

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Budaya merujuk pada keseluruhan cara hidup, nilai, kepercayaan, norma, dan perilaku manusia yang diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Menurut Mulyana dan Rakhmat (2009: 25), budaya merupakan suatu pola hidup menyeluruh. Budaya bersifat kompleks, abstrak, dan luas. Banyak aspek budaya turut menentukan perilaku komunikatif. Unsur-unsur sosial-budaya ini tersebar dan meliputi banyak kegiatan sosial manusia. Budaya dapat ditemukan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk di dalam organisasi sosial, lingkungan alam, dan teknologi. Budaya juga dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti sejarah, geografi, dan lingkungan sosial di mana masyarakat hidup. Harrison (2012) menyatakan bahwa budaya adalah sistem nilai-nilai, keyakinan, dan praktik sosial yang diwariskan dari generasi ke generasi. Harrison menekankan peran budaya dalam membentuk perkembangan sosial dan ekonomi suatu masyarakat.

Menurut Haffner (2009: 17), budaya Jepang telah banyak berubah selama ribuan tahun, dari periode prasejarah Jōmon hingga budaya modern kontemporenya, yang menyerap pengaruh dari Asia dan wilayah lain di dunia. Definisi umum tentang budaya Jepang mencakup beberapa aspek berikut:

1. Nilai-nilai dan Etika: Budaya Jepang mencerminkan nilai-nilai seperti kesopanan, rasa hormat terhadap orang lain, kerja keras, kerjasama, kesederhanaan, kedisiplinan, dan penghormatan terhadap tradisi dan otoritas.
2. Tradisi dan Adat Istiadat: Jepang memiliki warisan tradisional yang kaya, termasuk upacara teh, *ikebana* (seni merangkai bunga), *kendo* (seni bela diri), *noh* (teater tradisional), *geisha*, *matsuri* (festival), dan banyak lagi. Adat istiadat seperti perayaan Tahun Baru, *hanami* (pemandangan bunga sakura), dan *obon* (festival untuk menghormati leluhur) juga merupakan bagian penting dari budaya Jepang.

3. Seni dan Sastra: Seni Jepang termasuk seni rupa seperti kaligrafi, ukiran kayu, lukisan tradisional (*nihonga*), dan kerajinan seperti *origami* dan *bonsai*. Sastra Jepang terkenal dengan karya-karya seperti *haiku*, novel klasik seperti "The Tale of Genji" karya Murasaki Shikibu, dan drama *Noh*.
4. Arsitektur: Arsitektur Jepang, seperti kuil dan istana, memiliki ciri khas yang unik, seperti penggunaan kayu, *tatami* (lantai anyaman), dan taman yang dirancang dengan cermat untuk menciptakan harmoni dengan alam.
5. Makanan: Masakan Jepang terkenal di seluruh dunia, termasuk *sushi*, *sashimi*, *ramen*, *tempura*, dan banyak hidangan lainnya. Prinsip-prinsip penting dalam makanan Jepang adalah kesegaran bahan, keseimbangan rasa, dan presentasi yang indah.
6. Teknologi dan *pop culture*: Jepang juga dikenal sebagai salah satu negara dengan perkembangan teknologi yang maju, seperti robotika, elektronik, dan transportasi.

マンガ、アニメ、J ポップ、コスプレといった日本のポップカルチャーも、国内外で強い影響力を持っている。「岩渕、2015」

Manga, anime, jeipoppu, kosupure to itta Nihon no poppukaruchā mo, kokunaigai de tsuyoi eikyō-ryoku o motte iru. (Iwabuchi, 2015)

Pop culture Jepang, seperti *manga*, *anime*, musik J-pop, dan *cosplay*, juga memiliki pengaruh yang kuat di dalam dan luar negeri. (Iwabuchi, 2015)

Definisi ini mencakup beberapa aspek utama dari budaya Jepang, tetapi juga penting untuk diingat bahwa budaya Jepang sangat beragam dan terus berkembang seiring dengan perubahan zaman.

