

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Budaya adalah keseluruhan cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sekelompok orang, dan diwariskan dari generasi ke generasi. Singkatnya, budaya adalah ciri khas dari suatu kelompok masyarakat. Salah satu negara yang memiliki latar belakang budaya yang kuat adalah negara Jepang. Kebudayaan Jepang memiliki konstruksi unik yang dapat menarik perhatian sebagian kalangan, tidak hanya di Jepang tapi juga diberbagai negara lain. Kebudayaan Jepang yang cukup berdampak pada gaya hidup antara lain komik (*manga*), kartun atau animasi (*anime*), serta makanan Jepang. Keunikan masing-masing dari tiap bentuk kebudayaan tersebut, Jepang berhasil menyebarkan pengaruh kebudayaannya tidak hanya di kawasan Asia Timur, tetapi juga memasuki kawasan Asia Tenggara. Salah satu negara di kawasan Asia Tenggara yang mendapat pengaruh kebudayaan Jepang adalah Indonesia (Riyadie, 2022).

Kebudayaan Jepang di Indonesia berkembang seiring dengan adanya pengaruh globalisasi yang merupakan wujud dari pembauran nilai dan ideologi. Pembauran nilai dan ideologi lintas negara merupakan implikasi dari berkembangnya teknologi sehingga dengan mudah masyarakat dunia saling berkomunikasi antara satu sama lain. Globalisasi diartikan sebagai suatu era yang ditandai dengan perubahan tatanan kehidupan dunia akibat kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, khususnya teknologi informasi sehingga interaksi manusia menjadi sempit seolah-olah dunia tanpa ruang (Istiqomah, 2020). Salah satu budaya yang berkembang

sejalan dengan berkembangnya era globalisasi adalah budaya populer atau disebut budaya pop (*pop culture*). Sudut pandang konsepsi budaya, dimensi konkret budaya populer terwujud dalam artefak-artefak budaya seperti makanan, musik, program televisi, arsitektur, pergaulan, periklanan, dan lain-lain, sedangkan dalam dimensi abstrak budaya populer terwujud dalam nilai, ideologi, norma, dan kepercayaan tradisi (Istiqomah, 2020).

Budaya populer Jepang, telah menjadi fenomena yang merambah ke Indonesia. Budaya pop merupakan budaya yang sedang tren dan populer, diminati banyak orang dan berganti dengan cepat sesuai trennya. Budaya pop tersebut dapat berkaitan dengan kehidupan sehari-hari seseorang, seperti menyukai tentang film, drama, musik, fashion, dan lain sebagainya, yang disebarkan melalui media, baik dalam tataran atau level media massa, maupun digital (Kurniawati, 2021).

Masuknya budaya populer Jepang ke Indonesia disebabkan karena adanya perkembangan revolusi informasi dan komunikasi sehingga memberikan efek bagi perilaku masyarakat. Dampak budaya populer Jepang yang begitu besar mampu memberikan pengaruh diberbagai elemen dalam masyarakat mulai dari anak-anak hingga dewasa dengan hanya menonton berbagai tayangan yang ada di media massa. Hal ini dibuktikan dalam kajian (Khaerunnisa, 2023) yang menyatakan diberbagai film maupun musik yang tayang di media selalu menayangkan hal-hal yang menarik untuk ditiru, bahkan tidak jarang sebuah permasalahan seperti bunuh diri dilakukan oleh seseorang yang telah menonton film atau tayangan musik melalui televisi maupun internet.

Budaya populer Jepang yang cenderung diminati di kalangan mahasiswa Indonesia adalah *anime*, hal inilah yang dapat menyebabkan beberapa mahasiswa di Indonesia sangat menyukai dan meniru budaya Jepang atau yang saat ini dikenal dengan istilah *wibu*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nurhuda tentang Perkembangan gaya hidup remaja terhadap perilaku imitasi di kalangan komunitas *japan club east borneo kota samarinda* menyatakan, negara Indonesia berada di urutan ketiga sebagai negara dengan jumlah *wibu* terbanyak di dunia (Nurhuda, 2022). *Wibu* cenderung dikaitkan dengan perilaku yang berlebihan dalam mengekspresikan kecintaan mereka terhadap *anime* Jepang, seperti menggunakan bahasa Jepang dalam percakapan sehari-hari atau mengadopsi gaya hidup yang sangat dipengaruhi oleh budaya populer Jepang yaitu *anime* (Nurhuda, 2022).

