



GAYA HIDUP KOMUNITAS PENCINTA BUDAYA JEPANG DI KALANGAN MAHASISWA UNNES (STUDI KASUS PADA KOMUNITAS JAICO)

Angga Wahyu Adi Pratomo✉

Jurusan Sosiologi Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:
Diterima November 2012
Disetujui Desember 2012
Dipublikasikan
Januari 2013

Keywords:
Lifestyle;
A community of japanese
culture lovers;
Student

Abstrak

Komunitas pencinta budaya Jepang merupakan salah satu wadah berkumpulnya para remaja dengan penampilan yang khas dan unik yang berbeda dengan komunitas-komunitas lainnya. Dengan penampilan anggotanya yang unik, potongan rambut asimetris serta pakaian yang cenderung berwarna mencolok dengan pernak-pernik yang menempel disana-sini, membuat mereka sangat mudah untuk dikenali. Japan Independent Community (JAICO), merupakan salah satu komunitas pencinta budaya Jepang yang terdapat di Universitas Negeri Semarang (UNNES). Jaico beranggotakan para mahasiswa UNNES serta masyarakat luar yang memiliki kesamaan minat dan hobi yaitu budaya Jepang. Keberadaan komunitas seperti JAICO mampu menarik minat mahasiswa UNNES untuk bergabung di dalamnya. Terutama bagi mereka yang pada dasarnya memang menyukai budaya Jepang. Dengan metode penelitian kualitatif. Dan berlokasi di UNNES, penulis ingin mengetahui latar belakang mahasiswa mengikuti gaya hidup budaya pop Jepang, motivasi mereka bergabung dalam komunitas pencinta budaya Jepang, dan gaya hidup komunitas pencinta budaya Jepang itu sendiri. Kebanyakan dari mereka mengikuti budaya pop Jepang karena dianggap unik dan menarik. Keberadaan media serta teman sebaya memberi pengaruh besar dalam memotivasi mahasiswa untuk bergabung dalam komunitas. Mereka mengikuti gaya hidup budaya pop Jepang yang dianggap menarik dan berbeda yang terlihat dari gaya rambut dan gaya berpakaian yang di adopsi dari para artis Jepang.

Abstract

Community lover of Japanese culture is one of the teenagers gathering place with a distinctive and unique appearance that is different from other communities. With the appearance of its members a unique, asymmetrical haircuts and clothes tend to be brightly colored with trinkets attached here and there, making them very easy to recognize. Japan Independent Community (Jaico) is one of the community who are lovers of Japanese culture at Semarang State University (UNNES). Jaico member UNNES students and outsiders who have the same interests and hobbies that Japanese culture. The existence of such communities Jaico UNNES able to attract students to join in it. Especially for those who basically do like the Japanese culture. With qualitative research methods. And located in UNNES, the author would like to know the background of students attend Japanese pop culture lifestyle, their motivation to join the community of lovers of Japanese culture, and community lifestyle lovers of Japanese culture itself. Most of them follow the Japanese pop culture because it is unique and interesting. The presence of media and peer influence in motivating students of the community to join. They follow the lifestyle of Japanese pop culture that are considered interesting and different look of the hairstyles and clothing styles are in the adoption of Japanese artists.

© 2013 Universitas Negeri Semarang

✉ Alamat korespondensi:
Gedung C7 Lantai 1 FIS Unnes
Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229
E-mail: unnessosant@gmail.com

PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini, setiap kebudayaan luar bisa bebas masuk. Tetapi, setiap budaya luar yang akan masuk, harus disaring terlebih dahulu, apakah budaya tersebut layak untuk masuk dan berkembang di negeri kita. Perkembangan yang begitu pesat membawa banyak perubahan, salah satunya pada gaya hidup. Lewat media yang ada, yaitu internet dan televisi, membawa perubahan pada gaya hidup, nilai maupun norma yang ada di masyarakat.

Dalam Antropologi, gaya hidup didefinisikan sebagai pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia dalam masyarakat yang dapat diamati dan yang memberikan identitas khusus pada golongan itu (Suyono, 1985). Bagi sebagian besar masyarakat Indonesia masa kini, penampilan dan juga gaya hidup menjadi sesuatu yang sangat penting.