Meskipun tidak secara langsung terkait dengan budaya Jepang secara keseluruhan, *car culture* di Jepang memiliki pengaruh yang signifikan dan unik dalam konteks budaya Jepang. Berikut adalah beberapa kaitan atau hubungan antara *car culture* dan budaya Jepang:

1. Inovasi Otomotif: Jepang memiliki sejarah yang kaya dalam industri otomotif dengan merek-merek terkenal seperti Toyota, Honda, Nissan, dan Subaru. Inovasi teknologi dan desain mobil dari Jepang telah mempengaruhi industri otomotif global. *Car culture* di Jepang mencerminkan dedikasi terhadap kualitas, efisiensi, dan kehandalan kendaraan.
2. Modifikasi Mobil: Budaya modifikasi mobil merujuk pada fenomena sosial di mana pemilik mobil melakukan perubahan atau penyesuaian pada kendaraan mereka guna meningkatkan performa, estetika, atau mengekspresikan identitas pribadi. Ini melibatkan modifikasi pada berbagai aspek mobil, termasuk mesin, suspensi, sistem audio, penampilan eksterior, dan interior. Budaya ini melibatkan komunitas yang terikat oleh minat bersama terhadap modifikasi mobil, di mana anggota saling berbagi pengetahuan, pengalaman, dan inspirasi. Budaya modifikasi mobil juga seringkali dipamerkan melalui acara otomotif, pertemuan klub mobil, atau platform online di mana para penggemar mobil dapat berinteraksi dan memamerkan karya modifikasi mereka. Budaya modifikasi mobil di Jepang sangat populer dan terkenal di seluruh dunia. Jepang memiliki gaya modifikasi mobil unik seperti *Boso-zoku* (gaya ekstrem dengan perubahan eksterior yang mencolok), *Shakotan* (mobil rendah dengan suspensi rendah), dan *Kei-Car Modification* (modifikasi mobil *kei-car* yang populer di Jepang). Budaya modifikasi mobil ini mencerminkan kreativitas, individualitas, dan semangat pemilik mobil untuk mengubah penampilan dan kinerja kendaraan mereka.
3. *Drifting*: *Drifting* adalah gaya mengemudi di mana pengemudi mengendalikan mobil dengan meluncur melintang dan mengendalikan kemudi untuk menciptakan efek asap. *Drifting* diperkenalkan ke arus utama di Jepang pada tahun 1970-an oleh pembalap Jepang bernama Keiichi Tsuchiya. Keiichi Tsuchiya

dianggap sebagai salah satu pendiri dan pionir *drifting* modern. Jepang menjadi pusat *drifting* dan menjadi tempat diadakannya kompetisi *drifting* terkenal seperti D1 Grand Prix. *Drifting* mencerminkan semangat olahraga, keahlian mengemudi, dan kegembiraan dalam menguasai kendaraan.

4. Toko dan Acara Otomotif: Di Jepang, terdapat banyak toko otomotif khusus yang menyediakan aksesoris, suku cadang, dan peralatan modifikasi mobil. Selain itu, acara otomotif seperti Tokyo Auto Salon, Osaka Auto Messe, dan Daikoku PA Meeting menjadi ajang bagi pecinta mobil untuk bertemu, memamerkan karya modifikasi, dan berbagi minat mereka terhadap mobil. Acara-acara ini mencerminkan komunitas yang erat dan antusiasme bersama dalam *Car Culture*.

Green (2008) menyatakan bahwa *car culture* Jepang juga terkenal dengan budaya balap mobilnya, terutama *drifting*. *Drifting* adalah teknik mengemudi mobil di mana pengemudi menyetir dengan meluncur dan memutar roda belakang mobil untuk mempertahankan kontrol mobil di atas permukaan yang licin.

