

BAB IV

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian penulis serta menjawab permasalahan dalam penelitian seputar Perbandingan *Doujin Market* dan *Doujinshi* di Jepang dan Indonesia, kesimpulan dari penelitian ini adalah walau memiliki kesamaan visi dan misi yaitu sebagai tempat berekspresi dan berkreasi untuk para kreator muda, perbedaan antara *Doujin Market* di Jepang dan Indonesia terdapat pada skala acara yang berbeda, baik dari sejarah acara di Jepang yang sudah berkembang sejak tahun 1970 dan konten yang diperjualbelikan dalam masing-masing acara yang berbeda. Di Jepang, *Doujin Market* sudah menjadi acara reguler yang dilangsungkan setahun dua kali. Berbeda dengan *Doujin Market* di Indonesia yang waktu dan penyelenggaraannya masih sering berganti-ganti setiap tahunnya.

Perkembangan *Doujinshi* juga mempengaruhi perkembangan industri kreatif dan *Doujin Market* di Indonesia karena keduanya berkembang secara bersamaan. Karenanya beberapa kreator *doujinshi* turut serta dalam perkembangan *franchise* komik-komik Indonesia dan tidak ada diskriminasi yang terasa dalam membandingkan mana karya yang benar-benar merupakan 'komik Indonesia' seperti yang terjadi pada awal tahun 2000-an. Hingga sekarang pun industri kreatif di Indonesia masih berjalan bersama dengan *doujinshi*, terlihat dari acara-acara *talkshow* dalam Comic Frontier dengan konten yang berisikan tips-tips dan masukan untuk kreator pemula untuk memulai membuat karya mereka.

Doujinshi dan *Doujin Market* adalah satu kesatuan yang tak dapat dipisahkan, karena itu perkembangan budaya *Doujinshi* dan *Doujin Market* di Jepang dan Indonesia berkembang secara bersamaan. Budaya *Doujin Market* di Indonesia dimulai sejak tahun 2000-an, dimana pada saat itu perkembangan industri kreatif dan akses percetakan yang mudah membuat perkembangan semakin pesat. Hal yang sama terjadi di tahun 70-an di Jepang, dimana perkembangan teknik fotokopi membuat

perkembangan media cetak khususnya *manga* meningkat dengan pesat. *Doujinshi* dan *Doujin Market* di Indonesia masih berkembang hingga saat ini, karena itu dibutuhkan waktu yang cukup panjang agar *Doujin Market* di Indonesia dapat semakin besar seperti halnya *Doujin Market* di Jepang.

