

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pertukaran budaya adalah sesuatu yang sangat lumrah terjadi pada saat ini, mulai dari budaya sederhana seperti budaya busana, musik dan karya seni. Sampai dengan pertukaran budaya kompleks yang meliputi budaya sikap, tingkah laku dan cara berpikir. Budaya pada saat ini sudah menjadi salah satu komoditas yang bisa “dijual” oleh suatu negara kepada dunia untuk bisa dipelajari ataupun diterapkan di negara/komunitas mereka sebagai bentuk diplomasi dan alat politik demi keuntungan negara.

Istilah budaya berasal dari kata *buddhayah* yang merupakan bentuk jamak dari *buddhi*, berarti budi atau akal sehingga budaya dapat diartikan sebagai hal-hal yang menyangkut budi dan akal (Koentjaraningrat, 1980). Sir Edward Taylor (dalam Soekanto, 2003) memperjelas arti budaya yaitu keseluruhan pengetahuan, keyakinan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat dan semua kemampuan dan kebiasaan yang diperoleh seseorang sebagai anggota masyarakat. Budaya terbagi menjadi budaya tradisional dan budaya modern. Budaya tradisional adalah budaya asli dari kelompok, daerah dan negara. Warisan dari nenek moyang dan dipertahankan secara turun temurun. Biasanya, Budaya tradisional memiliki nilai religius dan spiritual yang tinggi, serta memiliki arti/makna yang dalam terhadap kehidupan sehari-hari.

Sedangkan budaya modern adalah budaya yang lahir dari kemajuan jaman dan teknologi. Budaya ini lahir dari inovasi dan kebiasaan yang dilakukan oleh manusia. Budaya modern juga bisa lahir dari perpaduan dua budaya yang berbeda, baik itu antar sesama budaya modern, ataupun dengan budaya tradisional. Budaya modern biasanya berasal dari luar, bisa dari luar daerah maupun negara lain. Budaya ini diadaptasi oleh penduduk lokal dan bercampur dengan budaya mereka.

Menurut Marshall (1998) pada masyarakat yang sederhana biasanya hanya terdapat satu bentuk budaya utuh (*integrated culture*) yang diusung oleh semua anggota masyarakat. Sedangkan pada masyarakat yang kompleks entitas budaya ini memiliki lapisan yang banyak meliputi budaya dominan dan beragam sub-sub budaya. Budaya modern merupakan budaya yang bisa dimiliki/dianut/ditekuni oleh semua orang. Hal ini dikarenakan budaya modern merupakan *secondary culture* dari seseorang yang mereka ambil, temukan dan mereka adaptasi di kehidupan sehari-hari dan menyatu dengan budaya awal. Contohnya seperti orang yang memiliki adat Jawa yang kental akan tradisi, religius dan memiliki jiwa spiritualitas yang tinggi juga memiliki budaya modern seperti penggunaan gadget terbaru atau menyukai selera musik modern. Budaya modern tentu saja menjadi sesuatu yang menarik dan merupakan budaya yang paling sering diambil dan disukai oleh seseorang, baik karena memang budaya modern itu cocok dengan selera atau karena memang dia suka dengan budaya tersebut dikarenakan menarik dan cocok dengan hobi atau karakter mereka.

Pop culture atau budaya pop merujuk kepada budaya populer dari sebuah negara. Budaya-budaya ini mayoritas adalah budaya yang lahir dari kemajuan teknologi dan budaya yang beradaptasi dengan kehidupan modern. Menurut Sullivan, dkk (1996) segala produk budaya yang secara sengaja dibuat sesuai selera orang kebanyakan dapat disebut sebagai budaya populer. Budaya ini diikuti oleh orang-orang secara masif dan memberikan sebuah produk yang berupa fenomena, ide, perspektif dan perilaku. Budaya populer juga merupakan

budaya yang bergantung kepada teknologi informasi, terutama internet sebagai media penyebarannya. Menurut Sullivan, budaya populer adalah sebuah bentuk budaya yang diikuti atau disukai oleh banyak orang.

