

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Budaya modifikasi mobil telah lama menjadi bagian dari ekspresi diri di berbagai kalangan penggemar otomotif, dengan tujuan yang beragam, seperti peningkatan performa, estetika, hingga personalisasi. Di antara berbagai bentuk modifikasi mobil, salah satu fenomena unik yang berkembang di Jepang dan kini mulai memiliki penggemarnya di Indonesia adalah *Itasha*. Istilah "*itasha*" berasal dari bahasa Jepang yang berarti "mobil menyakitkan," merujuk pada dekorasi mobil dengan gambar-gambar karakter *anime*, *manga*, *virtual youtuber* atau *video game*. Fenomena ini telah tumbuh menjadi bentuk ekspresi khas dari subkultur *otaku*, yaitu komunitas yang sangat menggemari budaya pop Jepang, khususnya *anime*, *manga*, *game*, dan juga *itasha*. *Otaku* adalah sebutan di Jepang yang menggambarkan seseorang dengan minat obsesif terhadap suatu bidang, khususnya anime atau manga, dengan konotasi antisosial yang kuat dan keterikatan mendalam layaknya seorang penggemar fanatik (Jennifer Gunner, 2022).

Istilah *itasha* awalnya merupakan singkatan dari *Itaria-sha* (イタリア車) yang berarti mobil impor dari Italia. Istilah ini digunakan pada tahun 1980-an ketika Jepang sedang berada di puncak kejayaannya secara ekonomi. Namun, seiring waktu makna *itasha* mengalami pergeseran menjadi mobil yang dihias dengan gambar *anime*, *manga*, *virtual youtuber* atau *video game*. Pada masa ini, mobil dengan dekorasi gambar karakter *anime* masih sangat jarang dan biasanya hanya ditemukan di kalangan penggemar berat di distrik seperti Akihabara, Tokyo, yang dikenal sebagai pusat budaya *otaku*. Saat itu, gambar karakter biasanya ditempel secara sederhana menggunakan stiker kecil atau cat. Istilah *itasha* sendiri baru

mulai bermunculan pada tahun 2000-an tepatnya ketika fenomena ini mulai mendapatkan perhatian di Jepang. Kata ini merupakan singkatan dari "*itai*" (痛い) yang berarti "menyakitkan" dan "*sha*" (車) yang berarti "mobil." Istilah ini digunakan untuk mencerminkan dua makna: pertama, mobil yang dihiasi karakter anime dianggap "menyakitkan" bagi sebagian orang karena penampilannya yang mencolok sehingga berkesan berlebihan bagi sebagian kalangan. Kedua, biaya modifikasi mobil tersebut sering kali sangat mahal, sehingga "menyakitkan" bagi dompet pemiliknya.

Pemilik *itasha* mulai berkembang pada pertengahan 2000-an yang mengakibatkan popularitas *itasha* meningkat secara signifikan. Banyak penggemar *anime* mulai melihat mobil mereka sebagai "kanvas" untuk mengekspresikan kecintaan terhadap karakter *anime* dan *game* favorit. Perkembangan teknologi cetak, terutama dengan metode *vinyl wrapping*. Metode ini memungkinkan pemilik mobil untuk menghiasi kendaraannya dengan gambar karakter yang lebih kompleks dan berwarna cerah, dengan kualitas yang jauh lebih baik dibandingkan dengan metode sebelumnya. Lalu pemilik *itasha* menggunakan *vinyl wrapping* untuk mengaplikasikannya ke bodi mobil secara utuh atau pada panel-panel tertentu.

