

## **BAB V**

### **Kesimpulan**

Kembali pada pertanyaan penelitian pada bagian rumusan permasalahan, alasan *88Rising* dalam mengkomodifikasikan budaya Hip-Hop melalui *Asian Hip-Hop* dapat dilihat dari banyak sisi. Sebagai suatu korporasi tentu adanya motif keuntungan menjadi alasan mengapa *Asian Hip-Hop* dilahirkan sebagai suatu hasil produksi. Namun, dalam sudut pandang *hybrid company*, motif keuntungan tersebut juga tidak hanya terbatas pada hal materil. Dengan terciptanya suatu nilai baru dalam narasi kebudayaan Hip-Hop juga dapat dikategorikan sebagai keuntungan imateril yang berdampak sangat luas pada dimensi sosio-kultural masyarakat lintas etnis Amerika Serikat. Kemudian dalam sudut pandang sosio-politik, *88Rising* melalui *Asian Hip-Hop* juga melahirkan wacana baru dalam konteks politik identitas. Akan tetapi semua hal tersebut juga berjalan seiringan dengan terciptanya suatu kecenderungan yang bertolakbelakang yang disebabkan oleh adanya multiplisitas penafsiran (para-logis) yang berkaitan dengan posisi serta esensi/makna mengenai Hip-Hop sebagai suatu budaya.

Berdasarkan hasil analisa pada bab empat, kehadiran *Asian Hip-Hop* dalam industri hiburan serta kehidupan sosio-kultural masyarakat Amerika Serikat menyiratkan suatu kondisi paradoks yang menyelimuti Hip-Hop sebagai suatu budaya. Seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, fenomena globalisasi serta adanya sifat *consumer society* yang pada akhirnya memberikan posisi serta fungsi baru pada Hip-Hop sebagai suatu komoditas. Aktivitas komodifikasi yang merekonstruksi budaya Hip-Hop dan budaya Asia yang kompleks juga

menimbulkan potensi pendangkalan masing-masing esensi kebudayaannya. Hal tersebut terjadi sebagai akibat dari adanya penggunaan logika populer yang didorong oleh motif ekonomi-industri (profit). Namun keberadaan posisi serta fungsi pada Hip-Hop sebagai suatu komoditas pun tidak serta merta menghilangkan/mereduksi komprehensi nilai-nilai yang terkandung di dalamnya secara menyeluruh, bahkan dengan adanya proses komodifikasi yang terjadi pada suatu produk kebudayaan juga berpotensi menimbulkan lahirnya nilai-nilai baru yang bisa berdampak pada terjadinya suatu transformasi sosial.

Hal tersebut tercermin pada konsep *Asian Hip-Hop* yang digagas oleh *88Rising*. Keberadaan *88Rising* sebagai suatu *hybrid company* menimbulkan adanya keunikan tersendiri terutama dalam menghasilkan produknya. Praktik komodifikasi yang dilakukan oleh *88Rising* secara langsung memberikan nilai baru pada Hip-Hop yang juga melunturkan pemaknaan tunggal budaya Hip-Hop sebagai kebudayaan yang hanya dimiliki oleh kelompok etnis *African-American*. Secara spesifik melalui konten-konten yang diproduksi, terutama musik, *88Rising* menrekonstruksi penggambaran/stereotipe etnis Asia yang selama ini dicitrakan sedemikian rupa. Kemudian melalui *Asian Hip-Hop*, *88Rising* juga memberikan *sense of identity* yang baru pada kelompok etnis Asia hingga kelompok etnis lainnya. Hal tersebut teraktualisasi melalui *tangible* dan *intangible experiences* yang ditawarkan secara bersamaan oleh *88Rising* melalui konten-kontennya, terutama musik. Sebagai *hybrid company*, upaya pembentukan *sense of identity* tersebut merupakan salah satu keunikan *88Rising* sebagai *hybrid company* dalam menghadapi *status quo* dari dominasi kelompok etnis *African-American* pada

ruang lingkup kehidupan budaya Hip-Hop di Amerika Serikat. Dengan adanya penambahan *Asian values* dari budaya Asia dalam menambah komprehensi nilai-nilai budaya Hip-Hop yang kemudian diinternalisasi serta dimaterialisasikan oleh *88Rising*, dapat menciptakan suatu wadah serta posisi bagi kelompok etnis Asia dalam narasi kebudayaan Hip-Hop di Amerika Serikat maupun secara global.