Car culture, dalam konteks sosial, merujuk pada subkultur atau komunitas yang terbentuk di sekitar minat, penghargaan, dan aktivitas yang terkait dengan mobil dan kendaraan bermotor. Ini mencakup perilaku, preferensi, dan simbolik yang terkait dengan mobil, termasuk gaya hidup, modifikasi kendaraan, kegiatan sosial, dan partisipasi dalam acara atau komunitas terkait mobil.

Definisi ini menunjukkan bahwa *car culture* melibatkan individu yang terikat oleh minat bersama terhadap mobil dan kendaraan bermotor. Hal ini meliputi segala aspek yang terkait dengan mobil, seperti desain, performa, modifikasi, perawatan, dan penggunaannya sebagai sarana transportasi atau sebagai objek ekspresi diri. *Car culture* juga mencerminkan cara berpikir, nilai-nilai, dan preferensi yang terkait dengan mobil, termasuk upaya untuk membangun identitas atau keanggotaan dalam komunitas yang didasarkan pada minat yang sama.

Komunitas *car culture* sering terhubung melalui acara otomotif, pertemuan klub mobil, pameran mobil, balap, atau berbagai kegiatan sosial lainnya yang

berkaitan dengan mobil. Dalam konteks ini, *car culture* juga melibatkan budaya modifikasi kendaraan, di mana pemilik mobil melakukan perubahan atau penyesuaian pada kendaraan mereka untuk meningkatkan performa, estetika, atau mengekspresikan identitas pribadi.

Penting untuk dicatat bahwa *car culture* dapat bervariasi di berbagai tempat dan komunitas. Perbedaan dalam preferensi, gaya modifikasi, atau fokus kegiatan dapat mempengaruhi bagaimana *car culture* diwujudkan dan dihayati dalam masyarakat yang berbeda. Namun, pada intinya, *car culture* mencerminkan minat dan apresiasi yang kuat terhadap mobil dan kendaraan bermotor sebagai elemen penting dalam kehidupan dan identitas sebagian masyarakat. *Car culture* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *pop culture* Jepang melalui beberapa faktor. Singkatnya, *car culture* adalah subbagian dari budaya yang berfokus pada mobil dan komunitasnya, sedangkan *pop culture* adalah representasi lebih umum dari tren dan minat yang luas yang berpengaruh pada masyarakat dalam berbagai bidang kehidupan.

Pop culture merujuk pada keseluruhan aktivitas, produk, dan ide yang secara luas diterima, diadopsi, dan dikonsumsi oleh masyarakat dalam suatu konteks sosial yang spesifik. *Pop culture* mencakup berbagai bentuk ekspresi kreatif yang dihasilkan oleh industri hiburan, media massa, dan interaksi sosial dalam kehidupan sehari-hari.

Definisi *pop culture* mencerminkan fenomena sosial di mana preferensi dan minat massa terhadap hiburan, seni, mode, musik, film, televisi, literatur, dan produk konsumen lainnya menjadi pusat perhatian. *Pop culture* seringkali mencerminkan tren, gaya hidup, nilai-nilai, dan pandangan dunia yang terkait dengan masyarakat luas pada periode waktu tertentu.

Pop culture juga dapat dianggap sebagai bentuk ekspresi kreatif yang mengeksploitasi media dan teknologi modern untuk mencapai audiens yang luas. *Pop culture* sering berinteraksi dengan industri hiburan dan media massa, dan dapat mempengaruhi opini publik, gaya hidup, dan tren konsumen.

Beberapa hal yang membuat *car culture* mempengaruhi *pop culture* Jepang adalah:

1. Identitas dan Ekspresi Diri: *Car culture* memberikan platform bagi individu untuk mengekspresikan identitas pribadi mereka melalui modifikasi mobil, gaya mengemudi, dan preferensi terhadap merek dan model mobil tertentu. Budaya ini memungkinkan individu untuk menunjukkan kepribadian dan gaya hidup mereka, dan menjadi bagian dari komunitas yang membagikan minat yang sama. Aktivitas ini berkontribusi pada beragam bentuk ekspresi dan menjadi bagian integral dari identitas populer di Jepang.
2. Pengaruh Media dan Hiburan: *Car culture* sering diperlihatkan dalam film, video musik, *anime*, *manga*, dan media hiburan populer lainnya di Jepang. Adegan balap mobil, modifikasi kendaraan, dan gaya hidup yang terkait dengan *car culture* sering menjadi tema utama atau elemen penting dalam narasi. Media ini memberikan eksposur yang lebih luas kepada *car culture* dan mempengaruhi persepsi dan minat masyarakat terhadap budaya mobil.
3. Industri Otomotif: Jepang memiliki industri otomotif yang kuat dan terkenal di dunia. Merek-merek mobil Jepang seperti Toyota, Honda, Nissan, dan Subaru memiliki basis penggemar yang kuat dan loyal di dalam maupun luar Jepang. Budaya mobil yang berkembang di Jepang, termasuk modifikasi, balap mobil, dan teknologi otomotif, mempengaruhi dan diresapi oleh industri otomotif Jepang. Inovasi dan desain mobil Jepang yang unik juga menjadi bagian dari daya tarik *pop culture* Jepang.
4. Pameran dan Acara Otomotif: Jepang menjadi tuan rumah berbagai pameran mobil dan acara otomotif yang terkenal di dunia, seperti Tokyo Auto Salon, Osaka Auto Messe, dan berbagai acara *drifting*. Acara-acara ini menarik perhatian penggemar mobil dan *car culture* dari seluruh dunia. Mereka menjadi platform untuk memamerkan karya modifikasi, bertukar ide, dan memperkuat komunitas *car culture*. Keberadaan acara dan pameran ini menyebarkan pengaruh *car culture* dan mengangkatnya ke level *pop culture* di Jepang.

Melalui kombinasi faktor-faktor tersebut, *car culture* memainkan peran yang signifikan dalam membentuk *pop culture* Jepang. Ini mencerminkan minat, kreativitas, dan semangat individu dalam menghadirkan ekspresi diri mereka melalui mobil dan membangun komunitas yang saling mendukung.

Mobil-mobil Jepang biasa disebut dengan “JDM” di kalangan penggemar *car culture* Jepang. JDM (Japanese Domestic Market) merujuk pada mobil, suku cadang, dan aksesoris yang dirancang dan diproduksi secara khusus untuk pasar domestik Jepang. Istilah ini sering digunakan dalam konteks *car culture* Jepang untuk mengidentifikasi mobil dan komponen yang diimpor atau dipasarkan di luar Jepang.

Hubungan JDM dengan *car culture* Jepang di Indonesia terlihat dalam praktik modifikasi mobil. Banyak penggemar mobil di Indonesia yang tertarik untuk mengadopsi gaya modifikasi JDM pada mobil mereka. Hal ini termasuk peningkatan performa mesin, penggunaan suku cadang dan aksesoris JDM asli, serta gaya eksterior yang khas seperti *body kit*, *velg*, dan lampu yang terinspirasi dari mobil Jepang.

Selain itu, ada juga bisnis dan industri yang berkembang di Indonesia yang fokus pada impor dan penjualan suku cadang, aksesoris, dan mobil JDM. Terdapat toko suku cadang dan aksesoris mobil yang menyediakan produk-produk JDM untuk memenuhi permintaan komunitas *car culture* Jepang di Indonesia.

Dengan demikian, JDM memiliki hubungan erat dengan *car culture* Jepang di Indonesia karena menjadi sumber inspirasi dan elemen penting dalam modifikasi mobil yang memperlihatkan pengaruh dan ciri khas budaya otomotif Jepang di Indonesia.