Anime adalah salah satu produk budaya populer Jepang yang memiliki penggemar di dunia, termasuk di Indonesia. *Anime* adalah animasi yang dibuat dengan gaya khas Jepang, yang memiliki karakteristik seperti mata besar, rambut berwarna-warni, dan ekspresi wajah yang beragam. *Anime* memiliki berbagai genre, tema, dan cerita yang menarik bagi para penontonnya, mulai dari aksi, petualangan, komedi, romantis, hingga horor.

Penyebaran *anime* di Indonesia marak terjadi pada pertengahan 1990-an. Stasiun-stasiun televisi mulai gencar menayangkan acara *anime*. *Saint Seiya*, *Sailor Moon*, *Dragon Ball*, *Naruto* dan masih banyak lagi judul lainnya yang pernah ditayangkan dan mendapat respon positif dari para penggemarnya yang secara tidak langsung mendukung perkembangan *anime* di Sumatera Utara hingga saat ini. Perkembangan *anime* tidak berhenti hanya di televisi saja. Pada era media baru,

masyarakat sangat mudah mencari dan menelusuri *anime* di berbagai media. Contohnya website-website *anime* seperti samehadaku.net, nekopoi.com, otakudesu.net dan info-info yang ada di media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan tik tok (Riyadie, 2022).

Salah satu kelompok penonton *anime* yang cukup fanatik adalah mahasiswa. Mahasiswa adalah generasi muda yang sedang mencari jati diri dan mengembangkan minat mereka. Mahasiswa juga memiliki akses yang mudah untuk menonton *anime* melalui internet, yang menyediakan berbagai situs *streaming* dan *download anime* secara gratis atau berbayar. Mahasiswa sering menonton *anime* sebagai hiburan, pengisi waktu luang, atau bahkan sebagai sumber inspirasi dan motivasi.

Peminat budaya populer Jepang yaitu *anime* dapat ditemukan di sekeliling kita, banyaknya budaya-budaya Jepang yang tanpa disadari diterapkan oleh sebagian masyarakat di Sumatera Utara contohnya seperti menggunakan sumpit saat makan, peminat dari budaya Jepang ini juga ditemukan di Universitas Negeri Medan seperti di Prodi Pendidikan Antropologi dan Prodi Akuntansi. Hasil observasi yang telah dilakukan memperlihatkan aktivitas dari pecinta budaya Jepang, adanya minat yang tinggi dari pelaku terhadap budaya Jepang membuat sedikit merubah kegiatannya sehari hari dalam beraktivitas.

Berdasarkan hasil observasi peneliti menemukan bahwa, beberapa penonton *anime* di Prodi Pendidikan Antropologi dan Prodi Akuntansi cenderung terobsesi dengan budaya Jepang sehingga ingin meniru segala hal yang berhubungan dengan

Jepang. Mahasiswa di Prodi tersebut sering menggunakan nama-nama atau kata-kata Jepang di media sosial atau percakapan sehari-hari. Mereka juga suka mengonsumsi makanan atau minuman khas Jepang seperti sushi, ramen, sake, atau teh hijau. Hal ini dapat menyebabkan hilangnya identitas diri sebagai orang Indonesia dan kurangnya penghargaan terhadap budaya sendiri. Menjadi malas dalam melakukan aktivitas karena hanya terpaku menonton *anime* saja. Beberapa mahasiswa mengabaikan tanggung jawab mereka sebagai pelajar, atau anggota keluarga karena lebih mementingkan menonton *anime* daripada belajar, serta membantu orang tua. Berdasarkan fenomena tersebut penelitian ini menjadi penting untuk diungkap.