Budaya populer Jepang atau juga sering disebut dengan J-POP merupakan salah satu budaya modern yang paling populer di dunia, J-POP berfokus pada seri Animasi, Komik/Manga, Musik, Idol Grup dan Band. Penggemar dari J-Pop secara umum disebut dengan sebutan Otaku. Otaku sendiri memiliki beberapa pengertian dari segi bahasa dan penggunaan. Dari segi etimologi, “*Otaku*” merupakan kata untuk Idul merujuk untuk kata ganti orang kedua, sedangkan kata “*Otaku*” dari segi pengertian secara bahasa slang dan modern merujuk kepada orang-orang yang menggemari, menyukai atau menekuni hal-hal yang berbau budaya modern Jepang. Seperti Anime, Idol Grup, Band dan produk merchandise dari Jepang. Jadi, orang yang menyukai produk dan atau menjadikan budaya J-POP sebagai hobi disebut dengan Otaku.

Penggemar dari budaya ini pun memiliki berbagai julukan tergantung dengan hobi/jenis budaya Jepang yang mereka sukai, seperti Cosplayer untuk yang menyukai Cosplay atau Wota untuk mereka yang menyukai Idol Grup. Ada juga jenis-jenis Otaku menurut jenis produk budaya Jepang populer yang mereka ikuti, seperti Anime Ota yang merupakan kependekan dari Anime Otaku, merujuk kepada orang-orang yang menyukai Anime. Anime adalah serial animasi dari Jepang yang berasal dari kata Animation. Cosplay Ota untuk yang menyukai atau melakukan hobi Cosplay. Cosplay berasal dari kata *Costume Player*, merupakan hobi untuk memakai aksesoris, baju dan *make up* yang berasal dari karakter animasi, komik/manga dan berpose atau berakting sesuai dengan pembawaan karakter tersebut. Gunji Ota yang menyukai hal-hal berbau militer, seperti senjata, kendaraan tempur dan game perang dan Figure Ota adalah orang yang menyukai mainan *action figure* dari serial animasi yang mereka sukai, seperti Gunpla (*Gundam Plastic Model*) adalah hobi mengoleksi model dari berbagai jenis Gundam.

Banyak sekali pernyataan bagaimana budaya J-POP bisa menyebar dengan sangat luas, terutama di Indonesia. Beberapa alasannya seperti adanya kedekatan nilai ketimuran dan sejarah antara Jepang dan Indonesia, Jepang sebagai negara yang maju secara teknologi tetapi tetap mengangkat nilai budaya tradisionalnya memberikan rasa kagum dan hormat dari negara lain dan adanya rencana Jepang menggunakan serial Plastik animasi dan komik dari Jepang sebagai salah satu produk atau media diplomasi.

Sedangkan dalam budaya J-POP, dengan banyaknya serial animasi, drama dan komik dari Jepang yang beredar dan tayang di Indonesia pada tahun 90-an, memberikan sebuah pengalaman dan kenangan masa kecil yang sulit untuk dilupakan. Berdasarkan hasil dari pra-survey yang peneliti lakukan, alasan budaya J-POP sangat populer di Indonesia adalah karena keunikan dan kepuasan yang didapat dari media dan produknya. Seperti Anime yang mempunyai berbagai genre, mulai dari *Historical* sampai dengan *Science Fiction* dan *Fantasy* memberikan sebuah media bagi penggemar untuk berimajinasi. Penayangan anime pun selalu berganti tiap musim, sehingga penggemar budaya J-POP selalu mendapatkan anime baru. Hal ini juga yang memberikan JPOP kelebihan dalam hal konsistensi media dan produk dan medianya.

Dari hasil pra survey, beberapa responden mengaku telah menyukai budaya J-POP mulai dari bangku sekolah menengah pertama. Responden mengetahui tentang budaya J-POP karena dikenalkan oleh teman sekelas yang telah lebih dahulu menyukai budaya ini dan media pertama yang membuat narasumber menyukai budaya J-POP adalah Anime. Semakin waktu

berjalan, narasumber semakin tertarik dengan budaya J-POP, tidak hanya menonton Anime tetapi juga merambah ke media dan bidang lain.

