau orang banyak yang tidak teratur, bebal, tidak memiliki budaya, kecalapan dan rasionalitas. Makna positif, yaitu massa memiliki arti kekuatan dan solidaritas di kalangan kelas pekerja biasa saat mencapai tujuan kolektif.

4 komponen sosiologis yang mengandung arti massa

- a) Anggota massa adalah orang – orang dari posisi kelas sosial, jenis pekerjaan, latar belakang budaya, serta tingkat kekayaan yang berbeda
- b) Massa terdiri dari individu – individu yang anonym
- c) Keorganisasian dari suatu massa bersifat sangat longgar

Budaya pop dibangun oleh kelas penguasa untuk memenangkan hegemoni, sembari membentuk oposisi.

Nama : Advent Michael Sinaga

Kelas : IK7A

Nim : 171910009

Yang bisa saya jelaskan dari materi yang telah diberikan dan juga yang telah disampaikan adalah

Popular Culture adalah budaya yang disukai dan diterima oleh masyarakat. Budaya terbentuk merupakan produk industrialisasi. Budaya tinggi (High culture) adalah istilah yang merujuk

kepada "bibit terbaik/ best of breed " (dari beberapa sudut pandang elitis) produk-produk budaya. Budaya yang populer saat ini adalah Budaya Pop yaitu budaya yang berasal dari rakyat dan untuk rakyat, seperti budaya K_POP, budaya kenji (anak laki-laki dengan sengaja memanjangkan rambut seperti gaya anak korea).

Popular Culture

Latar Belakang

Subordinasi bukan sekedar persoalan koersi melainkan juga soal persetujuan. Budaya pop yang banyak menyita perhatian cultural studies, dikatakan sebagai landasan tempat dimana persetujuan dapat dimenangkan atau tidak. Sebagai sebuah cara untuk menjelaskan kesalingterkaitan antara kekuasaan dan persetujuan, ada sepasang konsep lain yang pernah digunakan dalam teks-teks awal cultural studies, namun tidak begitu relevan akhir-akhir ini, yakni ideology dan hegemoni.

Ideology berarti peta-peta makna yang mengklaim dirinya sebagai kebenaran universal namun sebenarnya merupakan pemahaman spesifik yang punya latar belakang sejarahnya sendiri yang menutup-nutupi dan sekaligus mengukuhkan kekuasaan. Sebagai contoh berita televisi menghasilkan pemahaman akan dunia. Dia terus-menerus menjelaskannya berdasarkan konteks bangsa, yang diterima sebagai objek-objek yang terjadi secara alamiah, padahal sebenarnya dia mengaburkan pembagian kelas dan formasi sosial dan karakter nasionalitas yang dikonstruksi. Representasi gender dalam iklan, yang menggambarkan perempuan hanya sebagai ibu rumah tangga atau perempuan seksi, mereduksi mereka menjadi kategori-kategori tersebut, dengan mengabaikan tempat mereka sebagai manusia dan warga negara seutuhnya. Proses penciptaan, pelanggaran dan reproduksi makna dan praktik oleh pihak atas disebut hegemoni. Hegemoni adalah sebuah situasi dimana satu kelompok berkuasa dalam satu kurun sejarah menerapkan otoritas dan kepemimpinan sosialnya terhadap kelompok-kelompok subordinat dengan cara memenangi persetujuan kelompok-kelompok tersebut.

Definisi Budaya Pop

Mendefinisikan “budaya” dan “populer”, yang pada dasarnya adalah konsep yang masih diperdebatkan, sangat rumit. Definisi itu bersaing dengan berbagai definisi budaya populer itu sendiri. John Storey, dalam *Cultural Theory and Popular Culture*, membahas enam definisi. Definisi kuantitatif, suatu budaya yang dibandingkan dengan budaya “luhur” (Misalnya: festival-festival kesenian daerah) jauh lebih disukai. “Budaya pop” juga didefinisikan sebagai sesuatu yang “diabaikan” saat kita telah memutuskan yang disebut “budaya luhur”. Namun, banyak karya yang melompati atau melanggar batas-batas ini misalnya Shakespeare, Dickens, Puccini-Verdi-Pavarotti-Nessun Dorma. Storey menekankan pada kekuatan dan relasi yang menopang perbedaan-perbedaan tersebut seperti misalnya sistem pendidikan.

Definisi ketiga menyamakan budaya pop dengan Budaya Massa. Hal ini terlihat sebagai budaya komersial, diproduksi massal untuk konsumsi massa. Dari perspektif Eropa Barat, budaya pop dapat dianggap sebagai budaya Amerika. Atau, “budaya pop” dapat didefinisikan sebagai budaya “autentik” masyarakat. Namun, definisi ini bermasalah karena banyak cara untuk mendefinisikan

“masyarakat”. Storey berpendapat bahwa ada dimensi politik pada budaya populer; teori neo-Gramscian “... melihat budaya pop sebagai tempat perjuangan antara ‘resistensi’ dari kelompok subordinat dalam masyarakat dan kekuatan ‘persatuan’ yang beroperasi dalam kepentingan kelompok-kelompok dominan dalam masyarakat.” Suatu pendekatan postmodernism pada budaya populer “tidak lagi mengenali perbedaan antara budaya luhur dan budaya populer.”

Storey menekankan bahwa budaya populer muncul dari urbanisasi akibat revolusi industri, yang mengidentifikasi istilah umum dengan definisi “budaya massa”. Penelitian terhadap Shakespeare (oleh Weimann atau Barber Bristol, misalnya) menemukan banyak vitalitas karakteristik pada drama-drama Shakespeare dalam partisipasinya terhadap budaya populer Renaissance. Sedangkan, praktisi kontemporer, misalnya Dario Fo dan John McGrath, menggunakan budaya populer dalam rasa Gramscian yang meliputi tradisi masyarakat kebanyakan (Ludruk misalnya).

Budaya Pop selalu berubah dan muncul secara unik di berbagai tempat dan waktu. Budaya pop membentuk arus dan pusaran, dan mewakili suatu perspektif interdependent-mutual yang kompleks dan nilai-nilai yang memengaruhi masyarakat dan lembaga-lembaganya dengan berbagai cara. Misalnya, beberapa arus budaya pop mungkin muncul dari (atau menyeleweng menjadi) suatu subkultur, yang melambangkan perspektif yang kemiripannya dengan budaya pop mainstream begitu sedikit. Berbagai hal yang berhubungan dengan budaya pop sangat khas menarik spektrum yang lebih luas dalam masyarakat.

Sehingga dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa Budaya populer (biasa disingkat sebagai budaya pop dalam bahasa Inggris popular culture atau disingkat pop culture) adalah gaya, style, ide, perspektif, dan sikap yang benar-benar berbeda dengan budaya arus utama ‘mainstream’ (yang preferensinya dipertimbangkan di antara konsensus informal). Banyak dipengaruhi oleh media massa (setidaknya sejak awal abad ke-20) dan dihidupkan terus-menerus oleh berbagai budaya bahasa setempat, kumpulan ide tersebut menembus dalam keseharian masyarakat. Budaya populer sering dipandang sepele dan “tidak intelek” jika dibandingkan dengan apa yang disetujui sebagai budaya arus utama. Sebagai hasil dari persepsi ini, budaya pop mendapat banyak kritikan dari berbagai sumber ilmiah dan budaya mainstream (biasanya dari kelompok-kelompok religi dan countercultural) yang menganggap budaya pop superficial (palsu), konsumeris, sensasionalis, dan tak bermoral. Sikap ini tercermin dalam preferensi dan penerimaan atau penolakan terhadap berbagai fitur dalam berbagai subjek, misalnya masakan, pakaian, konsumsi, dan banyak aspek entertainment seperti olahraga, musik, film, dan buku-buku. Budaya populer sering bertolak belakang dengan “budaya tinggi” (budaya luhur, budaya adiluhung) yang merupakan budaya kaum penguasa. Juga ditentangkan dengan budaya rendah atau rakyat dari kelas akar rumput. Awal mula penggunaan kata “popular” dalam bahasa Inggris adalah pada abad kelima belas dalam hukum dan politik, yang berarti rendah “rendah”, “dasar”, “vulgar”, dan “masyarakat kebanyakan”; sejak akhir abad kedelapan belas, popular berarti “luas” dan mendapatkan arti konotasi yang positif (William, 1985). Kata “Culture” di kalangan

pengguna bahasa Inggris, sejak tahun 1950-an digunakan untuk mengacu pada berbagai kelompok masyarakat, dengan penekanan pada perbedaan budaya.

Kebudayaan massa: kebudayaan pop

Salah satu varian dari pandangan yang memisahkan budaya tinggi dengan budaya rendah, yang membuat kebudayaan pop merasa “inferior”, adalah pandangan yang menganggap kebudayaan berbasis komoditas yang sebagai sesuatu yang tidak autentik, manipulative, dan tidak memuaskan. Argumennya adalah bahwa “kebudayaan massa” kapitalis yang termodifikasi tidak autentik karena tidak dihasilkan oleh masyarakat, manipulative karena tujuan utamanya adalah agar di beli, dan tidak memuaskan karena selain mudah di konsumsi, iapun tidak mensyaratkan terlalu banyak kerja dan gagal memperkaya batin konsumennya. Pandangan ini di pegang teguh oleh kritikus konserfatif seperti Leavis dan oleh mahzab Frankfurt yang terihami gagasan Marxian. Jadi, Adorno dan

Horkheimer memadukan frase “industri kebudayaan” untuk menunjukkan bahwa kebudayaan kini sepenuhnya saling berpautan dengan ekonomi politik dan produksi kebudayaan oleh perusahaan-perusahaan kapitalis. Dalam konteks ini kedua penulis berusaha mengeksplorasi makna-makna kebudayaan yang di produksi missal dan ragam orang serta tatanan sosial yang kata mereka ditimbulkan oleh kebudayaan tersebut.

Kebudayaan sebagai pembohongan missal

Sikap Adorno dan Horkheimer terhadap kebudayaan massa dinyatakan secara terang-terangan dan tegas dalam judul esai mereka industri kebudayaan-pencerahan sebagai pembohong massal. (the culture industry-en-lightenment as mass deception) (Adorno dan Horkheimer, 1979). Mereka berpendapat bahwa produk cultural adalah komoditas yang dihasilkan oleh industri kebudayaan yang meski demokratis, individualistis, dan beragam, namun pada keyataannya otriter, konformis, dan sangat terstandardisasi. Jadi kebudayaan membubuhkan stempel yang sama atas berbagai hal. Film radio dan majalah menciptakan suatu system yang seragam secara keseluruhan untuk semua bagian (Adorno dan Horkheimer, 1979:120). Keragaman produk industri kebudayaan adalah suatu ilusi untuk sesuatu yang disediakan bagi semua orang sehingga tak seorangpun bisa lari darinya (Adorno dan Horkheimer, 1979:123).

Adorno (1941) memandang music pop, khususnya jazz, sebagai suatu plesan, miskin dengan orisinalitas dan tidak memerlukan terlalu banyak usaha oleh audiennya. Bagi Adorno, tujuan music standar adalah reaksi standard dan penegasan atas kehidupan sebagaimana adanya. Ini bukan cumin sosal makna yang tersembunyi, namun soal penstrukturan psikis manusia secara konformis. Adorno mengganti istilah ideology (sabagai ide) dengan psikologi Freudian saat menyatakan industri kebudayaan, bersama dengan keluarga, memproduksi “kelemahan ego” dan :kepribadian otoriter”

Sebaliknya, seni kritis Adorno tidak berorientasi pada pasar dan menentang standar logika masyarakat yang terifikasi. Menurut Adorno, contohnya adalah music atonal (tanpa nada) Schoenberg, yang menurutnya, memaksa kita berfikir tentang cara baru dalam melihat dunia ini. Kita bisa mencatat bahwa kritik yang dikemukakan ini benar-benar soal bentuk ketimbang isi, khususnya aliran nonrealistic dan sifat “asing” seni yang memberikan inspirasi melalui “negativitas utopis:-nya.

Kebudayaan pop

Ada beberapa cara dimana kebudayaan pop digunakan (lihat Storey, 1993). Sebagai contoh, istilah ini bisa menunjuk pada apa-apa yang tersisa setelah segala sesuatu yang bisa dianggap budaya tinggi sudah ditetapkan atau bisa juga merujuk pada kebudayaan yang diproduksi secara massal oleh industri kebudayaan. Cara pandang ini senada dengan karya Leavis dan Adorno yang dalam sebuah pembagian biner, melihat kebudayaan pop lebih rendah dari pasangannya (budaya tinggi). Dalam membicarakan kebudayaan secara lebih serius, cultural studies menentang watak definisi elit ini.

Para kritikus yang menyukai budaya komoditas namun tidak ingin sepenuhnya mengutuk budaya ini memahami kebudayaan pop dengan cara mempertentangkan kebudayaan massa dengan kebudayaan rakyat autentik yang dihasilkan oleh masyarakat. Pandangan semacam itu menghantui pencarian zaman keemasan yang ditunjukkan oleh para teoretisi cultural konservatif dan para kritikus sayap kiri terhadap komodifikasi kebudayaan. Namun seperti kata Fiske dalam masyarakat kapitalis tidak ada kebudayaan rakyat autentik sehingga meratapi hilangnya kebudayaan autentik adalah usaha sia-sia dalam nostalgia zaman romantic. (Fiske, 1989a:27).

Kebudayaan pop terutama adalah kebudayaan yang diproduksi secara komersial dan tidak ada alasan untuk berfikir bahwa tampaknya ia akan berubah di masa yang akan datang. Namun, dinyatakan bahwa audien pop menciptakan makna mereka sendiri melalui teks kebudayaan pop dan melahirkan kompetensi cultural dan sumber daya diskursif mereka sendiri. Kebudayaan pop dipandang sebagai makna dan praktek yang dihasilkan oleh audien pop pada saat konsumsi dan studi tentang kebudayaan pop terpusat bagaimana dia digunakan. Argument-argumen ini menunjukkan adanya pengulangan pertanyaan tradisional tentang bagaimana industri kebudayaan memalingkan orang kepada komoditas yang mengabdikan kepada kepentingannya dan lebih suka mengeksplorasi bagaimana orang mengalihkan produk industri menjadi kebudayaan pop yang mengabdikan kepada kepentingan.

