

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam mempelajari ilmu antropologi, salah satu bahan kajian utama adalah kebudayaan (*cultural studies*). Menurut John Storey (2006:2), *cultural studies* senantiasa merespon kondisi politik dan historis yang berubah dan selalu ditandai dengan perdebatan, ketidaksetujuan dan intervensi. ‘Budaya’ dalam *cultural studies* lebih didefinisikan sebagai politis, yaitu ranah konflik dan pergumulan, ketimbang secara estetis. Objek kajian dalam *cultural studies* bukanlah budaya yang didefinisikan dalam pengertian yang sempit, yaitu sebagai objek seni tinggi atau sebagai sebuah proses perkembangan estetis, intelektual dan spiritual; melainkan budaya yang dipahami sebagai teks dan praktik hidup sehari-hari.

Budaya pop seringkali didefinisikan sebagai budaya yang disukai banyak orang atau budaya rendah, yaitu praktik budaya yang tidak mampu memenuhi syarat budaya tinggi sebab budaya pop dianggap sebagai dampak dari produksi massal, sedangkan budaya tinggi adalah hasil kreativitas individu. Budaya pop juga dikatakan sebagai budaya yang berasal dan dipraktikkan dari rakyat untuk rakyat (Storey, 2003:10-18). Maka, dapat disimpulkan bahwa walaupun *cultural studies* tidak secara khusus membahas budaya pop, namun tak dapat disangkal bahwa budaya pop merupakan bagian dari *cultural studies*.

Melalui label “*The Cool Japan*” disimpulkan segala jenis manifestasi dari budaya pop Jepang—dari komik Jepang (*manga*), *anime*, dan game hingga kuliner, fashion, arsitektur, dan J-Pop—(Navarro-Remesal & Lopez, 2015). Industri game merupakan salah satu industri besar di Jepang yang telah memiliki sejarah panjang. Pengembangan industri game Jepang telah

dimulai sejak tahun 1973, tetapi kesuksesan industri ini dimulai pada tahun 1980-an dan memasuki era keemasan di tahun 1990-an.

Dewasa ini, industri game Jepang memiliki pendapatan secara domestik sebesar US\$ 12,5 milyar (setara dengan RP 176 triliun), menempati peringkat ke-3 di dunia hanya disaingi oleh Cina dan Amerika (Newzoo, 2017). Game tidak hanya menjadi kekuatan ekonomi Jepang di era modern tetapi juga sebagai produk kultural dalam penyebaran transnasional kebudayaan Jepang. Misalnya, New York Times (2016) melansir nilai saham Nintendo sempat naik 3% setelah Perdana Menteri Jepang, Shinzo Abe, menghadiri upacara penutupan Olimpiade di Rio Janeiro dalam kostum *Super Mario*. Kira-kira, sebesar itulah pengaruh industri game Jepang dalam skala internasional.

Pada tahun 2015 silam, penulis menyaksikan tren penggunaan *hashtag* atau tanda pagar #カタナ女子 (*Katana Joshi*) di media sosial Twitter. Secara etimologis *Katana Joshi* memiliki makna Wanita Pedang. Istilah ini digunakan oleh sekelompok *otaku* wanita yang memiliki antusiasme terhadap pedang tradisional Jepang (*katana*) untuk menyebut dirinya sendiri. Kegiatan para *Katana Joshi* ini dimulai dari mengoleksi *katana* tiruan, mengunjungi museum-museum yang memajang *katana*, hingga mengambil foto bersama *katana* untuk diunggah ke media sosial. Tren ini terasa sangat janggal bagi masyarakat Jepang bukan karena wanita tidak boleh menyukai *katana* tetapi karena objek antusiasme yang jauh dari kata feminim tersebut. Selain itu, seperti di Indonesia, menyukai sejarah bisa dikatakan hobi orangtua bukan anak muda.

Katana merupakan senjata tradisional Jepang yang kerap kita lihat dalam berbagai buku, ilustrasi dan media digunakan oleh *samurai*. *Samurai* merupakan golongan prajurit Jepang yang muncul pada sekitar abad ke-13 dan memegang kontrol atas kekuatan politik Jepang selama berabad-abad. Pada awalnya, prajurit di Jepang lebih dikenal dengan istilah *bushi* (武士), diambil dari aksara Cina yang memiliki arti laki-laki melek aksara dan/atau lengan (Davis and Hamilton, 2006).

