

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya arus informasi dan teknologi, berbanding lurus dengan jumlah pertukaran budaya yang terjadi di dunia ini. Salah satu negara yang gencar melakukan transfusi kebudayaannya adalah Negara Jepang. Masuknya berbagai budaya asal negeri sakura yang mengincar segmentasi anak muda, telah membawa banyak sub budaya populer baru yang diantaranya adalah wibu. wibu sendiri lahir dari akibat kurangnya interaksi dan kebiasaan orang Jepang yang sangat menggemari satu hal yang mereka anggap menarik.

Kehidupan wibu berbeda dari remaja-remaja lainnya, wibu merupakan istilah yang menuju kepada seseorang yang bukan berasal dari Jepang dan selalu merasa dirinya orang jepang atau bahkan lebih mengakui kebudayaan Jepang daripada budayanya sendiri mulai dari anime, manga, sampai bahasa. Singkatnya para wibu ini bisa dibilang teropsesi dengan segala hal yang berbau Jepang. Mereka mencoba untuk bertingkah seperti orang Jepang. Mereka sesekali mengadakan pertemuan khusus

untuk para pecinta film anime atau biasa disebut wibu, biasanya tempat berkumpul mereka di daerah Daan Mogot.

Wibu menyukai 5 bidang, yaitu: manga, musik, *games*, *fashion* dan anime
Penulis memfokuskan Penelitian kepada dua bidang yang disukai oleh wibu, yakni



anime, dan *fashion*. wibu sendiri merupakan tipe wibu yang dalam kesehariannya sangat menyukai film animasi asal Jepang dan gaya hidup orang Jepang.

Menjadi seorang wibu dan memiliki kecenderungan untuk meluangkan banyak waktu dalam menjalankan hobi yang dimilikinya, tentunya merupakan pilihan hidup yang di dalamnya terdapat dorongan dari orang-orang terdekat terutama keluarga. Keluarga yang salah satu anggota keluarganya memilih menjadi seorang wibu, memberi akses hiburan seperti televisi dan internet yang begitu terbuka kepada anggota keluarga tersebut untuk mendapatkan apapun yang mereka inginkan. Sehingga interaksi anggota keluarga pun berkurang secara kuantitas ataupun kualitas. Kontrol untuk membatasi hiburan yang masuk sudah sulit untuk di kendalikan. Ketika filter tersebut tidak bekerja, sedangkan anggota keluarga tersebut merasa bahwa hiburan yang masuk sudah menjadi bagian yang penting dari hidup mereka dan bahkan wibu anime merasa bahwa itulah zona nyaman yang mereka miliki, maka jalan seorang wibu pun menjadi terbuka lebar.

Seorang wibu dengan tingkatan seperti diatas dapat disebabkan oleh banyak faktor dorongan. Salah satunya mereka merasa bahwasanya lingkungan di sekitar mereka tidak mampu untuk membaca dan memahami makna di balik ke wibu an yang dimilikinya. Sehingga tidak ada dukungan ataupun pencegahan yang diberikan. Ini merupakan salah satu alasan mengapa mereka memilih untuk sedikit menarik diri dari kehidupan sosial yang mereka miliki. Jika remaja merasa tidak layak secara sosial, mereka dapat menarik kembali dan selanjutnya memperkuat gambaran tentang ketidakcukupan mereka.

Wibu merupakan remaja laki-laki maupun perempuan yang umumnya berusia antara 15-29 tahun. Ketika usia wibu yang sudah bisa disebut menginjak tahap dewasa, mereka masih gandrung akan tontonan film kartun yang notabene disajikan untuk kepentingan anak-anak.

Ketidakmampuan seorang wibu dalam menyampaikan makna kepada lingkungan sekitar inilah yang menyebabkan munculnya berbagai tanggapan mengenai wibu itu sendiri. wibu di pandang sebagai orang yang gagal dalam menjalani tahap demi tahap dalam kehidupan sosial. Hal ini cenderung membuat wibu semakin menutup diri dari lingkungannya dan semakin mengalihkan perhatiannya pada dunia anime, manga, ataupun game yang mampu mengakomodir segala bentuk kekecewaan mereka terhadap lingkungannya. Tentunya hal ini menambah panjang dari rangkaian sebuah gagalnya proses komunikasi dalam interaksi sosial yang dilakukan oleh para wibu.

Munculnya berbagai pandangan tentang wibu, ternyata memunculkan pula sisi psikologis unik yang tumbuh dalam diri mereka. Wibu secara tekun dan ulet terus menggali informasi tentang idola mereka ataupun cerita selanjutnya tentang anime yang mereka senangi. Tidak jarang, mereka menghabiskan sumber daya yang mereka miliki seperti uang dan waktu untuk berburu barang-barang yang dapat memenuhi kesenangan mereka.

