

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi telah memberi akses yang luas bagi masyarakat dunia untuk mengenal budaya populer negara lain. Salah satu negara yang memberikan pengaruh besar bagi masyarakat dunia adalah budaya Jepang, budaya ini mencakup banyaknya budaya seperti anime (アニメ), manga (漫画), *cosplay* (コスプレ), hingga musik (音楽). Fenomena ini disebut sebagai “Cool Japan”, sebuah konsep yang secara resmi dipromosikan oleh pemerintah Jepang sebagai strategi diplomasi budaya untuk memperluas pengaruh dan citra Jepang di mata dunia (McGray, 2002).

Komunitas penggemar budaya Jepang di Indonesia, kini telah berkembang menjadi ekosistem subkultur yang sangat beragam. Mulai dari komunitas *cosplay*, komunitas penggemar musik J-Pop dan idol, komunitas manga, semuanya hidup berdampingan dan saling bersinggungan dalam ruang-ruang sosial baik daring maupun luring. Menurut Haenfler (2023) subkultur merupakan jaringan sosial yang tersebar dan memiliki identitas bersama, menurutnya subkultur adalah komunitas yang aktif membentuk identitas, membangun solidaritas, dan merespons budaya yang lebih dominan melalui gaya hidup dan praktik bersama. *Otaku* merupakan kelompok penggemar yang mendedikasikan diri mereka terhadap hobi akan sesuatu, biasanya kepada budaya populer dari Jepang (Rangga, 2018). Subkultur *otaku* tidak hanya berkembang sebagai bentuk konsumsi media yang pasif, tetapi juga sebagai praktik sosial yang melahirkan berbagai komunitas aktif.

Salah satu bentuk ekspresi subkultur ini adalah *anikura* (アニクラ) *anikura* yang berasal dari gabungan kata “anime” (アニメ) dan “kurabu” (クラブ), merujuk pada pesta atau acara musik bertema anime di klub malam atau tempat serupa (Albertus, 2025). Namun kemudian menyebar hingga ke berbagai kota dunia, termasuk Jakarta. Kegiatan yang terjadi di dalam *anikura* berfokus kepada DJ (Disk Jockey) yang akan memutar lagu dari anime, game, vocaloid, idol, ataupun J-Pop

(Japanese Pop) dan didampingi oleh seorang video DJ atau biasa disebut VJ (Video Jockey) yang bertugas memutar video yang sesuai, untuk menyesuaikan dengan lagu yang sedang diputar. Contoh paling sederhana adalah saat DJ memasang lagu *anison* tertentu lalu sang VJ akan memutar klip pembuka anime yang terkait dan terus beralih secara sinkron dengan DJ ke lagu berikutnya.

Musik dan visual yang disajikan oleh DJ menciptakan lapisan naratif tersendiri yang memperkuat ikatan emosional audiens dengan lagu-lagu yang diputar. Ketika sebuah lagu pembuka anime diputar bersamaan dengan tayangan klip *opening*nya di layar proyektor, audiens yang mengenali karya tersebut akan mengalami apa yang disebut oleh para peneliti sebagai *nostalgia trigger*. *Nostalgia trigger* adalah respons emosional yang dipicu oleh asosiasi kenangan personal dengan konten media tertentu (Batcho, 2013). Budaya inilah yang menjadikan *anikura* bukan sekadar hiburan biasa, melainkan sebuah ruang pengalaman yang memuatkan emosional dan sosial bagi komunitas penggemarnya. Di dalam lingkungan *anikura*, para penggemar ~~keran~~ sering sekali melakukan *otagei* (オタ芸). *Otagei* sendiri adalah sorakan atau gerakan tari khas yang dilakukan oleh penggemar ketika menonton konser-konser idola Jepang (Firmansyah, 2018 : 9), di sini para penggemar akan melakukan gerakan *otagei* bersama-sama untuk mengekspresikan diri dan menciptakan solidaritas serta identitas kolektif sesama para penonton

Jakarta sebagai ibu kota Indonesia dan pusat populasi anak muda menjadi kota pertama yang menjadi episentrum berkembangnya kultur *anikura* di Indonesia. Perkembangan ini tidak terjadi dalam ruang kosong, melainkan lahir dari pondasi komunitas Jepang Jakarta yang telah terjadi sejak awal 2000-an melalui berbagai event dan komunitas seperti Ennichisai, Indonesia Comic Con (ICC), Comic Frontier (CF), dan berbagai event komunitas Jejepangan lainnya. Event-event ini menjadi ruang sosialisasi awal yang mempertemukan para penggemar, termasuk mereka yang kemudian menjadi pelopor kultur *anikura* Jakarta. Era digital sangat mempermudah penyebaran budaya Jepang ke seluruh dunia. Platform *online*, media sosial, maupun komunitas daring membuat orang dari berbagai negara dapat dengan mudah mengakses, musik, video tarian, dan istilah-istilah lain dari budaya Jepang.

