

## BAB II

### MANGA DAN ANIME SEBAGAI BUDAYA POPULER JEPANG

#### A. Karakteristik Kebudayaan Jepang

Budaya Jepang mencakup interaksi antara budaya asli Jomon yang kokoh dengan pengaruh dari luar negeri yang menyusul. Mula-mula Cina dan Korea banyak membawa pengaruh, bermula dengan perkembangan budaya Yayoi sekitar 300 SM. Gabungan tradisi budaya Yunani dan India, memengaruhi seni dan keagamaan Jepang sejak abad ke-6 Masehi, dilengkapi dengan pengenalan agama Buddha sekte Mahayana. Sejak abad ke-16, pengaruh Eropa menonjol, disusul dengan pengaruh Amerika Serikat yang mendominasi Jepang setelah berakhirnya Perang Dunia II. Jepang turut mengembangkan budaya yang original dan unik, dalam seni (*ikebana*, *origami*, *ukiyo-e*), kerajinan tangan (pahatan, tembikar, persembahan (boneka *bunraku*, tarian tradisional, *kabuki*, *noh*, *rakugo*), dan tradisi (permainan Jepang, *onsen*, *senjo*, upacara minum teh, taman Jepang), serta makanan Jepang.<sup>1</sup>

Kini, Jepang merupakan salah sebuah pengeksport budaya pop yang terbesar. *anime*, *manga*, mode, film, kesusasteraan, permainan video, dan musik Jepang menerima sambutan hangat di seluruh dunia, terutama dinegara-negara Asia yang lain. Pemuda Jepang gemar

---

<sup>1</sup><https://www.scribd.com/doc/44352645/BUDAYA-JEPANG> diakses pada tanggal 9 April 2017

menciptakan trend baru dan kegemaran mengikut gaya mereka memengaruhi mode dan trend seluruh dunia. Pasar muda-mudi yang amat baik merupakan ujian untuk produk-produk elektronik konsumen yang baru, di mana gaya dan fungsinya ditentukan oleh pengguna Jepang, sebelum dipertimbangkan untuk diedarkan ke seluruh dunia.

Baru-baru ini Jepang mulai mengeksport satu lagi komoditas budaya yang bernilai: olahragawan. Popularitas pemain bisbol Jepang di Amerika Serikat meningkatkan kesadaran warga negara Barat tersebut terhadap segalanya mengenai Jepang.<sup>2</sup>

Sepanjang sejarahnya, Jepang telah menyerap banyak gagasan dari negara-negara lain termasuk teknologi, adat-istiadat, dan bentuk-bentuk pengungkapan kebudayaan. Jepang telah mengembangkan budayanya yang unik sambil mengintegrasikan masukan-masukan dari luar itu. Gaya hidup orang Jepang dewasa ini merupakan perpaduan budaya tradisional di bawah pengaruh Asia dan budaya modern Barat.<sup>3</sup>

Seni pertunjukan tradisional yang masih berjaya di Jepang dewasa ini adalah antara lain *kabuki*, *noh*, *kyogen* dan *bunraku*. *Kabuki* adalah sebuah bentuk teater klasik yang mengalami evolusi pada awal abad ke-17. Ciri khasnya berupa irama kalimat demi kalimat yang diucapkan oleh para aktor, kostum yang super-mewah, make-up yang mencolok (*kumadori*), serta penggunaan peralatan mekanis untuk mencapai efek-efek khusus di panggung. Make-up menonjolkan sifat dan suasana hati tokoh yang dibawakan aktor. Kebanyakan lakon mengambil tema masa

---

<sup>2</sup><https://id.wikipedia.org/wiki/Jepang#Budaya> diakses pada tanggal 9 April 2017

<sup>3</sup>[http://www.id.emb-japan.go.jp/expljp\\_09.html](http://www.id.emb-japan.go.jp/expljp_09.html) diakses pada tanggal 9 april 2017

abad pertengahan atau zaman *Edo*, dan semua aktor, sekalipun yang memainkan peranan sebagai wanita, adalah pria.<sup>4</sup>

Gb. 1 Pertunjukan Kabuki



Sumber: [http://www.id.emb-japan.go.jp/expljp\\_09.html](http://www.id.emb-japan.go.jp/expljp_09.html)

*Noh* adalah bentuk teater musikal yang tertua di Jepang. Penceritaan tidak hanya dilakukan dengan dialog tapi juga dengan utai (nyanyian), hayashi (iringan musik), dan tari-tarian. Ciri khas lainnya adalah sang aktor utama yang berpakaian kostum sutera bersulam warna-warni, dan mengenakan topeng kayu berlapis lacquer. Topeng-topeng itu menggambarkan tokoh-tokoh seperti orang yang sudah tua, wanita muda atau tua, dewa, hantu, dan anak laki-laki.<sup>5</sup>

*Kyogen* adalah sebuah bentuk teater klasik lelucon yang dipagelarkan dengan aksi dan dialog yang amat bergaya. Ditampilkan di sela-sela pagelaran *noh*, meski sekarang terkadang ditampilkan secara tunggal. *Bunraku*, yang menjadi populer sekitar akhir abad ke-16, merupakan jenis teater boneka yang dimainkan dengan iringan nyanyian bercerita dan musik yang dimainkan dengan shamisen (alat

---

<sup>4</sup>*Ibid*

<sup>5</sup>*Ibid*

musik petik berdawai tiga). Bunraku dikenal sebagai salah satu bentuk teater boneka yang paling halus di dunia.<sup>6</sup>

Berbagai budaya Jepang lahir dari jaman kekaisaran yang juga dipengaruhi oleh kebudayaan bangsa lain seperti Eropa, Asia serta Amerika Tengah. Jepang merupakan salah satu negara yang memiliki huruf tersendiri dan wajib digunakan oleh seluruh warga negara. Budaya Jepang banyak berupa lukisan-lukisan dengan tema alam Jepang ataupun para karakter-karakter pejabat ataupun dewa. Bentuk lukisan yang unik, dengan objek-objek manusia dengan bentuk yang khas. Media menggambarnya juga unik, berbeda dengan kanvas pada umumnya, media lukis Jepang berupa kertas persegi empat tanpa bingkai<sup>7</sup>

Selain seni lukis, negara Jepang juga terkenal kaligrafi dengan tulisan *kanji* dan *Hiragana*. Kaligrafi dalam bahasa Jepang disebut *Shodo*.<sup>8</sup> Selain kaligrafi, Jepang memiliki huruf-huruf yang rumit namun harus dipelajari oleh masyarakat Jepang. Huruf ini ditulis dengan menggunakan kuas dan digunakan sebagai huruf nasional baik dalam buku-buku, karya tulis, hingga internet. Karena itu keyboard di Jepang mempunyai dua jenis huruf yaitu huruf latin sekaligus *Hiragana*.

Selain itu, budaya Jepang yang terkenal adalah arsitektur bangunannya. Dinding rumah dari kertas, pintu geser, lampion serta

---

<sup>6</sup>*Ibid*

<sup>7</sup>Tadashi Fukutake, *Masyarakat Pedesaan di Jepang*, Gramedia, Jakarta, 2008, hal 20

<sup>8</sup>*Ibid*

atap melengkung yang identik dengan arsitektur Cina.<sup>9</sup>Gaya arsitektur Jepang memang terinspirasi dari Cina, namun mengalami modifikasi dalam bidang tertentu terutama dalam hal keberadaan arsitektur tersebut agar berdampingan dengan alam Jepang.

Berbagai seni tradisional lainnya, seperti upacara minum teh dan *ikebana* (merangkai bunga), terus hidup sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat Jepang. Upacara minum teh (*sado* atau *chado*) adalah tata-cara yang diatur sangat halus dan teliti untuk menghadirkan dan minum teh hijau *matcha* (dalam bentuk bubuk). Ada hal yang lebih penting daripada ritual membuat dan menyajikan teh, karena upacara ini merupakan rangkaian seni yang mendalam yang membutuhkan pengetahuan yang luas dan kepekaan yang sangat halus. *Sado* juga menjajaki tujuan hidup dan mendorong timbulnya apresiasi terhadap alam.<sup>10</sup>

Gb. 2 Upacara minum the di Jepang



Sumber: [http://www.id.emb-japan.go.jp/expljp\\_09.html](http://www.id.emb-japan.go.jp/expljp_09.html)

Seni merangkai bunga Jepang (*ikebana*), yang mengalami evolusi di Jepang selama tujuh abad, berasal dari sajian bunga Budhis di masa awalnya. Seni ini berbeda dengan penggunaan bunga yang murni

<sup>9</sup>*Ibid*

<sup>10</sup>[http://www.id.emb-japan.go.jp/expljp\\_09.html](http://www.id.emb-japan.go.jp/expljp_09.html) diakses pada tanggal 9 April 2017

bersifat dekoratif saja, karena setiap unsur dari sebuah karya *ikebana* dipilih secara sangat cermat termasuk bahan tanaman, wadah di mana ranting dan bunga akan ditempatkan, serta keterkaitan ranting-ranting dengan wadahnya dan ruang di sekitarnya.

Musik klasik masuk ke Jepang dari Barat. Penggemarnya cukup banyak dan sejumlah konser diadakan di berbagai tempat di Jepang. Jepang telah melahirkan banyak konduktor (seperti Ozawa Seiji), pianis, dan pemain biola dan mereka melakukan pertunjukan di seluruh dunia. Sejak Kurosawa Akira memenangkan Golden Lion Award di Festival Film Venice pada tahun 1951, dunia perfilman Jepang menjadi pusat perhatian dunia, dan karya-karya dari sutradara besar seperti Mizoguchi Kenji dan Ozu Yasujiro mendapat sambutan luas. Pada tahun-tahun terakhir ini, Kitano Takeshi memenangkan Golden Lion Award pada Festival Film Venice 1997 dengan karyanya HANABI dan meraih penghargaan sebagai sutradara terbaik pada festival tahun 2003 dengan karyanya Zatoichi.<sup>11</sup>

Film *anime* (kartun) Jepang yang menjadi hiburan bagi anak-anak Jepang sejak tahun 1960-an, kini diekspor ke seluruh dunia. Ada seri yang menjadi favorit anak-anak seluruh dunia, seperti Astro Boy, Doraemon, Sailor Moon, Detective Conan, dan Dragonball Z. Sementara itu, karya sutradara Miyazaki Hayao, *Spirited Away*, memenangkan Oscar sebagai film cerita kartun terbaik pada tahun 2003. Untuk sastra, ada sejumlah pemenang Hadiah Nobel, yaitu

---

<sup>11</sup>*ibid*

Kawabata Yasunari dan Oe Kenzaburo. Sementara itu, karya-karya para pengarang yang lebih modern seperti Murakami Haruki dan Yoshimoto Banana populer di kalangan kaum muda Jepang dan telah diterjemahkan ke dalam banyak bahasa.<sup>12</sup>

## B. Sejarah Perkembangan *Manga* dan *Anime* sebagai Budaya Populer

### Jepang

*Manga* (漫画) (baca: man-ga, atau ma-ng-ga) merupakan kata komik dalam bahasa Jepang; di luar Jepang, kata tersebut digunakan khusus untuk membicarakan tentang komik Jepang. *Mangaka* (漫画家) (baca: man-ga-ka, atau ma-ng-ga-ka) adalah orang yang menggambar. Secara harfiah, manga memiliki arti “Gambar Aneh” atau "sketsa spontan". *Manga* telah diterjemahkan ke dalam beberapa bahasa di negara-negara di luar Jepang termasuk Cina, Perancis, Italia, Malaysia, Indonesia dan lainnya. Untuk beberapa negara terdapat sebutan tersendiri untuk menyebut komik yaitu “*Manhua*” untuk China / Hongkong / Taiwan dan “*Manhwa*” untuk Korea.

*Manga* khas Jepang umumnya menggunakan gaya/style sederhana dalam menggambar *manga*. Ciri khasnya adalah mata besar, mulut kecil dan hidung sejumput. Ada juga gaya menggambar *Lolicon* maupun *Shotacon*. Tapi tidak semua *manga* digambarkan dengan sederhana. Beberapa *mangaka* menggunakan style yang realistis, walaupun dalam beberapa elemen masih bisa dikategorikan

---

<sup>12</sup>*Ibid*

*manga*. Namun, gambar latar belakangnya hampir semua *manga* digambarkan serealistik mungkin.

*Manga* biasanya dicetak hitam-putih, namun ada juga beberapa yang berwarna (*colorfull*).

*Manga* pada awalnya berasal dari karikatur atau kartun satir yang ada di koran pertengahan abad 19. Koran harian Le Charivari, terbit di Paris tahun 1832 menonjolkan sindiran mengenai kegagalan politik Raja Louise-Philippe, salah satunya menggambarkan wajah raja sangat mirip dengan pir (*poire* dalam bahasa Perancis berarti idiot). Saat itu, karikatur politik semacam ini menjadi bentuk komik dominan pada koran di Perancis.<sup>13</sup>

Di Jepang, *manga* pertama kali diciptakan seniman Ukiyo-e[2] yang mengkritik kebobrokan perilaku bangsawan dan pejabat tinggi samurai. Hokusai Katsushika menerbitkan *Hokusai Manga* pada tahun 1834 yang mana menggambarkan samurai senior berada di dalam kamar kecil (*kakus*) dengan juniornya sambil memegang hidung mereka. Ia ingin menunjukkan bahwa samurai peringkat tinggi berperilaku sama dengan petani dan kelas rendah yang melakukan hal sama, ia mengkritik ketatnya sistem kelas dalam masyarakat Jepang. Hal ini berarti *manga* mulai populer sebagai salah satu bentuk jurnalisme di Jepang. *Hokusai* itu sendiri berasal dari 2 huruf Cina yang memiliki arti “gambar manusia untuk menceritakan sesuatu”.

---

<sup>13</sup>Misaka 2003, p. 23



Ada juga karya *manga* lainnya seperti karya Satou Kyouden buku bergambar “*Shiji no yukikai*” (1798) dan karya Aikawa Minwa, “*Manga Hyakujo*” (1814) serta Rakuten Kitazawa yang menggunakan bahasa *manga* dalam pengertian modern. Buku komik pertama muncul di akhir abad 18, Kibyoushi, dengan tatanan gambar yang dikelilingi oleh tulisan sebagai narasinya. *Manga* tidak begitu berkembang hingga Perang Dunia II.

Pada tahun 1862, Charles Wargman seniman asal Inggris, ia memperkenalkan majalah kartun ‘*Japan Punch*’ yang terbit sebulan sekali. Lalu pada tahun 1889, Jorges Bigo pelukis asal Perancis, juga menerbitkan majalah karikatur dwimingguan bernama ‘*Tobae*’. Kedua majalah tersebut pada awalnya ditargetkan kepada ekspatriat yang tinggal Yokohama, dan *Japan Punch* lebih fokus pada berita dan peristiwa yang terjadi di komunitas ekspatriat pada waktu itu. Sedangkan *Tobae* lebih fokus pada aspek sosial Jepang dan modernisasi. Hal ini digambarkan dalam ‘*Tobae*’, terdapat perempuan Jepang yang pergi ke restoran *western* (Barat) dengan menggunakan pakaian barat tetapi tidak menggunakan sepatu, karena pada waktu itu orang Jepang tidak terbiasa menggunakan sepatu. Karena itu, kartun merefleksikan percampuran budaya Barat dan Timur di dalam masyarakat Jepang.<sup>14</sup>

Pada awal abad 19, muncul seorang *mangaka* bernama Osamu Tezuka (1928-1989) yang membawa sejarah baru di dunia

---

<sup>14</sup><https://nikenfebrina.wordpress.com/2012/03/13/manga-goes-global/> diakses pada tanggal 21 April 2017

*manga* Jepang. Karyanya yang terkenal adalah *Tetsuwan Atom* (*Astro Boy*) dan *manganya* yang diadaptasi dari novel *Treasure Island* (karya Robert Louis Stevenson) meraih nilai penjualan tertinggi nasional karena sukses dijual sebanyak 400.000 eksemplar.