Selama beberapa tahun terakhir Budaya pop jepang menjadi sangat digemari oleh remaja. Demam budaya pop jepang ini membuat remaja-remaja di Indonesia membentuk sebuah komunitas pecinta budaya jepang tersebut. Harajuku style istilah yang biasanya menjadi sebutan untuk gaya berpakaian dan gaya rambut bagi komunitas pecinta budaya Jepang sekarang ini sering juga digunakan oleh artis-artis ataupun band-band Indonesia (www.kompasmedia.com).

Harajuku sebenarnya adalah nama sebuah tempat antara Shinjuku dan Shibuya di Tokyo, Jepang. Daerah tersebut adalah tempat berkumpulnya anak-anak muda jepang yang ingin mengekspresikan hobinya (www.Wikipedia.com, 14 April 2012). Dandanan yang nyentrik dengan rambut asimetris dan pakaian yang cenderung berwarna mencolok, menjadi ciri khas harajuku style. Selain harajuku style, budaya pop Jepang lainnya seperti cosplay, anime, film, komik, dan lain-lain.

Masuknya budaya pop Jepang di Indonesia membuat semakin banyak komunitas pecinta budaya Jepang yang berkembang di kota-kota besar. Salah satunya yaitu di kota Semarang. Di kota Semarang sendiri terdapat beberapa komunitas pecinta budaya Jepang.

Salah satu komunitas tersebut adalah Japan Independent Community (JAICO). Japan Independent Community (JAICO) adalah sebuah komunitas pecinta budaya jepang yang anggotanya mahasiswa Universitas Negeri Semarang (UNNES) dari berbagai jurusan dan Universitas lain serta siswa SMA di Semarang. Tempat berkumpulnya komunitas ini adalah di Universitas Negeri Semarang (UNNES), tepatnya di gazebo B 4 Fakultas Bahasa dan Seni.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dimana peneliti menggambarkan fenomena yang diperoleh kemudian menganalisisnya dalam bentuk kata-kata guna memperoleh suatu kesimpulan (Moleong, 2002:189). Peneliti menggambarkan gaya hidup komunitas pencinta budaya Jepang yang meliputi gaya rambut, gaya pakaian, pergaulan, aliran musik, dan ideologi hidup.

Lokasi penelitian ini dilakukan pada komunitas pecinta budaya jepang yang berada di sekitar kampus Universitas Negeri Semarang (UNNES), Kelurahan Sekaran, Kecamatan Gunung Pati, Kota Semarang. Secara lebih spesifik peneliti menjumpai para anggota komunitas pencinta budaya Jepang (Jaico), ditempat biasa mereka berkumpul yaitu di kampus Fakultas Bahasa dan Seni (FBS), tepatnya di gazebo B4. Subyek yang ada dalam penelitian ini adalah komunitas pencinta budaya jepang yaitu "jaico (Japan Independent Community)" yang berada di Universitas Negeri Semarang (UNNES), kelurahan Sekaran, Kecamatan Gunung Pati, Kota Semarang.

Dalam suatu penelitian perlu menggunakan metode pengumpulan data yang tepat. Hal ini dilakukan agar data yang diperoleh objektif. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode observasi, wawancara, dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran umum komunitas Jaico

Komunitas pencinta budaya Jepang Jaico yang pertama membawa pengaruh budaya Jepang di lingkungan kampus Universitas Negeri Semarang (UNNES). Komunitas Jaico berdiri pada tanggal 14 Mei 2009 oleh mahasiswa-mahasiswa Universitas Negeri Semarang (UNNES) yang memang menyukai budaya Jepang. Dengan jurusan yang berbeda-beda juga, mereka sepakat membentuk komunitas yang akhirnya dinamai Jaico. Pertama yang mempunyai ide untuk membuat komunitas adalah sebuah band indie beraliran musik Jepang yaitu Neko yang anggotanya dari berbagai jurusan seperti Rista (PJKR), Kris (Geografi), Agus (Geografi), Hengky (Manajemen), dan Aan (Sendratasik). Kemudian mereka bertemu dengan mahasiswa jurusan lain yang memang menyukai budaya Jepang yaitu Kiky (Bahasa Jepang), Nita (Bahasa Jepang), dan Tora (Teknik Sipil).