Ini menciptakan komunitas global yang saling terhubung terutama dalam budaya niche seperti *anikura* di Jakarta, memperkuat rasa identitas bersama di antara para fans.

Penulis yang juga aktif di dalam kultur ini juga melihat maraknya kenaikan minat terhadap kultur ini di dalam beberapa tahun terakhir pasca covid-19, sebagai contoh jika melihat beberapa event lokal Jakarta yang menampilkan *guest star* DJ *Anikura*. Fase awal *anikura* di Jakarta umumnya hadir sebagai elemen pengisi hiburan dalam event-event budaya Jepang berskala besar, bukan sebagai event mandiri. Di berbagai bazaar dan festival anime, panggung *anikura* menjadi daya tarik tersendiri yang mengambil perhatian pengunjung. Namun seiring berjalannya waktu, antusiasme yang besar terhadap format ini mendorong sejumlah DJ dan inisiator komunitas untuk mulai menyelenggarakan event *anikura* secara mandiri dan rutin. Event-event seperti Orutaku yang memiliki kegiatan acara setidaknya 1 tahun sekali, yang mengusung konsep nostalgia dengan setlist lagu-lagu anime era 1990-2000an, Anidrome yang diselenggarakan di stasiun LRT Jabodebek mengusung konsep Akiba-kei di mana lagu yang dipasang berakar dari budaya otaku, mereka membuat kegiatannya setiap 1 tahun sekali dan Otagroove sebagai salah satu event *anikura* pertama di Jakarta. Mereka menjadi tonggak penting dalam sejarah *anikura* Jakarta karena berhasil membuktikan bahwa format ini dapat menarik penonton secara konsisten di luar konteks festival besar.

Komunitas pecinta anime dan *anikura*, terutama di wilayah Jakarta, seperti komunitas yang berfokus pada *otagei*, telah muncul sebagai ruang berkumpul dan berekspresi bagi generasi muda yang mengidentifikasi diri dengan subkultur ini. Pertumbuhan kultur *anikura* Jakarta juga tidak terlepas dari dinamika sosiokultural yang lebih luas. Generasi muda Jakarta yang tumbuh dengan tontonan anime dan kini memiliki daya beli serta mobilitas sosial yang lebih tinggi, menjadi segmen audiens yang tepat untuk event-event *anikura*. Mereka mencari pengalaman hiburan yang tidak generik, yang dapat merayakan identitas fandom mereka secara kolektif dan terbuka.

Anikura hadir memenuhi kebutuhan tersebut dengan menawarkan format yang unik, sebuah hari di mana menjadi otaku atau penggemar berat anime bukan

hal yang perlu disembunyikan, melainkan justru dirayakan bersama ratusan orang yang memiliki minat serupa. Bagi anggota komunitas *anikura*, kehadiran di *anikura* bukan hanya tentang menikmati musik, melainkan juga tentang penegasan identitas, pemeliharaan relasi sosial, dan praktik budaya yang mendefinisikan komunitas mereka. Salah satu komunitas yang berperan penting di subkultur ini ialah Chika-L for Lights, komunitas yang dibentuk 3 tahun lalu ini berasal dari Jakarta dan sudah menjadi sebuah nama yang sangat besar bagi kultur *anikura* di mana mereka berhasil membuat para *event organizer* di Jakarta maupun luar kota untuk membuat sesi *anikura* di *event* mereka masing-masing. Mereka saat ini berhasil membuat komunitas *anikura* yang dikenal dalam subkultur ini dan juga sudah berhasil membuat acara event yang difokuskan hanya untuk kultur *otagei* itu sendiri di luar kota Jakarta seperti Bekasi, Yogyakarta, dan sedang membuat perencanaan untuk acara di kota Semarang.

Penulis merasa hal ini menarik untuk dikaji karena menunjukkan bagaimana sebuah komunitas dapat membentuk dan mengkonstruksi budaya sendiri, bukan hanya mengikuti budaya asalnya dari Jepang, tetapi juga mengadaptasi dengan konteks lokal di Jakarta. Hal ini membuka ruang untuk pertanyaan kritis tentang dampak dari bagaimana komunitas lokal seperti komunitas *anikura* ikut serta dalam proses di mana mereka menciptakan identitas komunitas melalui praktik, musik, dan performativitas di ruang-ruang publik dengan serta privasi komunitas dan tantangan pandangan luar yang melihat hobi ini sebelah mata.

