

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di era yang serba modern ini, perkembangan teknologi sangat pesat. Masyarakat bisa dengan mudah memperoleh banyak informasi melalui internet. Pada awalnya, internet hanya digunakan oleh kalangan terbatas di ruang lingkup kampus. Berkat perkembangan internet yang sangat pesat setiap tahunnya hingga sekarang, internet sudah bisa dinikmati semua kalangan.

Dengan adanya internet saat ini terdapat banyak media sosial yang di gunakan oleh masyarakat salah satunya adalah *YouTube*. *YouTube* adalah situs web berbagi video milik Steven Cehn Hurley, Chad Hurley, dan Jawed Karim yang dibuat pada tahun 2005.

Dengan munculnya *YouTube* setiap orang mempunyai kesempatan untuk membuat dan mengunggah video yang mereka buat sendiri ke dalam saluran *YouTube* mereka. Saat ini, *YouTube* dapat menjadi media sumber informasi dan hiburan. Mereka yang secara khusus membuat konten video di *YouTube* disebut sebagai *YouTuber*. *YouTuber* dapat berbentuk individu, kelompok, atau perusahaan besar yang menggunakan *YouTube* sebagai media untuk memperkenalkan dirinya baik barang atau jasa.

Melalui internet, baik itu menggunakan situs web atau media sosial seperti *YouTube*, masyarakat dapat memperoleh informasi tentang berbagai hal, salah satunya budaya. Budaya adalah suatu cara hidup yang berkembang, dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok orang, dan diwariskan dari generasi ke generasi. Menurut Malinowski (1988) menyatakan bahwa budaya sebagai “jumlah barang, hak dan kewajiban, ide, keyakinan, kemampuan, serta adat istiadat”. Sedangkan menurut Koentjaraningrat (2009) mengartikan kebudayaan sebagai keseluruhan sistem gagasan, tindakan dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan

masyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan belajar. Definisi budaya selanjutnya dikemukakan oleh Hofstede (2001), budaya adalah fenomena kolektif yang dihasilkan oleh orang-orang yang berbagi lingkungan sosial yang sama dan secara mental diprogram dengan cara yang membedakan mereka dari kelompok sosial lainnya (Kusherdiana, R, 2020). Berdasarkan definisi budaya di atas dapat disimpulkan bahwa, budaya adalah aturan dan gaya hidup masyarakat yang diwariskan secara turun temurun, budaya akan selalu ada pada setiap masyarakat untuk mendukung kehidupan manusia seperti, pakaian, bangunan, makanan, nilai, keyakinan, etika dan lainnya.

Setiap negara pastinya memiliki budayanya sendiri termasuk Jepang. Jepang (日本 : *Nihon* atau *Nippon*) adalah sebuah negara kepulauan yang terletak di Benua Asia bagian Timur yang dijuluki dengan nama negara Matahari Terbit dan menganut sistem pemerintahan Monarki Konstitusional Parlementer (<https://www.cia.gov/the-world-factbook/>). Negara Jepang memiliki banyak sekali kebudayaan baik itu tradisional hingga modern. Budaya tradisional Jepang sudah dikenal di seluruh dunia. Beberapa kebudayaan tradisional Jepang masih sangat melekat dalam kehidupan sehari – hari masyarakat Jepang. Beberapa di antaranya yaitu, *matsuri* adalah festival atau hari raya yang biasanya berkaitan dengan festival di kuil, *ikebana* adalah kesenian merangkai bunga yang biasanya diletakan di altar utama, *sumo* adalah gulat dan olahraga nasional Jepang yang berasal dari zaman kuno untuk menghibur para dewa Shinto, *kimono* adalah pakaian tradisional Jepang yang sudah banyak orang tahu, Dahulu *kimono* digunakan untuk kegiatan sehari-hari namun saat ini hanya digunakan pada acara khusus, dan *onsen* atau tempat pemandian umum.

