

Jurnal Bahasa dan Budaya Jepang

Volume 01, Issue 01, Juli 2018

Daftar isi

Perbedaan Youda dan Mitai dalam Kalimat Bahasa Jepang Adnan Amani dan Andi Irma Sarjani	01-07
Analisis Penggunaan Gairaigo di Media Sosial Twitter Bagus Yoga Ashari dan Ari Artadi	08-16
Penggunaan <i>Wakamono kotoba</i> Berdasarkan <i>Gender</i> di dalam Media Sosial Twitter Erwin Nur Diansyah dan Ari Artadi	17-24
Analisis Verba <i>Kakeru</i> sebagai Polisemi dalam Novel Detective Conan Fahmi Akhriana Awaludin dan Andi Irma Sarjani	25-32
Analisis Penggunaan Gaya Bahasa pada Lirik Lagu dalam Album " <i>Hyakki Kenran</i> " oleh " <i>Kagrra</i> " Marceline Lesmana dan Andi Irma Sarjani	33-39
Penyimpangan Penggunaan <i>Danseigo</i> pada Tokoh Utama Wanita Sakura Chiyo dalam Komik <i>Gekkan Shoujo Nozaki-kun</i> Karya Tsubaki Izumi Natasha dan Robihim	40-49
Pemenuhan Kebutuhan Bertingkat Tokoh Edward Elric dalam Film <i>Hagane no Renkinjutsushi</i> Karya Hiromu Arakawa Aclya Pratiwi dan Juariah	50-56
Analisis Tokoh Nishi Yoshitaka dalam Film <i>Hanabi</i> Karya Kitano Takeshi Melalui Konsep Rasa Bersalah Anissa Adjani dan Metty Suwandany	57-64
Klasifikasi <i>Kigo</i> pada <i>Haiku</i> Karya Seishi Yamaguchi Menggunakan Teori Semiotika Pierce Cindy Apriyani dan Juariah	65-69
Analisis Naluri Kematian pada Tokoh Ruri Watanabe dalam Novel <i>Jisatsu Yoteibi</i> Karya Rikako Akiyoshi Cornelia Claudia dan Dila Rismayanti	70-75
Analisis Kepribadian Introvert pada Tokoh Aku Dalam Novel <i>Kimi No Suizo Wo Tabetai</i> Dini Rosi dan Metty Suwandany	76-79
Analisis Naluri Kematian pada Tokoh -tokoh dalam Film <i>Kokuhaku</i> Karya Tetsuya Nakashima Fania Nuari dan Metty Suwandany	80-84
Analisis Tokoh Tanaka Maokoto Melalui Teori PTSD dan Konsep Kematian dalam Novel <i>Seibo (The Holy Mother)</i> Karya Akiyoshi Rikako Kamiliani Fajriati Maulidia dan Dila Rismayanti	85-88



Diterbitkan oleh:
Program Studi Bahasa dan Kebudayaan
Jepang
Fakultas Bahasa dan Budaya
Universitas Darma Persada

FENOMENA *VIRTUAL IDOL VOCALOID HATSUNE MIKU* (初音ミク) DI INDONESIA

Karima Meity Anggraeni,¹
Hermansyah Djaya²

¹ Mahasiswa Jurusan Bahasa dan Budaya Jepang Universitas Darma Persada

² Dosen Tetap Bahasa dan Budaya Jepang Universitas Darma Persada

Fakultas Bahasa dan Kebudayaan Jepang, Universitas Darma Persada, Jl. Raden Inten II, RT.8/RW.6, Pd.
Kelapa, Duren Sawit, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 13450, Indonesia

ohayoherman@fs.unsada.ac.id (corresponding author)