Car culture Jepang telah memiliki pengaruh yang signifikan di Indonesia. Budaya otomotif Jepang, termasuk modifikasi mobil dan balap jalanan, telah mempengaruhi komunitas penggemar mobil di Indonesia. Berikut ini adalah beberapa aspek dari *car culture* Jepang di Indonesia:

1. Modifikasi Mobil: Pengaruh *car culture* Jepang terlihat dalam praktik modifikasi mobil di Indonesia. Banyak pemilik mobil di Indonesia terinspirasi oleh gaya modifikasi Jepang seperti JDM

(Japanese Domestic Market) yang menekankan pada peningkatan performa, penampilan eksterior yang unik, dan interior yang disesuaikan dengan gaya Jepang. Modifikasi mobil di Indonesia sering kali mencerminkan tren dan gaya modifikasi yang berasal dari Jepang.

2. Komunitas dan Pertemuan: Komunitas *car culture* Jepang di Indonesia telah berkembang pesat. Terdapat berbagai klub dan komunitas mobil yang mengkhususkan diri dalam mobil Jepang atau memperlihatkan pengaruh *car culture* Jepang. Mereka sering mengadakan pertemuan, pameran mobil, dan acara sosial untuk berbagi pengetahuan, pengalaman, dan kecintaan mereka terhadap mobil Jepang serta *car culture* secara umum.
3. Acara dan Kompetisi: *Drifting*, balap jalanan, dan kompetisi otomotif lainnya yang terinspirasi oleh *car culture* Jepang juga menjadi populer di Indonesia. Terdapat acara-acara otomotif yang diadakan di Indonesia yang menampilkan balap jalanan atau *drifting*, serta kompetisi modifikasi mobil yang mengadopsi gaya dan aturan yang serupa dengan *car culture* Jepang.
4. Industri dan Bisnis Terkait: Pengaruh *car culture* Jepang di Indonesia juga terlihat dalam industri dan bisnis terkait, seperti perusahaan modifikasi mobil, toko suku cadang mobil Jepang, dan penjual aksesoris mobil dengan gaya Jepang. Terdapat juga media otomotif dan platform online yang fokus pada *car culture* Jepang dan memperlihatkan konten terkait mobil Jepang dan modifikasi.

Car culture Jepang di Indonesia terus berkembang dan menjadi bagian penting dari budaya otomotif di negara ini. Penggemar mobil di Indonesia terinspirasi oleh gaya, modifikasi, dan tradisi *car culture* Jepang, serta membentuk komunitas yang kuat di sekitar minat ini.

Meskipun *car culture* Jepang di Indonesia memiliki daya tarik dan kegembiraan yang besar, terdapat beberapa nilai minus atau kekurangan yang perlu dipertimbangkan. Pertama, modifikasi mobil dapat menjadi aktivitas yang mahal.

Proses memodifikasi mobil dengan suku cadang JDM asli, aksesoris kualitas tinggi, dan peningkatan performa mesin dapat menghabiskan biaya yang signifikan. Hal ini dapat menjadi kendala bagi individu dengan anggaran terbatas atau yang tidak siap mengeluarkan dana yang besar untuk memenuhi kebutuhan modifikasi.

Kedua, seringkali dalam *car culture* terdapat praktik ilegal seperti balap jalanan dan penggunaan kendaraan yang tidak sesuai dengan peraturan lalu lintas. Partisipasi dalam kegiatan ilegal tersebut dapat menyebabkan risiko hukum dan keselamatan yang serius. Pelanggaran hukum dapat mengakibatkan denda, pencabutan SIM, atau bahkan penahanan. Selain itu, balap jalanan dan perilaku mengemudi yang tidak aman dapat membahayakan pengemudi dan orang lain di jalan.

Ketiga, dampak lingkungan juga perlu diperhatikan. Modifikasi mobil yang mengedepankan peningkatan performa mesin dan pembakaran bahan bakar yang tidak efisien dapat meningkatkan emisi gas buang dan berkontribusi pada polusi udara. Ini bertentangan dengan upaya global untuk melindungi lingkungan dan mengurangi dampak negatif kendaraan terhadap perubahan iklim.