Tezuka sering disebut sebagai "bapak *manga*" berkat karyanya yang sangat banyak. Dia dianggap sebagai seorang pionir dalam teknik dan genre-genre *manga*. Gaya "mata besar" yang sering ditemukan dalam tokoh-tokoh *manga* adalah hasil ciptaan Tezuka, yang mendasarkannya pada kartun-kartun pada masa itu, seperti Betty Boop dan Miki Tikus. Mengawali karier sebagai seorang dokter, Tezuka kemudian beralih menggambar *manga*. Sepanjang kariernya, Tezuka telah menghasilkan lebih dari 700 *manga* dalam sekitar 170.000 halaman sehingga dia sering disebut *god of manga*.<sup>15</sup>

Mulanya komik-komik di Jepang adalah peniruan dari film animasi dari Walt Disney maka para penggemar komik Jepang saat itu adalah anak-anak. Kemudian pada tahun 1959 mulai diterbitkan dua majalah mingguan untuk anak laki-laki yaitu *Shonen Magazine* dan *Shonen Sunday*. Saat itu hiburan untuk anak di Jepang hanyalah komik saja, belum ada *anime* dan tentu saja belum ada *game* komputer.

Sepuluh tahun kemudian, majalah komik untuk remaja mulai terbit, diantaranya yaitu *MangaAction* (1967), *Young Comic* (1967), *Play Comic* (1968), *Big Comic* (1967). Majalah-majalah tersebut sendiri biasanya mempunyai tebal berkisar antara 200 hingga 850

---

<sup>15</sup><http://nkamaland.blogspot.co.id/2013/06/sejarah-perkembangan-manga-jepang.html> diakses pada tanggal 21 April 2017

halaman. Beberapa *manga* cerita aslinya diangkat dari novel/visual novel, contohnya adalah "Basilisk" berdasarkan dari novel "Kouga Ninpouchou" oleh Futaro Yamada, ada juga yang diangkat dari segi sejarah, seperti sejarah Tiga Kerajaan (*The Three Kingdom*), Legenda Naga (Ryuuroden), dan sejarah-sejarah Jepang.

Setelah beberapa lama, cerita-cerita dari majalah itu akan dikumpulkan dan dicetak dalam bentuk buku berukuran biasa, yang disebut "*tankoubun*" (volume). Dari bentuk *tankoubon* inilah *manga* biasanya diterjemahkan ke dalam bahasa-bahasa lain seperti Indonesia. Komik dalam bentuk ini biasanya dicetak di atas kertas berkualitas tinggi dan berguna buat orang-orang yang tidak atau malas membeli majalah-majalah *manga* yang terbit mingguan yang memiliki beragam campuran cerita/judul. Dari bentuk *tankōbon* inilah *manga* biasanya diterjemahkan ke dalam bahasa-bahasa lain di negara-negara lain seperti Indonesia. Lalu jika *manga* memiliki kepopuleran yg tinggi dan banyak diminati masyarakat, barulah *manga-manga* tersebut dibuat *anime* oleh studio-studio *anime* Jepang.<sup>16</sup>

Untuk beberapa judul bahkan telah/akan dibuat versi manusia atau *Live Action* (kadang disingkat sebagai L.A di Jepang). Ada juga sebagian judul dibuat kembali atau "*remake*" secara internasional oleh produsen di luar negara Jepang, seperti Amerika, yang membuat film *Live Action Dragon Ball* versi Hollywood (20'th Century Fox).<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup>*ibid*

<sup>17</sup><http://galleryotaku.blogspot.co.id/2014/05/manga-definisi-sejarah-dan-genre-manga.html>  
diakses pada tanggal 21 April 2017

Walaupun saat ini banyak yang menganggap *manga* berasal asli dari Jepang, sesungguhnya *manga* merupakan bentuk hibriditas budaya yang berkembang dari kosmopolitan (ekspatriat Inggris yang tinggal di Jepang) yang ada di negara tersebut. Hibriditas karena *manga* sendiri merupakan bentuk budaya dari perpaduan barat dan timur. Tetapi karena *manga* buatan Jepang memiliki ciri khas dan dipopulerkan di Jepang, sehingga identitas yang terkait dengan *manga* juga bagian dari identitas Jepang. Pernyataan Hyoe Narita, *editor in chief Shonen Jump*, dalam Misaka (2003) yang menyatakan *manga* asli dari Jepang sepertinya perlu dikoreksi. Karena pada dasarnya *manga* sendiri termasuk hibriditas budaya yang disebabkan adanya globalisasi.

Industri *manga* di Jepang mulai berkembang pesat sejak tahun 1963. Majalah komik dicetak massal dan dijual di berbagai tempat dengan harga murah. Karena itu, angka penjualan *manga* mencapai angka yang cukup besar. Sepuluh majalah *manga* mingguan terlaris terjual sekitar satu juta eksemplar. Pada tahun 1992, penjualan *manga* mencapai sekitar 540 milyar yen atau sekitar 23% dari penjualan buku di Jepang. Hal ini menunjukkan *manga* menguasai seperempat pasar penerbitan di Jepang. Tiga penerbit *manga* terbesar di Jepang, Shueisa, Kodansha, dan Shogakukan juga menempati posisi 20 besar industri penerbitan global pada tahun 2009.

Hal ini bertolak belakang dengan kenyataan bahwa industri *manga* di negara asalnya Jepang sedang lesu. Bisnis *manga* sendiri mengalami penurunan sejak pertengahan tahun 1990. *Manga 'Shonen Jump'* yang

tercatat berhasil menjual 6,5 juta eksemplar pada tahun 1994, kemudian menurun menjadi 3,2 juta pada tahun 2002. Fenomena menurunnya penjualan *manga* di Jepang ini merata pada semua judul *manga*. Alasan utama hal ini terjadi adalah menurunnya populasi generasi muda, yang mana konsumen terbesar *manga*, dan juga kompetisi dari media hiburan lain seperti video games.

Industri *manga* yang terus mengalami penurunan ini dikhawatirkan oleh banyak pihak. Penurunan omzet penjualan *manga* majalah tersebut sudah terjadi dalam 11 tahun terakhir ini. Saat ini di Jepang, paling tidak ada lebih dari 300 majalah *manga*. Sebagai gambaran, dari seluruh produk buku dan majalah yang terbit di Jepang, seperempatnya adalah *manga*. Itu memperlihatkan bahwa peran *manga* dalam industri penerbitan di Jepang memang sangat signifikan sehingga berbagai persoalan yang menimpa industri *manga* sangat berpengaruh terhadap perkembangan industri penerbitan secara keseluruhan (Wendyartaka 2007).

Walaupun *manga* telah sukses diekspor ke Asia dan Eropa, tetapi penerbit Jepang tidak terlalu serius menanggapi pasar internasional. Karena pasar domestik yang semakin menurun dan prediksi semakin sedikitnya anak-anak di tahun berikutnya, penerbit *manga* mulai fokus pada pasar global. Dan salah satu negara yang menjadi targetnya adalah Amerika Serikat. Salah satu alasannya karena populasi anak-anak di USA dua kali lebih banyak daripada di Jepang (Misaka 2003, p. 25).

Fenomena yang berbeda justru terjadi di luar Jepang. Di Perancis dan Belgia industri *manga* justru menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun. Menurut data yang dipaparkan oleh panelis wakil Perancis, Didier Pasamonik dari Actua BD, di Perancis dan Belgia saat ini tingkat pertumbuhan *manga* paling cepat ketimbang *small press* dan komik. Industri komik di tempat Guest of Honor Frankfurt Book Fair 2007 ini belakangan mengalami pergeseran, lagi-lagi oleh meluasnya pengaruh *manga*. Saat ini persentase *manga* sudah mencapai 43 persen. Kemudian diikuti komik superhero Amerika Serikat, 34-37 persen (Wendyartaka 2007).

Menyebarnya *manga* ke seluruh belahan dunia menurut teori media flows adalah karena ada ketidakseimbangan aliran media. Seperti yang telah disinggung sebelumnya, ketika pasaran domestik *manga* di Jepang lesu, maka *manga* akan terpusat dan menumpuk di negara itu saja. Sedangkan di luar Jepang banyak negara yang justru semakin berminat pada *manga*. Ini menyebabkan adanya ‘aliran’ *manga* dari *centre* (dalam hal ini Jepang) ke *periphery* (negara di luar Jepang dan sasaran ekspor *manga*).

Penyebaran *manga* ke seluruh dunia mengalami percepatan setelah hadirnya internet. Banyak situs website yang menyediakan bacaan *mangaonline*. Bahkan situs ini juga menyediakan *manga* yang diterbitkan *hardcopy* dan selalu *up-date* dengan edisi terbaru. Ketika edisi One Piece atau Detektif Conan yang terbaru keluar, pembaca

*manga* di seantero dunia dapat langsung membacanya dalam hitungan detik. *Mangafever* ini juga berkaitan dengan perkembangan industri kreatif lainnya di Jepang. Seiring dengan perkembangan teknologi, cerita-cerita *manga* dibuat ke dalam seri audio visual yang disebut animasi (Inggris :*animation*). Tetapi karena orang Jepang tidak bisa melafalkan *animation* dengan benar, maka mereka menyebutnya dengan *anime*. Animasi dan *anime* pada dasarnya adalah sama-sama kartun bergerak. Saat ini, istilah *anime* lebih banyak digunakan untuk merujuk pada animasi buatan Jepang. *Anime* ada yang berbentuk seri ataupun film. *Animes* sama terkenalnya dengan *manga* di belahan dunia lain. Misalkan seperti Dragon Ball, Pokemon, One Piece, Naruto, Avatar dan lain-lain.

Selain mengadopsi *manga* menjadi *anime*, film-film real (pemainnya manusia) juga banyak yang disadur dari *manga*. Misalkan film *Kimi no Todoke*, yang ceritanya diambil dari judul *manga* yang sama. Tidak hanya itu, game digital (*computer game*) juga banyak disadur dari *manga*. Nama tokoh, tempat dan jalan cerita dalam game sama seperti yang ada di cerita *manga*. *Game* yang menyadur dari *manga* ini misalnya game 'Yu Gi Oh!'. Hal ini serupa seperti yang diungkapkan oleh Misaka sebagai berikut:

*Manga are commonly adapted to game software, card games, and films, and they are the original sources of huge entertainment business not only in Japan but also in other Asian countries, Europe, and the United States (Misaka 2003, p. 25).*

Mengglobalnya *manga* juga berdampak pada perusahaan penerbitnya. Penerbitan manga terbesar di Jepang secara perlahan tapi pasti merambah pasar luar negeri sehingga menjadi perusahaan transnasional (*transnational company*). Misalkan saja Shogakukan Inc, mendirikan VIZ Communication Inc. di Amerika Serikat sebagai penerbit *manga* di AS. *Manga is an attractive product for publisher because it has an unknown potential to evolve into conglomerate for TV programs, videos, and films, game software, and characters for toys and other merchandise for the children's and young adult market segments* (Misaka 2003, p. 23).<sup>18</sup>

Pada format aslinya, *manga* yang berbentuk majalah maupun buku dibaca mulai dari kanan ke kiri. Hal ini dikarenakan huruf Kanji penulisannya dan membacanya dari kanan ke kiri. Bentuk kalimat dalam huruf Kanji yang dari atas ke bawah, menyebabkan balon kalimat yang terdapat di *manga* berbentuk vertikal.

Ketika *manga* diekspor keluar Jepang seperti ke Amerika Serikat, Eropa, dan Asia Tenggara, format semacam ini menjadi kacau balau. Karena negara tujuan ekspor *manga* kebanyakan menggunakan tulisan latin dan membacanya dari kiri ke kanan. Pada awalnya banyak penerbit yang memaksakan format *manga* sesuai dengan kebiasaan membaca dari kiri ke kanan. Tetapi hal ini menjadi aneh, terlebih gambarnya tidak sesuai bahkan terlihat tidak urut. Di Indonesia sendiri, hal ini berbeda dengan kebiasaan masyarakat yang biasa membaca dari

---

<sup>18</sup>Misaka, Kaoru 2004, 'The First Japanese Manga Magazine in the United States', Publishing Research Quarterly, vol 19



kiri (atau sebagai patokan *cover* depan ada di bagian kiri) ke kanan. Sebelum tahun 2000-an, menyikapi masalah perbedaan budaya ini, ketika diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia gambar dan halamannya umumnya di-flip sehingga dapat dibaca dari kiri ke kanan. Hal ini menyebabkan sering terlihat tokoh dalam komik terlihat kidal (penggunaan tangan kiri yang dominan) dan sedikit aneh.

*Manga* yang pertama kali diterbitkan di Indonesia disesuaikan dengan gaya baca masyarakat Indonesia yaitu yang dimulai dari “kiri ke kanan”. Padahal, *manga* original dari Jepang dimulai dari “kanan ke kiri”, sehingga untuk *manga* yang diterbitkan di Indonesia rata-rata tokohnya menjadi kidal karena gambar yang umumnya di *flip*. Ketidaksamaan ini menyebabkan kerancuan untuk komik yang bergenre detektif, seperti Conan dan Kandaichi, karena menyebabkan proses penyelesaian kasus dengan gambar alibi tokoh menjadi tidak sama. Juga beberapa penulis komik seperti Takehiko Inoue yang menciptakan komik Slam Dunk tidak setuju karya mereka diubah begitu saja dan minta agar karya mereka dibiarkan dalam format aslinya (*raw*).<sup>19</sup>

Oleh karena itu, semenjak tahun 2000an, *manga* yang beredar di Indonesia disesuaikan dengan keadaan asli *manga* yang diterbitkan di Jepang. *Manga* pertama yang diterbitkan di Indonesia dan menggunakan metode ini (format asli Jepang atau *raw*) adalah Rurouni Kenshin. Karena penggemar komik Jepang terus meningkat, banyak

---

<sup>19</sup><https://nikenfebrina.wordpress.com/2012/03/13/manga-goes-global/> diakses pada tanggal 21 April 2017

situs web yang menyediakan ribuan judul komik untuk dibaca secara *online*. Penerbit komik di Indonesia juga mulai bermunculan seperti M&C Comics, ReOn Comic, Elexmedia Komputindo, Level Comics, dan Koloni.<sup>20</sup>

Perubahan format yang signifikan ini tampaknya berhubungan dengan budaya. Negara yang terbiasa membaca dari kiri ke kanan seperti Indonesia, tentu merasa 'keanehan' ketika membaca *manga*. Tetapi hal ini tidak menjadi masalah serius bagi penerbit *manga*. Hyoe Narita, editor Shonen Jump menyatakan walaupun *manga* memiliki format yang berbeda dari komik kebanyakan, ia tetap bisa diadopsi dengan baik.

*'Although it seems uncomfortable for Americans to read English from right to left at first, our main readership are the young generation, who, we assume, are flexible enough to adopt themselves to a new way of reading. Manga is originated in Japanese and we would like the American readers to take for granted to read it from right to left and would give them more authentic manga reading experience'* (Misaka 2003, p. 28).<sup>21</sup>

Proses translasi bahasa juga tidak semudah yang dibayangkan. Karena balon kalimat asal berbentuk vertikal, maka bahasa hasil translate tidak menggunakan kata-kata yang panjang dan harus cukup dengan balon kalimat yang tersedia.

---

<sup>20</sup>*Ibid*

<sup>21</sup> Misaka, Kaoru 2004, 'The First Japanese Manga Magazine in the United States', Publishing Research Quarterly, vol 19

Maraknya *manga* di Indonesia banyak mempengaruhi gaya komikus lokal. Komik Indonesia yang diterbitkan oleh penerbit M & C (anak perusahaan Kompas Gramedia) tidak ada bedanya dengan *manga* dari Jepang. Nama tokoh dan setting cerita kebanyakan memang sangat Indonesia tetapi cara menggambar karakter dan komik secara keseluruhan tidak bisa dibohongi, sama seperti *manga*. Sehingga hal ini akan berdampak pada homogenisasi bentuk komik. *The absolute globalization of culture would involve the creation of a common but hiperdifferentiated field of value, taste and style opportunities, accessible by each individual without constraint for purposes either of self expression or consumption* (Waters 2005, p. 126).