Vinyl wrapping sendiri merupakan teknik modifikasi mobil di mana lembaran vinil berperekat ditempelkan pada permukaan mobil untuk mengubah tampilannya tanpa perlu melakukan pengecatan permanen. Teknik ini memungkinkan pemilik kendaraan untuk memilih berbagai warna, tekstur, dan desain secara fleksibel. *Vinyl wrapping* banyak dipilih karena biaya dan waktu pengerjaan yang umumnya lebih rendah dibanding pengecatan, serta kelebihan pada durabilitas, karena vinil berfungsi melindungi cat asli mobil dari goresan ringan, sinar UV, dan kerusakan akibat cuaca dan juga fleksibilitas desain. Selain fleksibilitas desain, *vinyl wrapping* memberikan pemilik kebebasan untuk mengganti tampilan mobil mereka lebih mudah dan ekonomis. Jika ingin mengubah desain karakter

atau gambar, mereka hanya perlu melepaskan lembaran vinil lama dan menggantinya dengan yang baru tanpa merusak cat asli kendaraan. Hal ini menjadikan *vinyl wrapping* sebagai pilihan ideal bagi modifikasi *itasha* yang kerap memerlukan perubahan desain untuk mengikuti tren karakter populer atau edisi khusus. Namun, proses pemasangan *vinyl wrapping* membutuhkan keahlian khusus untuk memastikan hasil yang mulus dan tanpa gelembung udara, yang bisa menjadi kendala bagi pemilik *itasha* yang ingin melakukannya sendiri. Metode ini juga digunakan dalam budaya modifikasi mobil bukan hanya di Jepang saja tapi juga di negara lain-lainnya.

Di Jepang sendiri, *itasha* tidak hanya dipandang sebagai sekadar modifikasi kendaraan, tetapi juga sebagai bentuk seni dan simbol identitas bagi para penggemar budaya populer Jepang. Tren ini mulai meluas ke negara-negara lain, termasuk Indonesia, yang memiliki basis penggemar *anime* dan *manga* yang cukup besar. Kota-kota besar seperti Jakarta menjadi pusat bagi berbagai komunitas otomotif yang tertarik pada modifikasi mobil, salah satunya adalah komunitas mobil MOONTEP (ムーンテップ). Komunitas yang beranggotakan para penggemar otomotif sekaligus *anime* dan *virtual youtuber* di Jakarta, memiliki sejumlah anggota yang mengadopsi gaya *itasha* sebagai sarana untuk mengekspresikan diri mereka sebagai *otaku*.

Fenomena *itasha* di Jakarta menarik untuk diteliti karena memperlihatkan pertemuan antara dua subkultur yang berbeda budaya otomotif dan budaya *otaku* dalam satu bentuk ekspresi visual. Para pemilik mobil *itasha* tidak hanya menganggap kendaraan mereka sebagai alat transportasi, tetapi juga sebagai "kanvas bergerak" yang mencerminkan kecintaan mereka terhadap *anime* dan *manga*. Hal ini memperlihatkan bagaimana pengaruh budaya Jepang yang global dapat berintegrasi dengan tren lokal, khususnya dalam ranah modifikasi mobil. Lalu tren *itasha* di Jakarta juga menunjukkan dinamika komunitas yang solid, di mana para

pemilik *itasha* sering berpartisipasi dalam pameran otomotif dan acara *cosplay*. Melalui kegiatan ini, mereka tidak hanya menunjukkan hasil karya dan identitas pribadi mereka, tetapi juga membangun jaringan pertemanan yang kuat di antara sesama penggemar maupun masyarakat yang menyukai mobil *itasha* tersebut. Namun, stigma sosial terhadap kendaraan *itasha* sebagai bentuk modifikasi yang dianggap tidak serius atau terlalu mencolok membuat pemiliknya sering menghadapi kritik, baik dari masyarakat umum maupun kalangan otomotif yang lebih konservatif. Tetapi, di sisi lain, fenomena ini juga menunjukkan keberanian pemiliknya dalam mengekspresikan kreativitas dan identitas mereka, serta membuka peluang bagi terciptanya komunitas yang saling mendukung di antara para penggemar budaya populer Jepang. Fenomena ini juga merefleksikan bagaimana budaya *otaku* dapat diterima dan dimodifikasi sesuai dengan keinginan pemilik *itasha*, menciptakan sebuah ruang di mana identitas budaya luar dapat menyatu dengan ekspresi kreatif seseorang. Selain itu, maraknya *itasha* di Jakarta menunjukkan bagaimana media sosial berperan dalam memperluas cakupan dan apresiasi terhadap fenomena ini, memungkinkan para pemilik untuk membagikan hasil karya mereka kepada audiens yang lebih luas dan bahkan membuka perspektif baru terhadap *itasha*. Namun media sosial juga sering kali menjadi tempat munculnya kritik atau komentar buruk terhadap pemilik *itasha*, yang dapat menghambat ekspresi kreatif mereka.