Terakhir, penting untuk menyadari bahwa *car culture* Jepang, seperti *pop culture* lainnya, dapat memunculkan kecenderungan materialisme dan persaingan yang berlebihan. Persaingan untuk memiliki mobil yang unik dan modifikasi yang lebih baik dapat menciptakan tekanan finansial dan sosial yang tidak sehat. Hal ini dapat mengaburkan nilai-nilai yang lebih penting, seperti keselamatan berkendara, keberlanjutan, dan persaudaraan dalam komunitas.

Dalam menjalani kegiatan atau hobi *car culture* Jepang di Indonesia, penting untuk mengatasi dan meminimalkan nilai minus atau kekurangan ini. Keberlanjutan finansial, kesadaran akan hukum dan keselamatan, serta tanggung jawab terhadap lingkungan harus menjadi pertimbangan utama. Dengan pemahaman yang baik, partisipasi dalam *car culture* Jepang dapat menjadi pengalaman yang positif dan bermanfaat bagi individu dan komunitas yang terlibat.

1.2 Penelitian yang Relevan

Berdasarkan latar belakang masalah di atas ada beberapa penelitian yang dipandang relevan dengan penelitian ini adalah "Environmental Implications of *Car Culture*: A Case Study of Jakarta, Indonesia" oleh I. A. Abdullah dan R. Hadiwijaya (2015). Penelitian ini mengkaji implikasi lingkungan dari *car culture* dengan menggunakan studi kasus di Jakarta, Indonesia. Studi ini menganalisis dampak polusi udara, emisi gas rumah kaca, dan konsumsi bahan bakar dari mobil pribadi di Jakarta, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi dan penggunaan mobil pribadi di tengah budaya otomotif.

Penelitian yang kedua adalah "Car Clubs in Yogyakarta: Understanding Car Enthusiast Communities in Indonesia" oleh F.X. Sugiyanto (2019). Penelitian ini mengkaji komunitas pecinta mobil di Yogyakarta, termasuk aktivitas mereka.

Fokus dari penelitian ini terpusat pada analisis biaya dan praktik ilegal yang terkait dengan *car culture* Jepang di Indonesia. Di sisi lain, penelitian yang dilakukan oleh I. A. Abdullah dan R. Hadiwijaya lebih menitikberatkan pada konsekuensi polusi yang timbul akibat *car culture* secara umum terhadap lingkungan sekitarnya, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh F.X. Sugiyanto lebih mengedepankan komunitas pecinta mobil di wilayah Yogyakarta. Penelitian yang dilakukan oleh penulis berfokus pada analisis kendala biaya serta praktik ilegal yang terjadi dalam fenomena *car culture*. Meskipun demikian, penelitian - penelitian ini memiliki kesamaan dalam aspek penelitian tentang *car culture*.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Biaya yang tinggi: Modifikasi mobil dengan suku cadang JDM asli dan aksesoris kualitas tinggi dapat menghabiskan biaya yang signifikan, sehingga menjadi kendala bagi individu dengan anggaran terbatas.
2. Praktik ilegal: Balap jalanan dan penggunaan kendaraan yang tidak sesuai dengan peraturan lalu lintas seringkali terkait dengan *car culture*

Jepang di Indonesia. Hal ini dapat mengakibatkan risiko hukum dan keselamatan yang serius.

3. Dampak lingkungan: Modifikasi mobil yang mengutamakan peningkatan performa mesin dapat meningkatkan emisi gas buang dan berkontribusi pada polusi udara, bertentangan dengan upaya perlindungan lingkungan.
4. Materialisme dan persaingan yang berlebihan: Kegiatan *Car Culture* Jepang dapat memunculkan kecenderungan materialisme dan persaingan yang berlebihan, mengabaikan nilai-nilai penting seperti keselamatan berkendara, keberlanjutan, dan persaudaraan dalam komunitas.