Yang Pop Yang Bersifat Politis

Cultural studies berkerja dengan konsepsi kebudayaan pop yang positif yang dinilai dan dianalisis secara kritis. Cultural studies menolak pandangan elitis mengenai budaya tinggi – budaya rendah, atau kritik atas kebudayaan massa. Sebagaimana dikemukakan Mc Guigan. Cultural studies memiliki bakat populis dimana “populisme cultural merupakan asumsi intelektual, yang dibuat oleh para pengkaji kebudayaan pop, bahwa pengalaman dan praktik

simbolis orang – orang biasa lebih penting secara analitis dan secara politis dibandingkan dengan kebudayaan dengan “K” kapital”. (Mc Guigan. 1992:4)

Kebudayaan pop terbentuk melalui produksi makna populer yang terbentuk pada saat konsumsi. Makna tersebut merupakan arena perselisihan nilai – nilai politis dan nilai – nilai cultural. Sebagaimana dikatakan Hall (1977, 1981, 1996c), kebudayaan pop adalah arena consensus dan resistensi dalam memperjuangkan makna cultural. Dia adalah tempat dimana hegemoni cultural diterima atau ditentang.

Hall mengembalikan kita pada konsepsi politis kebudayaan pop sebagai arena memperjuangkan makna. Penilaian atas kebudayaan pop terpusat pada pertanyaan yang tidak diarahkan kepada nilai estetis dan nilai cultural namun diarahkan pada kekuasaan dan tempat kebudayaan pop dalam formasi sosial yang lebih luas. Konsep tentang yang populer menentang bukan hanya pemisahan antara budaya tinggi dengan budaya rendah namun juga menentang aksi klasifikasi kebudayaan dengan dan melalui kekuasaan.

Konsumsi Kreatif

Cultural studies yang focus pada masalah konsumsi berpendapat bahwa meskipun produksi music pop, film, televise dan pakaian ada di tangan perusahaan kapitalis transnasional, makna selalu diproduksi, diubah dan diatur pada level konsumsi oleh orang yang merupakan produsen aktif makna. Ini berlaku khususnya dalam satu lingkungan “ekses semiotic” dimana persebaran sirkulasi tanda – tanda polisemik membuat segala makna dominan lebih sulit melekat. Penulis semacam Chambers (1987, 1990), Fiske (1989a, 1989b) dan Hebdidge (1988) telah mendiskusikan aktivitas produksi makna secara kreatif yang dilakukan konsumen yang menjadi bricoleur, menyeleksi dan menata elemen komoditas dan tanda – tanda yang penuh makna. Sebaliknya, Willis (1990) berpendapat bahwa alih – alih inheren di dalam komoditas, makna dan nilai dikonstruksi melalui pemakaian produk secara sosial. Secara umum, diperdebatkan bahwa orang menjelajahi arena dan tempat makna yang meskipun bukan ciptaan mereka sendiri, tetap merupakan suatu yang didalamnya mereka dapat secara aktif memproduksi secara logika.

Konsumsi berhubungan satu banding satu dengan produksi secara rasional, ekspansionis dan pada saat yang sama terpusat, menggoda dan spektakuler. Konsumsi bersifat menipu, tercerai – berai namun ia ada dimana – mana, secara sembunyi – sembunyi dan hampir tak terlihat. Karena ia tidak mewujudkan dirinya melalui produk sendiri, melainkan melalui cara pemanfaatan produk yang dipaksakan oleh tatanan ekoomi dominan.

Mengikuti de certeau, Fiske berpendapat bahwa kebudayaan pop dibentuk oleh makna yang diciptakan orang ketimbang makna yang dapat diidentikan oleh teks. Meskipun jelas menganggap kebudayaan pop diproduksi secara besar – besaran oleh perusahaan kapitalis. Fiske lebih memfokuskan perhatiannya kepada taktik populer dimana kekuatan – kekuatan ini ditangani, dihindari dan dipertahankan (Fiske, 1989a:8). Fiske memandang vitalitas dan kreatifitas populer mengarah pada kemungkinan perubahan sosial dan motivasi untuk mendorong

terjadinya perubahan sosial (Fiske, 1989a:8). Lebih jauh lagi, ia berpendapat bahwa antara 80 hingga 90 persen produk baru gagal walau sudah dilakukan promosi besar – besaran. Yang dimaksud adalah bahwa industri kebudayaan harus bekerja keras untuk memaksa kita mengkonsumsi kebudayaan massa. Konsumen bukanlah orang dungu yang pasif melainkan secara aktif memproduksi makna dengan cara melakukan pemilihan. Patut dicatat bahwa jika para kritikus yang menekankan produksi menyebutnya “kebudayaan massa”, maka para penulis yang menekankan konsumsi lebih suka menyebutnya “ kebudayaan pop”. Istilah “kebudayaan massa” dan “kebudayaan pop” sama – sama bersifat evaluative dalam kaitannya dengan harga komoditas dan kapasitas konsumen.

PENUTUP

Budaya populer-lebih sering disebut dengan budaya pop adalah apapun yang terjadi di sekeliling kita setiap harinya. Apakah itu pakaian, film, musik, makanan, semuanya termasuk dalam bagian dari kebudayaan populer. Definisi dari populer atau populer adalah diterima oleh banyak orang, disukai atau disetujui oleh masyarakat banyak. Sedangkan definisi budaya adalah satu pola yang merupakan kesatuan dari pengetahuan, kepercayaan serta kebiasaan yang tergantung kepada kemampuan manusia untuk belajar dan menyebarkannya ke generasi selanjutnya. Selain itu, budaya juga dapat diartikan sebagai kebiasaan dari kepercayaan, tatanan sosial dan kebiasaan dari kelompok ras, kepercayaan atau kelompok sosial.

Sehingga dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa Budaya populer (biasa disingkat sebagai budaya pop dalam bahasa Inggris popular culture atau disingkat pop culture) adalah gaya, style, ide, perspektif, dan sikap yang benar-benar berbeda dengan budaya arus utama ‘mainstream’ (yang preferensinya dipertimbangkan di antara konsensus informal).

alah satu varian dari pandangan yang memisahkan budaya tinggi dengan budaya rendah, yang membuat kebudayaan pop merasa “inferior”, adalah pandangan yang menganggap kebudayaan berbasis komoditas yang sebagai sesuatu yang tidak autentik, manipulative, dan tidak memuaskan. Argumennya adalah bahwa “kebudayaan massa” kapitalis yang termodifikasi tidak autentik karena tidak dihasilkan oleh masyarakat, manipulative karena tujuannya adalah agar di beli, dan tidak memuaskan karena selain mudah di konsumsi, iapun tidak mensyaratkan terlalu banyak kerja dan gagal memperkaya batin konsumennya. Pandangan ini di pegang teguh oleh kritikus konserfatif seperti Leavis dan oleh mahzab Frankfurt yang terihami gagasan Marxian. Jadi, Adorno dan

Produk cultural adalah komoditas yang dihasilkan oleh industri kebudayaan yang meski demokratis, individualistis, dan beragam, namun pada keyataannya otriter, konformis, dan sangat terstandardisasi. Jadi kebudayaan membubuhkan stempel yang sama atas berbagai hal. Film radio dan majalah menciptakan suatu system yang seragam secara keseluruhan untuk semua bagian (Adorno dan Horkheimer, 1979:120). Keragaman produk industri kebudayaan adalah

suatu ilusi untuk sesuatu yang disediakan bagi semua orang sehingga tak seorangpun bisa lari darinya (Adorno dan Horkheimer, 1979:123).

Kebudayaan pop terutama adalah kebudayaan yang diproduksi secara komersial dan tidak ada alasan untuk berfikir bahwa tampaknya ia akan berubah di masa yang akan datang. Namun, dinyatakan bahwa audien pop menciptakan makna mereka sendiri melalui teks kebudayaan pop dan melahirkan kompetensi cultural dan sumber daya diskursif mereka sendiri

Cultural studies berkerja dengan konsepsi kebudayaan pop yang positif yang dinilai dan dianalisis secara kritis. Cultural studies menolak pandangan elitis mengenai budaya tinggi – budaya rendah, atau kritik atas kebudayaan massa.

Cultural studies yang focus pada masalah konsumsi berpendapat bahwa meskipun produksi music pop, film, televisi dan pakaian ada di tangan perusahaan kapitalis transnasional, makna selalu diproduksi, diubah dan diatur pada level konsumsi oleh orang yang merupakan produsen aktif makna.

Nama : M Syahril Husaini
Nim : 171910001
Kelas : Ik7a
Mata Kuliah : Culture Studies

Pertumbuhan industri modern di abad ke-19 menyebabkan urbanisasi besar-besaran dan munculnya kota-kota besar baru, pertama di Eropa dan kemudian di daerah lain, seperti kesempatan baru membawa sejumlah besar migran dari masyarakat pedesaan ke perkotaan. Tapi budaya populer tidak dapat digambarkan hanya sebagai produk agregat industri tersebut, melainkan itu merupakan hasil dari interaksi terus menerus antara industri dan orang-orang dari masyarakat yang mengkonsumsi produk mereka.

Budaya juga dapat diartikan sebagai kebiasaan dari kepercayaan, tatanan sosial dan kebiasaan dari kelompok, ras, kepercayaan atau kelompok sosial. populer atau populer adalah diterima oleh banyak orang, disukai atau disetujui oleh masyarakat banyak, budaya populer-lebih sering disebut dengan budaya pop- adalah apapun yang terjadi di sekeliling kita setiap harinya.

Ketika budaya dapat dibeli dan dijual, cita rasa menjadi penanda sosial yang semakin meluas. Cita rasa menjadi barang komersil yang memberi budaya pada kelas menengah, tetapi komersialisasi tersebut dapat juga menodai kelas ini. Budaya pop dibangun oleh kelas penguasa untuk memenangkan hegemoni, sembari membentuk oposisi. Dengan demikian ia terdiri bukan hanya dari pemberlakuan budaya massa yang sejalan dengan ideologi dominan ataupun budaya oposisional yang spontan, melainkan sebagai area negosiasi antara keduanya di mana budaya dominan, subordinan dan oposisional dengan segenap nilai-nilai dan unsur-unsur ideologis tercampur dalam suatu perubahan yang bersifat sekunsial

Nama : Belta yuni ameldia

Kelas : IK7A

Mk : culture studi

Nim : 171910004

Tugas Pemahaman Tentang Materi Popular Culture

Popular budaya, budaya dapat diartikan sebagai kebiasaan dari kepercayaan, tatanan sosial dan kebiasaan dari kelompok ras, kepercayaan atau kelompok sosial. popular atau populer adalah diterima oleh banyak orang, disukai atau disetujui oleh masyarakat banya, budaya populer-lebih sering disebut dengan budaya pop, budaya pop yang dimaksud disini adalah apapun yang terjadi di sekeliling kita setiap harinya merupakan Budaya Populer, yakni budaya yang sudah terbentuk, dan merupakan produk industrialisasi.

Konsep budaya populer juga meliputi

- Pertumbuhan industri modern di abad ke-19 menyebabkan urbanisasi besar-besaran dan munculnya kota-kota besar baru, pertama di Eropa dan kemudian di daerah lain.
- Peningkatan keaksaraan, cetak cepat, kertas murah, ruang musik melahirkan budaya populer seperti yang kita kenal sekarang.

Kesimpulan

Budaya populer merupakan sebuah konsep yang menghasilkan suatu produk yang disebut produk budaya populer yang banyak disukai orang. Keberadaan budaya populer sendiri merupakan wujud perlawanan terhadap kemapanan nilai-nilai budaya tinggi yakni budaya yang dihasilkan oleh kaum-kaum intelektual. Namun kini budaya populer sudah tidak lagi dianggap sebagai budaya rendah karena kaum intelektual pun telah terpapar oleh produk budaya populer.

Adanya cukup banyak karakteristik budaya populer, salah satunya adalah menumbuhkan semangat konsumerisme. Hal ini seharusnya dapat kita control dengan oengetahuan yang kita dapat. Terpaan budaya populer serndiri juga tidak bisa lepas dari pengaruh media massa, maka dari itu kita harus terus melakukan filterisasi terhadap tayangan-tayangan yang kita saksikan

melalui media massa, baik itu berupa acara berita, sinetron maupun musik dengan tujuan produk budaya populer tersebut tidak mengganti atau mengubah kepribadian kita.

Popular Culture

-

Nama : Cyntia Anastasya Anggraini

NIM : 17191035

Kelas : IK7B

Jurusan : Ilmu Komunikasi

MK : Culture Studies

Budaya Populer, yakni budaya yang terbentuk, merupakan produk industrialisasi. Si dari budaya populer ditentukan sebagian besar oleh industri yang menyebarkan bahan budaya, misalnya film, televisi, dan industri penerbitan, serta media massa. Tapi budaya populer tidak dapat digambarkan hanya sebagai produk agregat industri tersebut, melainkan itu merupakan hasil dari interaksi terus menerus antara industri dan orang-orang dari masyarakat yang mengkonsumsi produk mereka.

Ketika budaya dapat dibeli dan dijual, cita rasa menjadi barang komersil yang memberi budaya pada kelas menengah. Seiring dengan melebarnya budaya ini, maka paradoks pemisahan high and low (polite and vulgar) tinggi dan rendah (sopan dan vulgar) semakin menajam. Budaya industri menumbuhkan kebutuhan-kebutuhan palsu, yaitu, kebutuhan-kebutuhan yang dibuat dan dipuaskan oleh kapitalisme. Kebutuhan-kebutuhan sejati, sebaliknya, yaitu kebebasan, kreativitas atau kebahagiaan sejati.

Fetisisme komoditas adalah wilayah yang tidak lagi otentik dalam hubungan sosial, dapat dikatakan untuk membangkitkan sistem pasar kapitalis yang kompleks, di mana orang-orang mengira ada hubungan sosial untuk segala hal. Konsumerisme adalah kecenderungan orang untuk mengidentifikasi dirinya dengan produk atau jasa yang mereka konsumsi, khususnya mereka dengan nama-nama merek komersial dan daya tarik meningkatkan status.

Estetika Low Culture mengacu ke suatu apresiasi ironis yang dianggap aneh dan mengada-ada. Sering digunakan untuk kegiatan budaya populer yang tidak serius, seperti film fiksi ilmiah

anggaran rendah di tahun 1950-an dan 1960-an. Menurut KBBI, budaya populer adalah pikiran akal budi hasil kebiasaan. Pop culture adalah demokrasi: budaya yang berasal dari rakyat, oleh rakyat, serta semua hal yang disukai rakyat. Budaya ini paling banyak diminati masyarakat kontemporer.

