

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Jepang merupakan salah satu negara yang memiliki beragam kebudayaan, mulai dari budaya tradisional hingga budaya modern. Perayaan festival, upacara minum teh, hingga berbagai pertunjukan tradisional merupakan contoh dari kebudayaan tradisional Jepang yang masih diterapkan hingga saat ini, sedangkan contoh dari kebudayaan modern adalah *Anime*, *Cosplay*, *Idol* dan lain-lain. Seiring dengan perkembangan zaman, kebudayaan modern ini mulai dikenal sebagai budaya populer yang biasa disebut *Japanese popular culture* atau disebut juga *pop culture*.

Budaya populer Jepang merupakan sebuah budaya yang diakui, disebarluaskan, dan dinikmati oleh mayoritas masyarakat Jepang. Dalam beberapa tahun terakhir, minat akan *pop culture* ini sudah semakin banyak baik di Jepang maupun di luar Jepang. Semakin lama, semakin banyak orang yang menonton pertunjukan televisi dan film Jepang, membaca *manga*, mendengarkan music-musik bernuansa Jepang, hingga memakai fashion khas Jepang seperti *harajuku style* yang sempat populer di kalangan pemuda-pemuda di seluruh dunia termasuk Indonesia.

Di Jepang banyak sekali budaya yang menjadi ciri khas, salah satunya adalah *idol* (*aidoru* アイドル). *Aidoru* merupakan istilah atau kata lain dari Idola di Jepang yang bisa diartikan sebagai artis terkenal yang dapat berkiprah dalam berbagai bidang. Istilah ini juga dipakai untuk sebagian penyanyi-pencipta lagu berusia muda yang memenuhi persyaratan untuk disebut Idola. Fenomena idola muncul di Jepang pada awal tahun 1970. Fenomena ini muncul diakibatkan oleh satu judul film yang berjudul *Aidoru wo Sagase* pada tahun 1963. Di Jepang, idola disebut dengan *aidoru* yang memiliki makna sekumpulan gadis muda berpenampilan manis dan menarik berumur 14-16 tahun atau sekumpulan laki-laki muda berumur 15-18 tahun yang sering tampil di media. Penampilan di media meliputi sebagai

penyanyi dalam sebuah grup, aktor atau aktris, acara televisi, model majalah ataupun iklan. Sosok idola pada masa itu adalah sosok yang misterius. Pada masa awal kemunculan *idol*, kehidupan pribadi mereka benar benar dijaga dan bukan merupakan konsumsi publik. Seiring berjalannya waktu, walaupun dengan kemajuan teknologi di mana akun sosial media dapat dengan mudah dibuat, sampai saat ini sebagian besar sosok idola di Jepang masih merupakan sosok yang misterius. Namun dari kemisteriusannya itulah para penggemar semakin menginginkan informasi dari sang idola.

Pada awalnya citra *idol* bagaikan bintang di langit yang jauh dari jangkauan rakyat biasa karena hanya orang-orang tertentu saja yang dengan mudah menjadi seorang *idol*. Namun pada pertengahan 1980-an, keadaan tersebut diputarbalikkan oleh *Idol group* bernama *Onyanko Club* (Klub Anak Kucing) yang didebutkan di acara varietas Fuji TV *Y yake Nyan Nyan* pada tahun 1985. Anggota *Onyanko Club* adalah gadis-gadis biasa yang sehari-harinya tidak berbeda dari teman sekelas di sekolah. Mulai saat itu hingga saat ini banyak *Idol group* yang berisi gadis-gadis belia yang berasal dari rakyat biasa sudah memasuki dunia *Idol* dan menjadi member atau trainee dari sebuah *Idol group*.

Pada era tahun 2000-an sudah banyak *Idol group* bermunculan di Jepang. Hello! Project yang diproduseri Tsunku melahirkan *Idol group* bernama Morning Musume, C-ute, Juice=Juice, County Girl. Yasushi Akimoto memproduseri AKB48 yang kini mempunyai beberapa *sister-group* di Jepang maupun di luar Jepang termasuk di Indonesia yang bernama JKT48. AKB48 berhasil membuat budaya *idol* Jepang tersebar ke berbagai negara melalui *sister-group* yang sengaja dibentuk dengan menggunakan konsep yang sama seperti JKT48 (Jakarta, Indonesia), SNH48 (Sanghai, China), BNK48 (Bangkok, Thailand), TPE48 (Taipei, Taiwan), MNL48 (Manila, Piliphina), MUM48 (Mumbai, India), dan SGO48 (Saigon, Vietnam).