1.4 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah fokus pada *car culture* Jepang di Indonesia tanpa mempertimbangkan aspek ekonomi yang lebih luas atau dampak keuangan yang lebih mendalam dari *car culture* secara keseluruhan. Penelitian juga akan difokuskan pada faktor-faktor yang mempengaruhi praktik ilegal seperti balap jalanan dan penggunaan kendaraan yang tidak sesuai dengan peraturan lalu lintas terkait dengan *car culture* Jepang di Indonesia. Namun, pembatasan ini tidak akan membahas secara rinci peraturan lalu lintas yang berlaku atau implikasi hukum yang lebih mendalam terkait dengan praktik ilegal tersebut.

1.5 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, dapat ditentukan bahwa perumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mengatasi kendala biaya yang tinggi dalam menjalani kegiatan atau hobi *car culture* Jepang di Indonesia?
2. Bagaimana mencegah dan mengurangi praktik ilegal yang terkait dengan *car culture* Jepang di Indonesia?

1.6 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, dapat ditentukan tujuannya sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui cara mengatasi kendala biaya yang tinggi dalam menjalani kegiatan atau hobi *car culture* Jepang di Indonesia.
2. Untuk mengetahui cara mencegah dan mengurangi praktik ilegal yang terkait dengan *car culture* Jepang di Indonesia.

1.7 Landasan Teori

Landasan teori pada penelitian mengenai *car culture* Jepang dapat mencakup beberapa aspek, di antaranya:

1.7.1 Fenomena

Fenomena yang menjadi fokus adalah *car culture* Jepang di Indonesia. Fenomena ini mencakup kegiatan atau hobi yang terkait dengan modifikasi mobil, budaya otomotif, dan pengaruh budaya populer Jepang dalam komunitas *car culture* di Indonesia.

1.7.2 Car Culture

Car culture merujuk pada subkultur yang berkaitan dengan modifikasi mobil, balap, dan gaya hidup yang terkait dengan kendaraan bermotor. *Car culture* Jepang di Indonesia mencerminkan pengaruh budaya otomotif Jepang, termasuk penggunaan suku cadang JDM, aksesoris khusus, dan gaya modifikasi yang terinspirasi oleh budaya otomotif Jepang.

1.7.3 Teori Subkultur

Teori subkultur akan membantu dalam pemahaman tentang bagaimana komunitas *car culture* Jepang di Indonesia terbentuk, nilai-nilai yang mereka anut, dan bagaimana mereka mempertahankan identitas budaya mereka dalam *car*

culture. Teori pertukaran simbolik akan membantu dalam memahami bagaimana simbol dan makna terkait dengan *car culture* Jepang digunakan dan dipertukarkan dalam komunitas, serta bagaimana hal itu mempengaruhi interaksi sosial dan identitas individu dalam *car culture*.

Teori subkultur oleh Dick Hebdige adalah kerangka teoritis yang diperkenalkan dalam bukunya yang berjudul "Subculture: The Meaning of Style," yang diterbitkan pada tahun 1979. Teori ini mengkaji fenomena subkultur sebagai reaksi terhadap tekanan sosial, ekonomi, dan budaya yang ada di masyarakat. Dick Hebdige mengkaji khususnya subkultur pemuda. Poin-poin penting dalam teori subkultur Hebdige adalah sebagai berikut:

1. **Simbolisme dan Gaya:** Hebdige menekankan pentingnya simbolisme dan gaya dalam subkultur. Menurutnya, anggota subkultur mengadopsi tampilan, pakaian, bahasa, dan simbol-simbol tertentu sebagai cara untuk mengekspresikan identitas mereka dan menentang norma sosial yang ada.
2. **Bricolage:** Hebdige menggambarkan anggota subkultur sebagai "bricoleurs" yang menggunakan bahan-bahan dan elemen-elemen dari budaya yang ada untuk menciptakan identitas mereka sendiri. Mereka mengambil potongan-potongan dari budaya dominan dan mengubahnya menjadi sesuatu yang berbeda.
3. **Konflik dan Ketegangan:** Hebdige melihat subkultur sebagai reaksi terhadap ketegangan sosial, ekonomi, dan politik. Anggota subkultur seringkali merasa terpinggirkan atau tidak terwakili dalam masyarakat, dan mereka menggunakan subkultur sebagai alat untuk mengekspresikan ketidaksetujuan mereka.
4. **Dominasi Kultural:** Hebdige mengklaim bahwa budaya dominan atau "mainstream" memiliki kemampuan untuk menyerap dan mengasimilasi elemen-elemen subkultur sebagai cara untuk meminimalkan ancaman yang mereka tampilkan. Namun, ia juga menekankan pentingnya perlawanan dan ketegangan yang terus-menerus antara subkultur dan budaya dominan.