Jika dulu komik gayanya bermacam-macam, ada Asterix dan Superman, saat ini setiap kali membaca komik yang ada hanyalah tokoh-tokoh bermata besar, bermulut kecil dan berhidung sejumput. Komik-komik Indonesia sangat mirip dengan *manga*, sehingga tidak ada ciri khas yang membedakan keduanya.

Di Amerika saja, bentuk glocalisasi dari *manga* sudah terlihat jelas. Banyak industri film Amerika yang menyadur cerita *manga* untuk dijadikan film. Seperti *The Last Airbenders* yang mengadopsi *manga* Avatar yang juga ada serial *anime*. Hampir seluruh pemainnya bule (baca: orang barat/kaukasia) tetapi di film tersebut banyak konsep Asia khususnya Jepang yang digunakan. Misalkan meditasi, Budha, dan reinkarnasi.

### C. *Manga* dan karakter Bangsa Jepang

#### 1. Nilai-nilai Moral di dalam *Mangadan Anime*

Nilai-nilai moral yang berkembang di dalam masyarakat Jepang berakar dari ajaran konfusianisme Cina dan diajarkan kepada seluruh masyarakat Jepang pada abad ke-6.<sup>22</sup> Meskipun berasal dari luar Jepang (Cina), tetapi ajaran ini tidak semuanya diserap mentah oleh bangsa Jepang melainkan diterima dan disesuaikan dengan kebudayaan Jepang yang ada di dalam masyarakat Jepang.

Pada saat Jepang memasuki jaman feodalisme militer Kamakura (1192), dalam diri samurai sudah mulai ditanamkan ajaran konfusianisme. Ketika Pemerintahan Tokugawa (1603-1868), Tokugawa Ieyasu mewajibkan para *samurai* untuk memupuk ketaatan dan kesetiaan kepada pemerintah. Hal ini disebabkan dalam ajaran konfusianisme Jepang, tanggung jawab tertinggi harus diberikan kepada atasan sehingga semua tunduk pada atasan, di dalam ajaran konfusianisme Jepang dikemukakan 5 macam hubungan manusia, yaitu: hubungan antara atasan dengan bawahan, suami dengan istri, orang tua dengan anak, kakak dengan adik, serta hubungan antara teman. Kelima hubungan ini didasari pada prinsip perbedaan atasan dan bawahan dimana yang berada di atasnya wajib untuk melindungi dan menjadi panutan, sedangkan

---

<sup>22</sup>Wim. Theodore de Bary, ed., *Sources of Japanese Tradition*. (New York: 1971), 438

yang berada di bawahnya harus tunduk, patuh dan taat terhadap yang di atas.

Menurut Izano Nitobe, seorang ilmuwan dan negarawan yang dikenal sebagai “Bapak Liberalisme Jepang” mengatakan bahwa pedoman moral dan etika bangsa Jepang adalah *Bushido* yang artinya “Jalan Kstaria”. *Bushido* sebenarnya merupakan pedoman moral para samurai. Kelas samurai terbentuk ketika masa feodalisme militer. Pada masa feodal militer, masyarakat Jepang dibagi menjadi empat kelas yang dikenal dengan sebutan *shinokosho* (*bushi* = militer, *nomin* = petani, *kosakunin* = tukang, dan *shonin* = pedagang). Fungsi strata sosial semacam ini adalah pengontrolan, baik oleh pemerintah pusat Bakufu kepada pemerintah daerah (*han*), maupun antara kelas militer terhadap kelas petani. *Bushido* mengajarkan kesetiaan, kejujuran, etika sopan santun dan tata krama, disiplin, rela berkorban, kerja keras, kebersihan, hemat, kesabaran, ketajaman berfikir, kesederhanaan, serta kesehatan jasmani dan rohani.

Menurut Tsurumi (2000) bahwa manga merupakan salah satu indikator mengekspresikan nilai dan moral kehidupan suatu masyarakat, maka manga pun bukan hanya sekedar karya sastra berupa gambar dan balon kata, juga suatu bentuk bacaan yang mengandung nilai moral yang ingin disampaikan pengarang kepada pembacanya melalui penggambaran sikap para tokoh.

Nilai-nilai moral tersebut menjadi landasan sikap dan perilaku orang Jepang pada umumnya.

## **2. Pandangan Moral Bagi Jepang**

Dalam pergaulannya dengan bangsa-bangsa di Asia, bangsa Jepang berambisi untuk menjadi pemimpin. Mereka pada umumnya menganggap dirinya berhak untuk memegang peranan sebagai satu-satunya bangsa di Asia yang telah mencapai masyarakat yang makmur. Ambisi tersebut sudah mereka miliki sejak lama dan sulit dihapuskan oleh kekalahan besar yang dialami dalam perang dunia ke-II. Serta cendekiawan Jepang ambisi tersebut hidup, walaupun mereka mencita-citakan suatu kepemimpinan yang bertanggung jawab dan kooperatif. (Koenjtraningrat, 1990 : 99). Umumnya mereka juga mengerti semua bangsa diAsia ingin mencapai suatu perbaikan dari taraf kemakmuran mereka melalui pembangunan ekenomi, bahkan ada beberapa cendekiawan Jepang begitu progresif mengemukakan agar bangsa-bangsadan Negara-negarabegitu yang sedang berkembang hendaknya jangan didorong dengan bantuan ekonomi, melainkan justru dengan ajakan untuk ikut serta sebagai teman dalam usaha.

Sebaliknya, gagasan-gagasan yang progresif dan praktis tidak akan pernah dapat dilaksanakan. Dalam Koen tjaningrat (1990 : 100) “Bangsa Jepang menganggap bahwa bangsa-bangsa yang sedang berkembang sangat sulit untuk

dijadikan patner karena mentalitasnya yang tidak sesuai dengan irama kehidupan ekonomi modern yang menjadi landasan kehidupan manusia dalam negara yang telah maju seperti Jepang.” Sejalan dengan itu Koentjaningrat (1990 : 10) mengatakan :

”Paham moral pada orang Jepang berbeda isinya dengan apa yang diasosiasikan dengan istilah moral tersebut. Menurut orang Jepang faham “moral” mengandung unsur-unsur sebagai berikut : a) Bertanggung jawab sampai sejauh-jauhnya, kalau perlu ia dengan diri sendiri terhadap suatu tugas yang telah disanggupi, b) Loyalitas mutlak terhadap kesatuan sosial yang sudah dipilih untuk diikuti.”

Jepang mengenal moral pengabdian diri *bushi* sesuai dengan pendapat Situmorang (2011 : 90) pengabdian diri *bushi* dibagi dua periode, yaitu ; a. moral pengabdian diri *bushi* periode awal zaman feodal dan b. moral pengabdian periode akhir feodalisme di jepang.

a. Moral pengabdian diri *bushi* periode awal feodalisme muncul untuk membedakan arti dengan petani. Dimana padaawalnya mereka hidup dengan masyarakat *Kizoku*(bangsawan) pekerjaan sehari-hari mereka adalah menbidangi seni. Sedangkan *bushi* memiliki profesi sebagai ahli perang.

Pada zaman Kamakura dan Muromachi istilah *bushido* belum dikenal. Istilah yang dikenal pada masa itu adalah “*tsumanomonochi*” yang berarti keterampilan berperang.

Menurut Situmorang (2011 : 91) kesetiaan *bushi* periode awal ini, dipengaruhi atas : “a. Ikatan yang didasarkan pada perjanjian tuan dan pengikutnya, b. Ikatan yang didasarkan pada hubungan darah / keluarga dan wilayah (Ie).”

Adapun isi dari perjanjian tuan dan pengikutnya adalah *Ongko* (pemberian) dengan *hoko* (pelayanan) di pihak lain, yang melahirkan kekuatan kelompok. “*Ongko*” sebagai tuan berarti berkah, dan “*hoko*” sebagai pengikut mengandung makna pengabdian yang mempunyai warna, “*mujoken*” (tidak abadi). Selain itu pandangan *bushi* oleh Watsuji Tetsuro (1976) dalam Situmorang (2011: 93) mengatakan, bahwa pandangan *bushi* akan adanya reinkarnasi, mengakibatkan *bushi* mempunyai cita-cita menjadi abadi tuannya selama tujuh kali dalam reinkarnasi tersebut, sehingga melahirkan pengabdian yang mutlak dari anak buah terhadap tuan. Wujud dari pengabdian mutlak ini adalah keberanian mengorbankan jiwa raga tuan. Di negara Jepang, keluarga *bushi* yang berani mengabdikan jiwa raga terhadap tuannya sangat disegani. Karena *bushi* yang disegani tersebut tidak



hanya hebat di medan tempur, tetapi juga setia terhadap tuannya. Kesetiaan tersebut adalah kesetiaan mengabdikan jiwa raga termasuk kesetiaan melakukan bunuh diri karena kematian tuannya. Jika tuan meninggal tetapi anak buah tidak ada yang berani mengikuti kematian tuannya, maka *bushi* itu disebut pengecut, sehingga akan menimbulkan rasa malu bagi keturunan *bushi* tersebut dan akhirnya *bushi* tersebut memilih untuk bunuh diri mengikuti kematian tuannya dalam masyarakat *bushi* disebut *Junshi*.

b. Moral pengabdian diri *bushi* periode akhir zaman Edo sangat kontras jika dibandingkan pengabdian diri *bushi* pada periode awal feodalisme. Zaman Edo merupakan perpaduan dari kesetiaan pengabdian diri *bushi*, zaman feudal dengan Keshogunan Tokugawa. Ajaran Tokugawa ini menuntut para *bushi* anak buah lebih berpikir rasional melakukan pengabdian. Hal ini sesuai dengan yang dipaparkan Hamzon Situmorang (2011 : 105), bahwa kesetiaan *bushi* yang diajarkan Tokugawa melalui Kangakusha adalah menyadari kesadaran hubungan atas dan bawah, dimana *Shogun* adalah puncak penerima pengabdian yang tertinggi. Kemudian *bushi* diajarkan untuk berpikir rasional. Artinya *bushi* dilarang melakukan *junshi* dan *adauchi*, apabila *bushi* melakukan *junshi* maka wilayah akan direbut oleh

*Keshogunan*. Pelajaran konfusianisme untuk dasar kekuasaan, sebagai konsep dipilih untuk menciptakan struktur kekuasaan, dimana *Shogun* berada pada posisi tertinggi, juga sebagai pusat pengabdian seluruh masyarakat Jepang. Pelajaran tersebut disebut *Kangaku*, kemudian disempurnakan dengan *Sushigaku*. Mereka mengembangkan ajaran *dotoku* (moral), yang mengajarkan pasrah untuk menerima bagian masing-masing itu disebut *gorin* (lima etika) yaitu hubungan tuan dan anak buah, orang tua dan anak, suami dan istri, abang dan adik, dan juga menjelaskan hubungan orang yang sederajat (Hamzon Situmorang, 2011 : 105). Selain itu, masyarakat Jepang sekarang tidak mempercayai satu ajaran agama, mereka mempercayai banyak Tuhan. Yang paling dominan adalah pengaruh budhist dan ajaran konfusius dan shintois. Sampai sekarang kesetiaan berisikan "*chu*" dan balasnyanya "*giri*" masih beriak di Jepang, yaitu pengabdian bawah terhadap atas masih kuat di Jepang. Hal ini dapat dilihat dalam dunia usaha di Jepang, yaitu "*Karoshi*" (mati karena kebanyakan bekerja). Penelitian tentang pengaruh karya sastra Jepang di Indonesia, dalam hal ini komik *Naruto* terhadap pembaca anak-anak di Indonesia. Dalam karya sastra walaupun bersifat fiksi namun juga menggambarkan pikiran dan budaya dimana karya sastra tersebut dibuat. Oleh karena itu ukuran nilai baik buruk yang ada dalam karya manga adalah ukuran Jepang. Oleh

karena itu banyak hal yang tidak cocok dengan ukuran nilai bangsa Indonesia. Untuk mengetahui pengaruh baik buruk atau untuk rugi dari *manga* Naruto apabila dikonsumsi anak-anak Indonesia, maka harus diadakan penelitian lapangan di kalangan anak-anak Indonesia khususnya pecinta Naruto. Apalagi sekarang teknologi semakin maju maka *manga* tersebut bukan hanya disampaikan berupa bahan bacaan tetapi juga sudah disiarkan di TV dan bahkan sudah dikemas berupa kaset *playstation*. Sehingga banyak anak-anak baik di perkotaan maupun di pedesaan dapat setiap saat menonton/membacanya. Setelah dilakukan penyebaran angket secara tertutup kepada pembaca anak Indonesia, dari komik Naruto. Setelah angket disebar maka didapat hasil , bahwa nilai moral semangat hidup mendapat respon paling banyak dari kalangan pembaca anak. Dari hasil angket dapat diambil suatu temuan dari komik Naruto ini. Ternyata komik Naruto memberikan nilai yang positif yang cukup tinggi terhadap pembaca anak Indonesia, disamping efek negatif lainnya. Selain itu jika dibandingkan dengan nilai moral Jepang yang menganut faham moral diri *bushi*, yang berarti pengorbanan diri, dapat memberikan kontribusi yang positif bagi anak Indonesia, sehingga nilai yang positif ini, memberikan motivasi yang tinggi kepada pembaca anak untuk dapat meniru apa yang pantas dan di pertahankan guna mengembangkan kecerdasan moral anak, yang terbentuk dari

empati, rasasaling menghargai dan menghormati orang lain, kontrol diri, dan rasa keadilan.

### 3. Karakteristik Bangsa Jepang

Negara dan bangsa akan maju sebagai bangsa dan rakyat akan menikmatinya jika ada prinsip kejujuran. Salah satu bangsa yang maju adalah bangsa Jepang. Bangsa Jepang mempunyai dasar karakter yang kuat. Karakter ini tidak diajarkan di sekolah. Pelajaran agama juga tidak diajarkan di Sekolah-sekolah Jepang, tetapi dibentuk sejak mereka kecil. Prinsip moral ini berasal dari kebudayaan Samurai yang terdiri dari 4 karakter yakni yang disebut *ON*, *GIMU*, *GIRI* dan *NINJO*. Masyarakat Jepang mendapatkannya dari orang tua mau pun masyarakat sekitarnya.

Karakter pertama *ON* berarti hutang budi. Dengan prinsip ini seseorang akan merasa berhutang jika ada orang berbuat baik terhadap dirinya. "Jika seorang berbuat baik kita harus membalas kebaikan tersebut" itulah prinsip mereka. Yang kedua adalah *GIMU* berarti kewajiban. Jika seorang berhutang budi ia berkewajiban untuk membayarnya kembali. Yang ketiga adalah *GIRI* yang artinya kebaikan. Dengan prinsip ini, seseorang akan membantu teman dekatnya bila dia butuh pertolongan, dan berusaha membantunya dengan cara apa pun. Yang terakhir adalah *NINJO* yang artinya adalah rasa kasih sayang. Prinsip ini mengajarkan rasa empati terhadap sesama manusia. Keempat unsur ini adalah semacam kewajiban sosial yang harus dimiliki rakyat Jepang.

Kejujuran adalah salah satu prinsip mereka. Misalnya pada tanggal 29 September 2011 seorang menemukan amplop berisi uang 10 juta yen atau sekitar 1.1.M di toilet umum, Ia langsung mengembalikannya kepada polisi, tidak dikantonginya. Ternyata pemiliknya memang sengaja menaruh uang di toilet dengan tujuan untuk disumbangkan bagi korban gempa bumi Maret 2011 yang lalu. Berbicara keikhlasan, mungkin ini model baru, di Jepang dimana si penyumbang tidak menyebutkan namanya dan hanya berpesan di secarik kertas “Saya tinggal sendirian dan tidak butuh uang ini. Mohon uang ini diberikan kepada korban bencana tsunami”. Berita ini disiarkan oleh BBC. Akhirnya uangnya berlabuh di kantor polisi Tokyo dan polisi memberikannya ke Palang Merah jika dalam waktu tiga bulan tidak ada yang mengklaim uang tersebut.