Hal tersebut juga menyiratkan bahwa proses komodifikasi yang dilakukan oleh *88Rising* tidak serta merta mengorbankan/mendangkalkan esensi dari masing-masing unsur kebudayaan (Asia dan Hip-Hop) yang digabungkan. Akan tetapi hal tersebut juga tidak menghilangkan potensi pendangkalan tersebut secara menyeluruh. Secara permukaannya *88Rising* memang mengemas kebudayaan Asia dalam suatu kerangka logika populer. Pada konteks kehidupan sosio-kultural tentu penggunaan logika populer memberikan stimulan bagi suatu bentuk/produk budaya agar menjadi relevan dalam konteks hubungan lintas kebudayaan, namun hal tersebut juga beresiko menimbulkan adanya pemaknaan yang dangkal terhadap masing-masing budaya.

Dengan adanya pembentukan *sense of identity* yang baru, *88Rising* juga memanifestasikan sifat fleksibel budaya Hip-Hop dalam melahirkan resonansi sosial (*connective marginalities*) pada kelompok masyarakat etnis di Amerika Serikat. Kemudian melalui *Asian Hip-Hop*, *88Rising* juga semakin menegaskan Hip-Hop sebagai suatu gerakan kebudayaan global dengan mengaktualisasikan fungsi esensial budaya Hip-Hop (serta budaya populer) sebagai bentuk *lingua franca* yang mampu melampaui batasan-batasan kultural. Dalam upaya mengaktualisasikannya, tentu sebagai *hybrid company* yang berbasis media

digital, *88Rising* secara cermat menggunakan *platform* internet/digital (media sosial: YouTube, Spotify, Instagram, dll.) untuk mempenetrasikan konten-kontennya (komoditas) ke dalam kehidupan masyarakat Amerika Serikat sebagai suatu *consumer society* yang semakin terdigitalisasi. Sehingga keberadaan *88Rising* dan *Asian Hip-Hop* menjadi relevan dalam kehidupan sosio-kultural masyarakat Amerika Serikat hingga global.

Perdebatan akibat kondisi paradoks dari aktivitas komodifikasi yang problematis memang mengarah pada idealisme dan realisme mengenai keberadaan seni dan budaya dalam tatanan kehidupan masyarakat, baik dalam dimensi sosio-kultural hingga ekonomi-industri. Meski demikian, dengan merefleksikan kondisi Hip-Hop sebagai suatu gerakan kebudayaan yang kian mengglobal, serta dikaitkan dengan dimensi politik global dapat melahirkan suatu pemaknaan tersendiri. Menurut Mike Featherstone dalam buku yang berjudul “*Global culture: nationalism, globalization and modernity*”, keberadaan *global culture* secara normatif akan sulit tercapai apabila tidak ada entitas berupa *world state*<sup>133</sup>. Namun apabila kita memiliki definisi luas tentang budaya serta lebih menekankan pada proses terbentuknya, maka kita bisa merujuk pada fenomena globalisasi budaya. Kemudian kita dapat melihat adanya proses integrasi atau disintegrasi budaya yang tidak hanya terjadi pada level *inter-state* saja melainkan lebih mendekati pada sebuah proses yang melampaui unit negara dan masyarakat (*trans-state* dan *trans-societal*).

---

<sup>133</sup> Mike Featherstone, *Op.Cit*

## Daftar Pustaka

### Buku

- Cardoso, Gustavo. "Society Transition to the Network Society." Edited by Manuel Castells. In *The Network Society: From Network to Society*. Washington DC: Centre For Transatlantic Relations, 2005.
- Darajat, Irfan R., ed. *Lanskap: Mosaik Musik Dalam Masyarakat*. 2nd ed. Yogyakarta, Indonesia: LARAS, 2018.
- E., Jessica C., Gienow-Hecht. "Musical. Nation Branding on International Scenes." In *INTERNATIONAL RELATIONS, MUSIC AND DIPLOMACY: Sounds and Voices on the International Stage*. Paris, France: Series in International Relations and Political Economy.
- Storey, John. "What Is Popular Culture?" In *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction*. 5th ed. London, UK: Pearson, 2009.
- Kaufman, Joyce P. *Introduction to International Relation: Theory and Practice*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, 2013.
- Davies, Matt, and M. I. Franklin. "What Does (the Study Of) World Politics Sound Like?" In *Popular Culture and World Politics: Theories, Methods, Pedagogies*, 121-23. Bristol, United Kingdom: E-International Relations Publishing.
- Castells, Manuel. "The Information Technology Revolution." In *The Rise of Network Society*. 2nd ed. UK: Blackwell Publishing.
- Featherstone, Mike. "Global Culture: An Introduction." *SAGE Journals* 7, no. 2-3 (June 1, 1990): 4.
- Elicor, Peter. "Music and Culture Industry: Theodor Adorno and Gary Granada." *Research Gate*, October 2016.
- "Popular Culture, Media, and Globalization." In *Globalizing Intercultural Communication*, edited by Kathryn Sorrells and Sachi Sekimoto. SAGE Publications, 2015
- Earnshaw, Rae. "Digital Media Theory." In *Research and Development in Digital Media*, 3-4. Switzerland: Springer International Publishing, 2018.