Responden tidak hanya menyukai Anime, komik atau musik dari budaya JPOP tetapi juga menyukai perkembangan teknologi dan sistem pendidikan yang ada di Jepang. Dengan menyukai budaya J-POP, responden telah mendapatkan relasi, informasi dan perubahan pikiran dan pandangan yang drastis, seperti pemikiran yang lebih terbuka tentang kebebasan berekspresi, pendidikan seksual, kreativitas dan imajinasi serta kemajuan teknologi.

Dari tulisan di atas, akan muncul pertanyaan, bagaimana pula budaya ini bisa menarik banyak penggemar dari berbagai negara dan budaya, dan bagaimana budaya Jepang populer sebagai budaya modern bisa menjadi hobi dan berdampingan dengan berbagai jenis budaya. Karena menjadi tantangan tersendiri bagi budaya modern dari suatu negara atau kelompok bisa bercampur dan dianut oleh orang dari negara dan budaya yang berbeda. Tentu karena adanya perbedaan budaya pasti akan muncul sebuah halangan/hambatan bagi sebuah budaya bisa diterima oleh seseorang. Budaya tradisional yang merupakan budaya yang ada sejak lahir dan diterapkan di kehidupan seseorang tidak akan bisa dihilangkan begitu saja demi mengambil sebuah budaya baru. Hal yang sering terjadi adalah, budaya baru akan menjadi *secondary culture* atau budaya yang diadaptasi oleh seseorang sebagai hobi atau kesukaan yang mana akan berdampingan dengan budaya tradisional mereka.

Proses internalisasi pesan budaya baru ini adalah sebuah fenomena yang sangat lumrah terjadi pada era modern sekarang. Karena besar dan cepatnya penyebaran dari sebuah budaya modern melalui media serta mulai terbukanya pemikiran tentang budaya luar. Proses internalisasi pesan budaya baru tentu memiliki tahapan tersendiri, mulai dari sumber budaya tersebut, bagaimana individu menemukan dan terekspos budaya tersebut dan bagaimana mereka bisa menerima budaya tersebut ke dalam kehidupan mereka. Alasan dan bagaimana individu menerima sebuah budaya baru juga memiliki keterikatan dengan budaya tradisional mereka dan bagaimana mereka mengadopsi budaya baru. Budaya baru yang diambil oleh seseorang pasti akan mengubah perilaku dan cara mereka memandang sebuah masalah, baik itu masalah sosial pribadi sampai dengan interaksi sosial.

Adanya interaksi antar dua budaya ini menjadi sebuah komunikasi kelompok yang mana memiliki tujuan untuk bisa memahami dan beradaptasi satu sama lain, dengan mengambil hal-hal yang menguntungkan dari kedua budaya untuk mendapatkan sebuah kepuasan dan ketenangan saat kedua budaya dianut oleh seseorang. Budaya tradisional yang memiliki pesan tata krama, spiritual dan religius sangat berbeda dengan budaya Jepang populer yang mana bersifat kebebasan individu dan pemikiran yang sangat terbuka akan teknologi dan kemajuan zaman, salah satu yang paling contohnya mengenai budaya berpakaian dan seksualitas. Budaya tradisional Indonesia yang cenderung konservatif dan menganggap pembahasan tentang seks adalah sesuatu yang tidak sopan jika dibicarakan secara terbuka dan umum sangat berbeda dengan budaya Jepang populer yang mana dalam produk dan medianya menggunakan ketertarikan seksualitas sebagai salah satu media promosi dan desain produk atau karakter.

Kota Malang, kota yang memiliki banyak keberagaman budaya dikarenakan banyaknya pendatang dari berbagai daerah telah menjadi sebuah kota dengan tingkat keberagaman budaya yang tinggi. Mayoritas pendatang juga merupakan kalangan mahasiswa yang menempuh pendidikan. Kota Malang sendiri bisa dikatakan sebagai salah satu sentral budaya *Otaku*, ini bisa dibuktikan dengan banyaknya komunitas dan acara yang diadakan, mulai dari komunitas Cosplay seperti Cosplay Malang, komunitas budaya Jepang di kampus dan sekolah-sekolah

dari Kota Malang. Serta event Budaya Jepang yang rutin diadakan, seperti Daisuki Japan dan Utsuru Festival.