Ciri-cirinya adalah: tren, keseragaman bentuk, pionir karya berciri sama, adaptabilitas, durabilitas, dan profitabilitas. Ada 2 jenis gaya hidup yang muncul karena budaya pop: (1) Hedonis (hidup demi kesenangan); dan (2) pragmatis (hidup demi keuntungan praktis). Dari budaya pop juga, muncul feminisme, yang berupaya menyetarakan hak-hak politik, pendidikan, profesi, ekonomi, dan lainnya bagi perempuan. Dalam kancah politik, budaya pop mempengaruhi maraknya sekulerisasi politik, dan penggunaan budaya pop sebagai medium perluasan kekuasaan.

Seiring jalan, levelisasi budaya tidak hanya Tinggi dan Rendah, namun juga ada Budaya Massa—yang mengacu pada budaya pop. Budaya massa mempunyai solidaritas untuk mencapai tujuan yang sama, dan tidak terikat pada levelisasi sebelumnya. Namun di lain, tidak terlalu terorganisir dan tidak memiliki identitas diri.

Budaya tradisional bisa menjadi budaya pop apabila menjadi budaya massa. Budaya massa diproduksi secara eksklusif menggunakan simbol-simbol kelas sehingga terkesan diperuntukkan kepada masyarakat yang homogen, terbatas, dan tertutup. Syarat utama dari eksklusifitas budaya massa ini adalah keterbukaan dan ketersediaan terlibat dalam perubahan budaya secara massal. Budaya pop dibangun oleh kelas penguasa untuk memenangkan hegemoni, sembari membentuk oposisi.

Nama : Dina Pudja Lestari

Nim : 171910034

Kelas : IK7B

TUGAS CULTURE STUDIES

POPULAR CULTURE

BUDAYA

Budaya juga dapat diartikan sebagai kebiasaan dari kepercayaan, tatanan sosial dan kebiasaan dari kelompok ras, kepercayaan atau kelompok sosial, dan populer atau populer adalah diterima oleh banyak orang, disukai atau disetujui oleh masyarakat banyak. Jadi, budaya populer ini lebih sering disebut dengan budaya pop. Budaya pop adalah apapun yang terjadi di sekeliling kita setiap harinya, Budaya Populer tersebut budaya yang terbentuk dari produk industrialisasi.

Berbagai wujud budaya pop ada disekitar kita seperti gaya berbusana, makanan, music dan film. Tak bisa dipungkiri lagi, keberadaan budaya pop mewarnai kehidupan sosial kita. Bila kita amati berbagai wujud budaya pop yang ada disekitar kita memang tidak lepas dari peran media massa dalam mentransmisikan informasi mengenai pop culture tersebut dan juga adanya trendsetter atau orang atau kelompok sosial tertentu yang memopulerkan wujud budaya populer tersebut.

KONSEP BUDAYA

Pertumbuhan industri modern di abad ke-19 menyebabkan urbanisasi besar-besaran dan munculnya kota-kota besar baru, pertama di Eropa dan kemudian di daerah lain. Isi dari budaya populer ditentukan sebagian besar oleh industri yang menyebarkan bahan budaya, misalnya film, televisi, dan industri penerbitan, serta media massa. Tapi budaya populer tidak dapat digambarkan hanya sebagai produk agregat industri tersebut, melainkan itu merupakan hasil dari interaksi terus menerus antara industri dan orang-orang dari masyarakat yang mengkonsumsi produk mereka.

Ketika budaya dapat dibeli dan dijual, cita rasa menjadi penanda sosial yang semakin meluas. Cita rasa menjadi barang komersil yang memberi budaya pada kelas menengah, tetapi komersialisasi tersebut dapat juga menodai kelas ini. Seiring dengan melebarinya budaya ini, maka paradoks pemisahan high and low, tinggi dan rendah semakin menajam.

BUDAYA TINGGI (HIGH CULTURE)

Budaya tinggi (High culture) adalah istilah yang merujuk kepada "bibit terbaik/ best of breed " (dari beberapa sudut pandang elitis) produk-produk budaya. Yang termasuk dalam kategori ini didefinisikan oleh bagian paling berpengaruh dari masyarakat, yaitu elit sosial, politik, ekonomi dan intelektual

BUDAYA POP

Definisi Budaya Pop bermacam-macam, diantaranya:

1. Budaya yang berasal dari rakyat, oleh rakyat , serta semua hal yang disukai rakyat, budaya pop merupakan Lawan dari High Culture
2. Merupakan Budaya masyarakat golongan rendah (sisa peradaban masyarakat elit yang luhur dan terhormat)
3. Merupakan budaya pembebasan dari hegemoni oleh masyarakat minor (anti-pemerintah)
4. Budaya ini yang paling banyak diminati masyarakat kontemporer (Budaya massa)

Dari keempat definisi ini, definisi yang keempat-lah yang paling dikenal oleh masyarakat hingga saat ini.

CIRI-CIRI BUDAYA

- Tren, sebuah budaya yang menjadi trend dan diikuti atau disukai banyak orang berpotensi menjadi budaya populer.
- Keseragaman bentuk, sebuah ciptaan manusia yang menjadi tren akhirnya diikuti oleh banyak penjiplak.
- Karya tersebut dapat menjadi pionir bagi karya-karya lain yang berciri sama, sebagai contoh genre musik pop (diambil dari kata popular) adalah genre musik yang notasi nada tidak terlalu kompleks, lirik lagunyasederhana dan mudah diingat.
- Adaptabilitas, sebuah budaya populer mudah dinikmati dan diadopsi oleh khalayak, hal ini mengarah pada tren.
- Durabilitas, sebuah budaya populer akan dilihat berdasarkan durabilitas menghadapi waktu, pionir budaya populer yang dapat mempertahankan dirinya bila pesaing yang kemudian muncul tidak dapat menyaingi keunikan dirinya, akan bertahan-seperti merek Coca-cola yang sudah ada berpuluh-puluh tahun.

- Profitabilitas, dari sisi ekonomi, budaya populer berpotensi menghasilkan keuntungan yang besar bagi industri yang mendukungnya.

KARAKTERISTIK BUDAYA POPULER

Adapun karakteristik budaya populer tersebut adalah sebagai berikut:

1) Relativisme

Budaya populer merelatifkan segala sesuatu sehingga tidak ada yang mutlak benar maupun mutlak salah, termasuk juga tidak ada batasan apapun yang mutlak.

2) Pragmatisme

Budaya populer menerima apa saja yang bermanfaat tanpa memperdulikan benar atau salah hal yang diterima tersebut. Semua hal diukur dari hasilnya atau manfaatnya, bukan dari benar atau salahnya.

3) Sekulerisme

Budaya populer mendorong penyebaran sekularisme sehingga agama tidak lagi begitu dipentingkan karena agama tidak relevan dan tidak menjawab kebutuhan hidup manusia pada masa ini. Hal yang terutama adalah hidup hanya untuk saat ini (*here and now*), tanpa harus memikirkan masa lalu dan masa depan.

4) Hedonisme

Budaya populer lebih banyak berfokus kepada emosi dan pemuasannya daripada intelek. Yang harus menjadi tujuan hidup adalah bersenang-senang dan menikmati hidup, sehingga memuaskan segala keinginan hati dan hawa nafsu. Hal seperti ini menyebabkan munculnya budaya hasrat yang mengikis budaya malu

5) Materialisme

Budaya populer semakin mendorong paham materialisme yang sudah banyak dipegang oleh orang-orang modern sehingga manusia semakin memuja kekayaan materi, dan segala sesuatu diukur berdasarkan hal itu.

6) Popularitas

Budaya populer mempengaruhi banyak orang dari setiap sub-budaya, tanpa dibatasi latar belakang etnik, keagamaan, status sosial, usia, tingkat pendidikan, dan sebagainya.

7) Kontemporer

Budaya populer merupakan sebuah kebudayaan yang menawarkan nilai-nilai yang bersifat sementara, kontemporer, tidak stabil, yang terus berubah dan berganti (sesuai tuntutan pasar dan arus zaman).

8) Kedangkalan

Kedangkalan (disebut juga banalisme) ini dapat dilihat misalnya dengan muncul dan berkembangnya teknologi memberikan kemudahan hidup, tetapi manusia menjadi kehilangan makna hidup (karena kemudahan tersebut), pertemanan dalam *Friendster* maupun *Facebook* adalah pertemanan yang semu dan hanya sebatas ngobrol (*chatting*), tanpa dapat menangis dan berjuang bersama sebagaimana layaknya seorang sahabat yang sesungguhnya. Kedangkalan atau banalisme ini juga terlihat dari semakin banyak orang yang tidak mau berpikir, merenung, berefleksi, dan bersikap kritis. Sifat-sifat seperti keseriusan, autentisitas, realisme, kedalaman intelektual, dan narasi yang kuat cenderung diabaikan.

9) Hibrid

Sesuai dengan tujuan teknologi, yaitu mempermudah hidup yang memadukan semua kemudahan yang ada dalam sebuah produk.

10) Penyeragaman Rasa

Penyeragaman rasa ini baik mencakup konsumsi barang-barang fiskal, non-fiskal sampai dengan ilmu pengetahuan. Keseragaman ini dapat dilihat dari contoh seperti: makanan cepat saji (*fast food*), minuman ringan (*soft drink*), dan celana jeans yang dapat ditemukan di negara manapun.

11) Budaya Hiburan

Budaya hiburan merupakan ciri yang utama dari budaya populer di mana segala sesuatu harus bersifat menghibur.

12) Budaya Konsumerisme

Budaya populer juga berkaitan erat dengan budaya konsumerisme, yaitu sebuah masyarakat yang senantiasa merasa kurang dan tidak puas secara terus menerus, sebuah masyarakat konsumtif dan konsumeris, yang membeli bukan berdasarkan kebutuhan, namun keinginan, bahkan gengsi.

13) Budaya Instan

Segala sesuatu yang bersifat instan bermunculan.

14) Budaya Massa

Karena pengaruh budaya populer, individu melebur ke dalam massa, rasionalitas melebur ke dalam kenikmatan. Hal ini disebabkan karena segala cara dipakai oleh para produsen untuk mencari pasar baru, mengembangkan pasar yang ada atau paling tidak mempertahankan pasar yang sudah ada sejauh memberikan keuntungan dan memasarkan produk mereka semaksimal mungkin. Sifat kapitalisme ini membawa masyarakat menjadi massa, artinya masyarakat dilebur dari batas-batas tradisionalnya menjadi satu massif konsumsi. Maka muncul berbagai produk yang diproduksi secara massa yang sering mengabaikan kualitas produknya.

Budaya massa adalah budaya populer yang dihasilkan melalui teknik-teknik industrial produksi massa dan dipasarkan untuk mendapatkan keuntungan dari khalayak konsumen massa. Budaya massa ini berkembang sebagai akibat dari kemudahan-kemudahan reproduksi yang diberikan oleh teknologi seperti percetakan, fotografi, perekaman suara, dan sebagainya. Akibatnya musik dan seni tidak lagi menjadi objek pengalaman estetis, melainkan menjadi barang dagangan yang wataknya ditentukan oleh kebutuhan pasar.

15) Budaya Visual

Budaya populer juga erat berkaitan dengan budaya visual yang juga sering disebut sebagai budaya gambar atau budaya figural.

16) Budaya Ikon

Budaya ikon erat kaitannya dengan budaya visual.

17) Budaya Gaya

Budaya visual juga telah menghasilkan budaya gaya, di mana tampilan atau gaya lebih dipentingkan daripada esensi, substansi, dan makna.

18) Hiperealitas

Hiperealitas menjadi sebuah kondisi baru di mana ketegangan lama antara realitas dan ilusi, antara realitas sebagaimana adanya dan realitas sebagaimana seharusnya menjadi hilang.

19) Hilangnya Batasan-batasan

Budaya populer menolak segala perbedaan dan batasan yang mutlak antara budaya klasik dan budaya salon, antara seni dan hiburan, yang ada antara budaya tinggi dan budaya rendah, iklan dan hiburan, hal yang bermoral dan yang tidak bermoral, yang bermutu dan tidak bermutu, yang baik dan jahat, batasan antara yang nyata dan semu, batasan waktu, dan sebagainya. Perbedaan-perbedaan tersebut tidak lagi

memiliki arti yang nyata. Perbedaan-perbedaan dan batasan-batasan tersebut ternyata hanya dimanipulasi untuk alasan-alasan pemasaran.

BUDAYA MASSA

Budaya massa dianggap sebagai produk budaya yang mengabdikan pada kepentingan pasar yang menjadi karakteristik masyarakat konsumtif. Tetapi disisi lain budaya massa bisa juga merupakan bentuk perlawanan atas hegemoni kelompok-kelompok yang mendominasi budaya global dengan peran media massa. Definisi budaya massa dan populer semakin kabur karena ternyata sangat bergantung konteks ruang dan waktu. Suatu produk atau praktik budaya yang pada kurun tertentu dianggap sebagai budaya tinggi, di masa berikutnya bisa dipahami sangat berbeda. Begitupun sebaliknya.

Budaya Massa merupakan sebuah budaya yang lahir sebagai imbas perkembangan teknologi informasi. Budaya populer merupakan bentuk budaya yang lebih mengedepankan sisi popularitas dan kedangkalan makna atau nilai-nilai.

BEBERAPA WUJUD BUDAYA POPULER DI SEKITAR KITA

1) *Skinny Jeans* (Celana *Jeans* Ketat) dan Rambut Mohawk

Celana jeans ketat atau yang biasa disebut skinny jeans awalnya berasal dari kalangan kaum punk yang mengekspresikan perlawanan terhadap suatu kemapanan. Punk juga dikenal sebagai gerakan anak muda kelas pekerja di Amerika yang mengalami masalah ekonomi dan keuangan, kemerosotan moral para tokoh politik, lalu memicu tingkat pengangguran dan kriminalitas yang tinggi. Kini punk dikenal sebagai fashion, beberapa dari fashion atau gaya berbusana dari anak punk tersebut digunakan oleh sejumlah *public figure* atau dari kalangan selebritis seperti rambut mohawk dan celana jeans ketat. Pengaruh media massa dalam menampilkan selebritis dengan menggunakan gaya berbusana dan gaya rambut seperti ini menjadi sumber inspirasi para idolanya untuk menunjukkan jati diri mereka dengan menggunakan gaya yang sama.

