

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kaidah yang berhubungan pada suatu kategori disebut juga dengan Budaya. Pada awalnya konsep budaya banyak dipelajari pada bidang antropologi budaya. Kata "budaya" berasal dari kata Sanskerta "Budayah", yang merupakan bentuk jamak dari "Budhi" (sebab). Oleh karena itu, kebudayaan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan akal. Selain itu, istilah budaya juga berarti "pemikiran dan daya" atau daya pikir. Oleh karena itu budaya merupakan kekuatan penuh pemikiran, yaitu kreativitas, rasa dan niat (Gunawan, 2000).

Perasaan yang menyelimuti jiwa seseorang menciptakan semua aturan dan nilai sosial yang diperlukan untuk mengatur masalah sosial dalam arti luas. Contohnya seperti: agama, ideologi, seni dan semua elemen yang merupakan hasil ekspresi jiwa manusia yang hidup sebagai anggota masyarakat. Selain itu, kreativitas adalah bakat spiritual, kemampuan berpikir tentang orang-orang yang hidup dalam masyarakat, termasuk produksi filsafat dan sains. Cipta dapat berupa teori murni atau teori yang telah disusun dan di praktikan secara langsung. Perasaan dan cinta disebut juga budaya spiritual (rohani atau budaya non material). Semua inisiatif, rasa, dan hak cipta dikendalikan oleh inisiatif orang yang menentukan penggunaannya, sesuai dengan sebagian besar atau semua kepentingan sosial (Soekanto & Sulistyowati 2014).

Konsep budaya biasanya mencakup pengetahuan, teknologi, nilai, kepercayaan atau keyakinan, kebiasaan, dan sesuatu perilaku yang dimiliki pada manusia tertentu. Dalam masyarakat yang kompleks, salah satu perbedaan terpenting adalah perbedaan antara budaya populer dan budaya yang maju. Budaya kelas atas biasanya mencakup musik yang klasik, puisi, menari, lukisan atau gambar, sampai dengan buku cerita atau novel. Seperti halnya beberapa produk budaya lainnya. Produk budaya ini, dihargai oleh orang-orang yang terpelajar atau berpendidikan dan berstatus tinggi, bisa juga yang mempunyai kekuasaan.

Salah satu konsep yang sering dibahas dalam studi mengenai budaya, yaitu hadirnya Budaya Populer. William dalam Storey (2006: 10) mendefinisikan budaya populer sebagai Budaya yang dicintai dan pekerjaan yang dilakukan untuk menyenangkan orang lain. Budaya populer sangat disukai oleh banyak orang di dunia. Budaya populer juga dikemukakan oleh Storey (dalam Istiqmah, 2020) Sebagian orang menganggap budaya populer merupakan budaya bisnis yang tidak berdaya, produk terapung yang dikonsumsi massa. Di dalam kehidupan sehari-hari, kita bisa dengan mudah mengamati.

Perkembangan teknologi dan globalisasi, sangat erat kaitannya dengan perkembangan budaya anak muda sampai orang dewasa. Hal-hal populer seperti ini, diciptakan untuk anak muda dalam proses mencari jati diri, mereka selalu ingin mendapatkan hal-hal baru atau hal-hal apa yang tidak mereka ketahui dalam kehidupannya sehari-hari. Di sisi lain, budaya populer lebih umum dan semua orang dapat dengan mudah mengaksesnya. Zaman sekarang, budaya populer sudah bisa dinikmati dan dicari melalui internet. Kepentingan utama budaya populer ini terletak pada hiburan, yang utamanya berupa rekaman musik, komik, film, drama, olah raga, dan fashion.

