

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

Kajian pustaka atau tinjauan literatur adalah bagian penting dalam penyusunan sebuah penelitian. Hal ini karena kajian pustaka memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang topik penelitian yang akan diambil. Pada dasarnya, kajian pustaka merupakan proses mengumpulkan, membaca, dan menganalisis referensi atau literatur yang relevan dengan topik penelitian yang akan diambil.

Penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepopuleran *car culture* Jepang di Indonesia, kajian pustaka harus mencakup sejarah perkembangan *car culture* Jepang dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Menurut Conte (2003), sejarah *car culture* Jepang dimulai pada tahun 1950-an dan 1960-an ketika masyarakat Jepang mulai memiliki minat yang tinggi terhadap mobil. Pada masa itu, mobil dianggap sebagai simbol status dan kekuatan ekonomi.

Scott (2008) menyatakan bahwa pada tahun 1970-an, muncul gerakan *street racing* atau balap liar di Jepang. Aktivitas ini semakin populer pada tahun 1980-an dan 1990-an dengan munculnya berbagai klub mobil dan acara balap mobil di Jepang. Pada waktu itu, modifikasi mobil juga mulai menjadi tren di kalangan remaja Jepang.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepopuleran *car culture* Jepang di antaranya adalah pengaruh *pop culture*, seperti *anime* dan *manga*, serta industri otomotif Jepang yang berhasil menciptakan mobil-mobil dengan desain dan teknologi yang inovatif.

Sejak awal tahun 2000-an, *car culture* Jepang mulai dikenal di Indonesia dan semakin populer seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap mobil dan modifikasi mobil. Sebagian besar komunitas *car culture* di Indonesia terinspirasi dari Jepang.

Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepopuleran *car culture* Jepang di kalangan remaja Jakarta meliputi faktor budaya, seperti adanya pengaruh media sosial dan tren fesyen, serta faktor ekonomi, seperti kemampuan finansial untuk memodifikasi mobil. Selain itu, faktor lingkungan juga turut mempengaruhi

popularitas *car culture* Jepang di Jakarta, seperti adanya tempat berkumpul atau *car meet* dan acara balap mobil yang diselenggarakan.

Dalam kajian pustaka, penulis harus mengumpulkan literatur dari berbagai sumber, seperti jurnal ilmiah, buku, artikel, dan sumber-sumber *online* yang terpercaya. Kemudian, penulis juga harus menganalisis dan menyimpulkan informasi yang diperoleh dari literatur tersebut untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepopuleran *car culture* Jepang di kalangan remaja Jakarta.

## 2.1 Sejarah *Car Culture* Jepang

*Car culture* Jepang memiliki sejarah panjang yang berkembang seiring dengan perkembangan industri otomotif di negara tersebut. Menurut Cole (1984) setelah Perang Dunia II, Jepang mengalami pertumbuhan ekonomi yang pesat. Pada periode ini, budaya mobil mulai berkembang dengan adanya mobil pribadi yang lebih terjangkau. Beberapa mobil klasik seperti Toyota Crown dan Nissan Skyline GT-BR menjadi ikon pada masa ini.

20 世紀半ば以来、日本は世界で最も象徴的なカーカルチャーの中心地のひとつである。1960 年代に台頭したアンダーグラウンドな自動車文化から、ドリフトレースや自動車改造といったポップカルチャー現象の隆盛に至るまで、日本は自動車を芸術や創造的表現の一形態として称賛することに大きく貢献してきた。「下川, 1994」

Terjemahan:

20 Seiki nakaba irai, Nihon wa sekai de mottomo shōchō-tekina kākaruchā no chūshinchi no hitotsudearu. 1960-Nendai ni taitō shita andāguraundona jidōsha bunka kara, dorifutorēsu ya jidōsha kaizō to itta poppukaruchā genshō no ryūsei ni itaru made, Nihon wa jidōsha o geijutsu ya sōzō-teki hyōgen no ichi keitai to shite shōsan suru koto ni ōkiku kōken shite kita. (Shimokawa, 1994)

Sejak pertengahan abad ke-20, Jepang telah menjadi salah satu pusat *car culture* yang paling ikonik di dunia. Dari budaya otomotif underground yang muncul pada tahun 1960-an hingga fenomena budaya pop seperti drift racing dan modifikasi mobil yang berkembang pesat, Jepang telah memberikan kontribusi besar terhadap perayaan mobil sebagai bentuk seni dan ekspresi kreatif. (Shimokawa, 1994)