Fenomena *itasha* juga menawarkan perspektif menarik tentang bagaimana subkultur *otaku* beradaptasi di luar Jepang dan bagaimana penggemar di Indonesia, khususnya di Jakarta, mengekspresikan identitas mereka melalui kendaraan. Komunitas MOONTEP (ムーンテフ) menjadi contoh representatif dalam melihat bagaimana nilai-nilai *otaku* diterjemahkan melalui media modifikasi mobil, yang umumnya dianggap sebagai ruang yang maskulin dan teknis. Penelitian ini diharapkan dapat mengungkap bagaimana *itasha* di komunitas MOONTEP (ムーンテフ)

menjadi medium ekspresi subkultur *otaku* dan bagaimana interaksi antar anggota komunitas memengaruhi pilihan estetika modifikasi mobil mereka. sehingga penulis tertarik bagaimana komunitas ini memahami dan memaknai modifikasi mobil sebagai sarana untuk merepresentasikan kegemaran mereka sebagai *otaku* melalui modifikasi *itasha* mereka. Namun, semangat ekspresi diri yang tinggi ini terkadang memunculkan kesan berlebihan, baik dalam hal dekorasi kendaraan maupun gaya hidup anggota komunitasnya. Ekspresi yang berlebihan tersebut seringkali menjadi perdebatan di kalangan masyarakat, karena dapat dianggap melampaui batas kewajaran. Namun, bagi anggota MOONTEP, *itasha* merupakan media untuk menunjukkan kreativitas dan rasa cinta terhadap karakter atau cerita yang mereka kagumi. Fenomena ini mencerminkan bagaimana budaya populer Jepang telah diadopsi dan diadaptasi secara unik oleh komunitas penggemar di Jakarta.

Dari uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik membahas lebih dalam tentang fenomena *itasha* yang menjadi ekspresi diri *otaku* dalam komunitas mobil MOONTEP tahun 2023-2024.

1.2. Penelitian yang Relevan

Berdasarkan latar belakang di atas, terdapat beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini, Adapun penelitian-penelitian tersebut sebagai berikut:

1. Thesis Dicky Tamara dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (2018) yang berjudul *Gaya hidup komunitas Itasha Jepang: Penelitian pada komunitas Itasha Jepang di Cihampelas Kota*. Hasil penelitian ini yaitu tentang gaya hidup komunitas *Itasha* yang mencerminkan perpaduan antara kecintaan terhadap budaya populer Jepang seperti *anime*, *manga*, dan *video game* dengan modifikasi kendaraan otomotif yang berasal dari Akihabara, Jepang dan telah berkembang di Bandung, Indonesia. Penelitian ini juga mengeksplorasi bagaimana komunitas *itasha* di Bandung mengadopsi budaya ini dan menjadikannya bagian dari gaya

hidupnya. Dalam penelitian ini sama-sama mengkaji bagaimana *itasha* digunakan sebagai cara untuk mengekspresikan diri sebagai penggemar budaya *pop culture* Jepang seperti *anime* atau game. Sedangkan perbedaannya pada thesis ini memfokuskan pada gaya hidup komunitas *itasha* di Bandung, sementara penulis memfokuskan pada *itasha* sebagai ekspresi di sebagai *otaku* dalam komunitas MOONTEP di Jakarta.