Produk budaya populer yang banyak dikonsumsi publik di seluruh dunia, salah satunya yaitu budaya populer dari Jepang. Jepang adalah salah satu negara dengan banyak budaya, baik budaya tradisional maupun budaya modern, atau terkenal dengan *pop culture* (budaya populer). Di negara Jepang sendiri, berbagai bentuk budaya tradisional masih akan terus berkembang. Jepang adalah negara dengan sejarah yang panjang. Hanya dihitung dari periode Edo, ia memiliki sejarah lebih dari 400 tahun, dan periode ini adalah periode budaya yang berkembang. Tradisi dan adat istiadat budaya Edo masih ada di Jepang modern. Di negara Jepang, ada istilah budaya pop sulit untuk ditandingi. Menurut Hidetoshi Kato (Powers & Kato, 1989) istilah tersebut dapat dibandingkan dengan Taishu Bunka. Namun persamaan ini bukan tanpa masalah, karena konsep budaya Taishu Bunka sendiri adalah budaya populer. Selain itu, Taishu

Bunka juga mempunyai konsep yaitu sederajat, dan tidak ada perbedaan antara massa dan entitas elit atau antara orang yang berstatus sosial tinggi dan rendah.

Budaya populer mempunyai dua sebutan di Jepang, yaitu Taishu Bunka dan Mishu Bunka. Bunka berkonsep 'Budaya' yang 'populer'. Taishu yang berarti sejumlah besar penduduk atau kelompok (shu), sedangkan Minshu yang berarti kelompok orang biasa. Jadi, Minshu Bunka dan Taishu Bunka adalah 'budaya populer'. Namun, kata-kata Minshu Bunka tidak begitu berekspresif atau populer dibandingkan dengan Taishu Bunka. Bukan hanya masalah Bahasanya saja, tetapi proses yang berasal dari sebutan Minshu Bunka menjadi Taishu Bunka. Dalam bahasa Inggris, budaya populer saat ini mempunyai arti bahwa budaya lisan tradisional sangat penting di bawah tekanan media massa yang sangat kuat. Oleh karena itu, istilah "budaya massa" digunakan untuk mengekspresikan budaya populer.

Perkembangan budaya pop Jepang tidak hanya terjadi di negara asalnya, Jepang, tetapi juga terjadi di seluruh dunia, salah satunya di Indonesia. Budaya pop Jepang mulai masuk ke Indonesia dan dikenal luas di Indonesia pada akhir 1990-an dan awal 2000-an. Animasi (anime), drama Jepang (dorama) di TV lokal, dan komik atau bisa disebut juga manga memasuki toko buku. Budaya pop Jepang ada keunikannya tersendiri. Karakteristik dan ragam jenis punya ciri khas yang tidak dimiliki negara lain. Pada tahun 2000, kemunculan majalah dan tabloid ini, memberikan angin segar bagi para penggemar budaya pop Jepang. Konten tersebut merupakan hak milik karena merupakan terjemahan dari buku dan majalah yang diimpor langsung dari Jepang. Budaya pop Jepang yang kita kenal sekarang, berawal dari booming animasi di tahun 1990-an ketika berbagai program disiarkan di Jepang dan internasional. Budaya pop Jepang yang selanjutnya disebut J-pop biasanya meliputi acara TV, film, komik / manga, anime, musik, dan fashion. Dalam gelombang kegilaan ini, teknologi animasi telah membuat kemajuan besar, menciptakan budaya yang cerah dan beragam, dan akhirnya menentukan budaya pop Jepang yang menjadi tren di dunia. Saat ini anime, manga dan cosplay sedang mempunyai banyak penggemarnya. Dan sedang ada

dipuncak kepopuleran di masyarakat Indonesia. Anime, manga dan cosplay memiliki keunikannya tersendiri.

Jepang dan Indonesia memiliki nilai Timur yang sama. Jepang sendiri tergolong salah satu negara maju di Asia dan mampu bersaing dengan negara lain. Indonesia sangat paham dengan adanya perbedaan, sehingga Indonesia telah menjadi negara toleran yang dapat menerima budaya dari luar negeri, termasuk tradisi budaya populer Jepang. Perkembangan globalisasi yang semakin cepat berkontribusi pada proses internasionalisasi budaya pop Jepang. Meningkatkan proses globalisasi yang saat ini melanda dunia. Terbentuknya identitas baru, Jepang merupakan tonggak sejarah bagi generasi baru Tiongkok Diplomasi Jepang di komunitas internasional.