B. Latar belakang mahasiswa menyukai budaya pop Jepang

Kebanyakan anggota komunitas Jaico mengenal budaya Jepang dari mereka menonton televisi. Berbagai acara televisi yang ditayangkan, seperti kartun Jepang membuat anggota komunitas Jaico mengenal budaya Jepang dan tertarik untuk mendalaminya. Pada akhirnya, produk-produk yang berasal dari Jepang banyak dicari dan digemari oleh anggota komunitas pencinta budaya Jepang. Contohnya seperti handphone, ada anggota komunitas Jaico yang sampai memesan handphone dari Jepang. Ini disebabkan karena ketertarikannya akan barang atau produk yang biasa digunakan artis dalam suatu film atau drama Jepang. Biasanya produk tersebut, contohnya handphone memang menyponsori suatu film atau drama Jepang.

Sejalan dengan teori gaya hidup menurut Chaney (dalam, Subandy, 1997), ada beberapa bentuk gaya hidup, salah satunya yaitu iklan gaya hidup. Di dalam era globalisasi informasi seperti sekarang ini, yang berperan besar dalam membentuk budaya citra (image culture) dan

budaya cita rasa (taste culture) adalah gempuran iklan yang menawarkan gaya visual.

Iklan yang muncul dalam sela-sela acara budaya Jepang yang ada dalam televisi ataupun drama Jepang yang biasa ditonton anggota komunitas Jaico, membuat anggota komunitas Jaico tertarik menggunakan produk tersebut dan membentuk gaya hidupnya sendiri yang timbul akibat menggunakan produk-produk budaya baru. Dikarenakan artis yang mereka sukai menggunakan produk iklan tertentu, membuat anggota komunitas pencinta budaya Jepang merasa bangga karena memakai produk yang sama dan gaya hidup tersebut terus berkembang sejalan dengan maraknya budaya pop Jepang.

Selain memang menyukai budayanya yang khas, anggota komunitas Jaico juga menyukai pernik-pernik yang berhubungan dengan budaya Jepang, seperti kostum cosplay, action figure (mainan replika dari tokoh kartun Jepang), aksesoris-aksesoris pelengkap cosplay, dan lain-lain.

C. Motivasi mahasiswa ikut dalam komunitas Jaico

Ada berbagai alasan mahasiswa tertarik untuk mengkonsumsi budaya Jepang, seperti beberapa alasan yang ditemukan oleh peneliti :

1. Pengaruh media

Alasan mahasiswa menyukai dan tertarik terhadap budaya Jepang karena adanya pengaruh dari media terutama televisi. Dari media televisi mahasiswa mengetahui budaya Jepang lewat acara-acara televisi yang berisi budaya Jepang. Acara televisi yang sangat mempengaruhi mahasiswa menyukai budaya Jepang yaitu lewat film kartun Jepang atau yang biasa disebut anime. Dari menonton anime tersebut individu tertarik terhadap karakter atau tokoh dan budaya yang ada didalam anime tersebut. Karakter-karakter dengan pakaian dan gaya rambut yang menarik serta kebiasaannya membuat individu menyukainya. Karakter tokoh dan setting budaya Jepang asli membuat individu mengetahui budaya Jepang. Selain anime, drama dari Jepang juga digemari dan

membuat individu menyukai budaya Jepang dan tahu lebih banyak tentang budaya tersebut.

Dengan maraknya media internet sekarang ini, membuat individu mudah untuk mengakses dan mencari tahu segala hal lewat media ini. Selain dari televisi, anggota komunitas Jaico juga mendownload anime dari internet. Begitu juga dengan pernak-pernik yang berbau budaya Jepang. Dari media ini individu mengetahui beragam budaya yang berasal dari Jepang.

2. Pengaruh teman sebaya

Selain dari media, alasan mahasiswa menyukai dan tertarik dengan budaya Jepang yaitu karena pengaruh dari teman sebaya. Karena tertarik melihat kebiasaan teman seperti perilaku, gaya rambut, gaya berpakaian, musik, akhirnya individu masuk ke dalam komunitas tersebut.