Pada tahun 1960-an Jepang memasuki era *kei car* yang merupakan klasifikasi mobil kecil yang populer di Jepang. Istilah "kei" berasal dari kata *keijidōsha* yang dalam bahasa Jepang berarti "mobil ringan". *Kei car* memiliki ukuran dan spesifikasi yang ditetapkan oleh pemerintah Jepang untuk memenuhi

persyaratan regulasi khusus yang mencakup batasan ukuran mesin, dimensi fisik, dan konsumsi bahan bakar. Menurut Fung (2019) selama periode 2005 hingga 2015, pasar industri mobil telah mengalami pertumbuhan yang mengesankan. Hal ini telah menimbulkan harapan di kalangan beberapa ekonom bahwa industri tersebut dapat berperan dalam mengangkat Jepang dari keterpurukan ekonomi yang sedang dialaminya. Pada periode ini, mobil *kei car* atau mobil kecil dengan mesin kecil menjadi populer di kalangan masyarakat Jepang. Mobil-mobil *kei car* memiliki desain yang kompak dan ekonomis dalam hal konsumsi bahan bakar, sehingga menjadi pilihan yang praktis untuk kehidupan perkotaan yang padat.

Selain itu, pada tahun 2000-an, terjadi perkembangan budaya kustomisasi atau modifikasi ekstensif pada mobil-mobil *kei car*. Pemilik mobil mulai melakukan perubahan pada bagian eksterior, interior, dan mesin mobil mereka untuk memberikan sentuhan pribadi dan mengungkapkan gaya serta kepribadian mereka (Scott dan Gupta, 2014). Modifikasi tersebut mencakup penggantian *body kit*, pemasangan spoiler, perubahan pada sistem audio, penggantian *velg* dan ban, dan perbaikan performa mesin.

Proses kustomisasi ini, terdapat beragam komunitas dan kelompok penggemar yang saling berbagi pengetahuan, ide, dan teknik modifikasi. Mereka bertemu dalam acara-acara otomotif, pameran mobil, atau klub-klub mobil untuk memamerkan karya-karya modifikasi mereka dan saling menginspirasi.

Lalu Jepang masuk pada era penekanan performa dan teknologi pada 1980. Shanmuganathan dan Helander (2017) menyatakan bahwa pada era ini, muncul tren penekanan pada performa mobil dan teknologi yang canggih. Dikenal dengan istilah "JDM" (*Japanese Domestic Market*), mobil-mobil Jepang seperti Honda Civic, Toyota Supra, dan Mitsubishi Lancer Evolution menjadi populer di kalangan pecinta mobil karena kinerja dan teknologi yang unggul.

Setelah itu budaya *drifting* dan *tuner* lahir pada tahun 1990. Menurut Cezar dan Pappalardo (2017), pada tahun 2000-an, munculnya budaya *drifting* yang semakin populer ditandai oleh pengemudi yang mengendalikan mobil dalam keadaan tergelincir. Selain itu, budaya *tuner* juga berkembang dengan modifikasi

yang ekstrem pada mobil, seperti pembaruan mesin, sistem suspensi, dan modifikasi eksterior.

### **2.1.1 Fenomena *Car Culture* Jepang yang Populer di Indonesia.**

*Car culture* Jepang telah menghasilkan dampak yang signifikan di Indonesia, dengan pengaruhnya yang terlihat dalam gaya hidup dan komunitas otomotif di negara ini. Budaya otomotif Jepang, yang mencakup modifikasi mobil, balap, dan penggemaran terhadap mobil Jepang, telah menarik minat dan kecintaan masyarakat Indonesia terhadap dunia otomotif.

Menurut Wibowo (2020), *car culture* Jepang di Indonesia memiliki daya tarik yang kuat bagi masyarakat karena menggabungkan gaya modifikasi yang unik, kecepatan, teknologi canggih, dan ekspresi kreativitas dalam merancang dan memodifikasi mobil. Budaya otomotif Jepang, dengan merek-merek mobil terkenal seperti Honda, Toyota, Nissan, dan Subaru, telah mempengaruhi preferensi modifikasi dan gaya hidup dalam komunitas *car culture* di Indonesia.