Selain hal-hal positif yang dapat dilihat dari berkembangnya subkultur ini, *anikura* juga punya berbagai permasalahan dikarenakan perspektif dari peminat Jejepangan pada umumnya maupun masyarakat lokal yang awam tentang kultur ini dan menyebabkan munculnya stigma negatif dari pihak lain karena ketidaktahuan akan kultur dan budaya. Penulis tertarik untuk mencari tahu lebih lanjut mengenai *anikura*, baik mengenai perkembangannya dan juga mengenai bentuk kendala dari komunitas *anikura* dalam memperluas kultur *anikura*. Berikutnya, penulis juga ingin mengetahui lebih lanjut bagaimana pelaku *anikura* ini menghadapi stigma negatif yang didapatkan terhadap *anikura* ini.

1.2 Penelitian yang Relevan

1. Penelitian dengan judul *Konsumsi Produk Budaya Pop Jepang dan Identitas Diri* (2017) yang ditulis oleh Astuti Dina Kharisma dengan fokus meneliti identitas diri dalam masyarakat subkultur budaya pop Jepang. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi untuk menyajikan mengenai dunia subkultur budaya pop Jepang yang dipengaruhi oleh produk budaya populer Jepang dari perspektif sosiologi tentang mengenai konsumsi dan identitas diri, serta mengkaji perilaku dan persepsi dari masyarakat subkultur pencinta budaya pop Jepang. Hasil dari penelitian ini juga menjelaskan bahwa penggemar budaya pop Jepang masuk ke kategori *interactional order* yaitu identitas individu terbentuk dari relasi-relasi sosial dan interaksi antar individu.
2. Penelitian dengan judul *Perluasan Konsep Wotagei Sebagai Subkultur Fans Idol Jepang Menjadi Budaya Populer di Jakarta Tahun 2013-2024* (2025) yang ditulis oleh Tobi Christopher membahas mengenai perkembangan Wotagei sebagai subkultur di Jakarta dengan tujuan melihat dampak wotagei sebagai budaya populer di Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif analisis. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa wotagei kini tidak hanya menjadi bentuk ekspresi penggemar, tetapi juga menjadi ekspresi seni tari yang dipentaskan dalam berbagai acara

Penulis memilih kedua penelitian tersebut dikarenakan kedua penelitian tersebut membahas mengenai identitas kolektif para penggemar dan dampak dari suatu subkultur menjadi sebuah budaya yang populer di kalangan masyarakat Jakarta. Penelitian milik Astuti membahas konsumsi produk budaya pop Jepang secara umum dan berfokus pada identitas diri yang terbentuk dari relasi sosial, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis berfokus secara spesifik pada subkultur *anikura* dan bagaimana identitas kolektif bersama terbentuk di dalam ruang event tersebut. Penelitian milik Tobi berfokus pada perkembangan *wotagei* sebagai seni tari ekspresi penggemar idola yang menjadi budaya populer di Jakarta,

sedangkan penelitian penulis tidak menjadikan *otagei* sebagai objek utama, melainkan menjadikan *anikura* (event/ruang musik) sebagai objek utama, dan *otagei* diposisikan sebagai salah satu praktik budaya di dalamnya.

1.3 Identifikasi Masalah

Selanjutnya, penulis akan menyampaikan identifikasi masalah yang terdapat dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Adanya dampak positif dan negatif dari perluasan kultur *anikura* yang berkembang secara pesat dalam beberapa tahun terakhir.
2. Stigmatisasi negatif terhadap kultural anggota komunitas *anikura*.
3. Adanya proses pembentukan identitas komunitas yang terjadi di dalam komunitas *anikura* terhadap event *anikura* di Jakarta
4. Kendala komunitas dalam memperlus kultur *anikura*
5. Dampak *nostalgia trigger* dan pengalaman emosional komunitas yang terjadi di ruang event *Anikura*.

1.4 Pembatasan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, agar penelitian ini tidak meluas maka penulis membatasi penelitian ini pada subkultur *anikura* dan pembentukan identitas komunitas penggemar *anikura* di Jakarta.

1.5 Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah perkembangan komunitas *anikura* di Jakarta selama ini?
2. Seperti apa kendala komunitas *anikura* dalam memperluas kultur *anikura* kepada peminat event Jejepangan?
3. Bagaimana opini dari para pelaku anggota komunitas *anikura* dalam menanggapi stigma negatif dari masyarakat awam?

1.6 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui perkembangan komunitas *anikura* di Jakarta

2. Untuk mengetahui bentuk kendala dari komunitas *anikura* dalam memperluas kultur *anikura* kepada peminat event Jejepangan secara umum?
3. Untuk mengetahui opini dari para pelaku anggota komunitas *anikura* dalam menanggapi stigma negatif dari masyarakat awam

1.7 Landasan Teori

1.7.1 Subkultur

Hebdige (2013 : 56) menyatakan bahwa subkultur merupakan sesuatu yang muncul sebagai respon kelompok penggemar terhadap budaya dominan, dengan melalui gaya dan praktik budaya yang memiliki makna tersendiri bagi anggota kelompok. Gaya (*style*) bukan hanya sekadar penampilan luar, melainkan bahasa budaya yang digunakan subkultur untuk mengekspresikan identitas yang berbeda dari arus utama.

