

ALASAN REMAJA MENYUKAI J-POP

STUDI KASUS REMAJA INDONESIA BERDASAR SURVEI ONLINE

Arrow Aviani Ramadhan dan Budi Santoso

Program Studi Sastra Jepang, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Dian Nuswantoro

ABSTRACT

This thesis aims to analyze about the reason why does teenagers like J-Pop. The research is taken from online survey in Indonesian. This analysis is conducted to find out what are the reason why teenagers like J-Pop. Development of Japanese pop culture is very grown up in many country in Asia including Indonesia. One of them is J-Pop. Because of that, research about what are the reason why teenagers like J-Pop is very important to do. Quantitative method was used in this research. The data collected from result of survey were conducted through google form, which spread on the social media like facebook and twitter, since 2 April 2014 until 14 April 2014. The result of this research shows that teenage's reasons like J-Pop are good song and lyrics and good looking.

Keywords: *Indonesian, j-pop, like, reason, teenager*

PENDAHULUAN

Perkembangan *Japan pop culture* bukan hanya terjadi di Negara asalnya saja yaitu Jepang, namun juga di berbagai Negara di dunia, seperti kawasan Amerika, Eropa, tak terkecuali Asia. Dalam buku *Japan Pop! Inside the World of Japanese Popular Culture*, dicontohkan berbagai fenomena dalam lingkup animasi dan komik seperti dijadikannya *anime* dan *manga* (animasi dan komik Jepang) sebagai kosakata internasional ; kartun-kartun Jepang seperti *Astro Boy*, *Doraemon*, *Sailor Moon*, dan *Dragon Ball* yang menggantikan *Mickey Mouse* atau *Bugs Bunny* sebagai generasi baru tontonan anak-anak di Amerika dan Eropa ; menjamurnya *anime fan clubs* atau “*fanzines*” serta beragam website tentang *anime* yang mencapai angka hingga ratusan ; penerjemahan *manga* ke berbagai bahasa agar dapat dibaca di seluruh dunia.

Lingkup film seperti film *Akira* dan *Ghost in the Shell* yang mencapai angka penjualan hingga belasan milyar tiap tahunnya di *box office* internasional maupun penjualan CD nya; beberapa film Jepang yang mendapat award di *Cannes and Vienna Film Festival*.

Lingkup serial drama TV seperti minat yang tinggi atas drama TV Jepang di Asia, seperti Hong Kong yang dapat menjual hingga 50 CD dalam setiap satu serial tiap harinya untuk konsumen yang ingin sesegera mungkin menonton episode terakhir drama tersebut.

Lingkup musik dan dunia hiburan seperti penyanyi pop Hong Kong dan Cina yang mengcover atau membawakan ulang lagu-lagu hit pop Jepang ; *techno-pop sound* dari Tetsuya Komuro yang menjadi *sound track* film *Hollywood* ; Miwa Yoshida (vokalis hasil ajang pencarian bakat) yang menjadi cover majalah *Time* dan *girl-rock group* *Shonen Knifes* yang memiliki pengikut kuat di Amerika ; remaja Taiwan dan Hong Kong yang memakai pakaian mirip dengan *Japanese “idol” (teenagers singer)* dan artis televisi maupun yang ada di majalah *fashion* Jepang *Non-no* ; artis Jepang seperti Takuya Kimura dan Noriko Sakai yang memenuhi surat kabar lokal.

Lingkup *game* seperti populasi penikmat *Nintendo* dan *PlayStation* dari kalangan anak sekolah yang terbesar di Asia ; berkuasanya *Japan Video Game* seperti *Tekken*, *Final Fantasy* dan *Street Fighter* ; benda-benda seperti *Hello Kitty*, *Tamagotchi virtual pets*, atau mainan *Pokemon* yang hampir ada di setiap rumah di seluruh dunia.

Hingga fenomena berkembangnya musik Jepang, *manga*, serta majalah *fashion* secara sembunyi-sembunyi di Korea Selatan saat adanya gerakan anti-Jepang pada tahun 1910-1945. Serta penggantian unsur

nama dan tempat dalam terjemahan *manga Slam Dunk* di Korea dengan tujuan untuk meleagalkan persebaran komik tersebut. (Craig, 2000: 4-5)

Selain *anime*, *manga*, film, drama TV, *game*, dan *fashion*, daya tarik dan kepopuleran salah satu *genre* dari *Japan's popular music* yaitu pop atau yang lebih dikenal sebagai *J-Pop*, tak kalah menarik banyak pendengar.

