

ABSTRACT

Najla, Huwaida Nisrina. 2025. Consumerism within Fandom Community in Rin Usami's *Idol, Burning* (2020). Thesis. Supervisor 1: Eni Nur Aeni, S.S., M.A. Supervisor 2: Aidatul Chusna, S.S., M.A. Examiner: Rizki Februansyah, S.S., M.A. Ministry of Higher Education, Science, and Technology, Universitas Jenderal Soedirman, Faculty of Humanities, English Department, English Literature Study Program, Purwokerto.

Keywords: *consumerism, fandom community, marxist theory*

Consumerism has undeniably become an indispensable part of contemporary society, profoundly shaping people's behavior, preferences, and lifestyles. This research specifically explores the depiction of consumerism within fandom communities as portrayed in Rin Usami's novel *Idol, Burning* (2020). Employing a Marxist theoretical framework, the research critically examines how fandom culture shapes consumption patterns, the commodification of goods, and identity construction through material acquisition. To achieve this, qualitative research method was used, involving extensive and in-depth analysis of multiple data sources. The analysis focuses on the four stages of consumption: selection, acquisition, utilization, and maintenance and repair. It reveals that acquiring goes beyond mere casual transactional activities, serving as a crucial part of identity construction and community establishment. This research indicates that consumerism in fandoms is closely tied to how fan identities are shaped and commodified. By highlighting these dynamics, the research contributes to broader discussions on consumer culture. It challenges the normalization of excessive consumption in the entertainment industry and encourages critical reflection on consumption behaviors within fan communities.

ABSTRAK

Najla, Huwaida Nisrina. 2025. Consumerism within Fandom Community in Rin Usami's *Idol, Burning* (2020). Skripsi. Pembimbing 1: Eni Nur Aeni, S.S., M.A. Pembimbing 2: Aidatul Chusna, S.S., M.A. Penguji: Rizki Februansyah, S.S., M.A. Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi, Universitas Jenderal Soedirman, Fakultas Ilmu Budaya, Jurusan Bahasa dan Sastra Inggris, Program Studi Sastra Inggris, Purwokerto.

Kata Kunci: *konsumerisme, komunitas fandom, marxis*

Konsumerisme telah menjadi bagian tak terpisahkan dari masyarakat kontemporer yang secara mendalam membentuk perilaku, preferensi, dan gaya hidup manusia. Penelitian ini secara khusus mengeksplorasi gambaran konsumerisme dalam komunitas fandom sebagaimana tergambar dalam novel *Idol, Burning* (2020) karya Rin Usami. Dengan menggunakan kerangka teori Marxis, penelitian ini secara kritis mengkaji bagaimana budaya fandom membentuk pola konsumsi, komodifikasi barang, dan konstruksi identitas melalui akuisisi material. Untuk mencapai tujuan tersebut, metode penelitian kualitatif digunakan dengan melakukan analisis mendalam terhadap berbagai sumber data. Analisis difokuskan pada empat tahap konsumsi: *selection, acquisition, utilization*, dan *maintenance & repair*. Hasilnya menunjukkan bahwa memperoleh barang dalam fandom bukan sekadar transaksi biasa, melainkan menjadi bagian penting dari pembentukan identitas dan komunitas. Temuan ini mengindikasikan bahwa konsumerisme dalam fandom sangat terkait dengan bagaimana identitas penggemar dibentuk dan dikomodifikasi. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi pada diskusi yang lebih luas tentang budaya konsumen dengan menentang normalisasi konsumsi berlebihan dalam industri hiburan serta mendorong evaluasi kritis terhadap praktik konsumsi dalam komunitas fandom.