2. Skripsi Tommi Juliansyah Rozarius dari Universitas Negeri Jakarta (2017) yang berjudul *Analisis Komunitas Otaku Dari Perspektif Kebudayaan Indonesia*. Hasil dari penelitian ini adalah perkembangan komunitas *otaku* di Jakarta terdapat aktivitas-aktivitas yang dilakukan komunitas *otaku* untuk menjaga eksistensinya, seperti aktivitas pertukaran budaya, berbagi pengetahuan, dan berkarya. Persamaannya adalah keduanya membahas fenomena budaya populer Jepang yang diadopsi di Indonesia, khususnya di Jakarta. Sama-sama juga membahas bagaimana komunitas-komunitas ini menjaga eksistensinya melalui berbagai aktivitas kreatif, seperti berbagi pengetahuan, berbagi karya, dan membangun interaksi antar anggota, serta bagaimana identitas budaya Jepang menjadi bagian dari gaya hidup para anggotanya. Perbedaannya terletak pada fokus kajian. Skripsi analisis komunitas *otaku* membahas secara umum aktivitas dan eksistensi komunitas yang menggemari budaya Jepang secara luas (termasuk *anime*, *manga*, dan lainnya), sedangkan skripsi fenomena *itasha* dalam komunitas mobil MOONTEP di Jakarta lebih spesifik mengulas bagaimana fenomena *itasha* atau modifikasi kendaraan dengan gambar karakter *anime* atau *manga* yang menjadi bentuk ekspresi identitas dan minat dalam komunitas mobil tertentu di Jakarta. Selain itu, pendekatan pada komunitas *itasha* lebih mengarah pada aspek otomotif yang dipadukan dengan budaya Jepang.

1.3. Identifikasi Masalah

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

1. Adanya persepsi mobil dengan hiasan karakter *anime* sering dianggap mencolok dan berlebihan menimbulkan persepsi negatif.
2. Adanya stigma sosial terhadap *itasha* sebagai modifikasi yang tidak serius membuat pemiliknya menghadapi kritik.
3. Adanya kritik tajam di media sosial menghambat ekspresi kreatif pemilik *itasha*.
4. Fenomena *itasha* yang menjadi ekspresi diri dari komunitas yang berlebihan.

1.4. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, pembatasan masalah dari penelitian ini adalah fenomena *itasha* yang menjadi ekspresi diri *otaku* dalam komunitas mobil MOONTEP di Jakarta.

1.5. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, perumusan masalah yang telah didapat adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *itasha* digunakan sebagai ekspresi diri sebagai *otaku* dalam komunitas mobil MOONTEP?
2. Apa motivasi di balik pemilihan *itasha* sebagai bentuk modifikasi mobil di komunitas mobil MOONTEP?
3. Bagaimana perkembangan fenomena *itasha* di komunitas MOONTEP dari 2023 hingga 2024?

1.6. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disimpulkan, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis alasan *itasha* digunakan sebagai ekspresi diri otaku dalam komunitas mobil MOONTEP.
2. Memahami motivasi di balik pemilihan *itasha* sebagai bentuk modifikasi mobil di komunitas mobil MOONTEP.
3. Menganalisis perkembangan fenomena *itasha* di komunitas MOONTEP dari 2023 hingga 2024.

1.7. Landasan Teori

1.7.1 Otomotif

Menurut Asep Abdul Salam (2013) otomotif adalah ilmu yang mempelajari tentang alat-alat transportasi darat yang menggunakan mesin, terutama mobil dan motor. Menurut Febrianda Aryawan (2019) otomotif merupakan sesuatu yang berhubungan dengan alat yang dapat berputar atau bergerak dengan sendirinya. Otomotif biasanya akan dikaitkan dengan motor atau mesin yang dapat menggerakkan benda yang lebih besar daripada mesin/motor penggerak tersebut. Kutipan dari Joshi & Dixit (2011)

"The automobile industry plus a pivotal role in country's rapid economic and industrial development."