Popular music mengambil pendengar dengan skala besar; dapat menetapkan pengarangnya; tersebar melalui media rekaman suara; periode penerimaannya relative singkat; dan bertujuan untuk memperoleh keuntungan. (Sugimoto, 2009:261)

Baik *Kayoukyoku* dan *J-Pop*, dapat dilihat bahwa di mana konsumennya dari anak muda atau remaja dan setengah tua (*middle-aged*) dan merupakan *genre* baru dalam *Japan's popular music*, yang terus-menerus dapat menyatukan elemen dari *Western music*. (Sugimoto, 2009: 274)

Indonesia juga tak luput dari perkembangan salah satu *genre* musik asal Jepang tersebut. Penyebaran *J-Pop* melalui *anime* seperti dalam serial *anime Bleach* seri ke-5 pada tahun 2000-an, yang menggunakan lagu karya salah satu penyanyi pop Jepang yaitu Yui, yang berjudul *Rolling Star* dan *Life* sebagai pembuka dan penutup serial *anime* tersebut. Melalui film *Taiyou no Uta*, lagu berjudul *Good Bye Days* dari Yui juga menjadi soundtrack nya.

“Pada awal tahun 2000-an, drama TV remaja dari Korea, Jepang, dan Taiwan seperti *Meteor Garden*, *Winter Sonata*, dan *Tokyo Love Story* memiliki peningkatan penggemar yang signifikan di Negara kita”. (Heryanto, 2008:93)

Selain *anime* dan *film*, persebaran *J-Pop* juga melalui drama TV Jepang *Tokyo Love Story*, dengan *sountrack* yang digunakan juga merupakan lagu pop berjudul *Love Story wa Totsuzen* ni karya penyanyi dan pencipta lagu pop asal Jepang Kazumasa Oda.

Adanya *idol group* yang mengusung musik pop seperti AKB48, juga merupakan salah satu penyebab lebih dikenalnya *J-Pop* di Indonesia. Popularitas *J-Pop* kian meningkat ketika pada tahun 2011 saat terbentuknya *sister group* dari AKB48 yang bernama JKT48.

Tak lama kemudian, mulailah bermunculan *boys band* maupun *girls band* di Indonesia seperti Smash, Cherrybelle, atau 7 Icon, yang berkonsep dan terinspirasi pula dari *boys and girls band* asal Korea seperti Super Junior maupun SNSD, dengan sebagian besar membawakan lagu pop, atau lebih dikenal dengan sebutan *K-Pop*.

Meskipun memiliki peminat yang sama yaitu kalangan remaja, namun munculnya *Korean wave* tersebut tidak seluruhnya mengambil alih dari *J-Pop fans*. Atau dapat dikatakan bahwa *J-Pop fans* tidak terpengaruh dengan adanya *K-Pop*.

Berdasar atas hal di atas, penulis ingin mengetahui alasan dari remaja menyukai *J-Pop*.

METODE PENELITIAN

Quantitative research is a means for testing objective theories by examining the relationship among variables. These variables, in turn, can be measured, typically on instruments, so that numbered data can be analyzed using statistical procedures. The final written report has a set structure consisting of introduction, literature and theory, methods, results, and discussion (Creswell, 2008).

Penelitian kuantitatif adalah teori pengujian objektif hubungan antar variabel. Variabel-variabel tersebut dapat diukur, dan memiliki ciri khas, jadi jumlah data dapat dianalisis menggunakan prosedur statistik. Penulisan laporan akhir terdiri dari pendahuluan, studi pustaka dan teori, metodologi, hasil dan pembahasan.

Metode yang digunakan penulis adalah dengan metode kuantitatif dengan pendekatan kebudayaan, melalui survei pada responden-responden yang telah ditentukan *rangeny*a. Kemudian, hasil survei tersebut dianalisis secara model deskriptif analitik, yaitu dengan membuat deskripsi dan interpretasi dari data yang diperoleh, sehingga mendapatkan kesimpulan atas permasalahan yang dibahas.