#### 1. Berpeganglah pada sebuah prinsip

Prinsip hidup kalau sudah mendarah daging tidak perlu ada polisi, guru, pasangan hidup atau orang tua yang mengawasinya. Ini namanya integritas. Manusia berintegritas dengan sendirinya akan taat pada prinsip yang dipegangnya termasuk prinsip agamanya. Mungkin kisah sederhana berikut ini dapat dipelajari. Waktu George Washington kecil di kebunnya ada sebuah pohon ceri yang sangat disayangi ayahnya. George sering bermain disana dan suka memotong motong dahan pohon ceri itu dengan

kapaknya. Rupanya pohon yang sering dikapa itu akhirnya mati. Ayahnya bertanya pada seluruh keluarga siapa yang mematikan pohonnya. Semuanya terdiam, namun George maju dan mengaku bahwa dialah yang membuat pohon itu mati. Ayahnya tidak marah dan berkata "kejujuranmu itu sangat berharga, lebih berharga dari pohon yang batangnya dari perak dan buahnya dari emas". Itulah harga dari suatu kejujuran.

## 2. Prinsip adalah dasar yang kuat

Orang Jepang berpegang pada prinsip budaya mereka seperti bekerja keras, mau hidup hemat, loyal, inovatif, pantang menyerah, gemar membaca dan menjaga tradisi ditengah modernisasi. Kerja keras mereka dibuktikan dengan jumlah kerja pegawai Jepang adalah 2.450 jam/tahun . Di tempat penginapan kami ada orang Jepang tinggal namun Sabtu Minggu juga kerja, tidak heran orang Jepang dalam 9 hari bisa menyelesaikan 1 mobil dibandingkan orang Barat yang membutuhkan 47 hari untuk mengerjakan mobil yang sama.

## 3. Kejujuran adalah modal utama

Waktu tsunami terjadi warga korban tsunami menemukan selebar cek senilai Rp.359 juta. Seorang wanita menemukan uang tunai sebanyak 233 juta, ada cek senilai 11.6 milyar yang ditemukan dalam brankas dan berbagai penemuan lainnya senilai 700 miliar rupiah. Walaupun yang menemukan adalah korban tsunami yang tidak memiliki rumah, makanan dan tidur

dipenampungan, namun tidak ada satu pun uang tersebut yang mereka ambil. Semua diserahkan pada polisi karena prinsip hidup mereka tidak boleh memiliki barang yang bukan milik sendiri.

### Ciri-ciri perilaku orang Jepang

#### 1. Ramah dan sopan

Khas budaya negara timur, penduduknya biasanya sangat ramah dan bersahabat. Orang Jepang cenderung untuk selalu menyapa dan mengucapkan salam kepada orang yang ditemuinya, sekalipun itu orang asing yang belum mereka kenal.

Sama halnya dengan budaya Jawa dan berbeda dengan budaya barat, budaya Jepang memperhatikan penghormatan dan sikap sopan kepada orang yang memiliki status sosial lebih tinggi atau lebih tua. Bahasa Jepang juga memiliki kosa kata khusus yang digunakan untuk menunjukkan penghormatan atau yang lebih sopan seperti “krama inggil” dalam bahasa Jawa.

#### 2. Ekspresif

Mungkin inilah ciri yang paling mencolok dari orang Jepang. Kalau kalian pernah menonton drama atau anime, atau membaca manga pasti sering menemui ciri ekspresif ini, bagaimana mereka menunjukkan rasa suka, sedih, terkejut dan lain-lainnya.

Ciri ekspresif ini juga yang menjadikan orang Jepang adalah teman mengobrol yang asyik. Dengan sifat ekspresif ini mereka bisa

berkomunikasi dengan empati. Tidak peduli seberapa sederhananya topik pembicaraannya, Hal itu bisa terasa sangat menarik karena respon ekspresif yang diberikan oleh orang Jepang. Mungkin ini juga alasan mengapa di setiap program TVnya entah itu acara berita atau hiburan, melibatkan begitu banyak presenter.

### 3. Menghargai Usaha / Proses

Ini adalah salah satu karakter positif yang dimiliki oleh orang Jepang. Mereka tidak hanya berorientasi pada hasil, tetapi lebih berorientasi pada proses. Mereka sangat menghargai usaha dan kesungguhan seseorang. Sekalipun hasil yang dicapai oleh seseorang tidak sesuai dengan yang diharapkan, tetapi jika orang tersebut sudah berusaha dengan sangat keras, maka mereka akan mengapresiasi dengan baik orang tersebut. Sikap menghargai usaha ini juga tampak dari ekspresi mereka yang selalu bersemangat menyongsong setiap pekerjaan dan tantangan, karena mereka yakin dengan semangat dan kerja keras akan memberikan hasil yang baik.

### 4. Tumbuh Sebagai Satu Komunitas

Orang Jepang cenderung maju dan berkembang sebagai satu komunitas daripada sebagai individu-individu yang terpisah. Kultur kebersamaan ini bisa terlihat jika kita sudah bergabung dengan komunitas tertentu, misalnya di laboratorium, unit kegiatan mahasiswa, atau perusahaan. Mereka membentuk program-program atau kegiatan yang dapat memacu kemajuan bersama. Contohnya training bersama, konsep senior yang



mendampingi junior, kegiatan saling mengajar atau *knowledge transfer* untuk mendistribusikan kemampuan anggota yang lebih unggul kepada anggota lainnya. Selain itu ketika mereka sudah bergabung dalam komunitas tertentu, maka mereka lebih dikenal identitas komunitasnya daripada identitas individunya. Kombinasi antara kebanggaan akan komunitasnya dan usaha-usaha untuk memajukan komunitasnya inilah yang menjadikan masyarakat Jepang tumbuh dalam komunitas-komunitas yang kuat dan progresif.

#### 5. Prosedural, *WellOrganized*, Tekun, dan Teliti

Sifat-sifat ini merupakan turunan dari karakter yang menghargai usaha. Untuk meraih hasil yang memuaskan, di dalam bekerja orang Jepang sangat memperhatikan urutan langkah-langkahnya. Jika mereka diberikan petunjuk untuk menyelesaikan pekerjaan atau menggunakan suatu alat, maka mereka akan dengan teliti membaca petunjuknya dari awal hingga akhir tanpa ada yang terlewat lalu benar-benar mengerjakan sesuai dengan petunjuk yang diberikan. Sangat prosedural. Jangan heran ketika melihat seorang masinis kereta yang sudah bekerja puluhan tahun, ketika menjalankan tugasnya dia masih dengan semangat menunjukkan panel-panel kontrol sambil berbicara pada dirinya sendiri, itu semata-mata dilakukan untuk memastikan dia tidak salah dalam melakukan tugasnya. Meski mereka telah sering menjalani rutinitas

itu, ketekunan dan ketelitiannya tidak berkurang. Orang Jepang memang sangat cocok untuk jenis pekerjaan yang berupa rutinitas dan membutuhkan ketelitian.

Hal ini juga yang berlaku dalam hal mematuhi aturan lalu lintas atau peraturan lainnya. Tidak peduli kondisi di lapangan seperti apa atau apakah ada peluang untuk melanggar, mereka akan tetap mematuhi peraturan. Jika kalian coba bertanya kepada mereka kenapa mereka selalu taat kepada setiap aturan, maka jawabannya akan sederhana karena itu adalah aturan.

#### PILAR HIDUP / NILAI BUDAYA ORANG JEPANG

Pilar utama nilai-nilai budaya Jepang dikenal dengan *wa* (harmoni), *kao* (reputasi), dan *omoiyari* (loyalitas). Konsep *wa* mengandung makna mengedepankan semangat *teamwork*, menjaga hubungan baik, dan menghindari ego individu. *Kao* berarti wajah. Wajah merupakan cermin harga diri, reputasi, dan status sosial. Masyarakat Jepang pada umumnya menghindari konfrontasi dan kritik terbuka secara langsung. Membuat orang lain “kehilangan muka” merupakan tindakan tabu dan dapat menyebabkan keretakan dalam hubungan bisnis. Sedangkan *omoiyari* berarti sikap empati dan loyalitas. Spirit *omoiyari* menekankan pentingnya membangun hubungan yang kuat berdasarkan kepercayaan dan kepentingan bersama dalam jangka panjang.

### *Kaizen*

*Kaizen* merupakan istilah bahasa Jepang terhadap continuous improvement. *Kai* berarti perubahan, *zen* berarti baik. Jadi *kaizen* berarti melakukan perubahan agar lebih baik secara terus menerus.

'*kaizen*' adalah istilah asing yang berasal dari negara sakura yang berarti pengembangan atau berubah menjadi lebih baik. istilah ini digunakan di Jepang sana sebagai prinsip manajemen mereka terutama di bidang industri. Semua orang pasti mengerti bahwa perindustrian di negara Jepang ini tergolong sudah sangat maju. Masyarakat Jepang mayoritas adalah pekerja keras yang selalu menginginkan hasil pekerjaan yang lebih baik dari pekerjaan sebelumnya. Mereka memiliki kemauan tinggi untuk selalu mengembangkan apa yang mereka miliki baik itu pada bidang industri ataupun manajemen.

Mereka menjadikan *kaizen* sebagai prinsip karena mereka selalu menginginkan perubahan contohnya pada bidang industri mereka selalu mengadakan penelitian dan survey. jika mereka melihat kompetitor mereka sedang membuat produk yang sejenis maka mereka akan mengadakan penelitian kemudian membuang sesuatu dari produk kompetitor itu yang dirasa kurang kemudian mengambil yang baik-baik untuk diterapkan ke produk mereka. Disini sama sekali tidak ada unsur pkagiat karena mereka memang belajar bukan menjiplak. Dengan prinsip inilah negara Jepang

menjadi negara yang maju. Mereka tidak capek untuk belajar hal baru dan memperbaiki kekurangan mereka. Seandainya saja Indonesia juga mampu menerapkan prinsip ini dengan baik mungkin kita juga akan menjadi negara yang maju karena kita memiliki potensi yang

#### Penerapan *Kaizen*

Dalam menerapkan *Kaizen*, para pemimpin perusahaan/organisasi di Jepang berpegang pada dua prinsip. Pertama, perlu proses atau cara kerja yang baik untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Dengan proses atau cara kerja demikian, kita bisa bekerja lebih cekatan (bukan bekerja lebih berat).

Untuk mendapatkan proses yang baik, para pemimpin perusahaan perlu mengetahui sumber masalah-masalah, kemudian meminta ide/gagasan/solusi dari semua karyawannya. Bagaimanapun juga, merekalah yang menjalani pekerjaan sehari-hari/dekat dengan pekerjaannya. Biasanya, solusi terbaik adalah solusi yang paling sederhana, logis, dan mudah dilaksanakan.

Kedua, memilih gagasan-gagasan yang bisa dilaksanakan, “mengeksesinya”, dan bersabar menunggu hasilnya.

Tahukah Anda, perusahaan otomotif raksasa, Toyota, menerima 2 juta ide per tahun, dari para karyawannya. Sebanyak 80% berhasil dilaksanakan. Ternyata, satu perbaikan kecil dapat menghasilkan akibat yang besar. Waktu dan uang dapat dihemat. Para karyawan

pun semakin bersemangat kerja, karena mereka melihat ide-ide mereka diterima dan dilaksanakan oleh perusahaan.

#### Hasil Penerapan *Kaizen*

Hasil dari perbaikan terus menerus ala *Kaizen* tidak dapat di dapatkan dalam waktu semalam. Dalam proses itu, antara lain, para pimpinan dan manajer harus mampu menetapkan dan menjalankan suatu standar, serta mengontrol kualitas. Mereka juga harus mau mendengarkan ide/saran, berusaha memberikan feed back yang membangun, sekaligus terus memotivasi karyawannya.

#### *Bushido.*

*Bushido* adalah kode atau prinsip yg dianut oleh para samurai Jepang. Prinsip *bushido* Menekankan pada kehormatan, keberanian, dan kesetiaan kepada atasan melebihi apapun. Pejuang samurai yang ideal adalah mereka yang tidak mempunyai rasa takut terhadap kematian tetapi mereka takut jika tugas yang mereka emban tidak berhasil.

#### *Makoto*

*Makoto* berarti bersungguh-sungguh dengan selalu berkata dan bertindak jujur dengan tidak berlaku curang baik kepada kawan maupun lawan.

#### *GenchiGenbutsu*

Definisi harfiah *Genchi Genbutsu* dari bahasa Jepang adalah ‘*go and see the problem*’.

*Genchi genbutsu* bukan sekadar teori, melainkan lebih menekankan pada praktek dimana kita harus langsung mendatangi masalah untuk mengetahui masalah tersebut.

### *Hansei*

Dalam bahasa Jepang, *hansei* berarti perenungan.

Dalam manajemen bisnis, *hansei* berarti peninjauan ulang secara cermat yang dilakukan setelah tindakan diambil.

Tidak peduli hasil akhirnya sukses atau gagal, mereka tetap harus meninjau hasilnya.

Selain ke empat prinsip di atas, orang Jepang juga memegang prinsip yang dipegang oleh samurai Jepang yaitu:

#### 1. *Gi* (義 – Integritas)

Menjaga Kejujuran.

“Seorang ksatria harus paham betul tentang yang benar dan yang salah, dan berusaha keras melakukan yang benar dan menghindari yang salah. Dengan cara itulah *bushido* biasa hidup.”  
(Kode Etik Samurai)

Seorang Samurai senantiasa mempertahankan etika, moralitas, dan kebenaran. Integritas merupakan nilai *Bushido* yang paling utama. Kata integritas mengandung arti jujur dan utuh.

Keutuhan yang dimaksud adalah keutuhan dari seluruh aspek kehidupan, terutama antara pikiran, perkataan, dan perbuatan. Nilai ini sangat dijunjung tinggi dalam falsafah *bushido*, dan merupakan

dasar bagi insan manusia untuk lebih mengerti tentang moral dan etika.

## 2. *Yū* (勇 – Keberanian)

Berani dalam menghadapi kesulitan.

“Pastikan kau menempa diri dengan latihan seribu hari, dan mengasah diri dengan latihan selama ribuan hari”. (Miyamoto Musashi)

Keberanian merupakan sebuah karakter dan sikap untuk bertahan demi prinsip kebenaran yang dipercayai meski mendapat berbagai tekanan dan kesulitan. Keberanian juga merupakan ciri para samurai, mereka siap dengan risiko apapun termasuk mempertaruhkan nyawa demi memperjuangkan keyakinan. Keberanian mereka tercermin dalam prinsipnya yang menganggap hidupnya tidak lebih berharga dari sebuah bulu. Namun demikian, keberanian samurai tidak membabibuta, melainkan dilandasi latihan yang keras dan penuh disiplin.

## 3. *Jin* (仁 – Kemurahan hati)

Memiliki sifat kasih sayang.

“Jadilah yang pertama dalam memaafkan.” (Toyotomi Hideyoshi)

*Bushido* memiliki aspek keseimbangan antara maskulin (*yin*) dan feminin (*yang*). *Jin* mewakili sifat feminin yaitu mencintai. Meski berlatih ilmu pedang dan strategi berperang, para

samurai harus memiliki sifat mencintai sesama, kasih sayang, dan peduli.

Kasih sayang dan kepedulian tidak hanya ditujukan pada atasan dan pimpinan namun pada kemanusiaan. Sikap ini harus tetap ditunjukkan baik di siang hari yang terang benderang, maupun di kegelapan malam. Kemurahan hati juga ditunjukkan dalam hal memaafkan.

#### 4. *Rei* (礼 – Menghormati)

Hormat kepada orang lain.

“Apakah kau sedang berjalan, berdiri diam, sedang duduk, atau sedang bersandar, di dalam perilaku dan sikapmu lah kau membawa diri dengan cara yang benar-benar mencerminkan prajurit sejati. (Kode Etik Samurai)

Seorang Samurai tidak pernah bersikap kasar dan ceroboh, namun senantiasa menggunakan kode etiknya secara sempurna sepanjang waktu. Sikap santun dan hormat tidak saja ditujukan pada pimpinan dan orang tua, namun kepada tamu atau siap pun yang ditemui. Sikap santun meliputi cara duduk, berbicara, bahkan dalam memperlakukan benda ataupun senjata.