Departemen Luar Negeri menjelaskan secara formal tujuan penggunaan budaya populer sebagai media Diplomasi Jepang adalah untuk meningkatkan pemahaman dan kepercayaan komunitas internasional terhadap Jepang. Penggunaan budaya pop juga sedang berkembang, salah satu caranya selain menggunakan seni dan budaya tradisional upaya pemerintah Jepang dalam diplomasi budaya berupa mengadakan penghargaan Manga Internasional pada tahun 2007. Dalam budaya popnya yang semakin populer dan disukai banyak orang di seluruh dunia, hal ini tidak membuat Jepang meninggalkan tradisinya. Ternyata banyak orang Jepang yang masih memakai yukata saat festival musim panas, upacara kuil atau sekedar mengikuti upacara minum teh tradisional. Tidak hanya itu, pemerintah Jepang juga telah bekerja keras untuk mengintegrasikan budaya klasik tersebut dengan industri pariwisata agar dapat tetap terjaga dan mendorong pembangunan ekonomi.

Generasi muda Jepang telah berpartisipasi dalam promosi teknologi ini. Caranya sangat sederhana yaitu memotret, swafoto atau disebut juga dengan selfie dan mengunggahnya ke media sosial. Setiap tahun, beberapa festival diadakan di kuil untuk menampilkan kesenian tradisional dan kesenian lainnya. Kemudian, festival tersebut disiarkan di TV atau diunggah ke media sosial untuk menarik minat warga Jepang dan turis asing. Bahkan ada juga animasi atau drama Jepang bertema festival yang ditayangkan. Jepang mencoba beradaptasi dan menggunakan teknologi untuk

mempertahankan budayanya. Secara tidak langsung Jepang memperkenalkan nilai dan budaya seperti pakaian adat kimono dan Yukata, tarian, bahasanya hingga semangat Bushido, dan lain-lain. Pujian komunitas internasional sangat baik, karakteristiknya sangat baik. Komunitas pecinta budaya Jepang dan berbagai aktivitas Menampilkan budaya Jepang di berbagai negara.

Perkembangan konsumsi budaya pop Jepang cenderung meningkat. Membentuk *fan group* atau peminat, yang bisa dikatakan sebagai *fanbase*. Fanatisme merupakan sebutan pada sebuah kata untuk penggemar, membangun subkultur berdasarkan simpati persahabatan dengan penggemar lain yang masih memiliki kedekatan identik. Penggemar bahkan tertarik dengan detailnya. Terkait dengan objek favoritnya dan menghabiskan waktu dan berpartisipasi dalam energi fandom.

Ketika era beralih ke serba digitalisasi, penggemar Jepang memiliki eksposur yang tidak terbatas pada budaya Jepang. Sekalipun masyarakat telah mengakui budaya populer (Bestor et al., 1989), contohnya 'kabuki' serta 'sumo' sebelumnya dikatakan universal, *pop culture* dapat jadi budaya memiliki derajat yang bagus, meskipun dianggap sebagai budaya negara. Budaya masyarakat telah berkembang menjadi karya seni masyarakat yang sangat dihargai oleh orang banyak bahkan masyarakat itu sendiri.