Dengan teori ini, Hebdige merangkum bagaimana subkultur menjadi platform bagi individu untuk mengekspresikan diri, menghadapi ketegangan sosial, dan menciptakan identitas yang unik. Teori subkulturnya telah menjadi penting dalam memahami dinamika budaya populer dan bagaimana kelompok-kelompok masyarakat merespon tekanan sosial dan budaya yang ada.

1.8 Metode Penelitian

Penelitian ini mengadopsi metode penelitian deskriptif analisis dengan menggunakan sumber data yang diperoleh dari beberapa kanal Internet yang relevan. Metode ini dipilih karena sumber-sumber video Internet menyediakan akses yang luas dan *real-time* terhadap informasi tentang *car culture* Jepang di Indonesia. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif analisis, penelitian ini akan menganalisis dan menggambarkan fenomena *car culture* Jepang di Indonesia berdasarkan data yang diperoleh dari video-video yang mencakup modifikasi mobil, acara otomotif, komunitas *car culture*, dan wawancara dengan praktisi *car culture*. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali pemahaman yang lebih dalam tentang profil *car culture* Jepang di Indonesia, faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhannya, serta dampak positif dan negatif yang terkait. Dengan menggunakan sumber data yang diperoleh dari kanal Internet, penelitian ini akan memberikan wawasan yang aktual dan mendalam tentang *car culture* Jepang di Indonesia.

1.9 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, dapat ditentukan manfaat penelitian sebagai berikut:

1.9.1 Manfaat Teoritis

1. Kontribusi terhadap pengetahuan tentang pengelolaan anggaran dalam *car culture* Jepang di Indonesia, dengan mengidentifikasi strategi yang efektif untuk mengatasi kendala biaya yang tinggi.

2. Peningkatan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi praktik ilegal dalam *car culture* Jepang di Indonesia, sehingga dapat menginformasikan kebijakan atau langkah-langkah pencegahan yang lebih efektif.

1.9.2 Manfaat Praktis

1. Memberikan panduan bagi individu yang tertarik dalam *car culture* Jepang di Indonesia untuk mengelola anggaran mereka secara lebih efisien, sehingga dapat mengurangi kendala biaya yang tinggi.
2. Menyediakan rekomendasi kepada komunitas *car culture* Jepang dan pihak berwenang dalam upaya mencegah dan mengurangi praktik ilegal, dengan memberikan pendekatan yang berbasis pengetahuan dan edukasi.

1.10 Sistematika Penyajian

Berdasarkan data di atas, berikut adalah sistematika penyajian skripsi ini terdiri dari beberapa bagian seperti berikut:

Bab I Pendahuluan, merupakan pengantar atau pembuka dan berisi beberapa hal penting seperti latar belakang masalah, penelitian yang relevan, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, dan manfaat penelitian.

Bab II Kajian Pustaka, berisi tentang ulasan dari literatur-literatur terkait yang telah dipublikasikan, seperti buku, jurnal, artikel, dan sumber-sumber terpercaya lainnya yang berhubungan dengan topik penelitian.

Bab III Mengatasi Kendala Biaya dan Legalitas, berisi analisis dan interpretasi data yang telah dikumpulkan, serta analisis mengenai temuan-temuan yang relevan dengan pertanyaan penelitian yang diajukan, dengan tujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang topik yang diteliti.

Bab IV Kesimpulan, berisi tentang kesimpulan dari seluruh penelitian yang telah dilakukan, saran untuk penelitian selanjutnya.