Barucha, Rustom. "Creativity: Alternative Paradigm to the 'Creative Economy'." In *Cultural Expression, Creativity and Innovation*, edited by Helmut Anheier. London: Sage, 2010.

Hodkinson, Paul. *Media, Culture and Society: An Introduction*. Los Angeles: Sage, 2017.

Horn, Peter. "Mass Culture, Popular Culture, and Cultural Identity." *Culture, Civilization and Human Society* 1.

Piliang, Yasraf. "Kreativitas Dan Multiplisitas." In *Medan Kreativitas*, 26-28. 1st ed. Vol. 1. Yogyakarta, Indonesia: Cantrik Pustaka, 2019.

Piliang, Yasraf, & Jejen Jaelani. "Paradoks Budaya Populer: Budaya Industri Dan Industri Budaya.", *Teori Budaya Kontemporer: Penjelajahan Tanda & Makna*, 165-78. Yogyakarta, Indonesia: Cantrik Pustaka, 2018.

----- "Budaya Dan Subjektivitas: Konsep Diri Dalam Masyarakat Kontemporer." In *Teori Budaya Kontemporer: Penjelajahan Tanda Dan Makna*, 136-39. Yogyakarta, Indonesia: Cantrik Pustaka, 2018..

### **Jurnal**

Pratt, Andy C. "Simon Frith, Sound Effects: Youth, Leisure and the Politics of Rock N' Roll." *International Journal of Cultural Policy* 16, no. 1 (March 22, 2010): 66-67.

Bunten, Alexis C. "Sharing Culture or Selling Out? Developing the Commodified Persona in the Heritage Industry." *American Ethnologist* 35, no. 3 (2008): 380-95.

Harrison, Anthony K. "Racial Authenticity in Rap Music and Hip Hop." *Sociology Compass* 2, no. 6 (November 2008). Accessed April 20, 2019.

Taylor, Carl S., and Virgil Taylor. "Hip-Hop and Youth Culture: Contemplations of an Emerging Cultural Phenomenon." *Reclaiming Children and Youth: The Journal of Strength-based Interventions* 12, no. 4 (2004).

Motley, Carrol L., and Geraldine Rosa Henderson. "The Global Hip-Hop Diaspora: Understanding the Culture." *Journal of Business Research*, 2008, 243-53.

Ho, Christina. "Cross Cultural Collaboration: Opportunities and Challenges," , *Cosmopolitan Civil Societies: An Interdisciplinary Journal*  
<https://epress.lib.uts.edu.au/journals/index.php/mcs/article/view/1047>