Yang bersumber dari artikel IMMIG (Elex Media Komputindo) seiring berkembangnya zaman, budaya populer yang saat ini banyak disukai di berbagai penjuru dunia, terutama di Asia Timur dan Asia Tenggara, yaitu dorama. Dorama hadir di TV Indonesia sekitar tahun 1990, diantaranya yaitu Norippi, Hitotsu no Yane no Shita, dan 'Tokyo Love Story' yang tokoh atau aditokohnya yaitu Oda Yuji. Tak hanya itu saja, ada juga *Anime* seperti Candy Candy serta Doraemon. Mayoritas Amerika menayangkan *animation* atau *anime*, walau pada kala itu perfilman Indonesia lagi ada di masa genting, jadi total sinetron tak sebesar saat ini. Pada masa itu, Spanyol, Brazil dan juga Portugal menayangkan banyak sinetron. Mayoritas dengan tema *Love Story* hadir sebagai sinetron Asia non China, yang bisa menarik orang-orang banyak. Disaat itulah TV swasta menayangkan dorama Jepang di beberapa TV swasta. *Anime* dan juga dorama jadi banyak yang menonton dan menjadi pembicaraan pada

lingkungan remaja hingga dewasa. Banyak orang yang ingin mendapatkan hal yang menarik lainnya dari film Amerika atau drama yang berada di sepanjang televisi dan perfilman yang mendunia. Dengan adanya remaja yang ingin tahu lebih dalam adanya *anime* dan *dorama* yang di TV Indonesia sangat berkaitan melalui *pop culture* (Novianti, 2007)

Hal tersebut juga sejalan dengan hasil penelitian dari *Kyoto University* yang bersumber pada *Center for southeast asian studies (CSEAS)* negara yang sangat sukses menyebarkan budaya populernya yaitu Jepang. Hasil dari studi tersebut menyatakan bahwa selama 10 tahun ini, *pop culture* buatan atau ciptaan dari Jepang telah didistribusikan, dibisniskan, serta dinikmati dengan pesat di segala Asia Tenggara dan Asia Timur yang salah satunya adalah drama Jepang (*dorama*). Pemerintah Jepang mengambil keunikan budaya populer Jepang sebagai titik tolaknya dan memperkenalkan nilai-nilai budaya Jepang di Indonesia untuk memulai atau mengembangkan kebijakan dengan negara lain, termasuk (Amalina, 2012)

Pada penelitian ini, penulis akan membahas tentang pengaruh budaya populer Drama Jepang atau bisa disebut juga dengan *Dorama*, yang ada dikalangan mahasiswa. Seperti halnya drama Korea dan China, negara Jepang juga memproduksi *dorama* dengan berbagai genre. *Dorama* yang memiliki banyak episode, sekitar 10 hingga 12 episode. Tergantung dari produksi *dorama* tersebut.

Drama menurut “Seni Handyani” adalah bentuk kreatif yang bertumpu pada dua cabang sastra dan seni pertunjukan, oleh karena itu drama terbagi jadi dua bentuk, yaitu bentuk drama kata-kata serta drama dalam pertunjukan panggung. *Dorama* juga memiliki peluang untuk menempati tempat di hati penggemarnya. Alur cerita yang sederhana menarik hati penonton, itulah sebabnya *Dorama* populer. Ada beberapa *Dorama* yang memang sudah ada di televisi dari tahun 2000an.

Perkembangan *dorama* di Indonesia, saat ini mengalami tantangan dari kepopuleran drama Korea, namun *dorama* Jepang tentunya masih menjadi minat bagi para penggemarnya. Dalam tugas akhir ini, penulis membatasi penelitian terhadap minat menonton *dorama*.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka identifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Salah satu Budaya Populer Jepang yang masih diminati sebagian masyarakat Indonesia yaitu menonton drama.
2. Mengetahui pengaruh Budaya Populer terutama Drama dalam kehidupan sehari-hari.
3. Meluasnya penayangan drama melalui website dan aplikasi.

1.3 Pembatasan Masalah

Batasan masalahnya dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh drama terhadap kehidupan sehari-hari
2. Data survey penonton drama yang digunakan oleh penulis adalah mahasiswa aktif di area Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi).