#### 5. *Makoto* atau (信 – *Shin* Kejujuran) dan tulus-iklas.

Bersikap Tulus dan Ikhlas.

“Samurai mengatakan apa yang mereka maksudkan, dan melakukan apa yang mereka katakan. Mereka membuat janji dan berani menepatinya.” (Toyotomi Hideyoshi)



“Perkataan seorang samurai lebih kuat daripada besi.” (Kode Etik Samurai)

Seorang Samurai senantiasa bersikap Jujur dan Tulus mengakui, berkata atau memberikan suatu informasi yang sesuai kenyataan dan kebenaran. Para ksatria harus menjaga ucapannya dan selalu waspada tidak menggunjing, bahkan saat melihat atau mendengar hal-hal buruk tentang kolega.

#### 6. *Meiyo* (名誉 – Kehormatan)

Menjaga kehormatan diri.

“Jika kau di depan publik, meski tidak bertugas, kalau tidak boleh sembarangan bersantai. Lebih baik kau membaca, berlatih kaligrafi, mengkaji sejarah, atau tatakrama keprajuritan.” (Kode Etik Samurai)

Bagi samurai cara menjaga kehormatan adalah dengan menjalankan kode *bushido* secara konsisten sepanjang waktu dan tidak menggunakan jalan pintas yang melanggar moralitas. Seorang samurai memiliki harga diri yang tinggi, yang mereka jaga dengan cara perilaku terhormat. Salah satu cara mereka menjaga kehormatan adalah tidak menyia-nyiakan waktu dan menghindari perilaku yang tidak berguna.

#### 7. *Chūgo* (忠義 – Loyal)

Menjaga Kesetiaan kepada satu pimpinan dan guru.

“Seorang ksatria mempersembahkan seluruh hidupnya untuk melakukan pelayanan tugas.” (Kode Etik Samurai)

Kesetiaan ditunjukkan dengan dedikasi yang tinggi dalam melaksanakan tugas. Kesetiaan seorang ksatria tidak saja saat pimpinannya dalam keadaan sukses dan berkembang. Bahkan dalam keadaan sesuatu yang tidak diharapkan terjadi, pimpinan mengalami banyak beban permasalahan, seorang ksatria tetap setia pada pimpinannya dan tidak meninggalkannya. Puncak kehormatan seorang samurai adalah mati dalam menjalankan tugas dan perjuangan.

#### 8. *Tei* (悌 – Menghormati Orang Tua)

Menghormati orang tua dan rendah hati.

“Tak peduli seberapa banyak kau menanamkan loyalitas dan kewajiban keluarga di dalam hati, tanpa perilaku baik untuk mengekspresikan rasa hormat dan peduli pada pimpinan dan orang tua, maka kau tak bisa dikatakan sudah menghargai cara hidup samurai. (Kode Samurai).”

Samurai sangat menghormati dan peduli pada orang yang lebih tua baik orang tua sendiri, pimpinan, maupun para leluhurnya. Mereka harus memahami silsilah keluarga juga asal-usulnya. Mereka fokus melayani dan tidak memikirkan jiwa dan raganya pribadi.

### **D. Bentuk dan Genre Pada Manga**

Majalah-majalah manga di Jepang biasanya terdiri dari beberapa judul komik yang masing-masing mengisi sekitar 30-40 halaman majalah itu (satu chapter/bab). Majalah-majalah tersebut sendiri biasanya

mempunyai tebal berkisar antara 200 hingga 850 halaman. Sebuah judul *manga* yang sukses dapat terbit hingga bertahun-tahun seperti "Jojo no Kimyō na Bōken / JoJo's Bizarre Adventure / Misi Rahasia". Umumnya, judul-judul yang sukses dapat diangkat untuk dijadikan dalam bentuk animasi (atau sekarang lebih dikenal dengan istilah *anime*) contohnya adalah seperti Naruto, Bleach dan One Piece.

Beberapa *manga* cerita aslinya bisa diangkat berdasarkan dari novel / visual novel, contohnya adalah "*Basilisk*" (tidak beredar di Indonesia) berdasarkan dari novel "*Kōga Ninpōchō*" oleh Futaro Yamada, yang menceritakan pertarungan antara klan ninja Tsubagakure Iga dan klan ninja Manjidani Koga. Ada juga yang mengangkat dari segi sejarah, seperti sejarah Tiga Kerajaan (*The Three Kingdom*) seperti Legenda Naga (*Ryuuroden*) dan sejarah-sejarah Jepang, kadang ada yang memakai nama yang benar benar ada, ada juga yang memakai tokoh fiktif.

Setelah beberapa lama, cerita-cerita dari majalah itu akan dikumpulkan dan dicetak dalam bentuk buku berukuran biasa, yang disebut *tankōbon* (atau kadang dikenal sebagai istilah volume). Komik dalam bentuk ini biasanya dicetak di atas kertas berkualitas tinggi dan berguna buat orang-orang yang tidak atau malas membeli majalah-majalah *manga* yang terbit mingguan yang memiliki beragam campuran cerita/judul. Dari bentuk *tankōbon* inilah *manga* biasanya diterjemahkan ke dalam bahasa-bahasa lain di negara-negara lain seperti Indonesia.

Untuk beberapa judul (yang sukses) bahkan telah/akan dibuat versi manusia (*Live Action*, atau kadang disingkat sebagai L.A. di Jepang),

beberapa judul yang telah diangkat menjadi *Live Action* adalah Death Note, Detektif Conan, GeGeGe no Kintaro, Cutie Honie, Casshern, DevilMan, Saigake!! Otokojuku dan lain lain Lebih lanjut sebagian judul juga akan dibuat remake kembali secara internasional oleh produsen di luar negara Jepang, seperti Amerika, yang membuat film *Live Action* Dragon Ball versi Hollywood (20'th Century Fox, dan kabarnya juga akan dibuat versi live action dari Death Note oleh pihak produser barat.

Berikut adalah beberapa Genre pada *manga* dan *anime*:<sup>23</sup>

### 1. Josei, Seinen, Mecha, Slice of Life

*Josei* yang dalam bahasa Inggrisnya adalah "*female*" merupakan genre yang ditujukan untuk kaum perempuan remaja dewasa (18 tahun) hingga dewasa (lebih dari 40 tahun). *Seinen* kebalikan dari *Josei*, yakni genre yang ditujukan untuk kaum pria remaja dewasa hingga dewasa.

*Mecha* merupakan genre yang menjadi favorit anak-anak, contohnya adalah Gundam dan Mazinger. Genre ini selalu ada robot dan umumnya diselipkan drama dan action. Dimana ada genre *mecha* disitu ada robot.

*Slice of Life* jika diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia berarti sepotong kehidupan. Genre *Slice of Life* menceritakan kisah nyata dalam kehidupan sehari-hari seorang karakter *anime* atau *manga*. Contoh plot *Slice of Life* adalah kehidupan sehari-hari seorang remaja perempuan yang

---

<sup>23</sup>Albert Ardine, "Mengenal Genre Anime dan Manga" , dalam [https://www.kompasiana.com/femiardine/mengenal-genre-anime-dan-manga\\_551b6cbd813311591a9de6ea](https://www.kompasiana.com/femiardine/mengenal-genre-anime-dan-manga_551b6cbd813311591a9de6ea), diakses pada 25 Januari 2018

bersekolah di suatu SMA yang berusaha untuk menarik perhatian senior yang disukainya. Contoh plot lainnya adalah kisah orang tua membesarkan 3 anak-anaknya yang memasuki fase membangkang (puber) terhadap orang tuanya. *Slice of Life* memiliki plot yang minim perubahan drastis sehingga terkesan membosankan namun genre ini disukai oleh pecinta anime dan manga karena menyertakan unsur reality didalamnya.<sup>24</sup>

## 2. *Shoujo, Shounen*

*Shoujo* jika diterjemahkan kedalam Bahasa Inggris berarti "girl". Genre ini difokuskan kepada pembaca perempuan muda atau remaja. Genre ini biasanya dicampur dengan genre drama atau *slice of life* tentang percintaan. Ciri-ciri dari genre ini dapat dilihat dari nama pengarang dan gambarnya. Pengarang *anime* atau *manga* bergenre *shoujo* umumnya perempuan dan memiliki ciri khas gambar karakter yang cantik, tampan, dan mata yang besar berkilauan. Salah satu *manga* dan *animeterkenal* bergenre *shoujo* adalah Candy Candy.

*Shounen* kebalikan dari *shoujo*. *Shounen* ditujukan kepada pembaca laki-laki muda. Karena segmentasi pasarnya adalah laki-laki maka kadang genre ini dicampur dengan genre *ecchi*. *Anime* dan *manga* Naruto merupakan salah satu contoh yang bergenre *shounen* dan dicampur dengan genre *action, comedy, fantasy, dan drama*.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup>*ibid*

<sup>25</sup>*ibid*

## **BAB III**

### **APRESIASI MASYARAKAT MUDA INDONESIA TERHADAP BUDAYA POPULER JEPANG**

#### **A. Karakteristik Kebudayaan Indonesia**

##### **1. Jati Diri Kebudayaan Indonesia**

Negara Indonesia adalah negara yang memiliki banyak keunikan. Sebagai negara yang berada diantara duasmudera dan dua benua, Indonesia memiliki posisi yang sangat strategis baik secara geografis dan ekonomi. Hal ini lebih ditunjang lagi dengan iklim tropis yang dimiliki Indonesia. Iklim ini menyebabkan negara Indonesia memiliki kesuburan yang menunjang pertanian dan kehutanan. Sejak dahulu kala, Indonesia dikenal sebagai negara yang memiliki hasil alam dengan harga yang sangat tinggi dan diincar oleh negara-negara asing dimulai dari kedatangan bangsa Portugis ke Indonesia. Hal ini juga yang mendorong negara-negara tersebut datang dan menjajah negara ini.

Indonesia sama seperti Jepang adalah negara kepulauan yang terdiri atas banyak pulau dan dipisah oleh lautan. Kesatuan politis Negara Kesatuan Republik Indonesia terdiri dari 6000 buah pulau yang terhuni dari jumlah keseluruhan sekitar 13.667 buah pulau.<sup>26</sup> Tetapi berbeda dengan Jepang yang homogen (satu ras atau suku), Indonesia adalah negara yang terdiri atas berbagai macam suku dan bahasa. Secara spesifik keadaan sosial budaya Indonesia sangat

---

<sup>26</sup><https://id.wikipedia.org/wiki/Indonesiadiakses> pada tanggal 28 April 2017

kompleks, mengingat penduduk Indonesia kurang lebih sudah diatas 200 juta dalam 30 kesatuan suku bangsa.<sup>27</sup>

Hal ini terjadi mungkin dikarenakan keadaan iklim dan geografis Indonesia. Indonesia adalah negara tropis yang memiliki banyak areal hutan yang lebat. Hal ini menyebabkan sekelompok orang di suatu wilayah bisa saja tidak pernah bertemu atau berhubungan dengan sekelompok orang di wilayah lain dalam areal hutan yang sama. Setiap kelompok akhirnya membentuk bahasa dan kebiasaannya sendiri walaupun mungkin memiliki kesamaan tetapi tidak ada yang memiliki kesamaan sampai seratus persen.

Hal ini dapat dilihat dari pulau Irian dan Kalimantan. Dua pulau ini terkenal dengan areal hutannya yang luas dan juga jumlah suku yang banyak. Suku dayak di Kalimantan saja misalnya, memiliki banyak variasi walaupun mereka mengatakan diri mereka sebagai suku dayak. Contoh lainnya adalah suku Batak yang berasal di Sumatera, terdiri atas 5 suku batak seperti Batak Toba, Batak Karo, Batak Pakpak, Batak Simalungan, dan Batak Mandailing.

Demikianlah, Indonesia sebagai sebuah “*nation state*” yang menurut Benedict Anderson merupakan sebuah imajinasi.<sup>28</sup> Kenyataan di dalam *nation state* terdapat komunitas dalam kemajemukan, perbedaan.<sup>29</sup> Dengan demikian bahasa Indonesia merupakan suatu pengertian tanda budaya yang didalamnya penuh dengan perbedaan.

---

<sup>27</sup>*Ibid*

<sup>28</sup> Dr. Muhammad Zafar Iqbal, *Kafilah Budaya*, Citra, Jakarta, 2006, Hal 45

<sup>29</sup>*Ibid*

Hampir sebagian besar penduduk Indonesia tinggal di daerah “rural” sehingga budaya heterogen pedesaan sangat mewarnai pola tutur bahasa Indonesia. Kenyataan menunjukkan tidak semua masyarakat Indonesia hidup di daerah industri dan berperan sebagai masyarakat industrial, masyarakat informatif, dan bagian dari masyarakat global (Wurianto, 2006:2).<sup>30</sup> Dapat dibayangkan bahwa Indonesia yang dijadikan sebagai bahasa nasional belum tentu sudah tersosialisasikan pada 6000 pulau tersebut, mengingat sebagian besar bermukim di pedesaan. Hanya 10-15% penduduk Indonesia yang bermukim di daerah urban.<sup>31</sup>

Indonesia sudah tentu bukan hanya Jawa dan Bali saja, karena kenyataan Jawa mencakup 8% penduduk urban. Satu contoh sak mengenai sebuah kalimat yaitu “*Gemah Ripah Loh Jinawi*” yang sering digunakan dalam kosa kata bahasa Indonesia yang menggambarkan kesuburan Indonesia, antara penutur Jawa dan Sunda memiliki konsep yang berbeda. Dalam konsep Jawa “*Gemah Ripah Loh Jinawi, Subur kang Sarwa Tinandur, Murah kang Sarwa Tinuku, Tata Tentrem Kerta Raharja*”, sementara saudara-saudara dari Sunda mengekspresikan dalam “*Tata Tentrem Kerta Raharja, Gemah Ripah Loh Jinawi, Rea Ketan Rea Keton Buncir Leuit Loba Duit*” yang artinya saudara dari suku Sunda yang lebih memahami.<sup>32</sup>

---

<sup>30</sup>*ibid*

<sup>31</sup><https://id.wikipedia.org/wiki/Indonesiadiakses> pada tanggal 28 April 2017

<sup>32</sup><https://www.budaya-indonesia.orgdiakses> pada tanggal 28 April 2017



Sementara itu di Sumatera Barat dengan adat Minangkabau yang didalamnya terdapat suatu sistem yang sempurna dan bulat, dalam berbahasa sangat memperhatikan raso, pareso, malu dan sopan, sehingga bahasa Indonesia yang dituturkannya pun sangat terkait dengan psikologi budaya Minangkabau.<sup>33</sup>

Indonesia memiliki sekitar 300 kelompok etnis, tiap etnis memiliki warisan budaya yang berkembang selama berabad-abad, dipengaruhi oleh kebudayaan India, Arab, Tiongkok, Eropa, dan termasuk kebudayaan sendiri yaitu Melayu. Contohnya tarian Jawa dan Bali tradisional memiliki aspek budaya dan mitologi Hindu, seperti Wayang Kulit yang menampilkan kisah-kisah tentang kejadian mitologis Hindu Ramayana dan Baratayuda. Banyak juga seni tari yang berisikan nilai-nilai Islam. Beberapa di antaranya dapat ditemukan di daerah Sumatera seperti tari Ratéb Meuseukat dan tari Seudati dari Aceh.

Seni pantun, gurindam, dan sebagainya dari pelbagai daerah seperti pantun Melayu, dan pantun-pantun lainnya acapkali dipergunakan dalam acara-acara tertentu yaitu perhelatan, pentas seni, dan lain-lain. Di bidang busana warisan budaya yang terkenal di seluruh dunia adalah kerajinan Batik. Beberapa daerah yang terkenal akan industri Batik meliputi Yogyakarta, Surakarta, Cirebon, Pandeglang, Garut, Tasikmalaya dan juga Pekalongan. Kerajinan Batik ini pun diklaim oleh negara lain dengan industri Batiknya.

