

BAB IV

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa fenomena *itasha* dalam komunitas mobil MOONTEP di Jakarta bukan sekadar bentuk modifikasi visual yang mencolok. Lebih dari itu, *itasha* juga menjadi ruang ekspresi diri yang sangat personal bagi para penggemar budaya Jepang khususnya mereka yang mengidentifikasi dirinya sebagai *otaku*. Setiap desain, karakter, dan visual yang ditempelkan pada kendaraan bukan hanya dekorasi semata, melainkan merupakan pernyataan identitas, kegemaran, dan kedekatan emosional terhadap dunia *anime*, *manga*, *video game*, dan *virtual youtuber*.

Melalui penelitian ini, terlihat bahwa para anggota komunitas MOONTEP memaknai *itasha* sebagai medium untuk merepresentasikan siapa diri mereka dan apa yang mereka cintai. Tingginya jumlah responden yang merasa bahwa *itasha* adalah bentuk ekspresi diri menunjukkan betapa kuatnya peran budaya populer Jepang dalam membentuk identitas visual mereka di ruang publik. Dalam setiap mobil yang dihias, terkandung cerita, afiliasi emosional, serta hasrat untuk berbagi kecintaan terhadap karakter dan media yang mereka ikuti dengan sesama penggemar maupun masyarakat umum.

Motivasi di balik modifikasi ini juga sangat beragam, namun umumnya berakar pada keinginan untuk menunjukkan jati diri dan mengekspresikan rasa cinta terhadap budaya Jepang. Selain sebagai bentuk pernyataan estetika dan *fandom*, *itasha* juga memberi kebanggaan tersendiri baik saat tampil di jalanan maupun dalam berbagai *event* komunitas. Proses ini sering kali melibatkan dedikasi yang besar, mulai dari memilih desain, merancang konsep visual, hingga berhadapan dengan berbagai pandangan atau kritik dari lingkungan luar. Perkembangan *itasha* di Jakarta, khususnya dalam komunitas MOONTEP, tampak semakin pesat dalam kurun waktu

2023–2024. Dukungan komunitas, semakin luasnya apresiasi terhadap budaya Jepang, serta maraknya *event* otomotif dan budaya populer turut memperkuat eksistensi subkultur ini. Semakin banyak orang yang mengenal dan tertarik, baik sebagai pengamat maupun pelaku langsung. Bahkan mereka yang belum memiliki kendaraan pun tetap aktif dalam komunitas, menunjukkan bahwa *itasha* bukan hanya tentang mobil, tetapi tentang nilai bersama yang dibangun dari kecintaan yang sama.

Keseluruhan temuan dalam penelitian ini memperlihatkan bahwa *itasha* telah menjadi fenomena budaya yang hidup bukan hanya sebagai gaya modifikasi, tetapi juga sebagai media ekspresi, identitas, dan bentuk solidaritas dalam komunitas. Di tengah dunia otomotif yang cenderung maskulin dan teknis, *itasha* membawa narasi yang berbeda, narasi tentang rasa, tentang identitas, dan tentang budaya yang melintasi batas negara dan ruang sosial.