2) Fast Food atau Makanan Cepat Saji

Seiring dengan perkembangan zaman, kedai yang menjual makanan cepat saji atau fast food menjadi sebuah industri besar yang bergerak dibidang kuliner. Industri ini tersebar diseluruh belahan dunia bahkan hampir di setiap negara terdapat industri makanan cepat saji ini seperti halnya di Indonesia yakni KFC, CFC, McDonald, dan

berbagai nama industri lainnya. Keberadaan toko makanan tersebut mempengaruhi kehidupan sosial masyarakat, khususnya masyarakat Indonesia. Banyak orang yang suka makan ke sana, karena ke-instanan-nya selain itu dibanding dengan memasak makanan sendiri yang jauh lebih merepotkan dan memakan banyak waktu atau dengan makan makanan fast food akan menaikkan gengsi sosial kita di kalangan masyarakat.

3) Korean Wave

Korean Wave sendiri menjadi soft power Korea Selatan melalui budaya populernya yang diekspor ke berbagai negara dalam bentuk K-Drama, K-Pop, K-Style, kuliner dan teknologi. Melalui nilai-nilai yang terdapat dalam pembuatan budaya populer, terutama drama, Korea memadukan unsur modern dalam hal ini teknologi dengan tradisi dan nilai-nilai kekeluargaan. Korean wave di Indonesia sendiri ditandai dengan maraknya kemunculan kuliner khas Korea, sinetron adaptasi cerita K-Drama, fashion khas Korea, hingga tujuan wisata tempat pembuatan K-Drama.

budaya merupakan sesuatu yang kompleks yang didalamnya terkandung sebuah pengetahuan,kepercayaan, kesenian, hukum, adat istiadat, dan kemampuan lain yang di dapatkan seseorang sebagai anggota masyarakat.

transformasi adalah sebuah konsep pertimbangan dengan perubahan diagram, keberagaman program dan latihan pembentukan tim.

budaya adalah cara hidup yang berkembang dan miliki bersama Oleh sebuah kelompok orang dan diwariskan dari generasi ke generasi.

transformasi budaya sebuah konsep pertimbangan dengan perubahan hidup yang berkembang dari generasi ke generasi.

Nama : Genoveva Refina Virgi Handinita

Kelas : IK7B

NIM : 171910010

Mata Kuliah : Culture Studies

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Materi: POPULAR CULTURE

Apa itu popular culture?

- budaya juga dapat diartikan sebagai kebiasaan dari kepercayaan, tatanan sosial dan kebiasaan dari kelompok ras, kepercayaan atau kelompok sosial.
- popular atau populer adalah diterima oleh banyak orang, disukai atau disetujui oleh masyarakat banyak budaya populer-lebih sering disebut dengan budaya pop- adalah apapun yang terjadi di sekeliling kita setiap harinya.
- Budaya Populer, yakni budaya yang terbentuk, merupakan produk industrialisasi.

Konsep Budaya yang di gunakan adalah:

konsep budaya massa telah menjadi fokus kontroversi dan perdebatan tajam. Secara konvensional budaya pop dibedakan dari budaya "tinggi" yaitu seni murni seperti yang dimaksud oleh elit peneliti seni budaya massa terdiri dari artefak yang diproduksi secara massal dan didistribusikan secara luas melalui media seperti film, rekaman, buku komik, dan program televisi.

BUDAYA POPULER DAN PENGARUHNYA

Adorno menyebut fenomena ini pseudoindividualisasi. Adorno melihat budaya yang diproduksi massal ini sebagai bahaya bagi seni tinggi yang lebih sulit. Budaya industri menumbuhkan kebutuhan-kebutuhan palsu, yaitu, kebutuhan-kebutuhan yang dibuat dan dipuaskan oleh kapitalisme kebutuhan - kebutuhan sejati, sebaliknya, yaitu kebebasan, kreativitas atau kebahagiaan sejati yang tinggi (High culture).

BUDAYA POPULER DAN GAYA HIDUP, WANITA DAN POLITIK

- Budaya Pop

Budaya yang berasal dari rakyat, oleh rakyat, serta semua hal yang disukai rakyat. Lawan dari High Culture, Budaya masyarakat golongan rendah (sisa peradaban masyarakat elit yang luhur dan terhormat). Budaya pembebasan dari hegemoni oleh masyarakat minor (anti-pemerintah). Budaya yang paling banyak diminati masyarakat kontemporer (Budaya massa) Dari keempat definisi ini, definisi keempatlah yang paling dikenal masyarakat.

- Gaya Hidup

Gaya hidup yang muncul akibat budaya pop adalah Gaya hidup Hedonis (hidup demi kesenangan) dan Gaya hidup Pragmatis (hidup demi keuntungan praktis).

- Pandangan terhadap wanita

Budaya pop memicu kemunculan feminisme. Efek dari gerakan ini adalah penyetaraan pendidikan, profesi, hak politik dan lainnya.

- Politik

Budaya pop mempengaruhi bidang politik, terbukti dengan maraknya sekularisasi sistem politik. Selain itu, politik juga mampu memanfaatkan budaya pop sebagai medium perluasan kekuasaan (seperti kampanye via buku, facebook).

BUDAYA MASSA

- Budaya Massa merupakan sebuah budaya yang lahir sebagai imbas perkembangan teknologi informasi. Budaya populer merupakan bentuk budaya yang lebih mengedepankan sisi popularitas dan kedangkalan makna atau nilai-nilai.

- Budaya massa sangat berhubungan dengan budaya populer sebagai sumber budaya massa. Budaya tradisional dapat menjadi budaya populer apabila menjadi budaya massa.

- Budaya massa yang diproduksi oleh media massa membutuhkan biaya cukup besar karena dana yang besar harus menghasilkan keuntungan untuk kontinuitas budaya massa itu sendiri. Oleh karena itu, budaya massa diproduksi secara komersial agar tidak saja menjadi jaminan keberlangsungan sebuah kegiatan budaya massa namun juga menghasilkan keuntungan bagi modal yang diinvestasikan pada kegiatan tersebut.

Budaya pop dibangun oleh kelas penguasa untuk memenangkan hegemoni, sembari membentuk oposisi. Dengan demikian ia terdiri bukan hanya dari pemberlakuan budaya massa yang sejalan dengan ideologi dominan ataupun budaya oposisional yang spontan, melainkan sebagai area negosiasi antara keduanya di mana budaya dominan, subordinan dan oposisional dengan segenap nilai-nilai dan unsur-unsur ideologis 'tercampur' dalam suatu perubahan yang bersifat sekunsial (urutan).

NAMA : Ilham Pramana

NIM : 171910045

KELAS : IK7B

PENJELASAN POPULAR CULTURE

Popular atau populer adalah diterima oleh banyak orang, disukai atau disetujui oleh masyarakat banyak, budaya populer lebih sering disebut dengan budaya pop adalah apapun yang terjadi di sekeliling kita setiap harinya. Budaya Populer, yakni budaya yang terbentuk, merupakan produk industrialisasi.

• KONSEP BUDAYA

Pertumbuhan industri modern di abad ke-19 menyebabkan urbanisasi besar-besaran dan munculnya kota-kota besar baru, pertama di Eropa dan kemudian di daerah lain, seperti kesempatan baru membawa sejumlah besar migran dari masyarakat pedesaan ke perkotaan. Tapi budaya populer tidak dapat digambarkan hanya sebagai produk agregat industri tersebut, melainkan itu merupakan hasil dari interaksi terus menerus antara industri dan orang-orang dari masyarakat yang mengkonsumsi produk mereka.

Perilaku masyarakat pun didikte dari estetis dan religius menjadi komoditas perdagangan yang ditentukan pasar. Konsep budaya massa telah menjadi fokus kontroversi dan perdebatan tajam. Secara konvensional budaya pop dibedakan dari budaya "tinggi" yaitu seni murni seperti yang dimaksud oleh elit peneliti seni budaya massa terdiri dari artefak yang diproduksi secara massal dan didistribusikan secara luas melalui media seperti film, rekaman, buku komik, dan program televisi.

• BUDAYA POPULER DAN PENGARUHNYA

Adorno menyebut fenomena ini pseudoindividualisasi, Adorno melihat budaya yang diproduksi massal ini- sebagai bahaya bagi seni tinggi yang lebih sulit. Budaya industri menumbuhkan kebutuhan-kebutuhan palsu, yaitu, kebutuhan-kebutuhan yang dibuat dan dipuaskan oleh kapitalisme. kebutuhan – kebutuhan sejati, sebaliknya, yaitu kebebasan, kreativitas atau kebahagiaan sejati. tinggi (High culture).

Fetisisme komoditas adalah wilayah yang tidak lagi otentik dalam hubungan sosial, dapat dikatakan untuk membangkitkan sistem pasar kapitalis yang kompleks, di mana orang-orang mengira ada hubungan sosial untuk segala hal. Konsumerisme adalah kecenderungan orang untuk mengidentifikasi dirinya dengan produk atau jasa yang mereka konsumsi, khususnya mereka dengan nama-nama merek komersial dan daya tarik meningkatkan status, misalnya sebuah mobil mahal. Ini adalah istilah peyoratif yang kebanyakan disangkal orang, dengan memberi beberapa alasan yang lebih spesifik atau alasan untuk mengkonsumsi dibandingkan dengan mereka "dipaksa untuk mengkonsumsi".

- **BUDAYA POPULER DAN GAYA HIDUP, WANITA DAN POLITIK**

BUDAYA POP

Budaya – Kamus Besar Bahasa Indonesia :

Pikiran Akal budi Hasil Kebiasaan.

Pop (Populer) – Raymond William (1983) :

Banyak disukai orang jenis kerja rendah karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang budaya yang memang dibuat oleh orang untuk dirinya sendiri.

- **CIRI CIRI**

- 1) Tren Sebuah budaya yang menjadi trend dan diikuti atau disukai banyak orang berpotensi menjadi budaya populer.
- 2) Keseragaman bentuk, sebuah ciptaan manusia yang menjadi tren akhirnya diikuti oleh banyak penjiplak.
- 3) Karya tersebut dapat menjadi pionir bagi karya-karya lain yang berciri sama, sebagai contoh genre musik pop (diambil dari kata populer) adalah genre musik yang notasi nada tidak terlalu kompleks, lirik lagunya sederhana dan mudah diingat
- 4) Adaptabilitas, sebuah budaya populer mudah dinikmati dan diadopsi oleh khalayak, hal ini mengarah pada tren
- 5) Durabilitas, sebuah budaya populer akan dilihat berdasarkan durabilitas menghadapi waktu, pionir budaya populer yang dapat mempertahankan dirinya bila pesaing yang kemudian muncul tidak dapat menyaingi keunikan dirinya, akan bertahan-seperti merek Coca-cola yang sudah ada berpuluh-puluh tahun
- 6) Profitabilitas, dari sisi ekonomi, budaya populer berpotensi menghasilkan keuntungan yang besar bagi industri yang mendukungnya..

- **BUDAYA MASSA**

Budaya Massa merupakan sebuah budaya yang lahir sebagai imbas perkembangan teknologi informasi. Budaya populer merupakan bentuk budaya yang lebih mengedepankan sisi popularitas dan kedangkalan makna atau nilai-nilai.

- **KONSEP DAN TEORI BUDAYA MASSA**

Menurut Denis Mc Quail (1994:31), kata massa berdasarkan sejarah mempunyai dua makna, yaitu positif dan negatif. Makna negatifnya adalah berkaitan dengan kerumunan (mob), atau orang banyak yang tidak teratur, bebal, tidak memiliki budaya, kecalapan dan rasionalitas. Makna positif, yaitu massa memiliki arti kekuatan dan solidaritas di kalangan kelas pekerja biasa saat mencapai tujuan kolektif.

- **Komponen Sosiologis Yang Mengandung Arti Massa**

- 1) Anggota massa adalah orang – orang dari posisi kelas sosial yang berbeda, jenis pekerjaan yang berlainan, dengan latar belakang budaya yang bermacam – macam, serta tingkat kekayaan yang beraneka atau berasal dari segala lapisan kehidupan dan dari seluruh tingkatan sosial.
- 2) Massa terdiri dari individu – individu yang anonym, Biasanya secara fisik anggota massa terpisah satu sama lainnya dan hanya terdapat sedikit interaksi atau penukaran pengalaman antar anggota – anggota massa dimaksud.
- 3) Keorganisasian dari suatu massa bersifat sangat longgar, dan tidak mampu untuk bertindak bersama atau secara kesatuan, seperti halnya suatu kerumunan (crowd).

TUGAS RESUME

POPULER CULTURE

Budaya juga dapat diartikan sebagai kebiasaan dari kepercayaan, tatanan sosial dan kebiasaan dari kelompok ras, kepercayaan atau kelompok sosial. populer atau populer adalah diterima oleh banyak orang, disukai atau disetujui oleh masyarakat banyak. budaya populer-lebih sering disebut dengan budaya pop-adalah apapun yang terjadi di sekeliling kita setiap harinya. Budaya Populer, yakni budaya yang terbentuk, merupakan produk industrialisasi

Konsep Budaya

Pertumbuhan industri modern di abad ke-19 menyebabkan urbanisasi besar-besaran dan munculnya kota-kota besar baru, pertama di Eropa dan kemudian di daerah lain, seperti kesempatan baru membawa sejumlah besar migran dari masyarakat pedesaan ke perkotaan.

Peningkatan keaksaraan, cetak cepat, kertas murah, ruang musik melahirkan budaya populer seperti yang kita kenal sekarang. Isi dari budaya populer ditentukan sebagian besar oleh industri yang menyebarkan bahan budaya, misalnya film, televisi, dan industri penerbitan, serta media massa. Tapi budaya populer tidak dapat digambarkan hanya sebagai produk agregat industri tersebut, melainkan itu merupakan hasil dari interaksi terus menerus antara industri dan orang-orang dari masyarakat yang mengonsumsi produk mereka.

Perilaku masyarakat pun didikte dari estetis dan religius menjadi komoditas perdagangan yang ditentukan pasar.

Budaya Populer dan Pengaruhnya

Fetisisme komoditas adalah wilayah yang tidak lagi otentik dalam hubungan sosial, dapat dikatakan untuk membangkitkan sistem pasar kapitalis yang kompleks, di mana orang-orang mengira ada hubungansosial untuk segala hal.