Saat ini jumlah *idol group* di Jepang ada ratusan *idol group* mulai dari *idol group* yang populer hingga yang tidak terlihat keberadaannya oleh orang awam. *Idol group* yang tidak terlihat keberadaannya ini seringkali disebut *underground idol* (地下アイドル *chika aidoru*) sedangkan *Idol* yang sudah populer disebut *Overground idol* (地上アイドル *chijou aidoru*). *Overground idol* berada di bawah naungan label besar (*major label*) dan sering tampil di berbagai media televisi, sedangkan *idol group* yang dikatakan *underground idol* jika tidak di bawah naungan label (*indie*) atau di bawah naungan label kecil dan biasanya mereka tidak tampil di berbagai media televisi melainkan di jalanan, cafe atau panggung kecil yang mereka buat sendiri.

Underground idol bergerak dengan menggunakan modal mereka sendiri, mereka ini tidak terikat dengan agensi manapun. *Underground idol* biasanya bukan merupakan mata pencaharian utama para membeinya, biasanya mereka melakukan ini sebagai pekerjaan sampingan atau hobi. Mereka melakukan pertunjukan di tempat-tempat yang jarang diketahui orang awam seperti area atau panggung kecil yang penikmatnya hanya terbatas pada orang-orang yang lewat di area itu. Media promosi mereka pun hanya mengandalkan sosial media maupun selebaran - selebaran yang mereka bagikan kepada orang-orang yang lewat dihadapan mereka.

Underground idol bisa dibilang sebagai langkah awal menuju tingkatan *idol* yang lebih tinggi bernama *idol street* (*idol* jalanan) yang juga bisa menjadi jalan ke arah *idol* yang lebih besar atau *idol* nasional dan bisa menarik perhatian agensi-agensi besar. Jadi, bukan tidak mungkin sebuah *underground idol* bisa menjadi *overground idol* seiring berjalannya waktu dengan jam terbang mereka selama menjadi *idol*.

Jenis musik yang dibawakan oleh para idola kebanyakan masuk dalam jenis musik J-pop. Mereka membawakan sebuah lagu diiringi dengan tarian disertai dengan penampilan yang menarik. Dengan penampilan seperti itu, mereka dapat lebih mudah mengambil hati para penontonnya. Keberadaan *idol group* di Jepang mendominasi industri musik di Jepang, khususnya

dalam hal penjualan. Selama kurang lebih 10 tahun terakhir nama-nama yang menduduki peringkat teratas penjualan musik di Jepang selalu ditempati oleh *idol group*, baik *idol group* wanita, pria, *idol group* Jepang, bahkan *idol group* luar Jepang.

Di Indonesia, istilah *idol group* pertama kali dikenal pada tahun 2011. Istilah *idol group* di Indonesia identik dengan group *JKT48*, dikarenakan *JKT48* selalu memperkenalkan diri dengan nama *idol group* bukan *girlband* (yang saat itu sedang menjadi trend akibat *koreanwave*). Dimulai dari keberadaan *JKT48*, *idol group* lainnya mulai muncul di Indonesia salah satunya *idol group* asal bandung bernama *LuSca*. *LuSca* adalah *idol group* indie yang mengambil konsep akulturasi *Japanese Idol* dan kultur Bandung yang terbentuk sejak 08 Januari 2012. Terbentuknya *LuSca* disebabkan oleh faktor dari media massa yang menyebarkan informasi tentang musik Jepang dan *idol* Jepang. Citra *LuSca* tak lepas dari *idol group* Jepang, mereka berkonsep layaknya *idol group* Jepang dan mendapatkan banyak pengaruh dari *idol group* Jepang. Mereka dikenal oleh orang sebagai *idol group* Indonesia yang menari dan menyanyikan lagu dari *idol* Jepang dan tampil seperti *idol group* Jepang seperti *Momoiro Clover Z*, *Morning Musume*, *AKB48*, dan *Pop Idol* lainnya. *LuSca* adalah *emergence idol* yang dikenal karena sering melakukan *performance* di acara Festival Kebudayaan Jepang di kota Bandung dan Jabodetabek.

LuSca memiliki tujuan untuk menjembatani kultur Indonesia dan Jepang. Serta merangkul generasi muda yang menggandrungi pop kultur Jepang untuk tetap mencintai kultur lokal melalui karya yang *LuSca* hasilkan. *LuSca* saat ini memiliki team supporter atau fanbase bernama Lumi~Noid yang tersebar di Kota Bandung, Jakarta, Bogor, Bekasi, Jogja, Malang, Makassar dan lain lain. Sampai hari ini *LuSca* telah melakukan lebih dari 100 kali *performance* membawakan 500 lagu di Bandung, Jakarta, Bekasi, Cikarang, Depok, Jogja, dan Malang. Hampir semuanya di Festival Kebudayaan Jepang yang memiliki skala regional, nasional, maupun internasional (Profil *LuSca*: 2018)