Pengaruh teman sebaya menentukan mahasiswa atau individu masuk ke dalam komunitas pencinta budaya Jepang. Karena dalam setiap proses interaksi yang ada di dalam masyarakat selalu terdapat unsur saling mempengaruhi.

Dasar proses interaksi yaitu : pertama, faktor imitasi, yaitu dorongan untuk meniru orang lain. Kedua, faktor sugesti, yaitu pengaruh psikis yang timbul dari dirinya sendiri maupun dari orang lain, yang pada umumnya diterima dan diyakini tanpa adanya daya kritik. Ketiga, faktor identifikasi yaitu dorongan-dorongan yang timbul dalam diri seseorang untuk menjadi sama (identik) dengan orang lain. Keempat, faktor simpati, yaitu suatu perasaan tertarik pada orang lain. (Soekanto, 2002;63)

Dari penjelasan di atas, anggota komunitas Jaico dalam interaksi dan juga gaya hidupnya juga menerapkan proses interaksi tersebut. Pertama yaitu imitasi. Anggota komunitas Jaico dalam gaya hidupnya, terutama dalam hal penampilan. Anggota komunitas Jaico dalam hal penampilan banyak yang meniru artis-artis Jepang yang memang mereka sukai dan unik penampilannya. Kedua yaitu faktor sugesti, bahwa anggota komunitas Jaico banyak yang terpengaruh oleh film drama

Jepang dan juga film kartun Jepang. Bahkan dalam perilaku dan gaya berbicaranya pun terpengaruh dari tontonan tersebut. Ketiga yaitu identifikasi. Anggota komunitas Jaico yang dalam kegiatannya sering menirukan karakter-karakter dari tokoh kartun Jepang, dimana mereka harus membuat diri mereka menjadi semirip mungkin dengan karakter yang mereka tiru, baik dalam hal penampilan maupun perilaku. Keempat yaitu faktor simpati. Banyak juga anggota komunitas Jaico yang mengubah penampilannya karena melihat anggota lain dan tertarik untuk mengikuti penampilannya.

D. Gaya Hidup Komunitas Jaico

a. Aktualisasi Dalam Bentuk Penampilan Fisik

Harajuku style muncul pertama di Jepang oleh anak-anak muda Jepang yang pada awalnya merupakan simbol pemberontakan terhadap budaya dan gaya berbusana di Jepang.

Ciri yang sangat khas dari komunitas Jaico adalah penampilan para anggotanya yang terbilang unik yaitu gaya rambut dengan potongan yang unik dan gaya berpakaian yang berbeda dengan masyarakat umumnya. Gaya rambut asimetris dengan warna yang mencolok dan pakaian yang berwarna-warni dengan aksesoris yang menempel di baju maupun celana membuat anggota komunitas Jaico terlihat unik dan berbeda.

Sejalan dengan teori gaya hidup, menurut Chaney (dalam Subandy, 1997) gaya hidup memiliki beberapa bentuk, salah satunya yaitu publik relations dan journalism gaya hidup. Dalam budaya konsumen, identitas menjadi suatu sandaran "aksesori fashion". Wajah generasi baru yang dikenal sebagai anak-anak E-generation, menjadi seperti sekarang ini, dianggap terbentuk melalui identitas yang diilhami selebriti (celebrity inspired identity). Untuk kostum sendiri, anggota komunitas Jaico meniru dari artis-artis Jepang, misalnya dari anggota band atau penyanyi Jepang. Begitu juga dengan gaya rambutnya yang khas. Mereka membuatnya agar penampilan mereka menjadi semirip mungkin dengan artis yang disukainya. Dengan make up, dan perilaku yang memang dibuat mirip dengan artis Jepang, membuat nilai

tambah bagi komunitas pencinta budaya Jepang. Apalagi yang memang ikut lomba cosplay. Dari penampilan fisik sampai perilaku harus dibuat semirip mungkin dengan karakter yang mereka tiru.

b. Kegiatan Komunitas Jaico

Kegiatan yang biasa dilakukan oleh komunitas Jaico yaitu kumpul rutin yang dilakukan seminggu sekali pada hari Kamis, bertempat di Gazebo B4 Fakultas Bahasa dan Seni. Selain hanya kumpul rutin, komunitas Jaico juga sering mengikuti acara-acara budaya Jepang yang diselenggarakan oleh Universitas maupun sekolah-sekolah.