Terkirim: 6 Mei 2018; Direvisi: 13 Juni 2018; Diterima: 18 Juli 2018

Abstrak

Budaya populer di Jepang seperti manga, anime, fashion dan musik pop (J-pop) telah dikenal luas di seluruh dunia termasuk Indonesia. Budaya populer terjadi karena karya dibuat disukai dan dinikmati orang lain. Salah satu bagian dari budaya populer adalah *vocaloid* Hatsune Miku (初音ミク). Penelitian ini menggunakan sumber data dari hasil survey yang penulis lakukan melalui google form yang disebarakan melalui jejaring sosial. Penelitian ini menggunakan teori fenomenologi dan konsep budaya populer Jepang. Konsep ini digunakan untuk mengkaji fenomena Hatsune Miku (初音ミク) yang bisa terkenal di Indonesia. Hasil penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fenomena vokaloid idola *virtual* Hatsune Miku (初音ミク) sebagai perkembangan Budaya Populer Jepang di luar Jepang khususnya di Indonesia. Fenomena Hatsune Miku (初音ミク) dibuktikan dengan tingginya minat dan popularitas Hatsune Miku (初音ミク) sebagai idola meskipun tidak nyata. Hal ini dibuktikan dengan tingginya penjualan software *vocaloid* Hatsune Miku (初音ミク) dan antusiasme masyarakat Jepang. Khusus bagi yang menyukai musik, kemunculan *software* *vocaloid* Hatsune Miku (初音ミク) menjadi daya tarik tersendiri.

Kata kunci: Hatsune Miku, *Vocaloid*, Budaya populer, *Virtual idol*

PENDAHULUAN

Jepang telah dikenal sebagai negara maju yang tetap mempertahankan dan memelihara budayanya. Selain memelihara budaya tradisional, Jepang juga mengembangkan budaya populernya. Budaya populer Jepang atau yang sering disebut *Japanese popular culture* tersebut telah berhasil menarik perhatian masyarakat internasional. Beberapa contoh budaya populer Jepang adalah *manga*, *anime*, *game*, *J-music*, *fashion* dan *dorama* (drama televisi).

Sesuai dengan pengertian budaya populer Jepang sebagai budaya massa yang dikemukakan oleh Hidetoshi Kato, *Japanese Music* atau *J-Music* juga dapat dikategorikan sebagai budaya populer Jepang. *Japanese Music* (*J-Music*) yang dimaksud bukan jenis musik tradisional seperti musik *enka*, namun musik yang ber-genre pop serta rock. Seperti musik dari Idola AKB48 dengan *genre* pop dan Arashi dengan *genre* rock. Musik idola-idola Jepang seperti AKB48 dan Arashi banyak disukai oleh penggemar di Jepang dan penggemar di luar negeri.

Dalam budaya populer Jepang, idola adalah istilah yang digunakan untuk merujuk pada bintang muda yang dipasarkan untuk dikagumi karena bakat, keperibadian dan kelucuannya. Idola dimaksudkan sebagai panutan khususnya untuk kaum muda. Para idola diharapkan menjaga citra publik yang baik dan menjadi contoh yang baik bagi kaum muda. Sejak tahun 2007, kategori idola baru, “*virtual idol*” semakin populer di Jepang. Berkat munculnya *vocaloid 2* dan karakter terkenalnya *Hatsune Miku* (初音ミク), idola virtual sangat menikmati popularitas dan penggemar yang solid. Selain memiliki lagu dan mengeluarkan album, biasanya menerima adaptasi media khusus lainnya mencakup *anime*, *manga*, *novel*, *video game* dan lain-lain

Ada beberapa Idola Jepang yang memasarkan produk-produknya seperti album dan *merchandise* ke luar negeri termasuk Indonesia. Banyak dari Idola atau penyanyi Jepang mempunyai penggemar yang setia, bahkan mereka rela mengeluarkan biaya yang besar untuk membeli produk-produk dari idola dan penyanyi yang mereka sukai, tidak terkecuali Idola Virtual *Vocaloid*. Penggemar *Vocaloid* khususnya *Hatsune Miku* (初音ミク) selain mereka rela mengeluarkan biaya untuk membeli produk-produk dari *Hatsune Miku* (初音ミク), penggemar dari *Hatsune Miku* (初音ミク) juga berperan aktif dalam pembuatan karya-karya orisinal seperti lagu, ilustrasi dan lain-lain.

Di Universitas Darma Persada, *Vocaloid* cenderung lebih banyak disukai oleh kalangan *Otaku*, hanya sebagian mahasiswa sastra Jepang Unsada yang menggemari *vocaloid* dan rata-rata yang menggemarinya adalah kaum laki-laki karena mereka menyukai konsep dari *Vocaloid* yang imut dan polos walaupun *vocaloid* hanya sebuah *virtual idol*. Kebanyakan dari penggemar *vocaloid* khususnya *Hatsune Miku* (初音ミク) mulai mengikuti *Hatsune Miku* (初音ミク) dari SMA. Apalagi *Hatsune Miku* (初音ミク) pernah menggelar konser di Indonesia bernama *Miku Expo* tahun 2014. Sampai saat ini masih ada beberapa mahasiswa Unsada khususnya mahasiswa sastra Jepang masih mengikuti *Hatsune Miku* (初音ミク).