Penelitian ini berkontribusi dalam pemahaman terhadap dinamika budaya dan pengaruh media dalam pembentukan identitas mahasiswa supaya memahami lebih dalam mengenai dampak menjadi *wibu*. Selain itu, temuan penelitian ini juga dapat menjadi dasar untuk mengembangkan strategi pendidikan atau pengelolaan media yang lebih baik di lingkungan pendidikan tinggi. Berdasarkan fenomena yang dijabarkan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mendalam tentang "Gaya Hidup Mahasiswa Pecinta Budaya Jepang (*Wibu*) di Universitas Negeri Medan"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan tiga rumusan masalah yaitu:

1. Apakah yang melatar belakangi mahasiswa Prodi Akuntansi dan Prodi pendidikan Antropologi UNIMED mengikuti budaya populer *anime* Jepang (*wibu*)?
2. Bagaimana gaya hidup mahasiswa Prodi Akuntansi dan Prodi pendidikan Antropologi UNIMED yang mengikuti budaya populer *anime* Jepang (*wibu*)?
3. Bagaimana dampak yang ditimbulkan mahasiswa Prodi Akuntansi dan Prodi Pendidikan Antropologi UNIMED setelah mengikuti budaya populer *anime* Jepang (*wibu*)?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan latar belakang mahasiswa Prodi Akuntansi dan Prodi pendidikan Antropologi UNIMED mengikuti budaya populer *anime* Jepang (*wibu*).
2. Untuk menganalisis gaya hidup mahasiswa Prodi Akuntansi dan Prodi pendidikan Antropologi UNIMED yang mengikuti budaya populer *anime* Jepang (*wibu*).
3. Untuk menganalisis dampak yang ditimbulkan bagi mahasiswa Prodi Akuntansi dan Prodi pendidikan Antropologi UNIMED setelah mengikuti budaya populer *anime* Jepang (*wibu*)

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pemahaman kita tentang fenomena *wibu* di kalangan mahasiswa. Manfaat penelitian ini antara lain:

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini dapat memperkaya literatur ilmiah mengenai fenomena gaya hidup *wibu* di kalangan mahasiswa. Hal ini bisa menjadi referensi penting bagi studi-studi selanjutnya di bidang antropologi budaya. Selanjutnya, penelitian ini membantu dalam memahami budaya populer Jepang mempengaruhi kehidupan sehari-hari mahasiswa. Ini bisa menjadi dasar teori dalam kajian budaya populer dan globalisasi.
2. Penelitian ini juga dapat memberikan wawasan tentang bagaimana identitas kultural terbentuk dan dipelihara melalui interaksi dengan budaya luar. Ini dapat membantu memperluas teori-teori tentang identitas sosial dan proses sosialisasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini dapat membantu mahasiswa pecinta budaya Jepang untuk lebih memahami diri sendiri, minat, dan identitas mereka dengan memahami akar minat mereka pada budaya Jepang. Mahasiswa dapat mengembangkan minat dan bakat mereka yang berkaitan dengan budaya Jepang, misalnya dalam bidang bahasa, seni, atau budaya populer. Penelitian ini juga dapat memberikan wawasan tentang bagaimana

mengelola minat yang kuat pada budaya Jepang agar seimbang dengan aktivitas akademik dan kehidupan sosial lainnya.

2. Penelitian ini dapat membantu masyarakat umum untuk memiliki pemahaman yang lebih baik tentang fenomena *wibu*, sehingga mengurangi stigma negatif yang seringkali dikaitkan dengan kelompok ini. Penelitian ini dapat mengidentifikasi potensi ekonomi yang terkait dengan minat pada budaya Jepang, misalnya melalui pengembangan industri kreatif atau pariwisata.
3. Penelitian ini dapat memberikan data dan informasi yang berguna bagi pegiat budaya untuk mengembangkan program-program yang lebih relevan dan menarik bagi kalangan muda. Hal ini dapat membuka peluang untuk kolaborasi antara pegiat budaya di Indonesia dan Jepang.

THE
Character Building
UNIVERSITY