Negara Jepang juga memiliki budaya modern atau lebih dikenal dengan sebutan budaya populer yang sangat terkenal. Sejak munculnya internet budaya populer Jepang bisa lebih tersebar luar ke seluruh dunia. Beberapa budaya populer Jepang yang dikenal dunia di antaranya, *manga* (漫画) dan

yang berarti "komik" dalam bahasa Indonesia, dan dalam arti sebenarnya berarti "gambar aneh" atau "sketsa spontan", *manga* di Jepang pada awalnya muncul di majalah yang memiliki 200-850 halaman, *manga* yang didistribusikan di majalah biasanya berisi 30-40 halaman untuk bab atau *chapter*, *manga* yang telah didistribusikan di majalah biasanya dicetak menjadi buku berukuran standar yang disebut 単行本 (*tankoubon*) atau biasa disebut volume yang diterbitkan ulang dalam satu buku.. *Anime* (アニメ) berasal dari kata *animation* dalam bahasa Inggris yang digunakan orang Jepang untuk menyebut sebuah tayangan animasi, *anime* merupakan animasi dari Jepang yang digambar dengan tangan ataupun menggunakan teknologi komputer. Dari budaya populer Jepang yang berupa *anime*, mulai muncul budaya populer baru di Jepang yang mirip seperti *anime* yaitu, *Virtual YouTuber*.

Pada 2016 istilah *Virtual YouTuber* atau biasa disingkat “*VTuber*” mulai terkenal di Jepang. *Virtual YouTuber* adalah karakter yang dibuat secara 2D dan/atau 3D biasanya *stylenya* seperti *anime* dan bergerak namun bertindak seperti *YouTuber* atau *live streamer* pada umumnya (<http://jurnalotaku.com>). Karakter yang terlihat lucu dan menarik tersebut disebut Antropomorfisme *moe* atau oleh masyarakat Jepang disebut *Moe Gijinka* (燃え擬人化). *Virtual Youtuber* Kizuna Ai adalah yang paling terkenal bahkan sudah sampai sebagai simbol *Virtual Youtuber* di mancanegara. Kepopuleran *Virtual Youtuber* di Jepang bukan hanya karena Kizuna Ai saja, namun karena ada *Virtual Youtuber* lainnya, mereka diberi panggilan *Shitennou* (四天王 : *The Big Four*). Walaupun istilahnya “4”, namun *The Big Four* terdiri dari 5 *Virtual Youtuber* yaitu Kizuna Ai, Kaguya Luna, Mirai Akari, Shiro, Nekomasu (Pasha, 2019).

Perkembangan *Virtual Youtuber* di Indonesia dimulai dari Maya Putri yang mulai debut pada Agustus 2018. Sebelum Maya Putri sudah ada

beberapa Virtual *Youtuber* seperti IpoChan yang mulai debut pada 6 Juni 2018 dan Tessa yang debut pada 25 Februari 2018. Nijisanji mulai membuka cabang di Indonesia pada pertengahan tahun 2019. Hingga saat ini sudah ada 19 Virtual *Youtuber* yang berada di bawah naungan Nijisanji ID.

Konten yang di sajikan oleh virtual *YouTuber* sangat beragam seperti, bermain gim, karaoke, *cover* lagu, *free talk*/mengobrol, belajar Bahasa, menggambar, *role play*/bermain peran dan lainnya. Karena konten virtual *Youtuber* yang sangat beragam tidak heran jika banyak yang tertarik dengan Virtual *Youtuber* di Jepang maupun di Indonesia. Penulis menjadi tertarik untuk meneliti seberapa banyak mahasiswa Universitas Darma Persada yang tertarik terhadap konten *cover* lagu dari virtual *YouTuber* agensi Nijisanji ID, khususnya pada jurusan bahasa dan kebudayaan Jepang. Seberapa banyak yang tertarik terhadap konten *cover* lagu dari virtual *YouTuber* agensi Nijisanji ID, dan mengapa mereka tertarik terhadap konten *cover* lagu dari virtual *YouTuber* agensi Nijisanji ID?

Berdasarkan fenomena ini penulis ingin meneliti Ketertarikan mahasiswa jurusan bahasa dan kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada terhadap konten *cover* lagu dari virtual *YouTuber* agensi Nijisanji ID.