---

<sup>33</sup>*ibid*

Busana asli Indonesia dari Sabang sampai Merauke lainnya dapat dikenali dari ciri-cirinya yang dikenakan di setiap daerah antara lain baju Kurung dengan Songketnya dari Sumatera Barat (Minangkabau), kain Ulos dari Sumatera Utara (Batak), busana Kebaya, busana khas Dayak di Kalimantan, baju Bodo dari Sulawesi Selatan, busana Koteka dari Papua dan sebagainya.

Arsitektur Indonesia mencerminkan keanekaragaman budaya, sejarah, dan geografi yang membentuk Indonesia seutuhnya. Kaum penyerang, penjajah, penyebar agama, pedagang, dan saudagar membawa perubahan budaya dengan memberi dampak pada gaya dan teknik bangunan. Tradisionalnya, pengaruh arsitektur asing yang paling kuat adalah dari India. Tetapi, Tiongkok, Arab, dan sejak abad ke-19 pengaruh Eropa menjadi cukup dominan.

Ciri khas arsitektur Indonesia kuno masih dapat dilihat melalui rumah-rumah adat dan/atau istana-istana kerajaan dari tiap-tiap provinsi. Taman Mini Indonesia Indah, salah satu objek wisata di Jakarta yang menjadi miniatur Indonesia, menampilkan keanekaragaman arsitektur Indonesia itu. Beberapa bangunan khas Indonesia misalnya Rumah Gadang, Monumen Nasional, dan Bangunan Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan di Institut Teknologi Bandung.

Olahraga yang paling populer di Indonesia adalah sepak bola dan bulu tangkis. Liga Super Indonesia adalah liga klub sepak bola utama di Indonesia. Olahraga tradisional Indonesia termasuk sepak takraw dan

karapan sapi. Di wilayah dengan sejarah perang antar suku, kontes pertarungan diadakan, seperti caci di Flores, dan pasola di Sumba.

. Pencak silat adalah seni bela diri yang unik yang berasal dari wilayah Indonesia. Seni bela diri ini kadang-kadang ditampilkan pada acara-acara pertunjukan yang biasanya diikuti dengan musik tradisional Indonesia berupa Gamelan dan seni musik tradisional lainnya sesuai dengan daerah asalnya. Olahraga di Indonesia biasanya berorientasi pada pria dan olahraga spektator sering berhubungan dengan judi yang ilegal di Indonesia.

Di ajang kompetisi multi cabang, prestasi atlet-atlet Indonesia tidak terlalu mengesankan. Di Olimpiade, prestasi terbaik Indonesia diraih pada saat Olimpiade 1992, di mana Indonesia menduduki peringkat 24 dengan meraih 2 emas 2 perak dan 1 perunggu, kelima medali tersebut diraih melalui cabang bulu tangkis. Pada era 1960 hingga 2000, Indonesia merajai bulu tangkis. Atlet-atlet putra Indonesia seperti Rudi Hartono, Liem Swie King, Ick Sugianto, Alan Budikusuma, Ricky Subagja, dan Rexy Mainaky merajai kejuaraan-kejuaraan dunia.<sup>34</sup> Rudi Hartono yang dianggap sebagai maestro bulu tangkis dunia, menjadi juara All England terbanyak sepanjang sejarah perbulu tangkisan Indonesia. Ia meraih 8 gelar juara, dengan 7 gelar diraihnya secara berturut-turut. Selain bulu tangkis, atlet-atlet tinju Indonesia juga mampu meraih gelar juara dunia, seperti Elyas Pical, Nico Thomas, dan Chris John.

---

<sup>34</sup>*Ibid*

Seni musik di Indonesia, baik tradisional maupun modern sangat banyak terbentang dari Sabang hingga Merauke. Setiap provinsi di Indonesia memiliki musik tradisional dengan ciri khasnya tersendiri. Musik tradisional termasuk juga Keroncong yang berasal dari keturunan Portugis di daerah Tugu, Jakarta, yang dikenal oleh semua rakyat Indonesia bahkan hingga ke mancanegara. Ada juga musik yang merakyat di Indonesia yang dikenal dengan nama dangdut yaitu musik beraliran Melayu modern yang dipengaruhi oleh musik India sehingga musik dangdut ini sangat berbeda dengan musik tradisional Melayu yang sebenarnya, seperti musik Melayu Deli, Melayu Riau, dan sebagainya.

Alat musik tradisional yang merupakan alat musik khas Indonesia memiliki banyak ragam dari berbagai daerah di Indonesia, namun banyak pula alat musik tradisional Indonesia yang diklaim oleh negara lain untuk kepentingan penambahan budaya dan seni musiknya sendiri dengan mematenkan hak cipta seni dan warisan budaya Indonesia ke lembaga Internasional UNESCO. Alat musik tradisional Indonesia antara lain meliputi: Angklung, Gamelan, Kecapi, Suling dan masih banyak lagi alat musik tradisional lainnya.

Masakan Indonesia bervariasi bergantung pada wilayahnya. Nasi adalah makanan pokok dan dihidangkan dengan lauk daging dan sayur. Bumbu (terutama cabai), santan, ikan, dan ayam adalah bahan yang penting. Sepanjang sejarah, Indonesia telah menjadi tempat perdagangan antara dua benua. Ini menyebabkan terbawanya banyak

bumbu, bahan makanan dan teknik memasak dari bangsa Melayu sendiri, India, Timur tengah, Tionghoa, dan Eropa. Semua ini bercampur dengan ciri khas makanan Indonesia tradisional, menghasilkan banyak keanekaragaman yang tidak ditemukan di daerah lain. Bahkan bangsa Spanyol dan Portugis, telah mendahului bangsa Belanda dengan membawa banyak produk dari dunia baru ke Indonesia.

Panganan kecil semisal kue-kue banyak dijual di pasar tradisional. Kue-kue tersebut biasanya berbahan dasar beras, ketan, ubi kayu, ubi jalar, terigu, atau sagu. Nasi rames atau nasi campur yang berisi nasi beserta lauk atau sayur pilihan dijual di warung nasi di tempat-tempat umum, seperti stasiun kereta api, pasar, dan terminal bus. Di Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya dikenal nasi kucing sebagai nasi rames yang berukuran kecil dengan harga murah, nasi kucing sering dijual di atas angkringan, sejenis warung kaki lima. Terdapat pula aneka makanan yang dijual oleh para pedagang keliling menggunakan gerobak atau pikulan. Pedagang ini menyajikan bubur ayam, mie ayam, mi bakso, mi goreng, nasi goreng, aneka macam soto, siomay, sate, nasi uduk, dan lain-lain.

Film pertama yang diproduksi pertama kalinya di nusantara adalah film bisu tahun 1926 yang berjudul *Loetoeng Kasaroeng* dan dibuat oleh sutradara Belanda G. Kruger dan L. Heuvelorp pada zaman Hindia-Belanda.<sup>35</sup> Film ini dibuat dengan aktor lokal oleh Perusahaan

---

<sup>35</sup> A. Budi Susanto, *Identitas dan Postkolonialitas di Indonesi*, Kanisius, Yogyakarta, 2003, hal 33

Film Jawa NV di Bandung dan muncul pertama kalinya pada tanggal 31 Desember, 1926 di teater Elite and Majestic, Bandung. Setelah itu, lebih dari 2.200 film diproduksi. Pada masa awal kemerdekaan, sineas-sineas Indonesia belum banyak bermunculan.<sup>36</sup>

Di antara sineas yang ada, Usmar Ismail merupakan salah satu sutradara paling produktif, dengan film pertamanya Harta Karun (1949). Namun kemudian film pertama yang secara resmi diakui sebagai film pertama Indonesia sebagai negara berkedaulatan adalah film Darah dan Doa (1950) yang disutradarai Usmar Ismail. Dekade 1970 hingga 2000-an, Arizal muncul sebagai sutradara film paling produktif. Tak kurang dari 52 buah film dan 8 judul sinetron dengan 1.196 episode telah dihasilkannya.<sup>37</sup>

Popularitas industri film Indonesia memuncak pada tahun 1980-an dan mendominasi bioskop di Indonesia, meskipun kepopulerannya berkurang pada awal tahun 1990-an. Antara tahun 2000 hingga 2005, jumlah film Indonesia yang dirilis setiap tahun meningkat. Film Laskar Pelangi (2008) yang diangkat dari novel karya Andrea Hirata menjadi film dengan pendapatan tertinggi sepanjang sejarah perfilman Indonesia saat ini.

Bukti tulisan tertua di Indonesia adalah berbagai prasasti berbahasa Sanskerta pada abad ke-5 Masehi. Figur penting dalam sastra modern Indonesia termasuk: pengarang Belanda Multatuli yang mengkritik perlakuan Belanda terhadap Indonesia selama zaman penjajahan

---

<sup>36</sup>*ibid*

<sup>37</sup><https://id.wikipedia.org/wiki/Indonesia> diakses pada tanggal 29 April 2017

Belanda; Muhammad Yamin dan Hamka yang merupakan penulis dan politikus pra-kemerdekaan; dan Pramoedya Ananta Toer, pembuat novel Indonesia yang paling terkenal. Selain novel, sastra tulis Indonesia juga berupa puisi, pantun, dan sajak. Chairil Anwar merupakan penulis puisi Indonesia yang paling ternama.

Banyak orang Indonesia memiliki tradisi lisan yang kuat, yang membantu mendefinisikan dan memelihara identitas budaya mereka. Kebebasan pers di Indonesia meningkat setelah berakhirnya kekuasaan Presiden Soeharto. Stasiun televisi termasuk 14 stasiun televisi swasta nasional, dan jaringan daerah yang bersaing dengan stasiun televisi negeri TVRI. Stasiun radio swasta menyiarkan berita mereka dan program penyiaran asing. Dilaporkan terdapat 20 juta pengguna internet di Indonesia pada tahun 2007.<sup>38</sup> Hingga tahun 2014, Jumlah netizen (pengguna internet) bertambah pesat menjadi 83.7 juta orang atau terbanyak keenam di dunia.<sup>39</sup>

## **2. Perkembangan Kebudayaan Masyarakat Indonesia**

Secara garis besar kebudayaan Indonesia dapat kita klasifikasikan dalam dua kelompok besar. Yaitu Kebudayaan Indonesia Klasik dan Kebudayaan Indonesia Modern. Para ahli kebudayaan telah mengkaji dengan sangat cermat akan kebudayaan klasik ini. Mereka memulai dengan pengkajian kebudayaan yang telah ditelurkan oleh kerajaan-kerajaan di Indonesia.

---

<sup>38</sup>"Internet World Stats". *Asia Internet Usage, Population Statistics and Information*. Miniwatts Marketing Group. 2006.

<sup>39</sup>Suprpto (November 24, 2014). "Inilah Data Peringkat Negara Pengguna Internet".

Sebagai layaknya seorang pengkaji yang obyektif, mereka mengkaji dengan tanpa melihat dimensi-dimensi yang ada dalam kerajaan tersebut. Mereka mempelajari semua dimensi tanpa ada yang dikesampingkan. Adapun dimensi yang sering ada adalah seperti agama, tari, nyanyian, wayang kulit, lukisan, patung, seni ukir, dan hasil cipta lainnya.

Seorang pengamat memberikan argumennya tentang kebudayaan Indonesia modern. Dia mengatakan bahwa kebudayaan Indonesia modern dimulai ketika bangsa Indonesia merdeka. Bentuk dari deklarasi ini menjadikan bangsa Indonesia tidak dalam kekangan dan tekanan. Dari sini bangsa Indonesia mampu menciptakan rasa dan karsa yang lebih sempurna.

Kebudayaan Indonesia yang multikultur seperti itu, ketika dikaji dari sisi dimensi waktu, dapat dibagi pula pengertiannya :

Pertama, kebudayaan (Indonesia) adalah kebudayaan yang sudah terbentuk. Definisi ini mengarah kepada pengertian bahwa kebudayaan Indonesia adalah keseluruhan pengetahuan yang tersosialisasi/internalisasi dari generasi-generasi sebelumnya, yang kemudian digunakan oleh umumnya masyarakat Indonesia sebagai pedoman hidup. Jika dilacak, kebudayaan ini terdokumentasi dalam artefak/atau teks. Melihat kebudayaan dari sisi ini, kita akan mudah terjebak kepada dua hal. Pertama, apa yang sudah ada itu diterima sebagai sesuatu yang sudah baik bahkan paripurna. Ungkapan seperti kebudayaan Jawa adalah kebudayaan yang adiluhung, merupakan



contoh terbaiknya. Di sini, apa yang disebut kebudayaan adalah *document text* (Jawa termasuk sastra-sastra lisan) yang harus dijadikan pedoman kalau kita tidak ingin kehilangan ke-jawa-annya. Ungkapan: “*ora Jawa*” atau “*durung Jawa*” adalah ungkapan untuk menilai laku (orang Jawa) yang sudah bergeser dari *text* tersebut.

Kedua, kebudayaan (Indonesia) adalah kebudayaan yang sedang membentuk. Pada definisi kedua ini menjelaskan adanya kesadaran bahwa sebetulnya, tidak pernah (baca: terlalu sedikit) ada masyarakat manapun di dunia ini yang tidak bersentuhan dengan kebudayaan dan peradaban lain, termasuk kebudayaan Indonesia atau kebudayaan Jawa. Hanya saja ada pertanyaan serius untuk memilih definisi kedua ini, yaitu bagaimana lalu kebudayaan kita berdiri tegak untuk mampu menyortir berbagai elemen kebudayaan asing yang cenderung kapitalisme. Pada saat yang sama, kebudayaan global yang kapitalistik itu, telah masuk ke berbagai relung-relung kehidupan masyarakat tanpa bisa dicegah. Kalau begitu, pertanyaannya ialah: membatasi, menolak, atau mengambil alih nilai-nilai positif yang ditawarkan.

Ketiga, adalah kebudayaan Indonesia adalah kebudayaan yang direncanakan untuk dibentuk. Ini adalah definisi yang futuristik, yang perlu hadir dan dihadirkan oleh warga bangsa yang menginginkan Indonesia ke depan harus lebih baik. Inilah yang seharusnya menjadi fokus kajian serius bagi pemerhati Indonesia, khususnya para mahasiswa dan pemerhati ilmu budaya.

Kondisi sosial budaya Indonesia saat ini adalah sebagai berikut :

1. Bahasa, sampai saat Indonesia masih konsisten dalam bahasa yaitu bahasa Indonesia. Sedangkan bahasa-bahasa daerah merupakan kekayaan plural yang dimiliki bangsa Indonesia sejak jaman nenek moyang kita. Bahasa asing (Inggris) belum terlihat populer dalam penggunaan sehari-hari, paling pada saat seminar, atau kegiatan ceramah formal diselingi dengan bahasa Inggris sekedar untuk menyampaikan kepada audien kalau penceramah mengerti akan bahasa Inggris.
2. Sistem teknologi, perkembangan yang sangat menyolok adalah teknologi informatika. Dengan perkembangan teknologi ini tidak ada lagi batas waktu dan negara pada saat ini, apapun kejadiannya di satu negara dapat langsung dilihat di negara lain melalui televisi, internet atau sarana lain dalam bidang informatika.
3. Sistem mata pencarian hidup/ekonomi. Kondisi perekonomian Indonesia saat ini masih dalam situasi krisis, yang diakibatkan oleh tidak kuatnya fundamental ekonomi pada era orde baru. Kemajuan perekonomian pada waktu itu hanya merupakan fatamorgana, karena adanya utang jangka pendek dari investor asing yang menopang perekonomian Indonesia.
4. Organisasi Sosial. Bermunculannya organisasi sosial yang berkedok pada agama (FPI, JI, MMI, Organisasi Aliran Islam/Mahdi), Etnis (FBR, Laskar Melayu) dan Ras.