Konsumerisme adalah kecenderungan orang untuk mengidentifikasi dirinya dengan produk atau jasa yang mereka konsumsi, khususnya mereka dengan

nama-nama merek komersial dan daya tarik meningkatkan status, misalnya sebuah mobil mahal. Ini adalah istilah peyoratif yang kebanyakan disangkal orang, dengan memberi beberapa alasan yang lebih spesifik atau alasan untuk mengkonsumsi dibandingkan dengan mereka "dipaksa untuk Estetika.

Parodi

Adalah sebuah karya diciptakan untuk mengejek, mengomentari, atau mengolok-olok di sebuah karya asli, subyek, penulis, gaya, atau beberapa target lainnya

Budaya Populer dan Gaya Hidup Wanita dan Politik

Budaya populer adalah totalitas ide, perspektif, perilaku, meme, citra, dan fenomena lainnya yang dipilih oleh konsensus informal di dalam arus utama sebuah budaya, khususnya oleh budaya Barat di awal hingga pertengahan abad ke-20 dan arus utama global yang muncul pada akhir abad ke-20 dan awal abad ke-21.

Ciri Budaya Populer

Budaya populer secara umum dapat dicirikan sebagai berikut:

1. Menjadi tren

Salah satu ciri dari budaya populer adalah dimana sebuah budaya menjadi trend dalam kehidupan masyarakat, serta cenderung diikuti atau digemari oleh kebanyakan masyarakat pada umumnya.

2. Adanya keseragaman bentuk

Adanya keseragaman bentuk menunjukkan ciri sebuah hasil kreasi manusia yang menjadi tren dalam kalangan masyarakat umum, pada akhirnya diikuti dan cenderung terjadi proses imitasi melalui tindakan penjiplakan. Karya tersebut kemudian dapat menjadi pelopor atau promotor bagi karya-karya lain dengan karakteristik yang relative sama.

3. Adaptabilitas

Ciri adaptabilitas menunjukkan perspektif tentang sebuah budaya populer akan mudah dinikmati serta masyarakat umum dapat beradaptasi dengan kondisi yang terjadi, yang kemudian mengarah pada tren yang berkembang di masyarakat.

4. Durabilitas

Sebuah budaya populer akan dilihat berdasarkan ciri durabilitas, yaitu menunjukkan perspektif tentang pergerakan waktu, dimana pelopor budaya populer yang dapat mempertahankan diri dengan karakteristik maupun keunikan yang melekat kuat, sehingga akan terjadi ketahanan suatu budaya agar terus berkembang di masyarakat, meskipun sudah lama berjalan.

5. Profitabilitas

Berdasarkan perspektif ekonomi, budaya populer berpotensi menghasilkan keuntungan dalam bentuk materi yang besar bagi industri yang mendukung keberlangsungannya.

Proses Budaya Populer

Berbicara mengenai budaya pop tentu tidak terlepas dari peran media. Arti media sosial berperan sebagai pembawa budaya pop ke masyarakat luas. Media telah memproduksi berbagai jenis produk budaya populer yang dipengaruhi oleh budaya asing dan hasilnya telah disebarluaskan melalui jaringan global sehingga masyarakat secara sadar atau tanpa sadar telah menyerapnya sebagai suatu kebudayaan yang berkembang.

Seringkali dalam kehidupan sehari-hari muncul anggapan bahwa budaya pop itu memperdayakan masyarakat. Media dalam hal ini lebih tepatnya berperan sebagai piranti penyalur hiburan dan dapat pula mempermudah kita mencari ataupun menggali informasi yang luas tentang perkembangan kehidupan di segala penjuru dunia.

Kemudian dalam prosesnya, konsumen penikmat budaya pop mengonsumsi lalu menelaah informasi sebagai bahan untuk menghadapi masalah dalam kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini telah terjadi proses adopsi oleh masyarakat terhadap budaya populer.

Macam Budaya Populer

Ada beberapa macam-macam bentuk budaya populer, diantaranya sebagai berikut:

1. Televisi

Televisi merupakan media elektronik yang berkembang pesat dalam kehidupan masyarakat. Seiring perkembangannya, televisi menjadi salah satu ikon budaya populer yang sangat digemari, dan banyak mempengaruhi kehidupan dari berbagai sisi.

2. Fiksi

Merupakan cerita yang dikembangkan dari imajinasi, atau dengan kata lain secara tersirat, ditulis bukan berdasarkan sejarah atau fakta. Budaya populer menciptakan ribuan fiksi yang dikonsumsi masyarakat

3. Film

Merupakan serangkaian gambar diam, yang ditampilkan pada layar lebar atau sinema kemudian menciptakan ilusi gambar bergerak. Ilusi optik ini menyuguhkan tontonan dengan gerakan runtut yang berkelanjutan antara objek yang berlainan. Proses penciptaan film menggabungkan aspek seni dan industri.

4. Surat Kabar dan Majalah

Merupakan media cetak yang disajikan untuk menyuguhkan beragam informasi kepada masyarakat melalui sajian tulisan. Surat kabar dan majalah sangat digemari masyarakat luas dalam menggali berita maupun informasi.

5. Musik Pop

Musik pop merupakan salah satu genre music. Kata pop berasal dari populer, dimana music pop merupakan music yang populer di kalangan masyarakat, banyak digemari oleh masyarakat. Sebagai salah satu bentuk budaya populer, music pop mudah dicerna dan diterima oleh kebanyakan masyarakat pada umumnya.

Contoh Budaya Populer

Budaya populer dapat dicontohkan dalam berbagai tindakan sebagai berikut:

1. Shopping

Berbelanja atau seringkali diistilahkan dengan shopping, merupakan aktivitas pengisi waktu luang yang paling populer bagi masyarakat modern. Sehingga tak heran seiring dengan perkembangan zaman, kian menjamur banyak mal-mal, restoran atau *foodcourt*, bioskop, persewaan atau penjualan video disk, tempat makan cepat saji, tempat-tempat hiburan, butik, dan sebagainya.

Dengan kegiatan shopping sebagai salah satu contoh budaya populer yang berkembang di masyarakat, menjadikan mall atau tempat berbelanja sebagai ruang publik. Dalam hal ini keberadaan ruang public menjadi media sekumpulan orang untuk berkumpul di pusat perbelanjaan, tidak melulu harus berbelanja atau membeli sesuatu melainkan banyak dijumpai masyarakat hanya melihat-lihat atau sekedar jalan jalan maupun mencari hiburan.

2. Demam Korea (Korean wave)

Komponen- komponen budaya populer Korea ini memiliki pengaruh yang relative besar pada negara-negara Asia, termasuk Indonesia. Di Indonesia, penyebaran budaya nasional yang bersifat populer korea bermula dari penayangan beberapa drama korea pada awal tahun 2000 an.

Seiring perkembangannya, pengaruh sifat budaya populer koree begitu meresap di masyarakat, sehingga tak jarang banyak masyarakat yang sangat menyukai budaya populer korea.

3. Korean Pop (K Pop)

Setelah keberhasilan budaya populer korea menguasai pasar Indonesia, serta memikat masyarakat luas dengan dramanya, Korea pun mulai mengembangkan dengan penciptaan musik Korea. Korean Pop (Musik Pop Korea) disingkat K-pop, adalah jenis musik populer yang berasal dari Korea Selatan.

Banyak masyarakat Indonesia, khususnya para remaja dan kaum perempuan yang sangat menggemari music pop korea dengan suguhan ratusan boyband dan girl band yang memikat hati pemirsa.

GAYA HIDUP

Bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah tergantung jaman atau keinginan seseorang untuk mengubah gaya hidupnya.

Akibatnya : Gaya hidup hedosentris (hidup demi kesenangan)

Gaya hidup pragmatis (hidup demi keuntungan praktis)

Pandangan terhadap wanita

Memacu munculnya Feminisme, yang merupakan sebuah gerakan perempuan yang menuntut emansipasi atau kesamaan dan keadilan hak dengan pria. Efeknya ada pada penyetaraan pendidikan, profesi, Hak politik.

Budaya massa

adalah produk kebudayaan yang terus menerus direproduksi sekaligus dikonsumsi secara massal, sehingga industri yang tercipta dari budaya massa ini berorientasi pada penciptaan keuntungan sebesar-besarnya. Budaya massa ini adalah sebagai akibat dari kritik atas budaya tradisional, dimana budaya tradisional ini muncul dan berasal dari masyarakat itu sendiri dan tidak terikat atau tergantung pada media massa. Budaya tradisional itu sendiri terbangun dari proses adaptasi dari interaksi kelas elit masyarakat dalam hal estetika, sangat mengagungkan kesusatraan dan tradisi keilmuan.

Sedangkan pada budaya massa, sebagai kritik atas budaya tradisional, merujuk kepada proses pluralisme dan demokrasi yang kental, berusaha untuk menghilangkan kelas-kelas yang mendasarkan dirinya pada budaya modal, borjuasi dan elitisme, dengan mengedepankan kebersamaan dan egalitarianisme.

Namun secara negatif, budaya massa juga banyak diartikan sebagai perilaku konsumerisme, kesenangan universal yang bersifat hanya seketika, mudah punah, dan memiliki makna yang dangkal dan tidak bersifat ganda, mengacu kepada pengertian produk budaya yang diciptakan semata-mata untuk pasar. Dengan kata lain dalam budaya massa, orientasi produk adalah tren atau mode yang sedang diminati pasar. Kesamaan atau keseragaman model dan etos adalah corak terpenting dalam kebudayaan massa. Dalam hal ini perilaku yang muncul adalah proses imitasi dan peniruan, dimana proses ini adalah hasil dari kecenderungan manusia untuk melakukan imitasi atas nilai dan bentuk-bentuk yang dipercaya atau dirasakan mempunyai kecocokan.

Namun, pada konteks budaya massa, peniruan yang mengarah pada keseragaman ini dibentuk secara terperinci dan sistematis oleh sebuah otoritas politik ekonomi, yang di implementasikan oleh kekuatan komunikasi massa dengan institusi medianya serta kepentingan ekonomis dan ideologis orang-orang yang berada didalamnya. Dalam

pembentukan budaya massa ini, komunikasi massa dan segala institusinya memiliki peranan yang sangat signifikan dan efektif dalam kaitannya untuk menajamkan opini dan mempengaruhi perilaku secara massal serta pembentukan homogenitas budaya dalam masyarakat.

Melihat kenyataan bagaimana komunikasi massa yang direpresentasikan oleh media massa mengarahkan dan membentuk perilaku khalayak dan menjadikan khalayak sebagai pasar dari produk yang mereka ciptakan, untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingan aspek ekonomis dari pemilik media massa ataupun kekuatan lain yang secara politis menarik keuntungan dari hal tersebut. Mursito mengatakan bahwa di hadapan khalayak, media massa memiliki kredibilitas yang tinggi. Masyarakat percaya bahwa apa yang dikemukakan media massa adalah realitas yang sepenuhnya berasal dari kebenaran fakta. Dengan perkataan lain, realitas media dianggap representasi fakta.

Oleh karena itu media massa telah menjadi “ruang” bagi khalayak, sama kedudukannya dengan ruang kehidupannya sehari-hari (Jurnal Komunikasi Massa, Vol. 1, No. 1, Januari 2008, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta).

Hal ini jika dikaitkan dengan ciri-ciri khalayak budaya massa yang cenderung konsumtif, yang memiliki tujuan untuk kesenangan seketika dan sebagai pengalihan perhatian dari hal-hal yang dianggap beban hidup dan rutinitas, maka menjadi kunci tentang definisi implementatif daripada budaya massa, dimana definisi ini menganggap bahwa sebuah isi berita atau informasi atau tayangan sebagai komoditas, dan penonton sebagai konsumen, serta bekerja berdasarkan mekanisme pasar. Selera masyarakat didefinisikan sebagai pasar. Konsekuensi dari orientasi ke pasar ini diterima oleh “kebudayaan”, yang dikonsepsikan sebagai budaya massa.

Dalam konteks tayangan televisi di Indonesia, yang didominasi oleh televisi swasta atau komersial, orientasi pasar yang dikonsepsikan sebagai budaya massa ini sangat kental dan sangat nyata dilihat dan dirasakan. Hal ini juga dikatakan oleh Veven SP. Wardhana (Veven SP. Wardhana, 1997, Kapitalisme Televisi dan Strategi Budaya Massa, Pustaka Pelajar, Yogyakarta) bahwa televisi swasta (komersial) menjadi bagian dari kebudayaan massa. Sebagai bagian dari laku komersial dan budaya massa, maka liku-langkahnya pun sesuai dengan dinamika kapitalisasi, dimana produk yang ditayangkan adalah bertujuan untuk memuaskan sifat konsumerisme khalayak dalam budaya massa ini, memuaskan dahaga kesenangan sesaat dan menjadi alat untuk mengalihkan perhatian dari rutinitas yang dianggap sebagai beban hidup. Susilo (2005:11, Susilo, M. Edy, 2005, Paradoks Sinetron Religius,

Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 3, Nomor 3, September – Desember 2005, Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Yogyakarta, Yogyakarta.) menulis bahwa televisi merupakan anak kandung dari kapitalisme.

Televisi akan melahirkan program yang digemari khalayak, apapun macamnya. Selama tayangan tersebut masih mendatangkan keuntungan melimpah, acara tersebut akan selalu ditayangkan. Namun, bila masyarakat sudah mulai jenuh, tayangan tersebut dengan sendirinya akan ditinggalkan. Begitulah kondisi aktual yang terjadi pada penontondi Indonesia. Penonton kita mudah sekali menyukai program yang sejenis. Dulu ketika program Dunia Lain sukses, program sejenis yang hadir ikut memiliki angka penonton yang tinggi. Begitu juga ketika ada program-program ber-genre religius.

Namun setelah itu, sudah bisa dan sangat mudah ditebak, pasar menjadi jenuh. Selangkah kemudian, program ini satu per satu gulung tikar dan diganti dengan program yang lebih menarik minat penonton lainnya. Menurut Veven SP. Wardhana (Wardhana, Veven Sp., 1995, Budaya Massa dan Pergeseran Masyarakat, Pustaka Pelajar, Yogyakarta), kisah-kisah nyata yang diangkat ke layar kaca bukanlah menekankan pada realitas atau informasi faktualnya, melainkan lebih pada dramatisasinya, bahkan melodramanya dan itu memang untuk kebutuhan refreshing psikologis penonton.