Penulis tertarik untuk membahas fenomena *virtual idol vocaloid Hatsune Miku* (初音ミク) yang popularitasnya semakin berkembang dan diterima baik oleh masyarakat Jepang maupun diluar Jepang. Selain itu, Jepang juga dapat memasarkan seorang idola yang tidak nyata sehingga menjadi sebuah fenomena tersendiri.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa teori yang mendukung penelitian ini. Antara lain teori fenomenologi dan konsep budaya populer. Teori fenomenologi menurut Prof. Dr. Buchari Lapau, dr. MPH (2012), fenomena merupakan suatu hal yang bisa disaksikan dengan panca indera serta dapat dinilai dan diterangkan secara ilmiah. Konsep budaya populer menurut Raymond William dalam Storey (2004), istilah populer ini memiliki 4 makna : “banyak disukai orang”, “jenis kerja rendahan”, “karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang”, “budaya yang memang dibuat oleh orang untuk menyenangkan dirinya sendiri” .

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif, yaitu dengan mengumpulkan data kemudian menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga lebih mudah dipahami dan memberikan jawaban pada tujuan penelitian yang dapat memudahkan pembaca. Untuk memenuhi data-data yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini penulis melakukan pengumpulan data melalui kuesioner dengan populasi komunitas

vocapost yang didalamnya terdapat mahasiswa sastra Jepang Unsada maupun komunitas penggemar *J-Pop* dan komunitas penggemar kebudayaan Jepang lainnya sebagai responden kuesioner berjumlah 30 orang.

Dalam melakukan pengumpulan data ini dilakukan teknik sampling dengan menggunakan *google form* pada tanggal 25 Juli 2018 – 31 Juli 2018. Penulis juga memperoleh data dari sumber pustaka *online* berupa buku-buku elektronik (*ebook*), jurnal-jurnal, artikel, dan situs-situs *website* yang berhubungan dengan judul skripsi ini.

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh adalah penyuka *vocaloid* dapat dipastikan mengetahui karakter *vocaloid Hatsune Miku* (初音ミク). Selain itu, seperti pada umumnya seorang penggemar akan mengetahui lagu-lagu yang dibawakan oleh *Hatsune Miku* (初音ミク) dan penggemar yang lebih tinggi akan memiliki berbagai album, *single* serta *merchandise* atau *goodies* yang berhubungan dengan *Hatsune Miku* (初音ミク) hingga mengeluarkan dana yang tidak sedikit. Bagi penikmat musik *vocaloid*, selain mengetahui karakter *Hatsune Miku* (初音ミク) maka secara alami akan mengetahui karakter *vocaloid* lainnya.

Berdasarkan teori fenomologi yang digunakan diperoleh pembahasan sebagai berikut:

1. Fenomena *Hatsune Miku* (初音ミク) sebagai budaya populer Jepang

Hatsune Miku (初音ミク) merupakan *vocaloid* pertama yang dikembangkan dan didistribusikan oleh Crypton Future Media, Inc. dan dirilis pada tanggal 31 Agustus 2007. *Hatsune Miku* (初音ミク) merupakan *vocaloid* dengan ciri-ciri: rambut panjang kuncir dua (*twin tail*) berwarna biru kehijauan yang memanjang hingga mata kaki dan memakai pakaian yang memberikan kesan futuristik. *Hatsune Miku* (初音ミク) juga merupakan karakter *vocaloid* yang paling terkenal. Bahkan *Hatsune Miku* (初音ミク) seringkali dianggap sebagai *vocaloid* pertama yang diciptakan, padahal *Hatsune Miku* (初音ミク) merupakan *vocaloid* ketiga yang diciptakan setelah *Vocaloid Meiko* dan *Vocaloid Kaito* pada generasi pertama.