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk mengkaji lebih jauh tentang Pengaruh *idol group* Jepang terhadap *LuSca* sebagai *idol group* di Indonesia karena *LuSca* merupakan *idol group* yang memadukan budaya Indonesia dan Jepang dalam konsep groupnya.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, identifikasi masalah dalam penelitian adalah:

1. Idola di Jepang adalah artis terkenal yang dapat berkiprah dalam berbagai bidang.
2. *Onyanko Club* adalah *idol group* pertama yang memutarbalikan opini bahwa menjadi idola di Jepang merupakan hal yang jauh dari jangkauan rakyat biasa.
3. *JKT48* merupakan pencetus istilah *idol group* di Indonesia
4. *Idol group* selain *JKT48* di Indonesia
5. *LuSca* sebagai *idol group* Indonesia mendapatkan pengaruh dari *idol group* Jepang

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian adalah tentang pengaruh *idol group* Jepang terhadap *LuSca* sebagai *idol group* Indonesia.

1.4 Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini perumusan masalahnya adalah:

1. Bagaimana sejarah terbentuknya *idol group* Jepang dan *Idol group* Indonesia?
2. Apa saja yang menjadi faktor yang menyebabkan terbentuknya *LuSca* sebagai *idol group* di Indonesia?
3. Bagaimanakah pengaruh *idol group* Jepang terhadap *LuSca* sebagai *idol group* di Indonesia?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian adalah untuk memahami:

1. Sejarah terbentuknya *idol group* Jepang dan *idol group* Indonesia;
2. Faktor yang menyebabkan terbentuknya *LuSca* sebagai *idol group* di Indonesia;
3. Pengaruh *idol group* Jepang terhadap *LuSca* sebagai *idol group* di Indonesia.

1.6 Landasan Teori

1.6.1. Pengaruh

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari seseorang atau benda yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang (Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1995:747).

Pengaruh adalah kekuatan yang muncul dari suatu benda atau orang dan juga gejala dalam yang dapat memberikan perubahan terhadap apa-apa yang ada di sekelilingnya. Pengaruh adalah hasil dari sikap yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok dikarenakan seseorang atau kelompok tersebut telah melakukan sesuatu yang membawa perubahan bagi orang atau kelompok lainnya (Surakhmad, 1982:7).

Menurut pakar bahasa terkemuka di Indonesia yang berasal dari generasi pertama, yaitu Badudu dan Zain (1994, 1031), berpendapat bahwa pengaruh adalah daya menyebabkan sesuatu terjadi, dalam arti sesuatu yang dapat membentuk atau mengubah sesuatu yang lain dengan kata lain pengaruh merupakan penyebab sesuatu terjadi atau dapat mengubah sesuatu hal ke dalam bentuk yang kita inginkan.

Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa pengaruh adalah suatu kekuatan yang dapat merubah terhadap yang ada di sekitarnya yang dilakukan oleh seorang atau sekelompok orang kepada orang atau kelompok lainnya.

1.6.2. Budaya Populer

Budaya berasal dari kata Sanskerta yang berarti budi atau akal. Budaya adalah suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki oleh sebuah kelompok orang dan diwariskan dari generasi ke generasi. Budaya terbentuk dari unsur-unsur yang rumit seperti unsur agama, politik, adat-istiadat, bahasa, perkakas, pakaian, bangunan, dan karya seni. Budaya juga dapat diartikan sebagai hasil cipta, rasa, dan karsa manusia (Koentjaraningrat,1990:181).

Dalam buku John Storey yang berjudul *Cultural Theory and Popular Culture*, Raymond Williams memberikan tiga definisi dari budaya. Yang pertama, budaya merupakan perkembangan intelektual, spiritual, dan estetika masyarakat. Kedua, budaya merupakan sebuah cara hidup orang banyak, masyarakat, ataupun suatu kelompok. Ketiga, budaya merujuk pada karya dan praktik intelektual, terutama aktivitas artistik (John Storey,2003:5).

Williams, dalam bukunya yang berjudul *Keywords*, menjelaskan mengenai empat definisi kata populer. Pertama, populer dalam arti banyak disukai orang. Populer adalah suatu hal yang sesuai dengan selera orang-orang dan menyebar luas. Kedua, populer dalam arti hasil karya yang bermutu rendah. Ketiga, populer dalam arti karya yang sengaja dibuat untuk memenuhi selera orang banyak, contohnya seperti jurnalisme populer atau hiburan populer. Keempat, populer dalam arti budaya yang dibuat dari masyarakat untuk mereka sendiri (Williams, 1983:237).