Terjemahan: "Industri otomotif memainkan peran penting dalam perkembangan ekonomi dan industri yang pesat di sebuah negara."

Berdasarkan landasan teori di atas, dapat disimpulkan bahwa otomotif tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis kendaraan bermotor, tetapi juga memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi dan industrialisasi suatu negara. Selain itu, otomotif juga beririsan dengan budaya populer, di mana kendaraan menjadi

simbol identitas, gaya hidup, dan ekspresi diri. Kehadiran otomotif dalam film, musik, komunitas, hingga tren modifikasi menunjukkan bahwa ia telah menjadi bagian dari dinamika budaya masa kini. Oleh karena itu, otomotif perlu dipahami tidak hanya sebagai teknologi, tetapi juga sebagai fenomena sosial dan budaya yang terus berkembang.

1.7.2 Budaya Populer

Menurut Strinati (2007: 40) budaya populer adalah budaya yang lahir atas keterkaitan dengan media. Artinya, media mampu memproduksi sebuah bentuk budaya, maka publik akan menyerapnya dan menjadikannya sebagai sebuah bentuk kebudayaan. Populer yang dibicarakan disini tidak terlepas dari perilaku konsumsi dan determinasi media massa terhadap publik yang bertindak sebagai konsumen.

Mukerji dan Schudson (1991, dalam Adi, 2011:10) juga menjelaskan bahwa budaya populer mencakup kepercayaan, praktik, dan benda-benda yang tersebar luas di masyarakat, mencerminkan struktur sosial dan nilai yang dianut secara kolektif. Kutipan dari Strinati.

"Popular culture is a culture that is born out of the will of the media. Its roots arise from the existence of media, which can produce a new culture that the public will absorb and accept as a form of culture."

Terjemahan: "Budaya populer adalah budaya yang lahir dari kehendak media. Akarnya muncul dari keberadaan media, yang mampu menghasilkan budaya baru yang akan diserap dan diterima masyarakat sebagai suatu bentuk budaya."

Lalu kutipan dari Theodor Adorno and Max Horkheimer

"Today the culture industry has taken over the civilising inheritance of the entrepreneurial and frontier democracy, whose appreciation of intellectual deviations was never

very finely attuned. All are free to dance and enjoy themselves, just as they have been free, since the historical neutralisation of religion, to join any of the innumerable sects."

Terjemahan: "Kini, industri budaya telah mengambil alih warisan peradaban demokrasi kewirausahaan dan perintis, yang apresiasinya terhadap penyimpangan intelektual tak pernah selaras. Setiap orang bebas menari dan bersenang-senang, sebagaimana mereka telah bebas, sejak netralisasi historis agama, untuk bergabung dengan salah satu dari sekian banyak sekte."

Berdasarkan landasan teori di atas, dapat disimpulkan bahwa budaya populer terbentuk melalui pengaruh media massa yang berperan sebagai agen pembentuk budaya. Media memiliki kemampuan untuk menciptakan, menyebarkan, dan mengarahkan budaya baru yang kemudian diadopsi oleh masyarakat sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari. Selain itu, budaya populer juga sangat terkait dengan sistem ekonomi dan politik kapitalisme, di mana produksi dan konsumsi barang material lebih dominan dibandingkan dengan apresiasi terhadap seni yang murni. Motif utama yang mendorong budaya populer adalah keuntungan ekonomi, sehingga budaya ini sering kali menjadi alat dalam proses komersialisasi dan industrialisasi budaya.