Dalam hal ini, jika dikaitkan dengan budaya massa dan perilaku pasar televisi di Indonesia, maka akan dapat merujuk pada tayangan-tayangan “reality show” yang sedang marak dan menjadi trend pada khalayak penonton di Indonesia. Pengertian dari reality show itu sendiri adalah genre acara televisi yang menggambarkan adegan yang seakan-akan benar-benar berlangsung tanpa skenario, dengan pemain yang umumnya khalayak umum biasa, bukan pemeran.

Reality show umumnya menampilkan kenyataan yang dimodifikasi, seperti menaruh partisipan di lokasi-lokasi eksotis atau situasi-situasi yang tidak lazim, memancing reaksi tertentu dari partisipan, dan melalui penyuntingan dan teknik-teknik pasca produksi lainnya. Reality show biasanya menggunakan tema seperti cinta, persaingan, kehidupan sehari-hari seorang selebritis, pencarian bakat, pencarian pasangan hidup, rekayasa jebakan, dan diangkatnya status seseorang dengan diberikan uang banyak, atau perbaikan kondisi barang kepemilikan seperti rumah atau perbaikan mobil. Tayangan reality show ini pada awalnya mirip dengan dokumentasi news.

Hanya saja pada perkembangannya reality show ini bukan berita yang menjadi pokok tayangannya, melainkan keterkaitan emosi penonton dengan aktornya. Dengan kata lain, reality show merupakan kejadian asli tanpa rekayasa. Hanya saja, sebagai kemasam tontonan

maka reality show diracik sedemikian rupa hingga emosi penonton meluap. Perkembangan acara televisi, khususnya reality show tampaknya mampu menggeser fenomena tayangan mistis dan tayangan-tayangan berbau religius.

Semua acara yang melibatkan orang biasa (bukan artis), kini dicap sebagai acara reality show. Siapa pun pemerannya asal punya cerita atau kisah yang menyentuh emosi penonton, maka ia layak tonton. Reality show diramu dengan penambahan-penambahan (rekayasa) tertentu agar alur ceritanya menjadi lebih sendu. Contoh dari reality show pada televisi komersil di Indonesia adalah seperti Hari Yang Aneh (ANTV), Bukan Sinetron (Global TV), Snapshot (Metro TV), Katakan Cinta (RCTI), Cinta Monyet (SCTV), Termehek-Mehek (TRANS TV), dan Mata Kamera (TV One).

Nama : bella niza paramita
Nim : 171910046
Kelas : Ik7a
Mata Kuliah : Culture Studies

Pertumbuhan industri modern di abad ke-19 menyebabkan urbanisasi besar-besaran dan munculnya kota-kota besar baru, pertama di Eropa dan kemudian di daerah lain, seperti kesempatan baru membawa sejumlah besar migran dari masyarakat pedesaan ke perkotaan. Tapi budaya populer tidak dapat digambarkan hanya sebagai produk agregat industri tersebut, melainkan itu merupakan hasil dari interaksi terus menerus antara industri dan orang-orang dari masyarakat yang mengkonsumsi produk mereka.

Budaya juga dapat diartikan sebagai kebiasaan dari kepercayaan, tatanan sosial dan kebiasaan dari kelompok, ras, kepercayaan atau kelompok sosial. populer atau populer adalah diterima oleh banyak orang, disukai atau disetujui oleh masyarakat banyak, budaya populer-lebih sering disebut dengan budaya pop- adalah apapun yang terjadi di sekeliling kita setiap harinya.

Ketika budaya dapat dibeli dan dijual, cita rasa menjadi penanda sosial yang semakin meluas. Cita rasa menjadi barang komersil yang memberi budaya pada kelas menengah, tetapi komersialisasi tersebut dapat juga menodai kelas ini. Budaya pop dibangun oleh kelas penguasa untuk memenangkan hegemoni, sembari membentuk oposisi. Dengan demikian ia terdiri bukan hanya dari pemberlakuan budaya massa yang sejalan dengan ideologi dominan ataupun budaya oposisional yang spontan, melainkan sebagai area negosiasi antara keduanya di mana budaya dominan, subordinan dan oposisional dengan segenap nilai-nilai dan unsur-unsur ideologis tercampur dalam suatu perubahan yang bersifat sekunsial

Nama : Muhammad Fajri

Kelas : IK7A

Nim : 171910013

budaya juga dapat diartikan sebagai kebiasaan dari kepercayaan, tatanan sosial dan kebiasaan dari kelompok ras, kepercayaan atau kelompok sosial. popular atau populer adalah diterima oleh banyak orang, disukai atau disetujui oleh masyarakat banyak budaya populer- lebih sering disebut dengan budaya pop- adalah apapun yang terjadi di sekeliling kita setiap harinya .

Pertumbuhan industri modern di abad ke-19 menyebabkan urbanisasi besar-besaran dan munculnya kota-kota besar baru, pertama di Eropa dan kemudian di daerah lain, seperti kesempatan baru membawa sejumlah besar migran dari masyarakat pedesaan ke perkotaan.

Peningkatan keaksaraan, cetak cepat, kertas murah, ruang musik melahirkan budaya populer seperti yang kita kenal sekarang. Isi dari budaya populer ditentukan sebagian besar oleh industri yang menyebarkan bahan budaya, misalnya film, televisi, dan industri penerbitan, serta media massa.

Tapi budaya populer tidak dapat digambarkan hanya sebagai produk agregat industri tersebut, melainkan itu merupakan hasil dari interaksi terus menerus antara industri dan orang-orang dari masyarakat yang mengkonsumsi produk mereka.

Perilaku masyarakat pun didikte dari estetis dan religius menjadi komoditas perdagangan yang ditentukan pasar.

Nama: Muhammad Naufal Rizqullah
Kelas: IK7A
Nim: 171910002

Budaya juga dapat diartikan sebagai kebiasaan dari kepercayaan, tatanan sosial dan kebiasaan dari kelompok, ras, kepercayaan atau kelompok sosial. populer atau populer adalah diterima oleh banyak orang, disukai atau disetujui oleh masyarakat banyak, budaya populer-lebih sering disebut dengan budaya pop- adalah apapun yang terjadi di sekeliling kita setiap harinya.

Pertumbuhan industri modern di abad ke-19 menyebabkan urbanisasi besar-besaran dan munculnya kota-kota besar baru, pertama di Eropa dan kemudian di daerah lain, seperti kesempatan baru membawa sejumlah besar migran dari masyarakat pedesaan ke perkotaan. Tapi budaya populer tidak dapat digambarkan hanya sebagai produk agregat industri tersebut, melainkan itu merupakan hasil dari interaksi terus menerus antara industri dan orang-orang dari masyarakat yang mengkonsumsi produk mereka.

Ketika budaya dapat dibeli dan dijual, cita rasa menjadi penanda sosial yang semakin meluas. Cita rasa menjadi barang komersial yang memberi budaya pada kelas menengah, tetapi komersialisasi tersebut dapat juga menodai kelas ini. Budaya pop dibangun oleh kelas penguasa untuk memenangkan hegemoni, sembari membentuk oposisi. Dengan demikian ia terdiri bukan hanya dari pemberlakuan budaya massa yang sejalan dengan ideologi dominan ataupun budaya oposisional yang spontan, melainkan sebagai area negosiasi antara keduanya di mana budaya dominan, subordinan dan oposisional dengan segenap nilai-nilai dan unsur-unsur ideologis tercampur dalam suatu perubahan yang bersifat sekunsial

Nama : M Syahril Husaini
Nim : 171910001
Kelas : Ik7a
Mata Kuliah : Culture Studies

Pertumbuhan industri modern di abad ke-19 menyebabkan urbanisasi besar-besaran dan munculnya kota-kota besar baru, pertama di Eropa dan kemudian di daerah lain, seperti kesempatan baru membawa sejumlah besar migran dari masyarakat pedesaan ke perkotaan. Tapi budaya populer tidak dapat digambarkan hanya sebagai produk agregat industri tersebut, melainkan itu merupakan hasil dari interaksi terus menerus antara industri dan orang-orang dari masyarakat yang mengkonsumsi produk mereka.

Budaya juga dapat diartikan sebagai kebiasaan dari kepercayaan, tatanan sosial dan kebiasaan dari kelompok, ras, kepercayaan atau kelompok sosial. populer atau populer adalah diterima oleh banyak orang, disukai atau disetujui oleh masyarakat banyak, budaya populer-lebih sering disebut dengan budaya pop- adalah apapun yang terjadi di sekeliling kita setiap harinya.

Ketika budaya dapat dibeli dan dijual, cita rasa menjadi penanda sosial yang semakin meluas. Cita rasa menjadi barang komersil yang memberi budaya pada kelas menengah, tetapi komersialisasi tersebut dapat juga menodai kelas ini. Budaya pop dibangun oleh kelas penguasa untuk memenangkan hegemoni, sembari membentuk oposisi. Dengan demikian ia terdiri bukan hanya dari pemberlakuan budaya massa yang sejalan dengan ideologi dominan ataupun budaya oposisional yang spontan, melainkan sebagai area negosiasi antara keduanya di mana budaya dominan, subordinan dan oposisional dengan segenap nilai-nilai dan unsur-unsur ideologis tercampur dalam suatu perubahan yang bersifat sekunsial

Nama :Muthia Nabilah

Nim :171910032

Popular Culture

- budaya juga dapat diartikan sebagai kebiasaan dari kepercayaan, tatanan sosial dan kebiasaan dari kelompok ras, kepercayaan atau kelompok sosial.
- populer atau populer adalah diterima oleh banyak orang, disukai atau disetujui oleh masyarakat banyak
- budaya populer-lebih sering disebut dengan budaya pop- adalah apapun yang terjadi di sekeliling kita setiap harinya
- Budaya Populer, yakni budaya yang terbentuk, merupakan produk industrialisasi

Konsep Budaya

- Tapi budaya populer tidak dapat digambarkan hanya sebagai produk agregat industri tersebut, melainkan itu merupakan hasil dari interaksi terus menerus antara industri dan orang-orang dari masyarakat yang mengkonsumsi produk mereka.
- Perilaku masyarakat pun didikte dari estetis dan religius menjadi komoditas perdagangan yang ditentukan pasar

Budaya Tinggi (High Culture)

Budaya tinggi (High culture) adalah istilah yang merujuk kepada "bibit terbaik/ best of breed" (dari beberapa sudut pandang elitis) produk-produk budaya. Yang termasuk dalam kategori ini didefinisikan oleh bagian paling berpengaruh dari masyarakat, yaitu elit sosial, politik, ekonomi dan intelektual

Budaya Populer dan Pengaruhnya

Adorno menyebut fenomena ini pseudoindividualisasi. Adorno melihat budaya yang diproduksi massal ini- sebagai bahaya bagi seni tinggi yang lebih sulit. Budaya industri menumbuhkan kebutuhan- kebutuhan palsu, yaitu, kebutuhan-kebutuhan yang dibuat dan dipuaskan oleh kapitalisme. kebutuhan-kebutuhan sejati, sebaliknya, yaitu kebebasan, kreativitas atau kebahagiaan sejati. tinggi (High culture).

Estetika low culture • Camp • mengacu ke suatu apresiasi ironis yang mungkin dapat dianggap aneh atau mengada-ada, seperti Carmen Miranda dengan topi es krim buah buahan nya. Istilah ini sering digunakan untuk kegiatan budaya populer yang khususnya tanggal atau tidak tepat yang serius, seperti film fiksi ilmiah rendah dari anggaran tahun 1950-an dan 1960-an dan budaya multi-genre pop tahun 1970-an dan 1980-an. Sebagai Moe Meyer (1994, hal.1) menempatkan parodi, "aneh."

Parodi

Adalah sebuah karya diciptakan untuk mengejek, mengomentari, atau mengolok-olok di sebuah karya asli, subyek, penulis, gaya, atau beberapa target lainnya, dengan cara humoris, menyindir imitasi atau ironis. Linda Hutcheon (2000: 7) menyatakan, "parodi ... adalah imitasi, tidak selalu dengan mengorbankan teks diparodikan." Kritikus lainnya, Simon Dentith (2000: 9), mendefinisikan parodi sebagai "setiap praktik budaya yang memberikan sindiran imitasi yang secara relatif polemik terhadap praktek atau produksi budaya." Sering kali, unsur yang paling memuaskan dari sebuah parodi yang baik adalah melihat kesalahan lain dari artikel asli aslinya

Budaya Populer dan Gaya Hidup, Wanita dan Politik

Budaya Pop

Budaya yang berasal dari rakyat, oleh rakyat, serta semua hal yang disukai rakyat • Lawan dari High Culture, Budaya masyarakat golongan rendah (sisa peradaban masyarakat elit yang luhur dan terhormat) • Budaya pembebasan dari hegemoni oleh masyarakat minor (anti-pemerintah) • Budaya yang paling banyak diminati masyarakat kontemporer (Budaya massa) Dari keempat definisi ini, definisi keempat-lah yang paling dikenal masyarakat.

Gaya Hidup

Bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah tergantung manusia yang bisa berubah tergantung jaman atau keinginan seseorang untuk mengubah gaya hidupnya.

Pandangan Terhadap Wanita

Feminisme adalah sebuah Gerakan perempuan yg menuntut emansipasi atau kesamaan dan keadilan hak dengan pria.

Politik

Proses pembentukan dan pembagian kekuasaan dalam masyarakat yang antara lain berwujud proses pembuatan keputusan khususnya dalam negara.

Budaya Massa

Budaya Massa merupakan sebuah budaya yang lahir sebagai imbas perkembangan teknologi informasi. Budaya populer merupakan bentuk budaya yang lebih mengedepankan sisi popularitas dan kedangkalan makna atau nilai-nilai.

Konsep dan Teori Budaya Massa

Menurut Denis Mc Quail (1994:31), kata massa berdasarkan sejarah mempunyai dua makna, yaitu positif dan negatif. Makna negatifnya adalah berkaitan dengan kerumunan (mob), atau orang banyak yang tidak teratur, bebal, tidak memiliki budaya, kecalapan dan rasionalitas. Makna positif, yaitu massa memiliki arti kekuatan dan solidaritas di kalangan kelas pekerja biasa saat mencapai tujuan kolektif.