1.2. Penelitian yang Relevan

Dalam proses penulisan penelitian ini, penulis juga membaca beberapa penelitian yang telah dilaksanakan oleh orang lain, dan menemukan beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian yang penulis buat. Berikut penelitian yang relevan dengan penelitian ini :

1. Penelitian dari Universitas Darma Persada, Andi Pradipta (2018) dalam skripsi yang berjudul *Ketertarikan Mahasiswa Sastra Jepang Universitas Darma Persada Terhadap Perkembangan Virtual Youtuber*.

Penelitian ini membahas mengenai ketertarikan mahasiswa Sastra Jepang Universitas Darma Persada terhadap perkembangan virtual *YouTuber*. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas ketertarikan

mahasiswa Bahasa dan Kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada terhadap virtual *YouTuber*. Perbedaan dari penelitian milik Andi Pradipta dengan penelitian milik peneliti adalah penelitian milik Andi Pradipta berfokus membahas perkembangan virtual *YouTuber* secara keseluruhan, sedangkan penelitian milik peneliti berfokus membahas konten *cover* lagu virtual *YouTuber* agensi Nijisanji ID.

2. Penelitian dari Universitas Telkom, Dwiana Rachmadewi Puspitaningrum (2019) dalam skripsi yang berjudul *Fenomena virtual YouTuber Kizuna Ai di Kalangan Penggemar Budaya Populer Jepang di Indonesia*.

Penelitian ini membahas mengenai fenomena virtual *YouTuber* Kizuna Ai di kalangan penggemar budaya populer Jepang di Indonesia. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas virtual *YouTuber*. Perbedaan dari penelitian milik Dwiana Rachmadewi Puspitaningrum dengan penelitian milik peneliti adalah penelitian milik Dwiana Rachmadewi Puspitaningrum berfokus terhadap fenomena kemunculan virtual *YouTuber* Kizuna Ai, sedangkan penelitian milik peneliti berfokus membahas konten *cover* lagu virtual *YouTuber* agensi Nijisanji ID.

Dari penelitian penulis dan kedua penelitian tersebut terdapat persamaan yaitu sama-sama membahas virtual *YouTuber*. Sedangkan perbedaan penelitian milik peneliti dengan kedua penelitian tersebut adalah peneliti fokus membahas ketertarikan terhadap konten *cover* lagu virtual *YouTuber* agensi Nijisanji ID.

1.3. Identifikasi Masalah

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

1. Munculnya virtual *YouTuber* sebagai budaya populer baru di Jepang.
2. Virtual *YouTuber* yang digemari oleh masyarakat Jepang dan luar Jepang.

3. Mulai berkembangnya virtual *Youtuber* di Indonesia.
4. Beragamnya konten virtual *YouTuber*.
5. Ketertarikan mahasiswa jurusan bahasa dan kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada terhadap konten *cover* lagu virtual *Youtuber* agensi Nijisanji ID.

1.4. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, Penulis membatasi masalah penelitian pada Ketertarikan mahasiswa jurusan bahasa dan kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada terhadap konten *cover* lagu virtual *Youtuber* agensi Nijisanji ID.

1.5. Perumusan Masalah

Agar penelitian ini dapat lebih terarah, penulis merumuskan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Apa konten virtual *YouTuber* agensi Nijisanji ID yang disukai oleh Mahasiswa Jurusan Bahasa dan Kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada?
2. Bagaimana ketertarikan Mahasiswa Jurusan Bahasa dan Kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada terhadap konten *cover* lagu virtual *Youtuber* agensi Nijisanji ID?

1.6. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui konten virtual *YouTuber* agensi Nijisanji ID yang disukai oleh Mahasiswa Jurusan Bahasa dan Kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada.
2. Mengetahui ketertarikan mahasiswa Jurusan Bahasa dan Kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada terhadap konten *cover* lagu virtual *Youtuber* agensi Nijisanji ID.