Meskipun wibu yang berasal dari Indonesia tidak seperti wibu yang berasal dari Jepang, kondisi sosial yang ada di masyarakat Indonesia yang semakin kurang peduli satu sama lain akan memicu remaja yang suka terhadap budaya Jepang yang terus berkembang dari waktu ke waktu. Rasa keingintahuan yang semakin berkembang dan tidak terbandung, akan benar-benar menghasilkan sebuah obsesi wibu dengan dunianya hingga cenderung menutup diri karena merasa gagal dengan keadaan sosial yang ada di sekitarnya.

Menjadi seorang wibu ditengah budaya Indonesia yang penuh dengan interaksi langsung antar sesama manusia, tentunya menjadi satu tantangan tersendiri bagi seorang wibu. Wibu yang pada dasarnya memilih fokus dengan apa yang menjadi kesenangannya dan berusaha menghabiskan sumber daya yang mereka miliki untuk memuaskan hobi mereka, dituntut untuk bisa beradaptasi dengan budaya yang telah lama hadir ditengah pranata sosial ditempat mereka tinggal.

Masyarakat sekarang lebih condong dan menyukai budaya baru yang bukan budaya asli Negara dimana mereka tinggal. Dimana mereka menganggap budaya baru tersebut lebih bagus, hebat, maupun keren. Hal tersebut sejalan ketika masyarakat mulai meinggalkan budaya aslinya. Di barengi dengan maraknya budaya-budaya dari luar yang bisa menghipnotis khalayak, karena dianggap budaya baru dan modern.

Budaya baru tersebut telah merasuki masyarakat dari berbagai kalangan terutama remaja yang kemudian mereka sudah banyak yang melupakan budaya asli negaranya, dan lebih memilih budaya baru tersebut. Diantaranya adalah maraknya budaya Jepang

yang saat ini menjamur di Negara Indonesia yang membuat budaya asli Indonesia semakin terkikis dan bahkan kemungkinan bisa ditinggalkan oleh masyarakat Indonesia itu sendiri, karena budaya asli tersebut dianggap budaya kuno yang ketinggalan zaman. Bahkan banyak masyarakat yang enggan melestarikan dan mempelajari budaya asli Indonesia, yang seharusnya budaya tersebut di lestarikan karena termasuk aset bangsa Indonesia.

Pada awalnya kajian tentang budaya populer tidak terlepas dari peran Amerika Serikat dalam memproduksi dan menyebarkan budaya populer, antara lain melalui televisi, *McDonald*, *Hollywood*, dan industri animasi mereka (*Walt Disney*, *Looney Toones*, dll). Namun perkembangan selanjutnya memunculkan negara-negara lain yang juga berhasil menjadi pusat budaya populer seperti Korea, Hongkong, dan Jepang.

Budaya populer sendiri merupakan efek dari globalisasi. Globalisasi merupakan fenomena khusus yang bergerak terus dalam masyarakat global dan merupakan bagian dari proses manusia global itu sendiri. Globalisasi meleburkan budaya barat dan budaya timur menjadi satu dan tidak akan pernah terpisah. Hal ini yang memudahkan Jepang sebagai budaya populer lebih cepat dan mudah menyebar keseluruh dunia.

Fenomena wibu yang terjadi di Indonesia khususnya di daerah Daan Mogot Cengkareng Jakarta Barat. Wibu mampu mempengaruhi gaya hidup remaja wibu yang dipengaruhi. Jika diperhatikan remaja yang meniru gaya budaya populer Jepang mulai dari cara berpakaian, cara berkomunikasi dengan menggunakan bahasa-bahasa budaya

Jepang seperti *Arigato* “Terimakasih”, *iee* “Tidak”, *Hai* “Iya”, *Itadakimas* “Selamat makan” dan mereka lebih menganggap bahwa makanan khas Jepang itu lebih keren dan elegant, sampai-sampai makanan khas budayanya sendiri pun dibilang kuno dan sebagainya.

Rasa keingintahuan seorang wibu akan budaya Jepang dapat dilihat dari semakin aktifnya menggunakan internet karena internet salah satu akses mereka dalam mengetahui perkembangan komik atau film terbaru. Remaja yang menyukai budaya Jepang tidak hanya mengikuti *fashion*nya saja, melainkan mereka juga senang memakan makanan khas Jepang, contohnya Sushi, Sashimi, Mie Ramen dan mengikuti acara-acara yang berbau dengan budaya Jepang. Remaja yang mengikuti berbagai kegiatan yang berbau dengan budaya Jepang seperti halnya mengikuti festival Jepang, yang merupakan event budaya Jepang yang didalamnya terdapat surga bagi para wibu dimana barang yang mereka inginkan ada di sana seperti merchandise anime Jepang, makanan khas Jepang, dan lain-lain yang membuat remaja wibu lebih mengenal budaya Jepang.