5. Sistem Pengetahuan. Dengan adanya LIPI (Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia) diharapkan perkembangan pengetahuan Indonesia akan terus berkembang sejalan dengan era globalisasi.
6. Religi. Munculnya aliran-aliran lain dari satu agama yang menurut pandangan umum bertentangan dengan agama aslinya. Misalnya : aliran Ahmadiyah, aliran yang berkembang di Sulawesi Tengah (Mahdi), NTB dan lain-lain.
7. Kesenian. Dominasi kesenian saat ini adalah seni suara dan seni akting (film, sinetron). Seni tari yang dulu hampir setiap hari dapat kita saksikan sekarang sudah mulai pudar, apalagi seni yang berbau kedaerahan. Kejayaan kembali wayang kulit pada tahun 1995 – 1996 yang dapat kita nikmati setiap malam minggu, sekarang sudah tidak ada lagi. Seni lawak model Srimulat sudah tergeser dengan model Extravagansa. Untuk kesenian nampaknya paling dinamis perkembangannya.
8. Sedang menghadapi suatu pergeseran-pergeseran atau "Shirf" budaya. Hal ini mungkin dapat difahami mengingat deras nya arus globalisasi yang membawa berbagai budaya baru serta ketidak mampuan kita dalam membendung serangan itu dan mempertahankan budaya dasar kita.

Kebudayaan Indonesia adalah serangkaian gagasan dan pengetahuan yang telah diterima oleh masyarakat-masyarakat Indonesia (yang multietnis) itu sebagai pedoman bertingkah laku dan

menghasilkan produks-produk kebudayaan itu sendiri. Hanya persoalannya, ide-ide dan pengetahuan masyarakat-masyarakat Indonesia juga mengalami perubahan-perubahan, baik karena factor internal maupun eksternal.

Berikut dampak kebudayaan Indonesia bagi masyarakat, antara lain Pengaruh Positif dapat berupa :

1. Peningkatan dalam bidang sistem teknologi, Ilmu Pengetahuan, dan ekonomi.
2. Terjadinya pergeseran struktur kekuasaan dari otokrasi menjadi oligarki.
3. Mempercepat terwujudnya pemerintahan yang demokratis dan masyarakat madani dalam skala global.
4. Tidak mengurangi ruang gerak pemerintah dalam kebijakan ekonomi guna mendukung pertumbuhan ekonomi jangka panjang.
5. Tidak berseberangan dengan desentralisasi.
6. Bukan penyebab krisis ekonomi.

Pengaruh Negatif berupa :

1. Menimbulkan perubahan dalam gaya hidup, yang mengarah kepada masyarakat yang konsumtif komersial. Masyarakat akan minder apabila tidak menggunakan pakaian yang bermerk (merk terkenal).
2. Terjadinya kesenjangan budaya. Dengan munculnya dua kecenderungan yang kontradiktif. Kelompok yang

mempertahankan tradisi dan sejarah sebagai sesuatu yang sakral dan penting (romantisme tradisi). Dan kelompok ke dua, yang melihat tradisi sebagai produk masa lalu yang hanya layak disimpan dalam etalase sejarah untuk dikenang (dekonstruksi tradisi/disconnecting of culture).

3. Sebagai sarana kompetisi yang menghancurkan. Proses globalisasi tidak hanya memperlemah posisi negara melainkan juga akan mengakibatkan kompetisi yang saling menghancurkan.
4. Sebagai pembunuh pekerjaan. Sebagai akibat kemajuan teknologi dan pengurangan biaya per unit produksi, maka output mengalami peningkatan drastis sedangkan jumlah pekerjaan berkurang secara tajam.
5. Sebagai imperialisme budaya. Proses globalisasi membawa serta budaya barat, serta kecenderungan melecehkan nilai-nilai budaya tradisional.
6. Globalisasi merupakan kompor bagi munculnya gerakan-gerakan neo-nasionalis dan fundamentalis.. Proses globalisasi yang ganas telah melahirkan sedikit pemenang dan banyak pecundang, baik pada level individu, perusahaan maupun negara. Negara-negara yang harga dirinya diinjak-injak oleh negara-negara adi kuasa maka proses globalisasi yang merugikan ini merupakan atmosfer yang subur bagi tumbuhnya gerakan-gerakan populisme, nasionalisme dan fundamentalisme.

7. Malu menggunakan budaya asli Indonesia karena telah maraknya budaya asing yang berada di wilayah Indonesia.

## **B. Komunitas Pecinta Budaya Jepang di Indonesia**

### **1. Komunitas *Manga***

KOPAJA adalah suatu komunitas/keluarga bagi para pencinta/penyuka budaya Jepang seperti *anime/manga*, dan *J-Culture* lainnya, yang berbasis di daerah jabodetabek. Komunitas ini dibentuk bertujuan untuk menyatukan para *Anime/MangaLover*, khususnya para outcast *otaku* dan *Hikki*, agar bisa mendapatkan tempat untuk saling share, diskusi *anime*, dan menemukan orang-orang sehoobi yang bisa disebut teman/keluarga.

KOPAJA terbentuk pada tahun 2012, berawal dari seorang pecinta *AniManga (Anime&Manga)* yang baru saja datang ke Jakarta untuk mencari pekerjaan yang bernama “Akira” (red-nama panggilan). Saat itu bertepatan dengan salah satu event cosplay yang diselenggarakan di PRJ Kemayoran. Kemudian ia bertemu dengan temannya Ditz. Awalnya ia tidak tahu seperti apa *eventcosplay* itu. Namun setelah melihat event tersebut, ia kagum ternyata ada banyak orang yang antusias dengan event dan *cosplayer*-nya. Dari situlah ia mendapatkan ide untuk membuat sebuah komunitas.<sup>40</sup>

Sebelum tercetusnya nama KOPAJA (Komunitas Pecinta *Anime* Jakarta) ada beberapa nama yang terpikirkan adalah “Indonesian

---

<sup>40</sup><https://japanesestation.com/kopaja-komunitas-pecinta-anime-yang-unik-dari-jakarta/diakses> pada tanggal 1 Mei 2017

*AnimeCommunity*”, “*AnimeCommunityJakarta*”, “*Jakarta CosplayCommunity*”. Namun, nama-nama tersebut tidak digunakan, karena ia ingin komunitas ini menjadi ciri khas dan hanya di Jakarta. Maka dari itu nama “Komunitas Pecinta *Anime* Jakarta [KOPAJA]” lah yang dipilih.

Tiap bulannya Kopaja juga rutin melakukan *gathering*/kumpul-kumpul untuk saling share koleksi *anime*, diskusi, bermain *fungames*, *otaku* kuiz, dan sebagainya untuk meningkatkan rasa persatuan/*bond* antar member. Selain itu, komunitas ini juga biasa hadir untuk ikut meramaikan acara-acara J-event di wilayah Jabodetabek.

#### Kegiatan *Gathering* KOPAJA

Divisi KOPAJAKOPAJA sangat mendukung bakat-bakat yang dimiliki para member-nya sehingga mereka membuat beberapa divisi, yaitu:

**Divisi *Manga*:** Divisi ini dibentuk untuk menampung para member yang berbakat membuat *Manga* (Komik/FanArt). Tidak hanya yang berbakat, namun juga untuk yang ingin belajar pun juga bisa. Di sini kalian juga bisa bertukar pikiran mengenai *manga/fanart* yang dibuat.

**Divisi Literatur:** divisi di mana kalian mengimajinasikan sebuah imajinasi menjadi sebuah karya tulis yang dituliskan ke dalam sebuah cerita fiksi yang menarik.

**Divisi Musik:** divisi di mana kalian bisa mengembangkan minat dan bakat tentang dunia musik. musik yang baik tak hanya untuk

didengarkan tapi dimainkan dan diapresiasi lewat nada dan bahasa lewat perasaan yang tercurah. tak cuma memainkan, kalian juga bisa membentuk sebuah band dan bertukar pengalaman dan pelajaran yang mungkin belum pernah kalian ketahui sebelumnya.

Divisi *Cosplay*: hobi mengenakan pakaian beserta aksesoris dan rias wajah seperti yang dikenakan tokoh-tokoh dalam *anime*, *manga*, dongeng, permainan video, penyanyi dan musisi idola, dan film kartun. Pelaku kostumasi sering disebut *cosplayer*. Di kalangan penggemar, *cosplayer* juga disingkat sebagai *layer*.<sup>41</sup>

## 2. Festival Budaya Jepang di Indonesia

*Nihon no Matsuri* (Festival Jepang) adalah sebuah rangkaian acara festival kebudayaan Jepang yang diselenggarakan di Kota Bandung Jawa Barat. Festival ini merupakan salah satu event besar dari Telkom University dan Unit Kegiatan Mahasiswa bidang Budaya Jepang, *Japan GenkiCommunity*.<sup>42</sup> *Nihon no Matsuri* diadakan setiap tahun sejak tahun 2007, dengan mengambil konsep festival Jepang.<sup>43</sup> Rangkaian kegiatan *Nihon no Matsuri* sendiri tiap tahunnya berbeda-beda, namun beberapa acara khasnya adalah Band *BlastKyosho*, *CosplayContest*, Pertunjukkan Budaya dan Bela Diri, *Charity* dan kunjungan ke sekolah-sekolah sebagai bentuk mengenalkan Bahasa Jepang kepada lingkungan sekolah.

---

<sup>41</sup>*Ibid*

<sup>42</sup>"Minna No Densetsu, Ketika Jepang 'Pindah' ke Ciwalk". detikBandung

<sup>43</sup>"ITT Gelar Festival Jepang Akbar di Ciwalk". detikBandung



Sudah 9 Tahun perjalanan *Nihon No Matsuri* menjadi *event* yang sering ditunggu oleh masyarakat pencinta kebudayaan Jepang<sup>44</sup>. *Nihon no Matsuri 2* sebagai salah satu dari 5 besar *event* yang dihadiri pengunjung terbanyak oleh Cihampelas Walk Bandung. *Event* ini banyak di datangi secara umum baik domestik maupun internasional.

*Opening Seminar* merupakan salah satu serangkaian acara dari *Nihon No Matsuri*, dilakukan untuk pembukaan NNM itu sendiri. Merupakan acara pertama dalam serangkaian acara *Nihon no Matsuri*. Dengan mendatangkan narasumber yang berpengalaman membuat semakin meriahnya acara *opening* dari *Nihon No Matsuri* sebagai ajang awal rangkaian acara berikutnya.

Pada *Opening Nihon no Matsuri 6*, pihak panitia mendatangkan Panji Prakoso Sunariman (CEO Thinker Mobile Games Development studio Bandung) dan Denis Adhiswara (Model video klip, aktor dan sutradara Indonesia) sebagai narasumber, serta M. Amrul Ummami (Ketua NNM 1, CEO & Founder Wank Production Creative Agency) sebagai moderator. Acara opening NNM 6 ini diadakan di Gedung Serba Guna (GSG) IT Telkom pada tanggal 11 Maret 2013 bertemakan "Creative Industries Day". Tercatat bahwa sekitar 700 orang telah menghadiri acara opening seminar NNM 6.

Kemudian terdapat *Nihon no Matsuri Goes to School* yang merupakan serangkaian acara pendidikan untuk mengenalkan budaya Jepang ke sekolah - sekolah. Pada acara *Nihon no Matsuri Goes to*

---

<sup>44</sup>"Ratusan Pengunjung Dihibur Atraksi Budaya Jepang". Tribun Jabar

*School* segenap penyelenggara mengunjungi sebagian sekolah-sekolah yang berada di kawasan Bandung. Sasaran dari *Nihon no Matsuri Goes to School* adalah untuk sekolah tingkat menengah atas (SMA). *Nihon no Matsuri Goes To school* mengadakan acara yang dinamakan "3 Jam Jago Jepang (3J)" pada tiap Sekolah Menengah Atas yang dikunjungi. Acara 3J tersendiri memberikan tutorial kepada siswa-siswa SMA tentang belajar bahasa Jepang, menggambar manga, membuat origami, dan membuat sushi. Pada *Nihon no Matsuri 6* acara "3 Jam Jago Jepang" diadakan pada tanggal 2 April 2013 di SMA 1 Bandung, 4 April 2013 di SMA 20 Bandung dan 5 April 2013 di SMA 14 Bandung.

*Event* selanjutnya adalah *Nihon no Matsuri Competition* yang menjadi serangkaian acara perlombaan yang digelar oleh *nihon no matsuri* untuk lebih memeriahkan rangkaian acara. *Nihon no Matsuri Competition* tersendiri menyediakan berbagai macam pilihan lomba yang dapat diikuti oleh banyak kalangan. Pada tahun yang keenam, *Nihon no Matsuri 6* kini memfokuskan diri untuk lebih membuka wawasan teman-teman komunitas serta masyarakat kota Bandung mengenai nilai maupun harga dari suatu hobi dan kreativitas unik yang didorong oleh semangat juang dan ketekunan yang tinggi. Adapun serangkaian perlombaan yang diadakan di acara *Nihon no Matsuri 6* adalah sebagai berikut:

1. *Band Blast Kyosho* (Lomba grup band J-song)

Kompetisi *band* Jepang, diperuntukkan untuk para pemain band di kawasan Bandung dan sekitarnya untuk menampilkan performa mereka dalam membawakan lagu-lagu *band* khas Jepang.

2. *Cosplay Contest*

*Cosplay Competition*, diperuntukkan bagi para *cosplayer* untuk daerah kawasan Bandung dan sekitarnya untuk *bercosplay* sesuai kreatifitas mereka.

3. *Manga and Artwork*

Kompetisi *artwork* dan *manga* ini merupakan perlombaan melukis, menggambar *manga* ataupun *artwork*. Ditujukan agar para partisipan dapat lebih mengekspresikan diri mereka dalam menggambar *manga* ataupun *artwork*.

4. *Origami, Shuji, dan Fanfiction*

Perlombaan tentang seni melipat kertas yang berasal dari Jepang *origami*, *shuji* atau kaligrafi Jepang, dan *fanfiction*.

5. *Nihon No Matsuri Got Talent*

Kontes pencarian bakat yang diadakan oleh NNM, salah satu rangkaian perlombaan pada acara *Nihon no Matsuri*.

6. *Photograph Contest*

Kontes fotografi yang diadakan oleh *Nihon no Matsuri* sebagai kesempatan bagi para fotografer untuk lebih *mengekspose* kemampuan mereka akan bidang fotografi.

Kemudian berbagai macam konten budaya mulai dari budaya tradisional maupun budaya pop khas Jepang menjadi acara utama yang ditampilkan di festival ini. Tarian dan musik-musik khas Jepang menghibur pengunjung dari acara mulai sampai berakhir. Beberapa tarian khas Jepang misalkan *Bon Odori* menjadi sebuah daya tarik besar bagi pengunjung. Lalu pertunjukkan musik dengan alat musik tradisional Jepang *Shamisen* juga sempat menjadi salah satu konten di acara *Nihon no Matsuri* ini. Selain itu beberapa demonstrasi atau pertunjukkan dari bela diri khas Jepang *Aikido* sempat ditampilkan kepada pengunjung di awal acara.

Salah satu konten andalan yang ditampilkan di *Nihon no Matsuri* adalah *Band* performance dari berbagai band kota Bandung. *Band Blast Kyosho* sendiri merupakan sebuah kompetisi band yang membawakan lagu-lagu berbahasa Jepang. Adapun seleksinya menggunakan sistem Audisi yang dinilai oleh juri-juri yang memiliki kapabilitas di bidangnya. Bidang yang terlibat antara lain talent, musik dan entertainment. Setelah audisi nanti 3 atau 5 besar band akan tampil di acara puncak *Nihon no Matsuri* dihadapan pengunjung yang lain. Ada berbagai sisi yang dinilai misal saja olah suara, kemampuan interaksi, persiapan, properti, kostum dan sebagainya. Adapun *band* yang menang akan mendapatkan *trophy* beserta hadiah uang tunai yang besarnya tidak sama di tiap acara.