Pengaruh *car culture* Jepang di Indonesia dapat terlihat dalam berbagai aspek. Salah satunya adalah preferensi terhadap mobil Jepang yang dimodifikasi. Mobil-mobil Jepang seperti Honda, Toyota, dan Nissan, yang memiliki desain yang khas dan cenderung mudah dimodifikasi, menjadi pilihan utama bagi pecinta otomotif di Indonesia. Modifikasi eksterior dan interior, serta peningkatan performa mesin, menjadi tren yang populer di kalangan komunitas otomotif di Indonesia yang terinspirasi oleh *car culture* Jepang.

Selain itu, acara-acara otomotif yang mengadopsi elemen *car culture* Jepang juga telah menjadi bagian dari kalender kegiatan otomotif di Indonesia. Acara *drift*, *drag race*, atau pertemuan komunitas mobil Jepang, sering kali diadakan untuk memperlihatkan keterampilan dan karya modifikasi yang dipengaruhi oleh *car culture* Jepang. Ini memberikan kesempatan bagi pecinta otomotif di Indonesia untuk berbagi minat dan mengapresiasi karya-karya modifikasi yang unik.

## 2.2 Subkultur *car culture* Jepang di Indonesia

Konsep subkultur memiliki relevansi yang kuat dalam memahami *car culture* Jepang di Indonesia. Subkultur mengacu pada kelompok-kelompok kecil yang memiliki identitas, nilai, gaya hidup, dan aktivitas yang berbeda dari budaya dominan di masyarakat (Hebdige, 1979). Dalam konteks *car culture* Jepang di Indonesia, subkultur ini terbentuk oleh komunitas penggemar mobil yang memiliki minat dan kecenderungan yang sama dalam modifikasi mobil, balap, dan gaya hidup yang terkait.

Penelitian yang dilakukan oleh Yudhistira (2021) menekankan pentingnya konsep subkultur dalam memahami *car culture* Jepang di Indonesia. Mereka menemukan bahwa komunitas-komunitas *car culture* di Indonesia memiliki kode-kode yang khas, simbol-simbol tertentu, dan ritual-ritual yang membedakan mereka dari budaya dominan. Selain itu, mereka mengembangkan norma-norma dan nilai-nilai yang mempengaruhi perilaku dan pilihan modifikasi mobil mereka.

Hebdige (1979) menjelaskan bahwa subkultur dapat berfungsi sebagai bentuk resistensi terhadap budaya dominan, dan memberikan ruang bagi individu untuk mengekspresikan identitas alternatif mereka. Dalam *car culture* Jepang di Indonesia, subkultur ini memungkinkan para penggemar mobil untuk mengembangkan identitas yang terkait dengan budaya otomotif Jepang, mengikuti tren modifikasi yang unik, dan terlibat dalam komunitas yang saling mendukung.

Melalui penerapan konsep subkultur, dapat dipahami bagaimana *car culture* Jepang di Indonesia membentuk kelompok-kelompok yang memiliki identitas budaya yang khas, gaya hidup yang spesifik, dan norma-norma sosial yang berbeda dari budaya dominan. Subkultur ini memberikan wadah bagi individu untuk mengekspresikan minat dan kreativitas mereka dalam modifikasi mobil, serta menjaga keberlanjutan dan evolusi *car culture* di Indonesia.

Menurut Kusumadewi (2018), komunitas *car culture* Jepang di Indonesia memiliki ciri khas dan keunikan yang membedakannya dari budaya otomotif lainnya. Mereka memiliki nilai-nilai seperti rasa persaudaraan, kebebasan berekspresi, dan semangat untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman tentang

modifikasi mobil. Komunitas ini membentuk ikatan sosial yang kuat dan saling mendukung satu sama lain dalam menjalani *car culture* Jepang di Indonesia.