Popular culture

Menurut penulis John Storey, ada berbagai definisi tentang budaya populer. [20] The kuantitatif definisi budaya memiliki masalah yang banyak " budaya tinggi " (misalnya, televisi dramatisasi dari Jane Austen) juga "populer." "Budaya pop" juga diartikan sebagai budaya yang "tertinggal" ketika kita telah memutuskan apa itu budaya tinggi. Namun, banyak karya yang melintasi batas-batas tersebut, misalnya, William Shakespeare dan Charles Dickens , Leo Tolstoy , dan George Orwell .

Definisi ketiga menyamakan budaya pop dengan " budaya massa " dan gagasan. Ini dilihat sebagai budaya komersial, diproduksi secara massal untuk konsumsi massal oleh media massa . [21] Dari perspektif Eropa Barat, ini dapat dibandingkan dengan budaya Amerika .^[klarifikasi diperlukan] Alternatifnya, "budaya pop" dapat didefinisikan sebagai budaya "asli" dari masyarakat, tetapi ini dapat menjadi masalah karena ada banyak cara untuk mendefinisikan "masyarakat."^[halaman diperlukan] Storey berpendapat bahwa ada dimensi politik dalam budaya populer; hegemoni neo-Gramscian teori "... melihat budaya populer sebagai tempat perjuangan antara 'perlawanan' kelompok-kelompok bawahan dalam masyarakat dan kekuatan 'penggabungan' yang beroperasi untuk kepentingan kelompok dominan dalam masyarakat." Sebuah postmodernis pendekatan budaya populer akan "tidak lagi mengenali perbedaan antara budaya tinggi dan populer."

Baudrillard berpendapat bahwa konsep "Opini Publik" yang samar-samar adalah ilusi subyektif dan tidak akurat yang lebih terlibat dalam populisme daripada faktualitas, karena hal itu mengaitkan kedaulatan kepada konsumen yang sebenarnya tidak mereka miliki. [22]

Klaim Storey bahwa budaya populer muncul dari urbanisasi dari Revolusi Industri . Studi Shakespeare (oleh Weimann, Barber, atau Bristol, misalnya) menemukan banyak ciri vitalitas dramanya dalam partisipasinya dalam budaya populer Renaissans , sementara praktisi kontemporer seperti Dario Fo dan John McGrath menggunakan budaya populer dalam pengertian Gramscian yang mencakup tradisi rakyat kuno (commedia dell'arte misalnya). [23] [24]^[perlu kutipan untuk memverifikasi]

Budaya populer terus berkembang dan muncul secara unik pada tempat dan waktu . Ini membentuk arus dan pusaran, dan mewakili kompleks perspektif dan nilai yang saling bergantung satu sama lain yang mempengaruhi masyarakat dan lembaganya dalam berbagai cara. Misalnya, arus budaya pop tertentu mungkin berasal dari, (atau menyimpang ke) subkultur , yang

merepresentasikan perspektif yang hanya diketahui oleh budaya populer arus utama . Item budaya populer biasanya paling menarik bagi spektrum publik yang luas. Kontribusi penting kontemporer untuk memahami arti budaya populer telah diberikan oleh peneliti Jerman Ronald Daus, yang mempelajari dampak budaya ekstra-Eropa di Amerika Utara , Asia , dan khususnya di Amerika Latin .

Nama: Nova Riana

Nim: 171910020

Kelas: IK7A

Mata kuliah: Culture Studies

Soal:

Silakan di pahami dan di jelaskan!

Jawab:

POPULAR CULTURE

Budaya juga dapat diartikan sebagai kebiasaan dari kepercayaan, tatanan sosial dan kebiasaan dari kelompok ras, kepercayaan atau kelompok sosial. populer atau populer adalah diterima oleh banyak orang, disukai atau disetujui oleh masyarakat banyak. Isi dari budaya populer ditentukan sebagian besar oleh industri yang menyebarkan bahan budaya, misalnya film, televisi, dan industri penerbitan, serta media massa. Secara konvensional budaya pop dibedakan dari budaya "tinggi" yaitu seni murni seperti yang dimaksud oleh elit peneliti seni - budaya massa terdiri dari artefak yang diproduksi secara massal dan didistribusikan secara luas melalui media seperti film, rekaman, buku komik, dan program televisi.. Ketika budaya dapat dibeli dan dijual, cita rasa menjadi penanda sosial yang semakin meluas.

Budaya Pop adalah Budaya yang berasal dari rakyat, oleh rakyat , serta semua hal yang disukai rakyat. Sedangkan Budaya Massa merupakan sebuah budaya yang lahir sebagai imbas perkembangan teknologi informasi. Dan Budaya populer merupakan bentuk budaya yang lebih mengedepankan sisi popularitas dan kedangkalan makna atau nilai-nilai. Menurut Denis Mc Quail (1994:31), kata massa berdasarkan sejarah mempunyai dua makna, yaitu positif dan negatif. Makna negatifnya adalah berkaitan dengan kerumunan (mob), atau orang banyak yang tidak teratur, bebal, tidak memiliki budaya, kecalapan dan rasionalitas. Makna positif, yaitu massa memiliki arti kekuatan dan solidaritas di kalangan kelas pekerja biasa saat mencapai tujuan kolektif.

Budaya massa sangat berhubungan dengan budaya populer sebagai sumber budaya massa. Budaya tradisional dapat menjadi budaya populer apabila menjadi budaya massa. Budaya massa yang diproduksi oleh media massa membutuhkan biaya cukup besar karena dana yang besar harus menghasilkan keuntungan untuk kontinuitas budaya massa itu sendiri. Oleh karena itu, budaya massa diproduksi secara komersial agar tidak saja menjadi jaminan keberlangsungan sebuah kegiatan budaya massa namun juga menghasilkan keuntungan bagi modal yang diinvestasikan pada kegiatan tersebut. Budaya pop dibangun oleh kelas penguasa untuk memenangkan hegemoni, sembari membentuk oposisi. Dengan demikian ia terdiri bukan hanya dari pemberlakuan budaya massa yang sejalan dengan ideologi dominan ataupun budaya oposisional yang spontan, melainkan sebagai area negosiasi antara keduanya di mana budaya dominan, subordinan dan oposisional dengan segenap nilai-nilai dan unsur-unsur ideologis 'tercampur' dalam suatu perubahan yang bersifat sekunsial (urutan).

Dikutip dari John Storey, Teori Budaya dan Budaya Pop, Yogyakarta, 2003:19-20.

dari materi tersebut dapat di simpulkan budaya populter adalah sebuah konsep yang menghasilkan suatu produk yang disebut produk budaya. dan juga

budaya populer adalah budaya yang ada di dunia ini, disekeliling kita yang meliputi sikap kita, prilaku kita, bagaimana kita bertindak dll.

POPULAR CULTURE



Oleh :

Nama : Rindi Pulung Mas
NIM : 171910021
Kelas : IK.7.B
Matkul : Culture Studies

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BINA DARMA
PALEMBANG
2020**

POPULAR CULTURE

Budaya juga dapat diartikan sebagai kebiasaan dari kepercayaan, tatanan sosial dan kebiasaan dari kelompok ras, kepercayaan atau kelompok sosial, populer atau populer adalah diterima oleh banyak orang, disukai atau disetujui oleh masyarakat banyak Budaya Populer, yakni budaya yang terbentuk, merupakan produk industrialisasi. Pertumbuhan industri modern di abad ke-19 menyebabkan urbanisasi besar-besaran dan munculnya kota-kota besar baru, pertama di Eropa dan kemudian di daerah lain, seperti kesempatan baru membawa sejumlah besar migran dari masyarakat pedesaan ke perkotaan.

konsep budaya massa telah menjadi fokus kontroversi dan perdebatan tajam• Secara konvensional budaya pop dibedakan dari budaya "tinggi" - yaitu seni murni seperti yang dimaksud oleh elit peneliti seni - budaya massa terdiri dari artefak yang diproduksi secara massal dan didistribusikan secara luas melalui media seperti film, rekaman, buku komik, dan program televisi. Seiring dengan melebarnya budaya ini, maka paradoks pemisahan high and low (polite and vulgar) tinggi dan rendah (sopan dan vulgar) semakin menajam.

BUDAYA TINGGI (HIGH CULTURE)

Budaya tinggi (High culture) adalah istilah yang merujuk kepada "bibit terbaik/ best of breed " (dari beberapa sudut pandang elitis) produk-produk budaya. Yang termasuk dalam kategori ini didefinisikan oleh bagian paling berpengaruh dari masyarakat, yaitu elit sosial, politik, ekonomi dan intelektual. Budaya industri menumbuhkan kebutuhan- kebutuhan palsu, yaitu, kebutuhan-kebutuhan yang dibuat dan dipuaskan oleh kapitalisme. kebutuhan – kebutuhan sejati, sebaliknya, yaitu kebebasan, kreativitas atau kebahagiaan sejati.tinggi (High culture).

fetisisme komoditas adalah wilayah yang tidak lagi otentik dalam hubungan sosial, dapat dikatakan untuk membangkitkan sistem pasar kapitalis yang kompleks, di mana orang-orang mengira ada hubungan sosial untuk segala hal. Konsumerisme adalah kecenderungan orang untuk mengidentifikasi dirinya dengan produk atau jasa yang mereka konsumsi, khususnya mereka dengan nama-nama merek komersial dan daya tarik meningkatkan status, misalnya sebuah mobil

mahal. Ini adalah istilah peyoratif yang kebanyakan disangkal orang, dengan memberi beberapa alasan yang lebih spesifik atau alasan untuk mengkonsumsi dibanding kan dengan mereka "dipaksa untuk mengkonsumsi.

Estetika low culture• Camp mengacu ke suatu apresiasi ironis yang mungkin dapat dianggap aneh atau mengada-ada, seperti Carmen Miranda dengan topi es krim buah buahan nya. Istilah ini sering digunakan untuk kegiatan budaya populer yang khususnya tanggal atau tidak tepat yang serius, seperti film fiksi ilmiah rendah dari anggaran tahun 1950-an dan 1960-an dan budaya multi-genre pop tahun 1970-an dan 1980-an. Sebagai Moe Meyer (1994, hal.1) menempatkan parodi, "aneh."

BUDAYA POPULER DAN GAYA HIDUP, WANITA DAN POLITIK

Pikiran Akal budi Hasil Kebiasaan banyak disukai orang jenis kerja rendahan karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang budaya yang memang dibuat oleh orang untuk dirinya sendiri BUDAYA POP Budaya – Kamus Besar Bahasa Indonesia :

Pop (Populer) – Raymond William (1983) :

Lawan dari High Culture, Budaya masyarakat golongan rendah (sisa peradaban masyarakat elit yang luhur dan terhormat) • Budaya pembebasan dari hegemoni oleh masyarakat minor (anti-pemerintah) • Budaya yang paling banyak diminati masyarakat kontemporer (Budaya massa) Dari keempat definisi ini, definisi keempat-lah yang paling dikenal masyarakat.

Ciri-ciri

1. Tren
2. Keseragaman bentuk
3. Adaptabilitas
4. Durabilitas
5. Profitabilitas

GAYA HIDUP

Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup hedonis adalah pola hidup dan perilaku seseorang yang berorientasi kepada materi dan kesenangan hidup, baik berupa pendapat, minat maupun aktivitasnya. Seseorang yang memiliki gaya hidup hedonis biasanya memiliki keterlibatan yang tinggi dengan orang lain, lebih menyukai kegiatan yang sifatnya menyenangkan, tidak terlalu serius dan senang keramaian.

Gaya Hidup Pragmatis

hubungan pandangan Pragmatisme dengan gaya hidup manusia. Pragmatisme mengajarkan bahwa benar tidaknya suatu ucapan, dalil, dan teori semata-mata bergantung pada berfaedah atau tidaknya suatu dalil, teori dan ucapan yang dimaksud.

PANDANGAN TERHADAP WANITA

Budaya pop memicu kemunculan feminisme, feminisme merupakan sebuah gerakan perempuan yang menuntut mansipasi atau kesamaan dan keadilan hak dengan pria. Efek dari gerakan ini ialah :

1. Pendidikan
2. Profesi
3. Hak politik
4. Dll

POLITIK

Budaya pop mempengaruhi bidang politik, terbukti dengan maraknya sekulerisasi sistem politik. Selain itu politik juga mampu memanfaatkan budaya pop sebagai medium perluasan kekuasaan (seperti kampanye via buku, facebook, dll)

BUDAYA MASSA

Budaya Massa merupakan sebuah budaya yang lahir sebagai imbas perkembangan teknologi informasi. Budaya populer merupakan bentuk budaya yang lebih mengedepankan sisi popularitas dan kedangkalan makna atau nilai-nilai.

Konsep dan teori budaya massa mempunyai dua makna, yaitu positif dan negatif. Makna negatifnya adalah berkaitan dengan kerumunan (mob), atau orang banyak yang tidak teratur, bebal, tidak memiliki budaya, kecalapan dan rasionalitas. Makna positif, yaitu massa memiliki arti kekuatan dan solidaritas di kalangan kelas pekerja biasa saat mencapai tujuan kolektif.

Komponen sosiologis

1. Anggota massa adalah orang – orang dari posisi kelas sosial yang berbeda, jenis pekerjaan yang berlainan, dengan latar belakang budaya yang bermacam – macam, serta tingkat kekayaan yang beraneka atau berasal dari segala lapisan kehidupan dan dari seluruh tingkatan sosial
2. Massa terdiri dari individu – individu yang anonim, Biasanya secara fisik anggota massa terpisah satu sama lainnya dan hanya terdapat sedikit interaksi atau penukaran pengalaman antar anggota – anggota massa dimaksud
3. Keorganisasian dari suatu massa bersifat sangat longgar, dan tidak mampu untuk bertindak bersama atau secara kesatuan, seperti halnya suatu kerumunan (crowd).

Dikutip dari John Storey, Teori Budaya dan Budaya pop Yogyakarta, 2003:19-20.

Budaya pop dibangun oleh kelas penguasa untuk memenangkan hegemoni, sembari membentuk oposisi. Dengan demikian ia terdiri bukan hanya dari pemberlakuan budaya massa yang sejalan dengan ideologi dominan ataupun budaya oposisional yang spontan, melainkan sebagai area negosiasi antara keduanya di mana budaya dominan, subordinan dan oposisional dengan segenap nilai-nilai dan unsur-unsur ideologis ‘tercampur’ dalam suatu perubahan yang bersifat sekunsial (urutan)

POPULAR CULTURE

POPULAR CULTURE????