Berkumpul membentuk suatu kelompok merupakan naluri dasar manusia. Apalagi mereka yang mempunyai tujuan yang sama dan juga pikiran yang sama, pasti akan secara alamiah ingin membentuk suatu kelompok. Dan kelompok yang mereka bentuk akan memperlihatkan simbol-simbol khusus yang membuat identitas dari kelompok mereka itu.

c. Koleksi Dari Anggota Komunitas Jaico

Selain mempunyai kostum cosplay, anggota komunitas Jaico juga mempunyai koleksi lainnya yaitu berupa video musik, anime (film kartun Jepang), manga (komik Jepang), dan juga action figure (miniatur karakter dari anime). Kebanyakan koleksi yang berbentuk video atau film adalah hasil tukar-menukar dengan anggota komunitas Jaico yang lainnya. Sedangkan mengadakan action figure memang mereka membelinya satu-persatu, yang akhirnya menjadi banyak. Untuk koleksi berupa action figure dapat dibeli di toko pernak-pernik Jepang maupun di on-line shop.

Sejalan dengan teori gaya hidup, menurut Chaney (dalam Idi Subandy, 199) ada beberapa bentuk gaya hidup, salah satunya yaitu gaya hidup hedonis. Gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak bermain, senang pada keramaian, senang membeli barang-barang mahal yang disenanginya, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian. Anggota komunitas Jaico juga

menerapkan pola hidup seperti itu pada kehidupan sehari-harinya. Mencari kesenangan dengan ikut dalam lomba cosplay dan membeli pernak-perniknya seperti membeli action figure dan lain-lain.

SIMPULAN

Setelah diadakan penelitian secara mendalam tentang Gaya Hidup Komunitas Pencinta Budaya Jepang di Kalangan Mahasiswa UNNES (Studi Kasus pada Komunitas Jaico) di Kampus UNNES, Sekaran, Kecamatan Gunung Pati, Kabupaten Semarang, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Munculnya komunitas pencinta budaya Jepang disebabkan karena banyaknya media yang menayangkan informasi dan tayangan-tayangan mengenai budaya Jepang yang membuat individu terhegemoni akan segala sesuatu yang bernuansa Jepang. Hegemoni terhadap budaya pop Jepang ternyata juga mempunyai tingkatan pada setiap subjek. Proses penyerapan informasi dari media tergantung dari latar belakang mereka yang nantinya membedakan proses penerimaannya. Disini terjadi pemilihan mana budaya yang cocok diterapkan dan mana yang harus dibuang. Gaya berpakaian ala Jepang banyak berpengaruh pada anggota komunitas pencinta budaya Jepang. Karena dianggap unik dan menarik.

2. Gaya hidup komunitas pencinta budaya Jepang yang meliputi gaya berpakaian, gaya rambut, kegiatan yang dilakukan, serta aliran musik, membuat komunitas pencinta budaya Jepang terlihat berbeda dan unik dilihat dari cara berpakaian, gaya rambut, serta kegiatan yang dilakukannya lewat acara-acara yang bernuansa Jepang yang berkembang dengan adanya asimilasi budaya lewat adanya kostum Jepang yang dipadukan dengan unsur budaya Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi. 1996. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka cipta.

- Chaney, David. 1996. *Lifestyle :Sebuah Pengantar Komprehensif*. Terjemahan Routledge. Yogyakarta : Jalasutra
- Koentjaraningrat. 2002. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Moleong, Lexi. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Subandi, Idi. 2000. *Lifestyle Ecstasy. Kebudayaan Pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*. Jakarta: Jalasutra
- Suyono, Ariyono. 1985. *Kamus Antropologi*. Jakarta: Akademika Pressindo
- _____, *Budaya Jepang*, <http://wikipedia>.
- _____, *harajuku style*, <http://kompasmedia>.
- _____, *cosplay*, <http://japanholic>.