- Jin, Dal Yong. "An Analysis of the Korean Wave as Transnational Popular Culture: North American Youth Engage Through Social Media as TV Becomes Obsolete." *International Journal of Communication*, 2018.
- Drache, Daniel, and Marc Froese. "The Global Cultural Economy: Power, Citizenship, and Dissent." 29-31. Accessed April 20, 2019. <http://www.yorku.ca/drache/academic/papers/DRACHE-FROESE GLOBAL CULTURAL EC FIN.pdf>.
- Balaban, Daniel J. "Culture, Industry, and Hip Hop History: The Corporate World's Role in the Development of Hip Hop." *Proquest*, 2010.
- Dunn, David J. "JOHN BURTON AND THE STUDY OF INTERNATIONAL RELATIONS: AN ASSESSMENT." *The International Journal of Peace Studies*.  
[http://www.gmu.edu/programs/icar/ijps/vol6\\_1/Dunn.htm](http://www.gmu.edu/programs/icar/ijps/vol6_1/Dunn.htm).
- Balka, Ellen. "Rethinking 'The Medium Is the Message': Agency and Technology in McLuhan's Writings." *SAGE Journals* 94, no. 1.
- Ago, Erbi. "Does Capitalism and the Culture Industry Create False Needs? A Study of Marcuse, Adorno, and Horkheimer." *Academic Journal of Business, Administration, Law and Social Sciences* 1, no. 2 (2017): 88-92. doi:10.4324/9781315251196-23.
- Alberti, Fernando G. "Can Profit and Sustainability Goals Co-exist? New Business Models for Hybrid Firms." *Journal of Business Strategy* 38, no. 1, 3-13. Diakses April 20, 2019. <https://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/JBS-12-2015-0124>.
- Silaen, H. T. "Pergeseran Fungsi Musik Di Tengah Kehidupan Masyarakat." *Cakrawala Pendidikan* 15 (November 1995): 33-35.
- Rodriguez, Jason. "Color-Blind Ideology and the Cultural Appropriation of Hip-Hop." *Journal of Contemporary Ethnography* 35, no. 6 (Desember 2006).
- Morgan, Marcyliena, and Dionne Bennet. "Hip-Hop & the Global Imprint of a Black Cultural Form." *JSTOR, Race, Inequality, & Culture*, 140, no. 2, 176-96. December 2017.
- Chang, Michelle M. "Rice and Rap: Hip Hop Music, Black/Asian American Racialization, and the Role of the U.S. Multicultural Neoliberal State." *Proquest*. 2015. Diakses Mei 17, 2019.

- Codrington, Raymond. "Hip-Hop: The Culture, the Sound, the Science / One Planet under a Groove." *Proquest*, March 2003, 153.
- Brooks, Siobhan, and Thomas Conroy. "Hip-Hop Culture in a Global Context: Interdisciplinary and Cross-Categorical Investigation." *SAGE Journals* 55, no. 1 (November 4, 2010): 3-8. Diakses Januari 30, 2019.
- Quick, Rachel K. "The Cultural Commodification of Identity: Hip-Hop Authenticity." *Proquest*, 2011. 2011.
- Kelly, and Robert F. "Culture As Commodity: The Marketing of Cultural Objects and Cultural Experiences." *ACR Special Volumes*.  
<http://www.acrwebsite.org/volumes/6719/volumes/v14/NA-14>.
- Hahn, Rudiger, and Inan Ince. "Constituents and Characteristics of Hybrid Businesses: A Qualitative, Empirical Framework." *Journal of Small Business Management*, 2016.
- Chen, Stephen. "Cultural Technology: A Framework for Marketing Cultural Exports – Analysis of Hallyu (the Korean Wave)." *International Marketing Review* 33, no. 1 (2016): 25-50.
- Aiolfi, Theo. "Is Poststructuralism Just Another Version of Constructivism? Reconsidering the Way Constructivism Is Taught in IR Theory." *International Public Policy Review* 9, no. 2 (2015).

### **Artikel Media Elektronik**

- Williams, Aaron. "It's Time To Stop Stereotyping White Rappers As Outsiders In Hip-Hop." *UPROXX*. September 26, 2017. Diakses April 20, 2019.  
<https://uproxx.com/hiphop/white-rappers-hip-hop-appropriation-appreciation-outsiders/>.
- Badan Ekonomi Kreatif Indonesia - BEKRAF. "Delegasi Indonesia Siap Tampil Di Festival SXSW 2018." diakses September 11, 2018.  
<http://www.bekraf.go.id/berita/page/8/delegasi-indonesia-siap-tampil-di-festival-sxsw-2018>.
- Blanchard, Becky. "THE SOCIAL SIGNIFICANCE OF RAP & HIP-HOP CULTURE." *The United States War on Drugs*.  
[https://web.stanford.edu/class/e297c/poverty\\_prejudice/mediarace/socialsignificance.htm](https://web.stanford.edu/class/e297c/poverty_prejudice/mediarace/socialsignificance.htm).
- Lanyon, Charley. "The Label Turning Asian Hip Hop Acts into International Stars." *South China Morning Post*. Februari 01, 2019. Diakses Mei



17, 2019.

<https://www.scmp.com/culture/music/article/2182685/88rising-label-behind-rich-brian-and-keith-ape-turning-asian-hip-hop>.

"Hybrid Business." Business Pundit. Diakses April 20, 2019.

<http://www.businesspundit.com/encyclopedia/general-business/hybrid-business/>.

Firmansyah, Rangga. "Konsep Dasar Asimilasi & Akulturasi Dalam Pembelajaran Budaya." *Telkom University*. diakses September 11, 2018.