### 2.3 Karakteristik *car culture* Jepang

Jepang memiliki beberapa karakteristik yang membuatnya unik dan dikenal di seluruh dunia. Beberapa karakteristik tersebut adalah sebagai berikut:

#### 1) Modifikasi ekstrem

Jepang dikenal dengan modifikasi mobil yang sangat ekstrem, terutama pada mobil-mobil sport dan kecepatan tinggi seperti *drift* dan *drag racing*. Modifikasi ini mencakup perubahan pada *body kit*, suspensi, mesin, dan lain-lain untuk meningkatkan performa mobil. Menurut Wales (2019), modifikasi ekstrem ini berasal dari budaya "hashiriya" di Jepang yang merupakan subkultur pengemudi mobil yang melakukan balap liar di jalan raya pada tahun 1980-an. Modifikasi mobil menjadi bagian penting dalam subkultur ini, dan memunculkan tren modifikasi yang semakin ekstrem dan kompleks pada mobil-mobil sport di Jepang.

#### 2) Fokus pada detail

Selain modifikasi ekstrem, Jepang juga dikenal dengan fokus pada detail. Setiap bagian mobil harus dirancang dan dimodifikasi secara hati-hati untuk mencapai performa yang optimal. Hal ini dapat dilihat pada modifikasi mesin dan suspensi, hingga pemilihan warna dan detail dekorasi pada mobil. Wales (2019) juga menyatakan bahwa fokus pada detail ini berasal dari budaya Jepang yang menghargai kerja keras dan kesempurnaan dalam setiap hal yang dilakukan. Hal ini tercermin pada modifikasi mobil di Jepang yang memperhatikan setiap detail dengan seksama.

#### 3) Keterkaitan dengan *pop culture*

Jepang juga sangat terkait dengan *pop culture* Jepang seperti *anime*, *manga*, dan *video game*. Banyak mobil yang dimodifikasi dengan tema-tema dari karakter *anime* atau *video game* populer, seperti mobil dari seri Initial D yang menjadi ikon Jepang. Menurut Chen (2019),

keterkaitan dengan *pop culture* ini berasal dari pengaruh media massa dan industri hiburan Jepang yang menjadi pengaruh kuat pada *pop culture* di Jepang. Hal ini memunculkan tren modifikasi mobil dengan tema-tema *pop culture* yang menjadi ikon *car culture* Jepang.

#### **2.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan *Car Culture* Jepang**

Keberhasilan *car culture* Jepang tidak terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhinya. Berikut adalah beberapa faktor yang berperan dalam keberhasilan Jepang:

##### 1) Keterampilan dan Inovasi Teknologi Otomotif Jepang

Jepang dikenal sebagai salah satu produsen mobil terkemuka di dunia. Selain kualitas produksi yang tinggi, teknologi otomotif Jepang juga menjadi faktor penting dalam kesuksesan Jepang. Di mana keterampilan dan inovasi teknologi otomotif Jepang telah mempengaruhi desain dan teknologi mobil di seluruh dunia. Seperti contohnya, teknologi *hybrid* yang pertama kali dikembangkan oleh Toyota pada tahun 1997, dan teknologi mesin Skyactiv yang dikembangkan oleh Mazda pada tahun 2011.

##### 2) Budaya Kreatif dan Inovatif

Budaya kreatif dan inovatif yang melekat pada masyarakat Jepang, juga menjadi faktor penting dalam keberhasilan *car culture* Jepang. Di mana budaya kreatif dan inovatif tersebut tercermin dalam bentuk mobil modifikasi, di mana pemilik mobil melakukan perubahan pada mobilnya untuk meningkatkan performa, tampilan, dan gaya unik.

##### 3) Masyarakat yang Memiliki Minat Terhadap Mobil

Kebudayaan otomotif di Jepang menjadi sangat populer karena banyak masyarakatnya memiliki minat yang tinggi terhadap mobil. Hal ini dapat terlihat dari adanya komunitas mobil, festival otomotif, dan balapan mobil yang diselenggarakan di Jepang. Selain itu, pemilik mobil juga memperlihatkan rasa cinta dan bangga terhadap

mobil mereka dengan cara merawat dan memodifikasi mobil tersebut.

#### 4) Dukungan dari Pemerintah

Pemerintah Jepang turut berperan dalam kesuksesan Jepang. Salah satunya adalah dengan mengembangkan program untuk mendukung industri otomotif. Contohnya adalah pemberian insentif untuk pembelian mobil ramah lingkungan, seperti mobil *hybrid* dan listrik. Selain itu, pemerintah juga memfasilitasi pengembangan balapan mobil di Jepang, dengan menyediakan tempat khusus dan mendukung kegiatan tersebut.