2. Fenomena *Virtual Idol Hatsune Miku* (初音ミク) Sebagai Budaya Populer Jepang di Luar Jepang Khususnya di Indonesia

Pada tanggal 28-29 Mei 2014, *Hatsune Miku* (初音ミク) mengadakan konser pertama kalinya di Indonesia yang bertempat di Jakarta Convention Center (*Cendrawasih Room*) yang bertajuk *Miku Expo 2014 in Indonesia*. Konser pertama *Hatsune Miku* (初音ミク) di Indonesia ini dengan efek 3D hologram. Tidak hanya konser, tetapi *Miku Expo* ini juga mengadakan *exhibition* seputar *Hatsune Miku* (初音ミク).

3. Hasil analisa kuesioner yang mencakup seluruh pembahasan sebagai berikut:

Selain karakter *Hatsune Miku* (初音ミク), apakah anda mengetahui karakter *vocaloid* lainnya?

Berdasarkan pertanyaan tersebut, didapatkan hasil 30 responden (100%) mengetahui karakter *vocaloid* lainnya selain *Hatsune Miku* (初音ミク). Hal ini menunjukkan, bahwa selain karakter *Hatsune Miku* (初音ミク), pasti penggemar kebudayaan Jepang akan mengetahui karakter *vocaloid* lainnya, bisa dilihat dari diagram di bawah ini:

Pada kuesioner ini penulis mendapatkan hasil dari 30 orang responden sebanyak 100% atau 30 responden mengetahui baik *vocaloid* maupun karakter *vocaloid* yaitu *Hatsune Miku* (初音ミク). Hal ini menunjukkan bahwa sebagai budaya populer Jepang, *virtual idol Hatsune Miku* (初音ミク) juga terkenal hingga diluar Jepang, khususnya di Indonesia. Penyebaran mengenai *Hatsune Miku* (初音ミク) sendiri tidak lepas dari media internet yang memiliki peranan penting sehingga *Hatsune Miku* (初音ミク) menjadi terkenal, hal ini pun sesuai dengan pertanyaan kuesioner pada data 5 yang menunjukkan sebanyak 15 orang responden (50%) mengetahui *Hatsune Miku* (初音ミク) melalui internet. Para penggemar *Hatsune Miku* (初音ミク) yang lebih tinggi tentunya akan mengetahui lagu-lagu yang dibawakan oleh *Hatsune Miku* (初音ミク), memiliki album *Hatsune Miku* (初音ミク) dan mengoleksi berbagai macam *merchandise* atau *goodies* yang berhubungan dengan *Hatsune Miku* (初音ミク).

SIMPULAN

Fenomena *Hatsune Miku* (初音ミク) dibuktikan dengan tingginya minat serta popularitas *Hatsune Miku* (初音ミク) sebagai idola walaupun tidak nyata. Hal ini dibuktikan dengan tingginya penjualan *software vocaloid Hatsune Miku* (初音ミク) serta antusias masyarakat Jepang. Terutama pada kalangan menyukai musik, kemunculan *software vocaloid Hatsune Miku* (初音ミク) merupakan daya tarik tersendiri.

Para penggemar dapat berperan aktif dalam pembuatan lagu dan ilustrasi menggunakan *Hatsune Miku* (初音ミク). Selain itu, *Hatsune Miku* (初音ミク) dikatakan sebagai fenomena juga dibuktikan dengan beberapa album *Hatsune Miku* (初音ミク) yang memasuki *chart Oricon Japan* serta suksesnya konser 3D *hologram* di Jepang maupun diluar Jepang. Berdasarkan data yang sudah dikumpulkan, dan kuesioner yang sudah dianalisis, penulis menyimpulkan menurut rumusan masalah yang sudah dibuat, membuktikan bahwa *virtual idol vocaloid Hatsune Miku* (初音ミク) di Indonesia dinikmati dan diterima baik oleh penikmat budaya populer Jepang, dalam penelitian ini adalah anggota komunitas Vcapost yang didalamnya terdapat mahasiswa Sastra Jepang Universitas Darma Persada maupun komunitas penggemar kebudayaan Jepang lainnya. Hasil analisa yang diperoleh adalah penyuka *vocaloid* dapat dipastikan mengetahui karakter *vocaloid Hatsune Miku* (初音ミク).

Selain itu, seperti pada umumnya seorang penggemar akan mengetahui lagu-lagu yang dibawakan oleh *Hatsune Miku* (初音ミク) dan penggemar yang lebih tinggi akan memiliki berbagai album, *single* serta *merchandise* atau *goodies* yang berhubungan dengan *Hatsune Miku* (初音ミク) hingga mengeluarkan dana yang tidak sedikit. Bagi penikmat musik *vocaloid*, selain mengetahui karakter *Hatsune Miku* (初音ミク) maka secara alami akan mengetahui karakter *vocaloid* lainnya.

REFERENSI

- Adi, Ida Rochani. 2011. *Fiksi Populer Teori dan Metode Kajian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Aminuddin. 1990. Pengembangan Penelitian Kualitatif dalam Bidang Bahasa dan Sastra. Malang: Yayasan Asih Asah Asuh.
- Aisyah, Riza. 2014. Dinamika Budaya Penggemar Vocaloid Indonesia Dalam Komunitas Vocabot,[Pdf],(http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers_japanology11f47da0112full.pdf). Diakses pada 28 Juli 2018
- Crypton.co.jp. *Who Is Hatsune Miku?*. (https://ec.crypton.co.jp/pages/prod/vocaloid/cv01_us). Diakses pada 23 Juni 2018
- Hamasaki, M., Takeda, H., & Nishimura, T. (2008, October). Network analysis of massively collaborative creation of multimedia contents: case study of hatsune miku videos on nico nico douga. In Proceedings of the 1st international conference on Designing interactive user experiences for TV and video (pp. 165-168).
- Kobayashi, H., & Taguchi, T. (2019). Virtual Idol Hatsune Miku: case study of new production/consumption phenomena generated by network effects in japan's online environment. *Markets, Globalization & Development Review*, 3(4).
- Maltby, Richard. (Ed) . 1989. *Introduction dalam Dreams for sale : Popular & Culture in the 20th Century*. London: Routledge.
- Moleong, Lexy J. 1988. *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Shinmura, Izuru. 1992. *Koujien*. Tokyo: Iwanami Shoten.
- Soekanto, Soerjono. 1993. *Kamus Sosiologi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Storey, John. 1993. *Teori Budaya dan Budaya Pop*. Terjemahkan oleh Elli El Fajri. Yogyakarta: Penerbit Qalam.
- Strinati, Dominic. 2007. *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. Yogyakarta: Jejak.
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tanudjaja, Bing Bedjo. 2007. Pengaruh Media Komunikasi Massa Terhadap popular Culture dalam Kajian Budaya/ Cultural Studies. *Jurnal Nirmana* Vol. 9 hal 96-106.
- Tressia, Dara. 2012. *Daya Tarik Trend Fashion Korea Sebagai Budaya Populer di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung*. Skripsi. Bandung: Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Komputer Indonesia.
- Mikuexpo.com. 2014. *Indonesia Goods*. (https://mikuexpo.com/indonesia_goods). Diakses pada 19 Juli 2018
- Mikuexpo.com. 2014. *Indonesia Tiket*. (https://mikuexpo.com/indonesia_ticket). Diakses pada 19 Juli 2018
- Nicovideo.jp. 2007. *Vocaloid*. (http://dic.nicovideo.jp/a/vocaloid_伝説入り#2007). Diakses pada 26 Juli 2018
- Oricon.co.jp. *Ranking*. (<https://www.oricon.co.jp/prof/447551/rank>). Diakses pada 27 Juli 2018
- Vocaloid.wikia.com. 2008. *Hatsune Miku*. (http://vocaloid.wikia.com/wiki/Hatsune_Miku#cite_note-33). Diakses pada 4 Juli 2018

- Vocaloid.wikia.com. 2014. *Hatsune Miku Expo 2014 in Indonesia*. (http://vocaloid.wikia.com/wiki/HATSUNE_MIKU_EXPO_2014_in_INDONESIA). Diakses pada 4 Juli 2018
- Vocapost.id. 2017. *Discography*. (<http://vocapost.id/about-us/discography>). Diakses pada 29 Juli 2018
- Williams, Raymond. 1983. *Keyword*. London: Fontana.
- <http://ch.nicovideo.jp/kadotanimitsuru/blomaga/ar428894>. Diakses pada 26 Juli 2018
- <http://www.idolfes.com/2017/eng/> . Diakses pada 25 Juli 2018
- <http://namikazevan.blogspot.com/2013/01/idol-grup-di-jepang>. Diakses pada 25 Juli 2018