Sementara itu proses seleksi untuk talent yang mengajukan diripun tidak kalah sulitnya. Hal ini dilakukan sehingga talent yang tampil di

*Nihon no Matsuri* memang layak dan berkualitas. Proses pengajuannya sendiri tidak rumit, *band* yang mengajukan diri cukup mengirimkan profil *band* beserta lagu dan video penampilan *band* tersebut kepada panitia. *Band* bintang tamu biasanya merupakan band yang memang cukup terkenal di kalangan masyarakat pencinta budaya Jepang. Sebelum acara dimulai biasanya *Event Organizer* akan meminta pendapat dan saran dari masyarakat mengenai siapakah band yang layak menjadi bintang tamu. Setelah proses pencarian data dan memutuskan maka band tersebut akan secara langsung diundang oleh *Event Organizer*.

Salah satu konten yang juga merupakan daya tarik dari *Nihon No matsuri* adalah *Cosplay* (*CostumePlay*) yang merupakan bentuk budaya *pop-culture* khas Jepang. Biasanya peserta akan menggunakan kostum-kostum khas kartun/animasi dari Jepang. Dan menghibur pengunjung di atas panggung. *Cosplay* sendiri merupakan lomba yang sangat kompleks dimana seluruh kelengkapan peserta dimulai. Mulai dari baju, kemampuan meniru tokoh animasi, dan sebagainya.<sup>45</sup>

### 3. *Cosplay*

Permainan kostum atau *Cosplay* adalah istilah bahasa Inggris buatan Jepang (*wasei-eigo*) yang berasal dari gabungan kata "*costume*" (kostum) dan "*play*" (bermain). *Cosplay* berarti hobi mengenakan pakaian beserta aksesoris dan rias wajah seperti yang dikenakan tokoh-tokoh dalam *anime*, *manga*, dongeng, permainan video, penyanyi dan

---

<sup>45</sup>[https://id.wikipedia.org/wiki/Nihon\\_no\\_Matsuri](https://id.wikipedia.org/wiki/Nihon_no_Matsuri) diakses pada tanggal 1 Mei 2017

musisi idola, dan film kartun. Pelaku permainan kostum disebut pemain kostum/cosplayer, Di kalangan penggemar, *cosplayer* juga disingkat sebagai coser, salah satu *cosplayer* berbakat di Indonesia adalah Yukitora Keiji.

Di Jepang, peserta permainan kostum bisa dijumpai dalam acara yang diadakan perkumpulan sesama penggemar (*dōjincircle*), seperti *Comic Market*, atau menghadiri konser dari grup musik yang bergenre visual kei. Penggemar permainan kostum termasuk pemain kostum maupun bukan pemain kostum sudah tersebar di seluruh penjuru dunia, yaitu Amerika, RRC, Eropa, Filipina, maupun Indonesia.

Sejak paruh kedua tahun 1960-an, penggemar cerita dan film fiksi ilmiah di Amerika Serikat sering mengadakan konvensi fiksi ilmiah. Peserta konvensi mengenakan kostum seperti yang dikenakan tokoh-tokoh film fiksi ilmiah seperti Star Trek. Budaya Amerika Serikat sejak dulu mengenal bentuk-bentuk pesta topeng (*masquerade*) seperti dalam perayaan Halloween dan Paskah.<sup>46</sup>

Tradisi penyelenggaraan konvensi fiksi ilmiah sampai ke Jepang pada dekade 1970-an dalam bentuk acara peragaan kostum (*costume show*).<sup>47</sup> Di Jepang, peragaan "*cosplay*" pertama kali dilangsungkan tahun 1978 di Ashinoko, Prefektur Kanagawa dalam bentuk pesta topeng konvensi fiksi ilmiah Nihon SF Taikai ke-17. Kritikus fiksi ilmiah Mari Kotani menghadiri konvensi dengan mengenakan kostum

---

<sup>46</sup>Horibuchi, Seiji (Agustus 2006). *Moeru Amerika: Beikokujin wa ikani shite MANGA o yomu yōni nattaka*. Nikkei BP-sha. p. 234. ISBN 4-8222-4528-4.

<sup>47</sup>Takeda, Yasuhiro (April 2002). *No-tenki tsushin: Evangelion o tsukutta otokotachi*. Wani Books.p. 102.

seperti tokoh dalam gambar sampul cerita *A Fighting Man of Mars* karya Edgar Rice Burroughs. Tidak hanya Mari Kotani menghadiri Nihon SF Taikai sambil ber-cosplay. Direktur perusahaan animasi Gainax, Yasuhiro Takeda memakai kostum tokoh Star Wars.<sup>48</sup>

Pada waktu itu, peserta konvensi menyangka Mari Kotani mengenakan kostum tokoh *manga Triton of the Sea* karya Osamu Tezuka. Kotani sendiri tidak berusaha keras membantahnya, sehingga media massa sering menulis kostum *Triton of the Sea* sebagai kostum *cosplay* pertama yang dikenakan di Jepang. Selanjutnya, kontes *cosplay* dijadikan acara tetap sejak Nihon SF Taikai ke-19 tahun 1980. Peserta mengenakan kostum Superman, Atom Boy, serta tokoh dalam *Toki o Kakeru Shōjo* dan film *Virus*.<sup>49</sup>Selain di *Comic Market*, acara *cosplay* menjadi semakin sering diadakan dalam acara pameran *dōjinshi* dan pertemuan penggemar fiksi ilmiah di Jepang.

Majalah *anime* di Jepang sedikit demi sedikit mulai memuat berita tentang acara *cosplay* di pameran dan penjualan terbitan *dōjinshi*. Liputan besar-besaran pertama kali dilakukan majalah *Fanroad* edisi perdana bulan Agustus 1980. Edisi tersebut memuat berita khusus tentang munculnya kelompok anak muda yang disebut "*Tominoko-zoku*" ber-*cosplay* di kawasan Harajuku dengan mengenakan kostum baju bergerak Gundam. Kelompok "*Tominoko-zoku*" dikabarkan muncul sebagai tandingan bagi *Takenoko-zoku* (kelompok anak muda berpakaian aneh yang waktu itu meramaikan kawasan

---

<sup>48</sup>*Ibid*

<sup>49</sup>Komatsu, Sakyō (Juni 1982). *Komatsu Sakyō no SF Seminar*. Shūeisha-Shūeisha Bunko. p. 31.

Harajuku).Istilah "*Tominoko-zoku*" diambil dari nama sutradara film animasi Gundam, Yoshiyuki Tomino, dan sekaligus merupakan parodi dari istilah *Takenoko-zoku*. Foto peserta *cosplay* yang menari-nari sambil mengenakan kostum robot Gundam juga ikut dimuat. Walaupun sebenarnya artikel tentang *Tominoko-zoku* hanya dimaksudkan untuk mencari sensasi, artikel tersebut berhasil menjadikan "*cosplay*" sebagai istilah umum di kalangan penggemar anime.

Sebelum istilah *cosplay* digunakan oleh media massa elektronik, asisten penyiar Minky Yasu sudah sering melakukan *cosplay*. Kostum tokoh Minky Momo sering dikenakan Minky Yasu dalam acara temu darat *mami no RADI-karu communication* yang disiarkan antara lain oleh Radio Tōkai sejak tahun 1984. Selanjutnya, acara radio yang sama mulai mengadakan kontes *cosplay*. Dari tahun 1989 hingga 1995, di tv asahi ditayangkan ranking kostum *cosplay* yang sedang populer dalam acara *Hanakin Data Land*.

Sekitar tahun 1985, hobi *cosplay* semakin meluas di Jepang karena *cosplay* telah menjadi sesuatu hal yang mudah dilakukan.Pada waktu itu kebetulan tokoh Kapten Tsubasa sedang populer, dan hanya dengan kaus T-shirt pemain bola Kapten Tsubasa, orang sudah bisa "*ber-cosplay*". Kegiatan *cosplay* dikabarkan mulai menjadi kegiatan berkelompok sejak tahun 1986. Sejak itu pula mulai bermunculan



fotografer amatir (disebut kamera-kozō) yang senang memotret kegiatan cosplay.<sup>50</sup>

Pada awalnya *cosplay* tidak begitu banyak di kenal di Indonesia. Pada awal 2000-an, beberapa *event* seperti Gelar Jepang UI mengadakan *EventCosplay*. Tetapi saat itu belum ada yang berminat, *cosplay* pertama saat itu hanyalah EO dari acara Gelar Jepang tersebut. Beranjak dari *Event* Jepang, beberapa pemuda-pemudi (kebanyakan pemudi) di Bandung memperkenalkan gaya Harajuku dan hadirnya *cosplayer* pertama yang bukan merupakan EO saat itu. Berlanjut hingga sekarang, hampir tiap bulannya selalu ada *event cosplay* di Jakarta, dan di kota-kota besar di Indonesia.

Beberapa *event* yang sering hadir adalah:

- Gelar Jepang. Biasanya ada di Universitas. Umumnya di Universitas Indonesia.
- *Bunkasai*. Biasanya ada di Universitas.
- Hellofest.
- Animonster event. Beberapa event yang disponsori oleh animonster termasuk event cosplay di dalamnya.
- Extravaganza, *Cosplayer* berdialog kocak, *cosplay* kartun Nickelodeon dan *anime* Jepang dijadikan satu dalam Extravaganza di bagian cerita yang berjudul "Sasuke", Putri Salju muncul dibagian selanjutnya.

---

<sup>50</sup>Okada, Toshio (Juli 1998). "Dai-10-kō Kosupure-shi". *Kokusai Otaku Daigaku: 1998-nen saizensen kara no kenkyū hōkoku (1998 International Otaku University otakuology annual)*. Kobunsha. pp. 228–232.

- *Anime Festival Asia Indonesia*
- *Ennichisai*
- CLAS:H
- Jakarta Comic Con
- ITGCC

### C. *Manga di Indonesia*

Dua penerbit *manga* terbesar di Indonesia adalah Elex Media Komputindo dan m&c Comics yang merupakan bagian dari kelompok Gramedia. Sekitar tahun 2005, kelompok Gramedia juga telah menghadirkan Level Comics, yang lebih terfokus pada penerbitan *manga-manga* bergenre *Seinen* (dewasa). Terdapat beberapa penerbit ilegal di Indonesia, namun tampaknya peredarannya hanya sebatas di wilayah kota-kota besar, karena untuk beberapa daerah tidak ditemukan komik-komik jenis ini. Perbedaan yang mencolok dari penerbit ilegal ini, mereka tampak lebih terbuka terhadap sensor dibandingkan dengan *manga* terbitan Elex yang jauh lebih ketat dalam hal sensor.<sup>51</sup>

#### 1. **Format Membaca *Manga***

Aslinya bahasa Jepang biasanya ditulis dari kanan ke kiri, sehingga penggambaran *manga* dan ditulis dengan sistem seperti ini di Jepang, yang umum disebut sebagai istilahnya "*raw*" (mentah). Hal ini berbeda dengan kebiasaan masyarakat Indonesia yang biasa membaca dari kiri (atau sebagai patokan *cover* depan ada di bagian kiri) ke kanan.

---

<sup>51</sup>Perbandingan komik *Kotaro Makaritarou* terbitan Elex Media dan *Karate Kid* terbitan *Rajawali Graffiti*.

Sebelum tahun 2000-an, menyikapi masalah perbedaan budaya ini, ketika diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia gambar dan halamannya umumnya di-flip sehingga dapat dibaca dari kiri ke kanan. Hal ini menyebabkan sering terlihat tokoh tokoh dalam komik terlihat kidal (penggunaan tangan kiri yang dominan) dan sedikit aneh. Untuk beberapa *manga* yang tidak mempermasalahkan keadaan terbalik ini, hal semacam ini tidak terlalu dipermasalahkan, namun kerancuan menjadi sangat mengganggu dalam terjemahan manga genre detektif seperti Detektif Conan, Q.E.D atau Detektif Kindaichi yang sering memberikan informasi/petunjuk yang sangat menyesatkan pembaca karena pada bagian cerita di bab depan tidak sesuai dengan hasil deduksi/kesimpulan dari tokoh utama maupun fakta yang tergambar dalam cerita. Bahkan dalam suatu buku cerita, kadangkala hanya satu panel yang dibalik (pada bagian deduksi) yang semakin memperparah inti cerita.

*Manga* pertama yang mempertahankan format seperti format Jepang asli (*raw*) adalah Rurouni Kenshin. Selain itu, beberapa penulis komik seperti Takehiko Inoue yang menciptakan komik Slam Dunk tidak setuju karya mereka diubah begitu saja dan minta agar karya mereka dibiarkan dalam format aslinya (*raw*). Kini, *manga-manga* yang terbit di Indonesia biasanya sudah diterbitkan dalam format aslinya, terutama untuk penerbit terbitan "LEVEL COMICS" semuanya sudah mengikuti format asli RAW Jepang, kecuali untuk beberapa judul dari

penerbit "Elex Media Komputindo" yang sebagian ada yang telah mulai diterbitkan sebelum tahun 2000-an.

Beberapa judul (yang telah diterjemahkan / dikenal dalam bahasa Indonesia) yang telah memakai format baca ala Jepang (*raw*) adalah :

- ONE PIECE Elex Media Komputindo
- Monster m&c
- Yotsuba &! Elex Media Komputindo
- Ghost Sweeper Mikami Elex Media Komputindo

## **2. Pengaruh *Manga* Pada Seni Animasi di Indonesia**

Karena banyaknya *manga* yang diterbitkan di Indonesia sejak dari zaman Doraemon, Candy Candy, Detective Conan, maupun Kungfu Boy yang membanjiri pasar Indonesia yang berlangsung selama bertahun-tahun dengan distribusi yang cukup teratur sehingga menyebabkan manga terbitan Elex Media Komputindo sangat mudah diperoleh apabila dibandingkan dengan peredaran komik Eropa/Amerika yang relatif lebih susah dan lebih mahal, kecuali Donal Bebek yang masih bisa didapat secara teratur tiap minggunya. Hal ini mengakibatkan terjadinya debat kusir pada proses pembentukan komik karya "Indonesia", karena secara tidak langsung banyak generasi komikus muda di Indonesia baik tanpa sadar maupun sadar, terpengaruh oleh gaya aliran Jepang (*manga*) ini. Hal ini pun masih diperdebatkan, namun mengingat dengan beberapa pengarang asal Korea dan Hong Kong yang memiliki goretan yang cukup mirip dengan *manga* Jepang, harusnya hal ini tidak dipermasalahkan.

Di Indonesia juga terdapat komunitas-komunitas penggemar *manga* dan *anime*. Biasanya mereka berkumpul dan berbagi dengan penggemar lain lewat internet atau berkumpul di suatu tempat. Para penggemar yang bertemu di internet/forum biasa mengadakan gathering (pertemuan) untuk saling berjumpa satu sama lain.

- Iklan televisi

Ada sebuah iklan produk makanan yang memakai tokoh yang sangat mirip dengan tokoh Kamen Rider dan baltan (Ultraman) yang disebut lobstozilla. Namun iklan ini lebih mirip jiplakan secara kasar daripada sebuah pengaruh.<sup>52</sup>

- Kontroversi

Sekitar tahun 2005 - 2007, penerbit Indonesia seperti Level Comics, berani menerbitkan manga yang berbau dewasa (Seinen). Pada awal kemunculannya, ini sempat ditentang keras. Bahkan *manga* Vagabond sempat ditarik dari peredaran. Setelah pemberlakuan sensor yang lebih ketat, para penerbit tidak lagi diprotes oleh para ibu yang anaknya membaca *manga-manga* tersebut. *Manga* juga sering dinilai tidak mengindahkan rating karena pencantumannya kurang mengena oleh sebagian kalangan yang menilai.

- *Manga* di Luar Jepang

---

<sup>52</sup>Iklan Garuda Food, namun sudah tidak muncul lagi sejak 2008.

*Manga* telah diterjemahkan ke dalam beberapa bahasa di negara-negara di luar Jepang termasuk Cina, Perancis, Italia, Malaysia, Indonesia dan lainnya. Untuk beberapa negara terdapat sebutan tersendiri untuk menyebut komik: *Manhua* untuk China/Hongkong/Taiwan dan *Manhwa* untuk Korea.