Apabila *katana* untuk pria, maka *naginata* adalah untuk wanita. *Naginata* merupakan salah satu senjata tradisional Jepang lain yang menyerupai tombak. Di zaman peperangan, *naginata* lebih diasosiasikan dengan senjata wanita untuk melindungi rumah dan keluarganya. Artinya, secara historis lebih masuk akal apabila wanita tertarik dengan *naginata* dibandingkan dengan *katana* yang lebih masuk ke ranah maskulinitas.

Beberapa tahun sebelum fenomena *Katana Joshi*, telah lebih dulu ada fenomena *Reki-jo* atau yang secara harafiah berarti Wanita Sejarah. *Otaku* wanita jenis ini memiliki ketertarikan terhadap sejarah, terutama tokoh-tokoh *samurai* terkenal berkat pengaruh dari game konsol (Playstation 2) berjudul *Sengoku Basara* yang mengilustrasikan tokoh-tokoh *samurai*, sebagai pria-pria tampan. Bisa dikatakan, fenomena *Katana Joshi* dapat muncul berkat antusiasme terhadap sejarah yang telah ada sebelumnya.

Ketenaran tagar dan rasa penasaran warga ini kemudian ikut menarik perhatian beberapa stasiun TV untuk memecahkan misteri di balik fenomena *Katana Joshi* ini. Melalui salah satu program televisinya mereka mewawancarai beberapa wanita yang terlihat tengah mengapresiasi *katana* di sebuah museum. Ketika ditanya alasannya, jawaban yang diberikan adalah pengaruh game bernama *Touken Ranbu –ONLINE–* (berikutnya akan disebut sebagai *Touken Ranbu*) yang sedang mereka mainkan.

Touken Ranbu merupakan salah satu jenis game komputer berbasis web browser dan permainan berjenis F2P (*Free to Play*) dimana pemain dapat memainkan game secara gratis dengan pilihan untuk membeli barang di dalam game. Ciri khas dari jenis game web browser adalah game tersebut dapat dimainkan tanpa mesin (*hardware*) seperti konsol ataupun program (*software*) khusus untuk menjalankan game seperti kaset/CD game. Untuk memainkan game web browser, seseorang hanya perlu memiliki aplikasi untuk menjelajah internet seperti Internet Explorer, Google Chrome, Mozilla Firefox, dsb serta akses internet. Di zaman dengan kemudahan akses internet seperti sekarang ini, game web browser tidak lagi eksklusif jenis game

komputer terlebih lagi telepon genggam jenis terbaru manapun sudah memiliki aplikasi penjelajah internet.

Game *Touken Ranbu* memiliki tema fantasi dengan latar futuristik. Dikisahkan bahwa pemain berasal dari masa depan, kemudian diutus untuk pergi ke masa lalu demi menumpas teroris yang berniat untuk mengubah sejarah. Untuk mengalahkan pasukan teroris ini, pemain tidak bertarung sendirian. Pemain memiliki kemampuan untuk menghidupkan *katana* (benda mati) menjadi sosok pemuda tampan yang disebut dengan *Touken Danshi* (Pria Pedang). Karakter *Touken Danshi* yang muncul di game ini merupakan personifikasi dari *katana-katana* bersejarah terkenal.

Kisah yang menjadi latar belakang dari game berhenti cukup sampai di situ. Selanjutnya, pemain hanya akan menjalankan misi-misi menelusuri masa lalu untuk mengalahkan musuh tanpa adanya cerita, hanya pengenalan pendek yang menjelaskan era tempat berlangsungnya misi atau dialog pendek antar *Touken Danshi* yang memiliki koneksi dengan insiden bersejarah di era tersebut. Singkatnya, pemahaman latar tempat dan waktu seluruhnya bergantung pada pengetahuan sejarah pemain. Selain itu, *Touken Danshi* sendiri hanya memiliki satu set dialog yang secara otomatis akan diucapkan tergantung dengan situasi. Dialog ini tidak akan bertambah maupun berkurang terkecuali perusahaan memutuskan untuk mengubah satu atau dua dialog.