Kota Malang yang memiliki banyak pendatang dari berbagai daerah merupakan sebuah kota dengan tingkat keberagaman budaya yang tinggi, memiliki keberagaman kultur dan banyak terjadi percampuran budaya. Ditambah lagi dengan mayoritas pendatang adalah anak muda yang memiliki ketertarikan dengan budaya baru akan menambah intensitas terjadinya sebuah interaksi antara penggemar budaya populer Jepang melalui komunikasi kelompok.

Berdasarkan data yang dikumpulkan oleh SURYAMALANG.com, angka pertumbuhan jumlah mahasiswa di Kota Malang mencapai rata-rata 5-10% per tahunnya. Yang mana, angka ini didominasi oleh mahasiswa yang datang dari luar daerah Malang, contohnya seperti yang ada di Universitas Muhammadiyah Malang, yang mana 70% dari mahasiswanya berasal dari luar daerah Kota Malang.

Dari Malangtoday, pada tahun 2018, ada lebih dari 22.687 mahasiswa baru yang masuk ke Kota Malang melalui SNMPTN dan SBMPTN yang tersebar ke 7 Perguruan Tinggi Negeri atau Swasta yaitu Universitas Negeri Malang (UM), Universitas Brawijaya (UB), Politeknik Negeri Malang (Polinema), Universitas Widyagama, Institut Teknologi Nasional (ITN), Universitas Merdeka (Unmer), dan Universitas Islam Malang (Unisma). Berdasarkan data dari tahun 2016, dari lima perguruan tinggi besar, jumlah total mahasiswa aktif di Malang mencapai 131.000 mahasiswa yang didominasi oleh mahasiswa dari luar daerah.

Dari penjelasan diatas, peneliti sangat tertarik untuk mempelajari dan mencari tahu bagaimana proses dari seorang individu menginternalisasikan pesan budaya Jepang modern dan budaya otaku ke dalam kehidupan sehari-hari.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana proses terjadinya internalisasi pesan budaya Jepang populer melalui komunikasi kelompok di kalangan mahasiswa komunitas otaku Kota Malang?

1.3. Fokus Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, serta untuk memudahkan arah dan tujuan dari penelitian ini, maka peneliti akan memfokuskan penelitian dalam poin-poin berikut.

- a. Bagaimana proses komunikasi kelompok pada internalisasi pesan budaya jepang?
- b. Pesan apa yang didapat oleh komunikan sehingga menyukai budaya Jepang populer?
- c. Halangan atau hambatan apa saja yang dialami oleh komunikan saat menerima budaya Jepang populer?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada di atas, maka penelitian ini akan memiliki tujuan sebagai berikut.

- a. Dapat mengetahui tahapan internalisasi budaya melalui komunikasi kelompok penggemar budaya populer Jepang
- b. Dapat mengetahui pesan apa yang didapat oleh komunikan sehingga menyukai budaya Jepang populer.
- c. Dapat mengetahui halangan dan hambatan apa saja yang dialami oleh komunikan saat menerima budaya Jepang populer.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1.1.1. Manfaat Teoritis

Hasil Penelitian ini dapat digunakan sebagai:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai sumbangan pemikiran dan pengetahuan dalam studi Ilmu Komunikasi, terutama dalam hal komunikasi kelompok
2. Menjadi sebagai salah satu bahan acuan dalam penelitian bidang komunikasi, terutama penelitian komunikasi kelompok.
3. Menjadi salah satu kajian penulisan ilmiah berkenaan tentang komunikasi kelompok budaya populer Jepang dan bagaimana komunikasi tersebut bisa terjadi di kalangan penggemar suatu budaya.

1.1.2. Manfaat Praktis

Hasil Penelitian ini dapat memberikan manfaat:

1. Bagi peneliti, penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai apa yang dikaji, serta dapat memperoleh pengalaman dalam kegiatan penelitian.
2. Bagi pembaca, hasil penelitian dapat memberikan informasi secara tertulis maupun sebagai referensi mengenai komunikasi kelompok dan prosesnya dalam sebuah komunitas.