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh dari menonton drama Jepang bagi Mahasiswa?
2. Bagaimana tayangan drama Jepang dapat mempengaruhi perilaku Mahasiswa?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Meneliti dan mengetahui apa saja pengaruh menonton drama Jepang bagi Mahasiswa.
2. Meneliti dan mengetahui cara drama Jepang dapat mempengaruhi perilaku Mahasiswa.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menjadi referensi dalam bidang sastra untuk menganalisis mengenai kebudayaan khususnya drama sebagai budaya populer dari Jepang yang berkembang di negara lain juga. Selain itu penelitian ini juga dapat dijadikan referensi kajian untuk dikembangkan dari berbagai sudut pandang ilmu pengetahuan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan gambaran wawasan tentang drama sebagai budaya populer dari Jepang yang berkembang di negara lain.

1.7 Landasan Teori

1. Teori Budaya Populer

Budaya Populer ada hubungannya dengan Budaya Massa. Budaya Massa merupakan budaya populer yang memanfaatkan produk teknologi industri, serta tujuan pemasarannya adalah demi menguntungkan konsumen massa. Budaya massa atau budaya populer semacam ini meningkat karena adanya fasilitas produksi yang disediakan oleh *photography*, perekaman, percetakan, serta teknologi lainnya (Malthy dalam Tressia: 20: 37). Baik media cetak maupun elektronik, berada di garis depan *public relation* dan dapat mengubah budaya populer menjadi kemajuan rakyat atau populasi tersebut.

2. Pengaruh Media

Media massa adalah institusi netral yang berhubungan dengan publik atau institusi netral untuk semua kalangan atau seluruh masyarakat. Media massa dalam penelitian komunikasi massa dipahami sebagai alat yang terorganisir untuk komunikasi terbuka dan komunikasi yang terorganisir situasi

di mana banyak penonton tidak dapat tertarik dalam waktu yang relatif singkat. (Syukriadi 2015: 146).

Media massa punya fungsi informasi, fungsi agenda, fungsi kontak personel, fungsi pendidikan, dan hiburan. Penggunaan media massa di setiap sentra industri tentunya berbeda-beda, hal ini terkait dengan banyak aspek termasuk kemampuan penggunaan media tersebut. Pemetaan penggunaan media massa pengelola sentra industri dapat dijadikan dasar untuk melakukan penelitian atau kegiatan Pengabdian masyarakat selanjutnya. Untuk saat ini, internet menjadi salah satu sumber terpenting bagi kehidupan di dunia. Banyak sekali informasi-informasi yang didapat melalui internet. Dari politik, budaya, untuk sumber mencari ilmu, dan masih banyak lagi. Ada beberapa aplikasi khusus untuk menonton film atau pun drama, seperti Netflix, Viu, Iflix, dan lain-lain. Ada juga yang mengunduh film atau drama di aplikasi Youtube dan Telegram. Tak hanya itu saja, salah satunya adalah Live Streaming (siaran langsung) melalui website yang tersedia di internet. Ada beberapa situs yang menyediakan drama Jepang yang dapat memudahkan para penggemar drama Jepang untuk menonton drama yang mereka tunggu dan yang mereka inginkan, terdapat banyak website yang dapat membuat drama menjadi kenyataan. Pengunduhannya dapat memudahkan para pecinta drama Jepang sendiri, seperti beberapa website atau blog yang menyediakan drama Jepang.

Di zaman yang serba modern ini, tidak adanya TV bukan berarti tidak bisa mengakses informasi. Melalui internet, semuanya mudah untuk diakses, termasuk menonton film Drama Jepang. Media berusaha memberikan berita kepada masyarakat berdasarkan pandangan pemerintah, walaupun bukan berarti selalu memberitakan informasi yang menguntungkan pemerintah. Media komunitas adalah media massa yang dimiliki oleh komunitas tertentu, dan pengelolaannya, jenis pemberitaannya, manajemennya, dan pendapatnya ditentukan oleh komunitas tersebut. Fungsi standar media memiliki banyak aspek: Laporkan fakta dan berikan informasi, edukasi publik, dan beri komentar

Berkomunikasi dan membentuk opini, sebagai tambahan, kritik media, norma dan mengontrol pemerintahan, politisi, TNI dan PNS termasuk Pendidik otoriter (Masduki, 2004: 127). Media memainkan peran penting dalam menentukan kebijakan politik Negara, baik dalam maupun luar Negeri.