Selain itu, walaupun dikatakan sebagai sebuah “game”, sistem permainan *Touken Ranbu* nyaris tidak dapat dikatakan sebagai sebuah permainan karena kuasa penuh pemain hanya sebatas pada pemilihan dan penempatan karakter dalam tim, pengelolaan barang-barang dalam game dan pemilihan gambar latar belakang halaman menu utama. Sistem lainnya dijalankan dengan RNG (*Random Number Generator*) dimana segala sesuatu ditentukan secara acak, misalnya untuk mendapatkan *Touken Danshi* baru kita harus memilih menu menempa atau maju ke medan peperangan. Hasil tempaan ditentukan secara acak, begitu pula dengan pedang yang didapatkan

ketika berhasil menang di medan peperangan. Saat maju ke medan peperangan pun, rute yang diambil seringkali ditentukan secara acak. Tidak ada cara jitu untuk mendapatkan *Touken Danshi* yang diinginkan, hanya ada pilihan untuk mencoba maju ke medan perang/menempa secara terus menerus sampai berhasil mendapatkan *Touken Danshi* yang diinginkan (*grinding*) atau membeli barang yang dapat membantu menaikkan probabilitas tetapi itupun tidak menjadi jaminan.

Maka, baik dari segi cerita maupun sistem permainan dapat dikatakan bahwa game *Touken Ranbu* memiliki beberapa kekurangan sebagai sebuah permainan. Namun pada kenyataannya, dalam kurun waktu hanya 1 tahun dari sejak perilisannya, jumlah pemain *Touken Ranbu* telah mencapai angka satu juta pemain (Netorabo; 2016). Pada bulan Maret 2016, *Touken Ranbu* melebarkan sayapnya dengan perilisan versi *mobile* game bernama *Touken Ranbu –ONLINE– Pocket*. Dewasa ini, jumlah pemain telah melebihi angka 2 juta pemain di versi browser dan 5 juta pemain di versi *mobile* (Spice; 2018). Pada tahun 2018, *Touken Ranbu* menduduki peringkat 5 “Produk Kategori Servis dengan Pendapatan Terbanyak” dengan angka 15 miliar Yen atau setara dengan 1.9 triliun Rupiah (Nijimen, 2019). Angka ini termasuk tinggi mengingat game komputer bisa dikatakan sektor tertinggal di tengah industri game negara Jepang. Di tahun 2016, pendapatan di sektor game komputer hanya mencakup 10% dari total pendapatan dalam negeri industri game (Newzoo).

Berkat kepopulerannya, *Touken Ranbu* telah diangkat ke dalam berbagai macam media. Misalnya 3 adaptasi *anime* berseri, yaitu *Touken Ranbu: Hanamaru* (2016), sekuelnya *Zoku Touken Ranbu: Hanamaru* (2018) yang ditangani oleh studio Koga Dobo dan *Katsugeki/Touken Ranbu* (2017) yang ditangani oleh studio Ufotable. Film layar lebar *Touken Ranbu: The Movie* (2019). Drama panggung *Touken Ranbu Stage* (2016 - sekarang) dan drama panggung musikal *Touken Ranbu Musical* (2015 - sekarang). Di luar itu, *Touken Ranbu* juga telah dijual dalam berbagai bentuk produk dimulai dari aksesoris seperti bros/lencana, gantungan kunci, boneka, poster, hingga

figurine yang seluruhnya ikut dikonsumsi oleh *Katana Joshi* secara berkesinambungan dalam mengonsumsi *Touken Ranbu* sebagai sebuah game.

Antusiasme *Katana Joshi* juga sering diberitakan memberikan dampak positif dalam upaya pelestarian kebudayaan dan sejarah. Museum-museum lokal yang memamerkan koleksi pedang bersejarah mengalami peningkatan jumlah pengunjung yang drastis (Iwaguchi, 2018). Kontribusi paling besar yang dilakukan oleh *Katana Joshi* adalah melakukan penggalangan dana untuk merestorasi pedang bersejarah yang rusak atau menghilang; di antaranya adalah Hotarumaru, Yagen Tousei, Mikazuki Munechika dan yang paling tinggi Ishikirimaru dengan terkumpulnya dana nyaris 8 kali lipat dari target yakni 79 juta Yen, setara dengan 10 miliar Rupiah (Loveridge, 2019). Semua pedang yang direstorasi merupakan karakter yang telah muncul di dalam game.