Haenfler (2013 : 17) mendefinisikan subkultur sebagai jaringan sosial yang tersebar dengan identitas bersama, di mana komunitas tersebut secara aktif membentuk identitas, membangun solidaritas, dan merespons budaya yang lebih dominan melalui gaya hidup dan praktik bersama. Subkultur bukan sekadar kelompok pinggiran, melainkan agensi kolektif yang secara sadar memproduksi makna budaya tersendiri.

1.7.2 Identitas Kolektif

Mawardani (2025 : 73) menyebutkan bahwa identitas kolektif terbentuk melalui pengalaman bersama yang dialami oleh anggota komunitas dalam ruang komunikasi dan afeksi. Menurutnya identitas kolektif yang terbentuk tidak bersifat statis, melainkan hasil dari percampuran nilai-nilai lokal dan global yang disaring secara kontekstual oleh pelaku budaya. Identitas kolektif ini dipakai untuk melihat bagaimana sebuah komunitas dapat menciptakan identitas kolektif tersebut.

Melucci (1996 : 7) memberikan landasan teoritis yang lebih mendalam mengenai identitas kolektif. Ia mendefinisikannya sebagai proses interaktif dan bersama di mana sekelompok individu mendefinisikan siapa mereka, apa yang mereka inginkan, dan dalam lingkungan seperti apa mereka bertindak. Identitas

kolektif menurut Melucci bukanlah entitas tetap, melainkan sebuah konstruksi yang terus-menerus dinegosiasi melalui interaksi antar anggota komunitas.

1.7.3 *Nostalgia Trigger*

Pierri (2022 : 3) menjelaskan *notstagia trigger* sebagai respons emosional terhadap memori personal dengan objek atau konten budaya tertentu, nostalgia di sini dapat dipakai sebagai perekat sosial yang mempererat hubungan para penggemar yang sedang menikmati sesi *anikura* tersebut. Niemeyer (2014 : 29) juga beropini bahwa media, termasuk musik populer, memiliki kemampuan untuk membangkitkan nostalgia kolektif di dalam suatu generasi.

1.7.4 *Otagei*

Menurut Yokoyama (2019) *otagei* adalah istilah yang merujuk pada pertunjukan tari yang penuh semangat dan unik serta nyanyian yang dilantunkan oleh para penggemar yang mendukung grup idola dan artis yang menyanyikan lagu-lagu anime. Definisi ini diperkuat oleh Firmansyah (2018 : 9) yang menyatakan bahwa *otagei* sendiri adalah sorakan atau gerakan tari khas yang dilakukan oleh penggemar ketika menonton konser-konser idola Jepang.

1.8 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yang digunakan adalah partisipan (*participant observation*). Penulis sebagai peneliti membaaur dan menjadi bagian dari kelompok atau situasi yang sedang diteliti. Peneliti ikut merasakan, mengalami, dan mencatat apa yang terjadi dari sudut pandang "orang dalam" (*insider perspective*). Selain mengandalkan observasi partisipan, penulis juga melakukan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Menurut Creswell (2017 : 13), penggabungan antara data kualitatif yang diperoleh melalui observasi lapangan dengan data kuantitatif yang terstruktur melalui kuesioner mencerminkan penggunaan pendekatan metode campuran (*mixed methods*). Kombinasi ini sangat relevan untuk digunakan dalam penelitian ini, sebab data pengalaman dan dinamika dari sudut pandang "orang dalam" selama event *anikura* berlangsung dapat

diperkuat dan divalidasi silang (*cross-validation*) melalui data respons kuesioner. Dengan demikian, integrasi metode ini menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif dan menyeluruh mengenai fenomena yang diteliti (Creswell, 2017 : 196).

1.9 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat teoritis dan manfaat praktis, yaitu sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan informasi dan memberikan wawasan baru kepada pembaca tentang kultur *anikura* dan *otagei* secara mendalam

b. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini bisa memberikan informasi mengenai *anikura*, kendala dan opini mengenai *anikura* dalam lingkup wilayah Jakarta.

1.10 Sistem Penulisan

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

Bab II Kajian Pustaka, menjelaskan tentang konsep *anikura*, *otagei*, identitas kolektif, nostalgia *trigger*, dan stigma.

Bab III Perkembangan Subkultur *Anikura* dan Pembentukan Identitas Komunitas Penggemar *Anikura* di Jakarta, berisi analisis mengenai hasil interaksi lapangan dan hasil kuisisioner yang telah dilakukan.

Bab IV Simpulan, berisi tentang hasil akhir dan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan.