

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Naluri manusia untuk selalu hidup dengan orang lain disebut sebagai *gregariousness*, oleh sebab itu manusia kemudian disebut sebagai *social-animal* (hewan sosial). Istilah *social-animal* terdiri dari dua suku kata yaitu *social* dan *animal*, di mana hewan dalam hal ini mengandung makna sebagai makhluk yang memiliki naluri untuk hidup bersama atau berkelompok. Pada hakikatnya, manusia terlahir, hidup, tumbuh, dan mati berada dalam sebuah komunitas kecil yang mendasari komunitas berikutnya dalam kehidupan manusia itu sendiri yaitu sebuah keluarga. Komunitas tersebut berperan penting dalam membentuk kepribadian seorang manusia, dalam pengembangan organisasi sosial dan sosialisasi (Nasdian, 2015:115).

Komunitas sosial sangatlah penting bagi masyarakat luas dan anggotanya. Hal ini dikarenakan melalui perilaku yang teratur dan dapat diperkirakan, grup-grup membentuk fondasi bagi masyarakat yang akan tumbuh di atasnya. Suatu grup sosial sendiri terdiri dari dua atau lebih orang yang saling berinteraksi dan mengenali diri mereka sendiri sebagai suatu unit sosial yang berbeda. Interaksi yang kerap mengakibatkan orang-orang saling berbagi nilai dan keyakinan. Adanya berbagai kesamaan dan interaksi yang kerap menyebabkan mereka saling mengidentifikasi satu dengan lainnya. Identifikasi dan keterlekatan, pada gilirannya, akan menstimulasi interaksi yang semakin sering dan intensif. (Nasdian, 2015:116)

Interaksi yang terjadi dalam sebuah komunitas itulah yang kemudian disebut sebagai situasi komunikatif. Situasi komunikatif (*communicative situation*) merupakan konteks terjadinya komunikasi, situasi bisa tetap sama meskipun lokasinya berubah atau bisa berubah dalam lokasi yang sama apabila aktivitas-aktivitas yang berbeda berlangsung di tempat tersebut pada saat yang berbeda. Situasi yang sama bisa mempertahankan konfigurasi umum yang

konsisten pada aktivitas dan ekologi yang sama di dalam komunikasi yang terjadi, meskipun terdapat perbedaan dalam jenis interaksi yang terjadi di sana (Zakiah, 2008).

Ketika berbicara mengenai komunikasi sebagai serangkaian proses penyampaian pesan antara komunikator dan komunikan, tidak terelakkan terdapat nilai-nilai yang terkandung dari setiap pesan yang disampaikan. Dalam penjelasan ini, dapat dikatakan bahwa proses komunikasi berlangsung dalam konteks kemajuan pada era globalisasi yang telah membawa berbagai informasi melalui perangkat teknologi ke seluruh dunia yang kemudian dapat memengaruhi masyarakat sebagai khalayak komunikan.

Tren yang ada di dunia pada masa sekarang tidak terlepas dari peranan komunikasi sebagai alat yang digunakan untuk menyampaikan berbagai pesan, ideologi dan nilai kehidupan. Tidak dapat dilupakan bahwa setiap proses komunikasi mengandung motif yang melatarinya begitu juga fenomena pesan-pesan yang diterima berupa tren yang diterima dari negara-negara lain, salah satu contohnya adalah adanya *pop culture* yang telah merambah masuk dan menyatu dengan kebudayaan asli suatu negara.

*Pop culture* atau biasa disebut budaya populer adalah suatu fenomena yang terjadi di kalangan masyarakat yang disalurkan melalui media massa. Budaya populer disalurkan serta diperkenalkan kepada masyarakat melalui bidang industri khususnya komunikasi seperti; televisi, film, radio, internet, dan lain sebagainya. Berbagai bentuk budaya populer ada disekitar kita, seperti; barang-barang elektronik, musik, majalah, pakaian, makanan, dan minuman. Demi mencapai ‘popularitasnya’ budaya populer telah mempengaruhi seluruh kalangan masyarakat mulai dari anak-anak, remaja, hingga dewasa dan tidak mengenal batasan ras, agama, pendidikan, pekerjaan, dan-lain-lain.

Hal ini sesuai dengan konsep *global village* yang dirumuskan oleh Marshal McLuhan karena secara sadar maupun tidak sadar, kita sudah dengan mudahnya terhubung dengan segala macam informasi yang berasal dari belahan dunia manapun. Selain itu, dengan mudah kita berinteraksi dan mendapatkan nilai-nilai budaya baru akibat interaksi tersebut, baik itu interaksi secara langsung maupun

tidak langsung. Maka dari itu, setiap negara satu dengan lainnya akan saling memberikan pengaruh satu dengan lainnya, termasuk bagaimana suatu budaya akan memberikan pengaruh terhadap budaya lainnya (Ridaryanthi, 2014).

Indonesia sebagai negara yang multikultural yang rentan akan masuknya *pop culture* dari berbagai belahan negara di dunia salah satunya adalah dari negara Jepang. Jepang adalah salah satu negara maju di asia baik di bidang teknologi, ekonomi, maupun industri. *Anime, Manga, Cosplay*, dan Musik *J-pop* adalah wujud industri *pop culture* negara Jepang yang paling banyak diminati kaum remaja dan dewasa di dunia termasuk di negara Indonesia.

Masuknya budaya populer Jepang ke Indonesia yang kemudian mendapatkan respon aktif dan positif dari masyarakat Indonesia terutama kalangan muda mendorong terbentuknya suatu kelompok penggemar yang bernama *fandom (fan kingdom)*. *Fandom* adalah sekelompok penggemar sub-kultur yang biasanya fokus menggemari seorang artis, sebuah hobi tertentu, gaya berpakaian atau fashion, dan lain-lain. Otaku adalah sebutan kepada kelompok penggemar khususnya terhadap anime dan manga. Otaku adalah istilah bahasa Jepang yang memiliki makna menggemari suatu hobi tertentu. Namun, pengertian otaku dipersempit dan dikhususkan kepada penggemar anime dan manga saja. Di negara Jepang, otaku memiliki makna stereotip yang buruk karena seorang otaku dianggap terlalu menekuni dan mencintai hobinya tersebut.

Pada penelitian ini komunitas pecinta Jepang yang akan dijadikan objek penelitian adalah komunitas CO.JP.GRESS. Komunitas CO.JP.GRESS adalah salah satu dari sekian banyaknya kelompok penggemar yang ada di Indonesia, tidak hanya menggemari anime dan manga saja. Namun juga, memiliki hobi ber-*cosplay*, mengoleksi lagu genre J-pop, game, action figure, dan lain-lain yang berasal dari Jepang. Peneliti menilai bahwa komunitas CO.JP.GRESS memiliki keunikan tersendiri. Keunikan tersebut tampak dari segi organisasional komunitas tersebut. Di mana komunitas CO.JP.GRESS yang berada di kota Gresik ini merupakan kelompok yang terbuka.

Komunitas CO.JP.GRESS yang merupakan kelompok terbuka ini menjadikan dalam komunitas tersebut individu dapat dengan leluasa keluar masuk

menjadi anggota kelompok. Selain itu, anggotanya yang baik, ramah, dan lebih terbuka terhadap orang lain termasuk anggota baru yang masuk atau bergabung kedalam komunitas. Agenda kegiatan komunitas CO.JP.GRESS yakni kumpul atau *gathering* dengan sesama anggota setiap minggu, diskusi kelompok, beramah-tamah, dan aktif berpartisipasi dalam setiap event Jepang maupun event non-Jepang baik di kota Gresik maupun diluar kota Gresik demi unjuk kebolehan dan eksistensi mereka.

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini ingin mengetahui lebih jauh terkait dengan komunikasi yang terjalin di dalam komunitas tersebut. Penelitian ini ingin menggambarkan seperti apakah mereka, bagaimana mereka berinteraksi terhadap sesama anggota komunitas, dan bagaimana mereka berinteraksi terhadap masyarakat luas.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Bentuk Aktualisasi Budaya Jepang Pada Komunitas CO.JP.GRESS di kota Gresik?”.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Mengacu pada perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah “Untuk Mengetahui Bentuk Aktualisasi Budaya Jepang Pada Komunitas CO.JP.GRESS di kota Gresik”.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada para pembacanya. Adapun manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Kegunaan Teoritis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap kajian komunikasi khususnya terkait dengan kajian Studi Deskriptif Aktualisasi Budaya. Selain itu, temuan dari penelitian ini juga diharapkan

dapat memberikan pemahaman terkait dengan studi deskriptif aktualisasi budaya jepang pada suatu komunitas.

## 2. Kegunaan Praktis

Selain kegunaan teoritis, hasil dari penelitian ini secara praktis diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan sumber referensi bagi penelitian selanjutnya dalam melakukan pengembangan lebih lanjut terhadap topik penelitian yang sejenis dengan penelitian ini.

### 1.5 Batasan Masalah

Untuk menjaga konsistensi pembahasan penelitian ini, maka ruang lingkup permasalahan akan dibatasi sebagai berikut:

1. Objek penelitian merupakan sebuah komunitas pecinta budaya populer Jepang yang bernama CO.JP.GRESS yang terletak di kota Gresik.
2. Penelitian ini hanya akan memberikan gambaran seperti apa aktualisasi diri komunitas CO.JP.GRESS terhadap sesama anggota maupun terhadap masyarakat luas.
3. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber.
4. Hasil akhir dari penelitian ini berupa observasi, dan wawancara. Sehingga bias dalam membuat kesimpulan, kadangkala dalam pengumpulan data tidak memperoleh data yang memadai.