Selain faktor-faktor yang sudah disebutkan sebelumnya, terdapat beberapa faktor lain yang juga mempengaruhi keberhasilan *car culture* Jepang. Berikut adalah beberapa faktor tersebut:

##### 1) Teknologi dan inovasi otomotif

Kebanggaan Jepang dalam teknologi dan inovasi otomotif telah menghasilkan beberapa mobil legendaris yang diakui secara internasional. Teknologi yang diterapkan pada mobil-mobil Jepang, seperti mesin yang kuat dan efisien serta penggunaan material yang berkualitas tinggi, menjadi faktor penting dalam keberhasilan Jepang.

##### 2) Pengaruh media sosial

Media sosial memainkan peran penting dalam mempopulerkan Jepang. Dengan adanya media sosial seperti Instagram, YouTube, dan Facebook, para penggemar mobil Jepang dapat saling berbagi foto, video, dan informasi tentang mobil Jepang, serta membentuk komunitas yang kuat dan aktif di seluruh dunia. Melalui media sosial, Jepang dapat menjangkau khalayak yang lebih luas dan terus tumbuh.

##### 3) Dukungan pemerintah

Dukungan pemerintah Jepang terhadap industri otomotif dan Jepang sangat besar. Pemerintah memberikan dukungan melalui



berbagai insentif, seperti pembebasan pajak untuk mobil ramah lingkungan dan subsidi untuk mobil listrik. Selain itu, pemerintah juga mendukung event-event otomotif dan Jepang dengan memberikan izin dan menyediakan fasilitas.

#### 4) Gaya hidup dan budaya Jepang

Gaya hidup dan budaya Jepang yang unik dan menarik juga berkontribusi pada keberhasilan Jepang. Konsep "JDM" (Japanese Domestic Market) dan "stance" yang menonjolkan gaya visual dan estetika Jepang pada mobil juga turut memengaruhi popularitas mobil Jepang di dunia. Selain itu, budaya Jepang yang cinta akan keindahan dan presisi juga tercermin dalam *car culture* Jepang, dari penggunaan aksesoris dan modifikasi mobil hingga pemeliharaan mobil.

### 2.5 Car Culture Jepang di Indonesia

*Car culture* Jepang tidak hanya menjadi tren di Jepang, tetapi juga menyebar ke seluruh dunia, termasuk Indonesia. Kultur mobil Jepang telah menjadi salah satu tren terbesar di kalangan pecinta otomotif Indonesia.



Gambar 1. Indonesia Elite Car Show 2023  
Sumber: Larry Chen (YouTube)

Berdasarkan Robledo (2021), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepopuleran *car culture* Jepang. Faktor pertama adalah budaya visual dan seni Jepang yang menarik, seperti desain mobil dan modifikasi eksterior yang unik dan kreatif. Faktor kedua adalah pengaruh media sosial, di mana media sosial telah memfasilitasi pertukaran informasi antara komunitas penggemar mobil di Indonesia dengan komunitas di Jepang. Hal ini memudahkan para penggemar mobil di Indonesia untuk mengetahui tren terbaru di Jepang dan mengaplikasikannya pada mobil mereka. Faktor ketiga adalah kecenderungan konsumen Indonesia yang cenderung memilih produk otomotif berkualitas dan handal, yang telah terbukti oleh merek-merek mobil Jepang.

Menurut Dharmadi dan Utama (2018), faktor utama yang mempengaruhi popularitas *car culture* Jepang di Indonesia adalah media sosial dan film Jepang. Melalui media sosial, klub-klub mobil dapat berbagi ide dan inspirasi modifikasi mobil yang terinspirasi dari *car culture* Jepang. Sementara itu, film-film Jepang yang memuat adegan balapan dan modifikasi mobil seperti *Fast and Furious Tokyo Drift* dan *Initial D*, mempengaruhi minat orang Indonesia untuk terlibat dalam *car culture* Jepang.

Selain itu, faktor lain yang mempengaruhi kepopuleran Jepang di Indonesia adalah adanya acara otomotif seperti HIN (Hot Import Nights) dan Indonesia International Motor Show (IIMS). Acara ini menjadi tempat berkumpulnya para penggemar otomotif dan klub mobil yang menampilkan mobil-mobil modifikasi dengan gaya *car culture* Jepang.

Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa modifikasi mobil dengan gaya Jepang di Indonesia juga mendapat banyak kritik dan stigma negatif dari masyarakat, seperti dilihat dalam artikel karya Maribeth (2011) Meskipun demikian, *car culture* Jepang di Indonesia tetap berkembang pesat dan terus menarik minat banyak orang.

Lawrence (2017) menyatakan terdapat penjelasan tentang gaya modifikasi mobil Jepang yang populer di Indonesia, yaitu style *VIP*, *boso-zoku*, dan *drift*. Gaya modifikasi *VIP* biasanya dilakukan pada mobil sedan premium seperti Lexus dan Mercedes-Benz, dengan menambahkan aksesoris seperti *bodykit*, *velg* besar, dan

suspensi udara. Gaya *boso-zoku*, di sisi lain, merupakan gaya modifikasi yang menonjolkan penggunaan knalpot dan *bodykit* ekstrem, serta beberapa elemen dekoratif seperti bendera dan ornamen yang menggambarkan kultur Jepang. Sedangkan gaya drift merupakan gaya modifikasi yang menekankan pada kemampuan mobil untuk *drifting*, di mana penggunaan mesin yang bertenaga dan handling yang responsif menjadi fokus utama.

Sementara itu, menurut Dunbar dan Toffolo (2018), kultur mobil Jepang di Indonesia telah berkembang pesat sejak awal tahun 2000-an. Hal ini terlihat dari meningkatnya jumlah acara otomotif seperti kontes modifikasi mobil dan pertemuan komunitas penggemar mobil Jepang di Indonesia, terutama di Jakarta. Selain itu, beberapa merek mobil Jepang juga mulai memasarkan produk-produknya di Indonesia, seperti Toyota, Honda, dan Nissan, yang semakin meningkatkan popularitas *car culture* Jepang di Indonesia.

Mobil-mobil Jepang awalnya hanya dianggap sebagai kendaraan murah yang andal, kini mereka telah menjadi lambang status dan gaya hidup yang populer di kalangan pecinta otomotif di Indonesia. Hal ini terutama terlihat dalam komunitas-komunitas mobil di Jakarta dan kota-kota besar lainnya di Indonesia, di mana mobil-mobil Jepang yang dimodifikasi secara kreatif menjadi suatu bentuk seni, budaya dan gaya hidup.

Menurut Gai (2017) faktor-faktor seperti adanya pengaruh media massa dan adanya komunitas otomotif yang kuat telah berperan dalam meningkatkan popularitas *car culture* Jepang di Indonesia. Selain itu, faktor lain seperti kemudahan akses ke suku cadang dan aksesoris mobil Jepang yang terjangkau, serta kecenderungan orang Indonesia untuk mengadopsi tren dan gaya hidup yang populer di luar negeri, juga telah berkontribusi dalam meningkatkan popularitas *car culture* Jepang di Indonesia.

Namun, menurut Leong (2018), keberhasilan *car culture* Jepang di Indonesia juga dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kesesuaian mobil Jepang dengan kondisi jalan dan iklim di Indonesia, serta ketersediaan dan kualitas bahan bakar yang digunakan.

*Car culture* Jepang di Indonesia menjadi semakin penting dan berkembang pesat, terutama dalam hal modifikasi mobil. Terdapat banyak komunitas otomotif di Indonesia yang terdiri dari para pecinta mobil Jepang, seperti komunitas Honda, Toyota, Mazda, dan Nissan. Komunitas-komunitas ini sering kali mengadakan acara-acara yang melibatkan mobil-mobil modifikasi dan balap, seperti kontes modifikasi, acara balap drag, dan acara balap mobil lainnya.

Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa *car culture* Jepang di Indonesia juga dihadapkan dengan beberapa tantangan. Beberapa faktor seperti hukum dan peraturan yang ketat tentang modifikasi mobil dan tingginya harga suku cadang impor, menjadi kendala bagi perkembangan *car culture* Jepang di Indonesia.

Dalam hal ini, perlu adanya upaya kolaborasi antara pemerintah, komunitas penggemar mobil, dan industri otomotif untuk menciptakan lingkungan yang lebih kondusif bagi perkembangan *car culture* Jepang di Indonesia.