Popularitas *Touken Ranbu* ikut memberikan dampak positif untuk segala media yang berhubungan dengan pedang Jepang. Pada bulan Maret 2015, Penerbit Takarajima mengumumkan bahwa buku kumpulan gambar katana berjudul *Nihon-ken* terbitan perusahaannya terjual sebanyak 320,000 jilid, separuh dari pembelinya adalah wanita dengan 38% di antaranya adalah wanita berusia 20-30 tahun (PR Times, 2018). Majalah Chou Chou Aliis terbitan bulan Desember 2015 merilis artikel mengenai rutinitas olahraga yang gerakan-gerakannya mengambil inspirasi dari game *Touken Ranbu* (Green, 2015).

Bagi penulis yang juga seorang pemain game, popularitas game *Touken Ranbu* merupakan suatu hal yang misterius. Penulis dapat akui bahwa kualitas grafis mulai memerankan peran besar dalam menentukan popularitas game, tetapi yang dimaksud di sini adalah kualitas grafis 3D yang membuat pemandangan di game terlihat seperti dunia nyata layaknya efek komputer yang umumnya kita temukan di film-film layar lebar seperti robot-robot di Transformers ataupun dinosaurus di Jurassic World bukan kualitas grafis dalam artian karakter yang memanjakan mata. Kualitas grafis juga mulai

disorot berkat kecanggihan teknologi yang terus meningkat sehingga grafis yang terlihat nyata lebih banyak diminati sementara grafis seperti *anime/manga* mulai ditinggalkan karena dianggap inferior.

Grafis yang bagus pun masih tidak menjamin sebuah game akan populer. Sebaliknya, game yang terlalu berfokus pada grafis tanpa sistem permainan serta cerita yang menarik akan mendapatkan kritik yang lebih tajam dibandingkan dengan game yang memiliki sistem permainan dan cerita yang menarik walaupun dengan grafis yang tidak terlalu maksimal. *Touken Ranbu* yang tidak memiliki satupun dari elemen ini anehnya dapat menjadi sangat populer bahkan memiliki fans (*Katana Joshi*) yang dengan setia senantiasa mengkonsumsi berbagai macam produk dari game ini. Berawal dari sinilah rasa penasaran penulis untuk mengangkat topik fenomena *Katana Joshi* ini sebagai bahan penelitian.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah di atas, maka penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Game *Touken Ranbu* sebagai penyebab munculnya fenomena *Katana Joshi*
2. Hubungan antara *Katana Joshi*, *otaku* dan game *Touken Ranbu*
3. Kekurangan-kekurangan *Touken Ranbu* sebagai sebuah game
4. Kontradiksi antara kekurangan game *Touken Ranbu* dengan popularitasnya
5. Perilaku konsumsi pemain game *Touken Ranbu*

1.3. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini tidak kehilangan fokus dari variabel yang akan diteliti, penulis membatasi permasalahan pada faktor-faktor yang mendukung popularitas yang kemudian mendukung perilaku konsumsi pemain *Touken Ranbu*.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apa saja faktor-faktor yang mendukung popularitas *Touken Ranbu*?
2. Bagaimana faktor-faktor tersebut mempengaruhi perilaku konsumsi pemain *Touken Ranbu*?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah sebagaimana terangkum di atas, tujuan penelitian ini adalah :

1. Menemukan faktor-faktor pendukung kepopuleran game *Touken Ranbu*
2. Mendeskripsikan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap perilaku konsumen pemain di Jepang.

1.6. Landasan Teori

Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan teori konsumsi *database* oleh Hiroki Azuma. Di dalam bukunya yang berjudul *Otaku: Japan's Database Animal*, Azuma menjelaskan bahwa perilaku konsumsi yang dilakukan oleh *otaku* dewasa ini sudah tidak dipengaruhi lagi oleh kualitas karya suatu judul tetapi daya tarik karakter dalam karya tersebut. Menurut Azuma, ada keterkaitan erat antara pergeseran perilaku konsumen *otaku* dengan posmodernisme (2009, 33).

“In otaku culture, products have no independent value; they are judged by the quality of the database in the background. So, as these databases display various expressions depending on the differing modes of “reading up” by users, consumers, once they are able to possess the settings, can produce any number of derivative works that differ from the originals.

Compared with the 1980s otaku, those of the 1990s generally adhered to the data and facts of the fictional worlds and were altogether unconcerned with a meaning and message that might have been communicated. Independently and without relation to an original narrative, consumers in the 1990s consumed only such fragmentary illustrations or settings; and this different type of consumption appeared when the individual consumer empathy toward these fragments strengthened.”