Budaya juga dapat diartikan sebagai kebiasaan dari kepercayaan, tatanan sosial dan kebiasaan dari kelompok ras, kepercayaan atau kelompok sosial.

Popular atau populer adalah diterima oleh banyak orang, disukai atau disetujui oleh masyarakat banyak. budaya populer-lebih sering disebut dengan budaya pop- adalah apapun yang terjadi di sekeliling kita setiap harinya. Budaya Populer, yakni budaya yang terbentuk, merupakan produk industrialisasi

KONSEP BUDAYA Pertumbuhan industri modern di abad ke-19 menyebabkan urbanisasi besar-besaran dan munculnya kota-kota besar baru, pertama di Eropa dan kemudian di daerah lain, seperti kesempatan baru membawa sejumlah besar migran dari masyarakat pedesaan ke perkotaan. Peningkatan keaksaraan, cetak cepat, kertas murah, ruang musik melahirkan budaya populer seperti yang kita kenal sekarang. • Isi dari budaya populer ditentukan sebagian besar oleh industri yang menyebarkan bahan budaya, misalnya film, televisi, dan industri penerbitan, serta media massa.

KONSEP BUDAYA Tapi budaya populer tidak dapat digambarkan hanya sebagai produk agregat industri tersebut, melainkan itu merupakan hasil dari interaksi terus menerus antara industri dan orang-orang dari masyarakat yang mengkonsumsi produk mereka. • Perilaku masyarakat pun didikte dari estetis dan religius menjadi komoditas perdagangan yang ditentukan pasar konsep budaya massa telah menjadi fokus kontroversi dan perdebatan tajam • Secara konvensional budaya pop dibedakan dari budaya "tinggi" - yaitu seni murni seperti yang dimaksud oleh elit peneliti seni - budaya massa terdiri dari artefak yang diproduksi secara massal dan didistribusikan secara luas melalui media seperti film, rekaman, buku komik, dan program televisi.. Ketika budaya dapat dibeli dan dijual, cita rasa menjadi penanda sosial yang semakin meluas. Cita rasa menjadi barang komersial yang memberi budaya pada kelas menengah, tetapi komersialisasi tersebut dapat juga menodai kelas ini. Seiring dengan melebarnya budaya ini, maka paradoks pemisahan high and low (polite and vulgar) tinggi dan rendah (sopan dan vulgar) semakin menajam.

BUDAYA TINGGI (HIGH CULTURE) Budaya tinggi (High culture) adalah istilah yang merujuk kepada "bibit terbaik/ best of breed " (dari beberapa sudut pandang elitis) produk-produk budaya. Yang termasuk dalam kategori ini didefinisikan oleh bagian paling berpengaruh dari masyarakat, yaitu elit sosial, politik, ekonomi dan intelektual

BUDAYA POPULER DAN PENGARUHNYA Adorno menyebut fenomena ini pseudoindividualisasi. Adorno melihat budaya yang diproduksi massal ini- sebagai bahaya bagi seni tinggi yang lebih sulit. Budaya industri menumbuhkan kebutuhan- kebutuhan palsu, yaitu, kebutuhan-kebutuhan yang dibuat dan dipuaskan oleh kapitalisme. kebutuhan – kebutuhan sejati, sebaliknya, yaitu kebebasan, kreativitas atau kebahagiaan sejati. tinggi (High culture) fetisisme komoditas adalah wilayah yang tidak lagi otentik dalam hubungan sosial, dapat dikatakan untuk membangkitkan sistem pasar kapitalis yang kompleks, di mana orang-orang mengira ada hubungan sosial untuk segala hal.

Konsumerisme adalah kecenderungan orang untuk mengidentifikasi dirinya dengan produk atau jasa yang mereka konsumsi, khususnya mereka dengan nama-nama merek komersial dan daya tarik meningkatkan status, misalnya sebuah mobil mahal. Ini adalah istilah peyoratif yang kebanyakan disangkal orang, dengan memberi beberapa alasan yang lebih spesifik atau alasan untuk mengkonsumsi dibandingkan dengan mereka "dipaksa untuk mengkonsumsi".

Estetika low culture • Camp • mengacu ke suatu apresiasi ironis yang mungkin dapat dianggap aneh atau mengada-ada, seperti Carmen Miranda dengan topi es krim buah buahan nya. Istilah ini sering digunakan untuk kegiatan budaya populer yang khususnya tanggal atau tidak tepat yang serius, seperti film fiksi ilmiah rendah dari anggaran tahun 1950-an dan 1960-an dan budaya multi-genre pop tahun 1970-an dan 1980-an. Sebagai Moe Meyer (1994, hal.1) menempatkan parodi, " aneh."

Kitsch adalah istilah bahasa Jerman yang telah digunakan untuk mengkategorikan seni yang dianggap sebagai salinan inferior dari gaya yang ada. Istilah ini juga digunakan lebih longgar dengan mengacu ke seni yang megah atau dalam cita rasa yang buruk, dan hal ini juga diproduksi secara komersial yang dianggap basi atau kasar. Karena kata itu mulai digunakan sebagai tanggapan terhadap sejumlah besar seni di abad ke-19 di mana estetika karya seni dikacaukan dengan rasa sentimentalitas berlebihan atau melodrama, kitsch yang paling erat hubungannya dengan seni yang sentimental, mudah terharu, atau cengeng, namun dapat digunakan untuk mengacu pada setiap jenis seni yang kekurangan untuk alasan yang sama - apakah itu berusaha tampil sentimental, dingin, glamor, teatrikal, atau kreatif, kitsch dapat dikatakan peniruan/ penampakan seni yang dangkal .

Sering dikatakan bahwa kitsch hanya mengandalkan pengulangan konvensi dan formula, kurang rasa kreativitas dan orisinalitas seperti yang ditampilkan dalam seni murni. Adalah sebuah karya diciptakan untuk mengejek, mengomentari, atau mengolok-olok di sebuah karya asli, subyek, penulis, gaya, atau beberapa target lainnya, dengan cara humoris, menyindir imitasi atau ironis.

Linda Hutcheon (2000: 7) menyatakan, " parodi ... adalah imitasi, tidak selalu dengan mengorbankan teks diparodikan." Kritikus lainnya, Simon Dentith (2000: 9), mendefinisikan parodi sebagai " setiap praktik budaya yang memberikan sindiran imitasi yang secara relatif polemik terhadap praktek atau produksi budaya." Sering kali, unsur yang paling memuaskan dari sebuah parodi yang baik adalah melihat kesalahan lain dari artikel asli aslinya PARODI Pikiran Akal budi Hasil Kebiasaan banyak disukai orang jenis kerja rendahan karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang budaya yang memang dibuat oleh orang untuk dirinya sendiri

BUDAYA POP Budaya – Kamus Besar Bahasa Indonesia : Pop (Populer) – Raymond William (1983) : BUDAYA POPULER DAN GAYA HIDUP, WANITA DAN POLITIK Budaya Pop Budaya yang berasal dari rakyat, oleh rakyat , serta semua hal yang disukai rakyat

- Lawan dari High Culture, Budaya masyarakat golongan rendah (sisa peradaban masyarakat elit yang luhur dan terhormat)
- Budaya pembebasan dari hegemoni oleh masyarakat minor (anti-pemerintah)
- Budaya yang paling banyak diminati masyarakat kontemporer (Budaya massa) Dari keempat definisi ini, definisi keempat-lah yang paling dikenal masyarakat

CIRI CIRI Tren, sebuah budaya yang menjadi trend dan diikuti atau disukai banyak orang berpotensi menjadi budaya populer; Keseragaman bentuk, sebuah ciptaan manusia yang menjadi tren akhirnya diikuti oleh banyak penjiplak.

Karya tersebut dapat menjadi pionir bagi karya-karya lain yang berciri sama, sebagai contoh genre musik pop (diambil dari kata populer) adalah genre musik yang notasi nada tidak terlalu kompleks, lirik lagunyasederhana dan mudah diingat; Adaptabilitas, sebuah budaya populer mudah dinikmati dan diadopsi oleh khalayak, hal ini mengarah pada tren; Durabilitas, sebuah budaya populer akan dilihat berdasarkan durabilitas menghadapi waktu, pionir budaya populer yang dapat mempertahankan dirinya bila pesaing yang kemudian muncul tidak dapat menyaingi keunikan dirinya, akan bertahan-seperti merek

Coca-cola yang sudah ada berpuluh-puluh tahun; Profitabilitas, dari sisi ekonomi, budaya populer berpotensi menghasilkan keuntungan yang besar bagi industri yang mendukungnya.. Budaya Massa reS v ci e DesignerService Des gi en r ALL ABOUT ME. ALL ABOUT ME. ALL ABOUT ME. ALL ABOUT ME. ALL ABOUT ME. ALL ABOUT ME. ALL ABOUT ME. ALL ABOUT ME. Levelisasi kebudayaan tidak lagi terbagi dalam 2 kategori, yaitu budaya rendah dan budaya tinggi semata-mata. Mulai lahir level budaya ke-3, yang lahir karena faktor diluar sistem kebudayaan yang wajar. Bentuk budaya yang didorong oleh perkembangan ilmu dan teknologi informasi Budaya Massa Budaya Massa merupakan sebuah budaya yang lahir sebagai imbas perkembangan teknologi informasi. Budaya populer merupakan bentuk budaya yang lebih mengedepankan sisi popularitas dan kedangkalan makna atau nilai-nilai.

YOUR COMPANY NAME Menurut Denis Mc Quail (1994:31), kata massa berdasarkan sejarah mempunyai dua makna, yaitu positif dan negatif. Makna negatifnya adalah berkaitan dengan kerumunan (mob), atau orang banyak yang tidak teratur, tebal, tidak memiliki budaya, kecalapan dan rasionalitas. Makna positif, yaitu massa memiliki arti kekuatan dan solidaritas di kalangan kelas pekerja biasa saat mencapai tujuan kolektif.

Konsep dan Teori Budaya Massa Anggota massa adalah orang – orang dari posisi kelas sosial yang berbeda, jenis pekerjaan yang berlainan, dengan latar belakang budaya yang bermacam – macam, serta tingkat kekayaan yang beraneka atau berasal dari segala lapisan kehidupan dan dari seluruh tingkatan sosial Massa terdiri dari individu – individu yang anonym, Biasanya secara fisik anggota massa terpisah satu sama lainnya dan hanya terdapat sedikit interaksi atau penukaran pengalaman antar anggota – anggota massa dimaksud Keorganisasian dari suatu massa bersifat sangat longgar, dan tidak mampu untuk bertindak bersama atau secara kesatuan, seperti halnya suatu kerumunan (crowd).

4 komponen sosiologis yang mengandung arti massa,

yaitu : Kurang memiliki kesadaran diri, Kurang memiliki identitas diri Tidak mampu bergerak secara serentak dan terorganisir untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Massa ditandai oleh komposisi yang selalu berubah dan berada dalam batas wilayah yang selalu berubah pula Massa tidak bertindak dengan dirinya sendiri, tetapi dikooptasi untuk melakukan suatu tindakan. Meski anggotanya heterogen, dan dari semua lapisan sosial, massa selalu bersikap sama dan berbuat sesuai dengan persepsi orang yang akan mengooptasi mereka Secara umum pengertian massa ditandai dengan :

Menurut Blumer (1939) dalam McQuail (2002:41) : Budaya massa sangat berhubungan dengan budaya populer sebagai sumber budaya massa. Budaya tradisional dapat menjadi budaya populer apabila menjadi budaya massa. Budaya massa yang diproduksi oleh media massa membutuhkan biaya cukup besar karena dana yang besar harus menghasilkan keuntungan untuk kontinuitas budaya massa itu sendiri.

Oleh karena itu, budaya massa diproduksi secara komersial agar tidak saja menjadi jaminan keberlangsungan sebuah kegiatan budaya massa namun juga menghasilkan keuntungan bagi modal yang diinvestasikan pada kegiatan tersebut. Budaya massa juga diproduksi secara eksklusif menggunakan simbol-simbol kelas sehingga terkesan diperuntukan kepada masyarakat modern yang homogen, terbatas, dan tertutup. Syarat utama dari eksklusifitas budaya massa ini adalah keterbukaan dan ketersediaan terlibat dalam perubahan budaya secara massal. Budaya pop dibangun oleh kelas penguasa untuk memenangkan hegemoni, sembari membentuk oposisi.

Dengan demikian ia terdiri bukan hanya dari pemberlakuan budaya massa yang sejalan dengan ideologi dominan ataupun budaya oposisional yang spontan, melainkan sebagai area negosiasi antara keduanya di mana budaya dominan, subordinan dan oposisional dengan segenap nilai-nilai dan unsur-unsur ideologis 'tercampur' dalam suatu perubahan yang bersifat sekunsial (urutan). Dikutip dari John Storey, Teori Budaya dan Budaya Pop, Yogyakarta, 2003: 19-20.

Popular Culture budaya yang dapat diartikan sebagai kebiasaan dari kepercayaan, tatanan sosial dan kebiasaan dari kelompok ras kepercayaan atau kelompok sosial, populer atau populer adalah diterima oleh banyak orang, disukai atau disetujui oleh masyarakat banyak budaya populer lebih sering disebut dengan budaya pop apapun yang terjadi di sekeliling kita setiap harinya, budaya populer yakni budaya yang terbentuk merupakan produk industrialisasi

Pertumbuhan industri modern di abad 19 menyebabkan urbanisasi besaran dan munculnya kota-kota besar baru pertama di Eropa dan kemudian di daerah lain seperti kesempatan baru membawa sejumlah besar migran dan masyarakat perdesaan dan perkotaan perilaku masyarakat pun di dikte dari estetis dan religius menjadi komoditas perdagangan yang di tentukan pasar.

Budaya tinggi high cultures adalah istilah yang merujuk kepada bibit terbaik best of breed dari beberapa sudut pandang elitis produk budaya yang termasuk katagori yaitu elit, sosial politik ekonomi dan intelektual budaya populer dan pengaruhnya ardn menyebut fenomena ini pseudo individualisasi, Adorno melihat budaya yang di produksi masal ini budaya industri menumbuhkan kebutuhan.

Jadi kesimpulan dari materi yang dijelaskan adalah budaya beragam banyak macam ada budaya massa, budaya pop dan lainnya dari budaya tersebut memiliki arti yang berbeda budaya juga sudah menjadi kebiasaan untuk masyarakat.