Penggunaan media massa di setiap sentra industri tentunya berbeda-beda, hal ini terkait dengan banyak aspek termasuk kemampuan penggunaan media tersebut. Pemetaan penggunaan media massa pengelola sentra industri dapat dijadikan dasar untuk melakukan penelitian atau kegiatan pengabdian masyarakat selanjutnya. Sebagian besar aktivitas manusia menggunakan sifat teknologi informasi yang maju. Oleh karena itu, media massa merupakan institusi netral yang berhubungan dengan publik, atau institusi yang memiliki institusi netral bagi semua golongan atau seluruh lapisan masyarakat (Niryawan, 2007: 54-56).

Ada beberapa bentuk pengaruh media massa terhadap masyarakat, yaitu sebagai berikut:

1. Media massa mempengaruhi budaya masyarakat. Media massa bisa menjadi alat untuk perubahan sosial dan budaya. Misalnya budaya rasional, tindakan menggunakan dudukan toilet yang berasal dari Eropa, atau bentuk budaya lain yang mungkin tidak pernah atau belum pernah dialami oleh masyarakat tertentu..
2. Media massa dapat mempengaruhi kebutuhan orang tertentu. Hal ini terjadi karena media massa dapat terus menerus menampilkan produk atau barang tertentu, sehingga pembaca, pendengar atau penonton yang menontonnya terpengaruh, dan mereka yakin bahwa mereka membutuhkan produk atau hal tersebut sepanjang hidup mereka.

Hal ini misalnya terlihat dari maraknya penggunaan iklan di media. Selain itu, citra keluarga ideal, pemuda ideal, dan lain-lain juga bisa berasal dari artikel atau berita yang dipublikasikan beberapa media massa tentang hal tersebut. Tentu saja ini bisa positif atau negatif. Oleh karena itu, undang-undang

dan peraturan tentang media juga harus disiapkan untuk mengantisipasi dampak buruk media massa terhadap masyarakat.

1.8 Metode Penelitian

Dalam penelitian Tugas Akhir ini, penulis menggunakan metode Kualitatif dengan kuesioner. Menggunakan sistem wawancara beberapa orang dan menyebar kuesioner ke Sosial Media seperti Twitter dan Whatsapp.

Metode Survei

Survei ini, menggunakan kuesioner terbuka. Alasan menggunakan Kuesioner publik ini, tidak terpengaruh dengan memilih konsentrasi. Biarkan responden menjawab berdasarkan dengan pemikiran masing-masing responden. Orang yang diwawancarai diminta untuk menyebutkan usia dan lokasi universitas di kuesioner, dan sangat senang bekerja sama dengan baik.

Metode Analisis Data

Setelah menuliskan jawaban mahasiswa pada kuesioner yang dianalisis, akan dicatat sesuai dengan jawabannya.

1.9 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penyusunan tugas akhir, telah dibuat sistem penulisan yang sistematis, dan perlu ditentukan sistem penulisan yang baik. Sistematika penulisan ada 4 bab. Sistematika Penulisannya adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Di bab pendahuluan ini, mendeskripsikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, landasan teori/konsep, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Di bab dalam ini, menuliskan tentang teori-teori dan pembahasan yang akan digunakan dalam penelitian, penjelasan dorama, perbedaan dorama dengan film, hingga sejarah dorama.

BAB III ANALISIS PENELITIAN

Di Dalam bab ini penulis mengemukakan metode penelitian yang dilakukan dalam menganalisis penelitian tentang Ketertarikan Dorama Jepang di Kalangan Mahasiswa di Indonesia khususnya untuk wilayah Jabodetabek.

BAB IV KESIMPULAN

Dalam bab ini, akan menguraikan dari hasil-hasil tahapan penelitian serta menyimpulkan pembahasan penelitian.