Terjemahan:

Dalam budaya *otaku*, produk tidak lagi memiliki nilai secara independen; mereka dinilai dari kualitas *database* di belakang layar. Maka, kumpulan *database* ini akan memperlihatkan berbagai macam ungkapan berdasarkan dengan cara-cara

“menelaah” si pengamat, lalu konsumen, setelah mampu menangkap seting, akan mampu menghasilkan karya turunan yang berbeda dengan aslinya.

Dibandingkan dengan *otaku* tahun 1980, *otaku* tahun 1990 secara umum mengikuti data dan fakta mengenai dunia fiksi tanpa memperdulikan makna maupun pesan yang mungkin terkandung di dalamnya. Secara mandiri dan tanpa hubungan dengan cerita aslinya, konsumen di tahun 1990 hanya mengkonsumsi kepingan-kepingan ilustrasi atau *setting*; dan cara konsumsi yang berbeda ini muncul ketika empati konsumen secara individual menguat terhadap kepingan-kepingan ini.

Secara etimologis, *database* memiliki arti basis data (Kusrini, 2007:2). Basis data adalah kumpulan data yang saling berelasi. Data sendiri merupakan fakta mengenai obyek, orang dan lain-lain. *Consumption* memiliki arti konsumsi, menurut KBBI dapat diartikan sebagai pemakaian barang hasil produksi (bahan pakaian, makanan, dan sebagainya). Apabila kita gabungkan beberapa makna di atas, maka dapat penulis simpulkan *database consumption* memiliki arti pemakaian barang hasil produksi kumpulan fakta mengenai data (orang) yang saling berelasi. Karena nama teori *database consumption* tidak memiliki terjemahan yang tepat dalam bahasa Indonesia, maka penulis akan menggunakan istilah konsumsi *database* di dalam penelitian ini.

1.7. Metode Penelitian

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, makna dari kata metode adalah cara teratur yang digunakan untuk melaksanakan suatu pekerjaan agar tercapai sesuai dengan yang dikehendaki, cara kerja yang bersistem untuk memudahkan pelaksanaan suatu kegiatan guna mencapai tujuan yang ditentukan.

Selain itu, metode juga memiliki makna kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan suatu cara kerja (sistematis) untuk memahami suatu subjek atau objek penelitian, sebagai upaya untuk menemukan jawaban yang dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah dan termasuk keabsahannya (Ruslan, 2003:24).

Untuk meneliti variabel dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan Metode Analisis Deskriptif. Menurut Sugiono (2009:29) metode deskriptif adalah suatu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Data yang digunakan di dalam penelitian ini diambil dari game *Touken Ranbu –ONLINE–*.

1.8. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Menambah wawasan penulis dalam memahami fenomena budaya populer di Jepang dan kemampuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang mendukung kepopuleran game *Touken Ranbu*.

2. Bagi pembaca

Melalui penelitian ini, peneliti berharap para pembaca sekalian mampu mendapatkan gambaran mengenai faktor-faktor yang mendukung perilaku konsumsi *otaku* wanita (*Katana Joshi*) dalam game *Touken Ranbu*. Selain itu, peneliti juga berharap penelitian ini mampu dijadikan landasan ataupun referensi untuk penelitian dengan tema serupa di kemudian hari.

1.9. Sistematika Penulisan

Sistematika dari penulisan karya ilmiah ini adalah sebagai berikut:

1. Bab I Pendahuluan berisi tentang latar belakang penelitian berjudul “Fenomena *Katana Joshi* dalam Studi Kasus Game *Touken Ranbu* Menggunakan Teori Konsumsi *Database*”, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori, metode penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.
2. Bab II Pembahasan didahului dengan pembahasan hubungan antara wanita dan hobi bermain game di Jepang dan penjelasan rinci game *Touken Ranbu*.

3. Bab III Analisa berisi pembahasan teori konsumsi *database*, penjabaran faktor-faktor perilaku konsumsi *otaku* menurut teori konsumsi *database*, ditutup dengan analisis konsumsi *database* yang dilakukan *otaku* wanita (*Katana Joshi*) dalam studi kasus game *Touken Ranbu*.
4. Bab IV Kesimpulan berisi kesimpulan dari penelitian yang dilakukan di Bab II dan Bab III serta menjawab serangkaian permasalahan yang tertuang di Bab I.