Fitzpatrick, Frank. "WHY Music? Defining Who We Are Through Music." *HuffPost*. September 12, 2014. Diakses April 20, 2019.

[https://www.huffpost.com/entry/why-music-defining-who-we\\_n\\_3543504](https://www.huffpost.com/entry/why-music-defining-who-we_n_3543504).

Hsu, Hua. "How 88rising Is Making a Place for Asians in Hip-Hop." *The New Yorker*, March 26, 2018. Diakses Maret 20, 2019.

<https://www.newyorker.com/magazine/2018/03/26/how-88rising-is-making-a-place-for-asians-in-hip-hop>.

Chang, Jeff. "Its a Hip-Hop World." *Foreign Policy*. Oktober 12, 2009. Accessed April 20, 2019. <https://foreignpolicy.com/2009/10/12/its-a-hip-hop-world/>.

Flew, Terry. "Media Convergence." *Encyclopedia Britannica*. Agustus 17, 2017. Diakses April 20, 2019. <https://www.britannica.com/topic/media-convergence>.

Finkelman-Mahoney, Jay. "88rising Represents the Future of American Pop Culture." *The Cavalier Daily*. Desember 01, 2017. Diakses Mei 18, 2019. <https://www.cavalierdaily.com/article/2017/12/88rising-represents-the-future-of-american-pop-culture>.

Taylor, Jim. "Popular Culture: We Are What We Consume." *Psychology Today*. Diakses April 22, 2019.

<https://www.psychologytoday.com/us/blog/the-power-prime/200912/popular-culture-we-are-what-we-consume>.

Kyle, Grayson. "The Rise of Popular Culture in IR: Three Issues." *E-International Relations*. January 30, 2015. <https://www.e-ir.info/2015/01/30/the-rise-of-popular-culture-in-ir-three-issues/>.

Lu, Fei. "Why Higher Brothers Wasn't Censored by China's Government." *Paper Magazine*. Diakses September 11, 2018.

<http://www.papermag.com/higher-brothers-china-censorship-2528064793.html>.

Lynch, John. "For the First Time in History, Hip-hop Has Surpassed Rock to Become the Most Popular Music Genre, According to Nielsen." Business Insider. January 04, 2018.

<https://www.businessinsider.com/hip-hop-passes-rock-most-popular-music-genre-nielsen-2018-1/?IR=T>

Czub, Julia. "88rising – Meet the Asian Rap Collective Changing the Music Industry." NME. April 04, 2019. Diakses Mei 11, 2019.

<https://www.nme.com/blogs/88rising-meet-asian-artists-changing-music-industry-2468323>.

Varona, Rae Ann, and Klarize Medenilla. "Asian Americans in Hip-hop Discuss Authenticity and Making a Cultural Mark on the Genre." Asian Journal News. September 05, 2018. Diakses Mei 20, 2019.

<https://www.asianjournal.com/life-style/arts-culture/asian-americans-in-hip-hop-discuss-authenticity-and-making-a-cultural-mark-on-the-genre/>.

Setaro, Shawn. "88Rising Bridges The Gap Between East And West." Forbes. Desember 02, 2016. Diakses April 20, 2019.

<https://www.forbes.com/sites/shawnsetaro/2016/11/30/88rising-bridges-the-gap/>.

Smith-Strickland, Stephanie. "88Rising Founder Sean Miyashiro on Label's Rapid Success Bringing Asian Acts to Western Audiences." Billboard. Januari 24, 2018. Diakses April 20, 2019.

<https://www.billboard.com/articles/columns/hip-hop/8095024/88rising-founder-sean-miyashiro-interview>.

[*Author Removed at Request of Original Publisher*]. "Sociology: Understanding and Changing the Social World." University of Minnesota Libraries Publishing. April 08, 2016.

<http://open.lib.umn.edu/sociology/chapter/3-2-the-elements-of-culture/>

## Video

88 Rising. "Rappers React to Rich Brian Ft. Ghostface Killah, Desiigner, Tory Lanez & More." Interview. July 12, 2016. Accessed September 4, 2018. [https://www.youtube.com/watch?v=-KMBELyZ\\_sM](https://www.youtube.com/watch?v=-KMBELyZ_sM).

*Asia Rising: The Next Generation Of Hip Hop*. Diproduksi oleh Sean Miyashiro. YouTube. Diakses Mei 17, 2019.