Gaya hidup seorang wibu yang meniru gaya budaya Jepang ini membuat remaja menjadi korban mode. Dari korban mode itu membuat remaja membeli apa saja yang mereka sukai saat datang ke event-event tertentu yang berbau budaya Jepang. Mereka tidak segan-segan membeli barang yang harganya lumayan tinggi seperti miniature, makanan khas Jepang dan sebagainya. Perilaku tersebut membuat seorang wibu cenderung hanya meniru apa yang mereka lihat sehingga muncul perilaku imitasi terhadap remaja yang meniru gaya berpakaian orang Jepang.

Aktivitas yang dilakukan disadari oleh keinginan mereka sendiri akan perasaan puas yang timbul setelahnya. Pengekspresian anime sendiri sudah menjadi aktivitas yang tak bisa dihindari dalam kehidupan sehari-hari, bahkan apabila penggemar tersebut sudah berada pada taraf fanatik maka apabila dalam satu hari tidak menonton, atau mengonsumsi hal-hal yang berkaitan dengan anime terasa ada yang kurang.

Kecintaan terhadap film anime dan *fashion* membuat seorang wibu tidak segan-segan untuk menghabiskan waktu dan biaya yang tidak sedikit bagi kegiatan kegemaran mereka bersama para penggemar lainnya. Mereka membeli pakaian layaknya remaja Jepang dan jika remaja wibu sedang menonton anime mereka seakan punya dunia sendiri yang membuat remaja wibu menjadi kurang interaksi dengan orang lain. Tidak hanya di rumah remaja wibu menonton anime, terkadang jika remaja wibu sedang berkumpul dengan remaja yang bukan seorang wibu mereka malah menonton anime atau membaca manga yang membuat komunikasi menjadi terhambat. Aktivitas yang remaja wibu lakukan lebih berbicara mengenai kenikmatan yang dicapai.

Para remaja wibu khususnya di Daan Mogot Cengkareng Jakarta Barat yang menggemari anime dan *fashion* mempunyai cara sendiri dalam menunjukkan pada masyarakat jika identitas mereka sebagai penggemar anime atau biasa disebut wibu. Mereka menunjukkan baik dari gaya hidup, bahasa yang digunakan dan sebagainya untuk dapat menunjukkan bahwa mereka adalah penggemar anime Jepang.

Rasa cinta mereka terhadap budaya populer Jepang bukan hanya ditunjukkan melalui perilaku pengonsumsi yang dilakukannya, remaja wibu di Daan Mogot

Cengkareng Jakarta Barat yang menyukai anime dan *fashion* Jepang itu sendiri sesekali mereka berkumpul dan membicarakan tentang anime atau hal-hal yang berbau dengan budaya populer Jepang dan menunjukkan keeksitensian anime Jepang di lingkungan mereka.

Berdasarkan dari uraian diatas membuat saya tertarik untuk meneliti fenomena gaya hidup remaja wibu pada budaya populer Jepang melalui anime dan *fashion*.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Dengan mengacu kepada latar belakang yang dipaparkan diatas maka pertanyaan untuk penelitian ini :

1. bagaimana fenomena gaya hidup remaja wibu pada budaya populer Jepang melalui anime dan *fashion* ?
2. Mengapa remaja wibu lebih banyak menyukai budaya populer Jepang ?

1.3 Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. untuk mengetahui fenomena gaya hidup remaja wibu pada budaya populer Jepang melalui anime dan *fashion*.
2. Untuk lebih mendalami bagaimana remaja wibu bisa lebih banyak menyukai budaya populer Jepang.

1.4 Manfaat Penelitian

Peneliti berharap dari penelitian yang dilakukan, dapat memiliki banyak manfaat. Manfaat penelitian terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Memberikan kontribusi terhadap berkembangnya ilmu-ilmu sosial, khususnya ilmu komunikasi yang berbasis pada pengembangan budaya asing
2. Dapat dipakai sebagai acuan bagi penelitian-penelitian sejenis untuk tahap selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan dalam memahami fenomena merabaknya remaja wibu akibat globalisasi dan cara menghadapinya
2. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang gaya hidup budaya populer Jepang.