1.7.3 Modifikasi

Menurut Aris Dwi Setyawan (2022) Modifikasi adalah serangkaian perbuatan merubah dari kondisi semula baik kecil maupun besar yang membuat kondisinya berbeda dari sebelumnya. Dalam penyelenggaraan transportasi kendaraan bermotor di Indonesia tidak lepas dari sistem transportasi yang menggunakan alat penggerak mesin. Mulai dari sepeda motor, kendaraan roda 4, truk dan kendaraan apapun yang kinerjanya menggunakan motor/mesin dan penyelenggaraanya berada di jalan umum. Gaya modifikasi ada beberapa macam seperti *stance*, *track*, dan *itasha*.

Salah satu gaya modifikasi yaitu *itasha*. *Itasha* adalah gaya modifikasi mobil dengan menggunakan stiker-stiker yang berkaitan dengan suatu anime maupun itu tema anime atau karakter anime yang digunakan pada kendaraan bermotor atau mobil. Lalu kutipan dari Kato K

"Itasha refers to cars that are adorned with images of characters from anime, manga, or video games. The term combines 'ita,' meaning 'painful' or 'sick' in Japanese, and 'sha,' meaning 'car,' implying that such decoration is an extravagant display of fandom."

Terjemahan: "Itasha mengacu pada mobil yang dihiasi dengan gambar karakter dari anime, manga, atau video game. Istilah ini menggabungkan 'ita,' yang berarti 'menyakitkan' atau 'sakit' dalam bahasa Jepang, dan 'sha,' yang berarti 'mobil', menyiratkan bahwa dekorasi seperti itu merupakan tampilan fandom yang luar biasa."

Berdasarkan landasan teori di atas, dapat disimpulkan bahwa modifikasi kendaraan, khususnya gaya *itasha*, merupakan bentuk ekspresi kreativitas dan *fandom* yang kuat terhadap budaya populer seperti *anime*, *manga*, dan *video game*. *Itasha* tidak hanya menjadi wujud personalisasi kendaraan tetapi juga sarana untuk menunjukkan identitas serta kecintaan terhadap karya-karya budaya Jepang, meskipun sering dianggap sebagai tampilan yang mencolok atau berlebihan. Hal ini menunjukkan hubungan erat antara budaya otomotif dan subkultur *otaku*, yang terus berkembang dalam berbagai bentuk modifikasi kendaraan.

1.8. Jenis dan Metode Penelitian

Metode penelitian kualitatif yang digunakan untuk penelitian ini adalah metode fenomenologi. Teknik pengumpulan data ini diambil dari sumber sekunder dan primer. Data primer untuk penelitian ini adalah pengisian angket atau wawancara dari anggota komunitas mobil MOONTEP. Data sekunder untuk penelitian ini

adalah melakukan studi pustaka dari berbagai sumber data yang berasal dari buku teks, jurnal ilmiah, *website*, artikel, dan sebagainya.

1.9. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai tentang ekspresi diri sebagai *otaku* dan kaitannya dengan budaya modifikasi mobil, khususnya *itasha*, sebagai bentuk ekspresi identitas dan kreativitas.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan yang lebih mendalam kepada anggota komunitas otomotif tentang tren modifikasi mobil *itasha*, serta alasan-alasan psikologis dan sosial di balik fenomena ini.

1.10 Sistematika Penyusunan Skripsi

Skripsi ini disusun secara sistematika dalam beberapa bab, sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, bab ini berisi latar belakang, penelitian yang relevan, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori, metode penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Kajian Pustaka, bab ini menjelaskan tentang Gambaran umum budaya populer, jenis-jenis budaya populer, sejarah lahir dan berkembangnya *itasha* di Jepang dan di Indonesia khususnya di Jakarta, karakterestik *itasha*, profil Komunitas mobil MOONTEP.

Bab III Hasil Data Analisa, bab ini menjelaskan analisis hasil angket melalui google form terhadap komunitas MOONTEP *itasha* di Jakarta pada tahun 2023-2024.

Bab IV Simpulan, bab ini berisi kesimpulan dari keseluruhan penelitian ini.