1.7. Landasan Teori

1.7.1. Cover lagu

Cover lagu/cover song adalah suatu pertunjukan yang dilakukan oleh seseorang yang bukan pencipta dan/ atau pemegang Hak cipta dari karya musik dan/ atau lagu tersebut (Ekaputra, A. R., dan Sulistiyono, A., 2022). *Cover lagu* adalah menyanyikan ulang lagu dari artis atau penyanyi terkenal dengan tidak mengubah lirik serta lagu aslinya (Dewi, 2017).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa, *cover lagu/cover song* adalah menyanyikan kembali lagu yang dibawakan oleh orang lain selain pencipta dan pemegang hak cipta lagu tersebut tanpa mengubah lirik lagu aslinya.

1.7.2. Ketertarikan

Ketertarikan adalah suatu motivasi yang menunjukkan arah perhatian dan aktivitas seseorang terhadap suatu objek karena merasa tertarik dan sadar akan perlunya melakukan tindakan untuk mencapai suatu tujuan. Minat atau ketertarikan seseorang akan muncul apabila individu tersebut mempunyai suatu kebutuhan yang harus dipenuhi. Jika kebutuhan pokoknya sudah terpenuhi, maka muncullah rasa ingin untuk mulai memilih berbagai macam kebutuhan yang disesuaikan dengan keinginan dan selera. Menurut Slameto (2010:180) Ketertarikan atau minat adalah suatu rasa suka yang lebih dan rasa tertarik pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar ketertarikannya. Sedangkan ketertarikan menurut Hurlock (2011:114) merupakan sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang diinginkan bila seseorang bebas untuk memilih. Seseorang melihat bahwa jika sesuatu yang menguntungkan maka akan merasa

berminat dengan sesuatu itu yang akan mendatangkan kepuasan. Bila kepuasan yang diperoleh berkurang, ketertarikannya juga akan berkurang.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa ketertarikan adalah perasaan pada seseorang yang menyesuaikan dengan minat atau selera dan memiliki rasa suka yang lebih pada suatu hal atau aktivitas tertentu, sehingga akan mendatangkan rasa kepuasan kepada diri sendiri.

1.7.3. Virtual YouTuber

Virtual *YouTuber* adalah seseorang yang membuat konten untuk menghibur tidak pada satu platform dengan cara menampilkan dirinya dengan menggunakan perangkat lunak untuk mewakili diri mereka sendiri dan melabeli diri mereka sendiri sebagai virtual *YouTuber*. Konten yang dibuat oleh virtual *YouTuber* beragam tidak terpaku pada video saja seperti, *cover* lagu, bermain gim, *free talk*/mengobrol, karaoke, dan lainnya (<https://www.youtube.com/watch?v=FxRzMnNI2K4>).

1.8. Metode Penelitian

Dalam metode penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif metode deskriptif analisis, yaitu mengumpulkan data dengan melakukan wawancara pada 5 orang mahasiswa jurusan Bahasa dan Kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada dan kepustakaan. Metode ini meneliti dan menafsirkan masalah yang ada dengan menggunakan wawancara kepada responden demi mendapatkan data. Data-data di ambil dari kepustakaan dan wawancara dengan responden. Target penulis adalah Mahasiswa Jurusan Bahasa dan Kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada.

1.9. Manfaat Penelitian

a) Manfaat Teoretis

Penelitian ini sangat bermanfaat sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan

budaya populer Jepang seperti *Virtual YouTuber* khususnya NIJISANJI ID serta menjadi bahan kajian lebih lanjut.

b) Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti

Diharapkan dari penelitian ini dapat menambah pengetahuan tentang budaya populer Jepang khususnya mengenai *Virtual YouTuber* NIJISANJI ID.

2. Bagi pembaca

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber dan data tambahan, bagi peneliti yang ingin meneliti tentang *Virtual YouTuber* lebih dalam lagi.

1.10. Sistematika Penulisan Skripsi

Bab I: merupakan bab yang berisi mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, landasan teori, metode penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penyusunan skripsi.

Bab II: merupakan bab yang berisi mengenai tentang budaya populer Jepang, dan virtual *YouTuber* Nijisanji ID.

Bab III: merupakan bab yang berisi mengenai ketertarikan Mahasiswa Jurusan Bahasa dan Kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada terhadap konten *cover* lagu virtual *YouTuber* agensi Nijisanji ID.

Bab IV: merupakan bab yang berisi mengenai kesimpulan dari bab-bab sebelumnya.