Berdasarkan definisi kata populer yang dikemukakan Williams, John Storey mendefinisikan bahwa budaya populer adalah budaya yang disukai banyak orang. Budaya populer memiliki nilai jual yang merupakan dampak dari produksi massa tanpa mengenal golongan sosial. Selain itu, budaya populer adalah salah satu pemikiran perdebatan pada saat postmodernisme (Storey,2003:6-12).

Menurut Dominic Strinati, budaya populer sebagai budaya yang dihasilkan secara massal dengan bantuan teknologi industri yang dipasarkan secara profesional bagi konsumen dengan tujuan untuk mendatangkan keuntungan. Pada buku Pengantar Menuju Budaya Populer, Strinati juga menyimpan perhatian terhadap definisi budaya populer sebagai sebuah fenomena budaya yang lahir karena dukungan teknologi baru dan budaya konsumsi yang semakin merajalela. Karena adanya teknologi baru tersebut, budaya populer yang tidak mengenal batasan antara budaya tinggi dengan budaya massa di kalangan masyarakat membuatnya dekat dengan ciri-ciri postmodernisme (Strinati,2007:342)

1.6.3. Idola Jepang

Kata Idola sudah dikenal dalam bahasa Inggris sejak pertengahan abad ke-13, berarti gambar dewa-dewi objek pemujaan paganisme. Idola berasal dari bahasa Perancis kuno *idole* yang berarti idola, gambar kuno, dewa pagan, diambil dari bahasa Latin Akhir, *Idolum* yang berarti gambaran, (rohani, fisik), bentuk. Namun kata tersebut mengalami perubahan arti menjadi orang usia muda yang terkenal. Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), kata Idola berarti orang, gambar, patung, dan sebagainya yang menjadi pujaan

Dalam budaya populer Jepang, *idol* (*aidoru* アイドル) adalah istilah yang digunakan untuk merujuk pada bintang / bintang muda yang produseri untuk dikagumi karena bakat dan kelucuan mereka . *Aidoru* dimaksudkan untuk menjadi panutan. Mereka diharuskan menjaga citra publik yang baik dan menjadi teladan yang baik bagi kaum muda. (Kelly,2004:65). Idola di Jepang yang bisa diartikan sebagai artis terkenal yang dapat berkiprah dalam berbagai bidang, antara lain sebagai penyanyi, pemeran, *tarento* (seorang yang berbakat dalam dunia entertainment), atau *seiyu* (pengisi suara). Istilah ini juga dipakai untuk sebagian penyanyi-pencipta lagu berusia muda yang memenuhi persyaratan untuk disebut idola.

1.7 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif yang bersifat deskriptif analitis yang dilakukan dengan cara observasi, mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan dan *interview* melalui wawancara dengan narasumber atau responden yang berhubungan dengan pembahasan penelitian yaitu *manager*, *member* dan *eks-member* dari sebuah *idol group* Indonesia bernama *LuSca*. Hasil wawancara didapatkan melalui *instant message* (pesan singkat) ataupun tatap muka secara langsung dengan narasumber serta mencatat fenomena yang diteliti yang berhubungan dengan penelitian.

Penelitian juga menggunakan metode kepustakaan dengan cara mengumpulkan data melalui dokumen-dokumen dengan memanfaatkan fasilitas seperti perpustakaan, koleksi pribadi, serta beberapa bahan yang diperoleh dari internet.

1.8 Manfaat Penelitian

1.8.1. Bagi Penulis

Penelitian ini menambah wawasan mengenai kebudayaan Jepang khususnya pada bidang musik dan *idol group* Jepang.

1.8.2. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan pembaca tentang *idol group* Jepang yang mempengaruhi *idol group* Indonesia. Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi Universitas Darma Persada sebagai bahan informasi untuk mahasiswa jurusan sastra Jepang, serta sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.

1.9 Sistematika Penelitian

Bab I , bab ini merupakan bab pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori, metode penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II , bab ini merupakan bab yang berisikan uraian mengenai sejarah *Idol* hingga berkembang menjadi *idol group* di Jepang maupun di Indonesia, Jenis-jenis *Idol*, serta beberapa profil band *Idol group* Jepang dan *LuSca* sebagai *idol group* Indonesia.

Bab III, bab ini merupakan pembahasan mengenai faktor penyebab terbentuknya *LuSca* di Indonesia serta pembahasan tentang pengaruh *idol group* Jepang terhadap *LuSca idol group* di Indonesia. Pembahasan ditulis berdasarkan data-data yang diperoleh dari metode penelitian yang digunakan.

Bab IV, bab ini merupakan penutup yang berisi tentang kesimpulan dari semua penjelasan pada bab-bab sebelumnya.