Sumber data yang digunakan oleh penulis yaitu berdasarkan hasil survei dengan menggunakan *google form*, melalui jejaring sosial *facebook* dan *twitter* dengan sasaran responden yaitu remaja Indonesia yang menyukai *J-Pop*, baik yang tergabung sebagai anggota dalam komunitas *J-Pop fans* maupun komunitas kebudayaan Jepang lainnya.

Survei tahap pertama dilakukan mulai tanggal 22 Maret 2014 hingga tanggal 27 Maret 2014, sebagai *sample survey* yang mendapatkan 165 responden. Kemudian dilakukan penambahan pertanyaan dalam survei sebagai langkah untuk mengetahui informasi yang diperlukan secara lebih detail. Survei tahap kedua dilakukan mulai tanggal 2 April 2014 sampai 14 April 2014, yang mendapatkan 150 responden.

Kriteria responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah responden dengan rentang umur 10-20 tahun, yang berstatus siswa SMP hingga SMA, baik yang tergabung dalam komunitas *J-Pop fans* maupun tidak, responden dengan intensitas sering dalam mendengarkan lagu-lagu *J-Pop* (yaitu antara 2-3 kali dalam seminggu hingga setiap hari), responden yang pernah membeli CD/DVD/kaset dari artis *J-Pop* atau *download* lagu-lagu *J-Pop* dari internet, serta responden dengan *playlist* lagu *J-Pop*.

Dalam penelitian ini, penulis hanya menganalisis berdasarkan data yang terkumpul dari hasil survei yang telah dilakukan, dan seluruhnya dianggap benar.

Langkah-langkah yang penulis lakukan untuk mengumpulkan data ialah sebagai berikut : Pembuatan kuesioner. Kuesioner yang telah siap tersebut mulai disebar ke berbagai responden, baik melalui jejaring sosial *facebook* maupun *twitter*. Setelah mendapatkan jumlah responden yang dirasa sudah mencukupi, kemudian penyebaran dan penerimaan responden dihentikan. Memilah data yang sudah terkumpul berdasarkan kriteria responden.

Proses analisis data yang digunakan untuk penelitian ini adalah : Melakukan pengelompokan data. Membuat deskripsi data berdasarkan masing-masing diagram. Menginterpretasikan masing-masing data dengan permasalahan. Membuat kesimpulan.

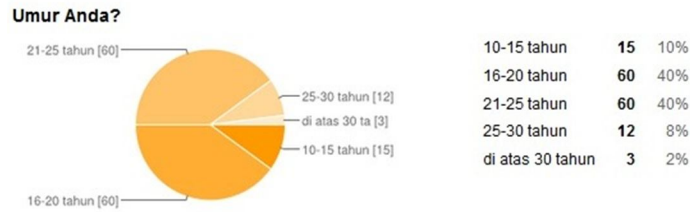
PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan sumber data dari survei yang dibuat melalui *google form*. Survei dilakukan dalam dua tahap. Dalam survei tahap pertama atau yang merupakan *sample survey*, dilakukan penyebaran melalui jejaring sosial *facebook* dan *twitter*, mulai tanggal 22 Maret 2014 hingga 27 Maret 2014, terbatas hanya pada akun komunitas penggemar musik *J-Pop* di Indonesia, seperti @HSJLounge (Fans Hey Say Jump), @inoarashi (Fans Arashi), @Fans48_SMG (Fans JKT48 Semarang) yang mendapatkan responden sebanyak 165 orang.

Survei tahap kedua dilakukan mulai tanggal 2 April 2014 sampai 14 April 2014, dengan penambahan beberapa pertanyaan berdasarkan hasil kesimpulan sementara dari survei tahap pertama. Penyebaran dilakukan melalui jejaring sosial *facebook* dan *twitter*, dengan daerah persebaran yang lebih luas, bukan hanya pada akun komunitas penggemar musik *J-Pop* saja seperti: @UHIndonesia (Fans Utada Hikaru), @HeySayJumpFans, I no Arashi (Fans Arashi). Namun juga ke beragam akun penggemar kebudayaan Jepang, seperti @jpopindonesia, @jloversindo, WAJMLI (We Are J-Music Lovers Indonesia), serta semua responden yang menyukai jejepangan di luar komunitas-komunitas yang ada, dan mendapatkan responden sebanyak 150 orang.

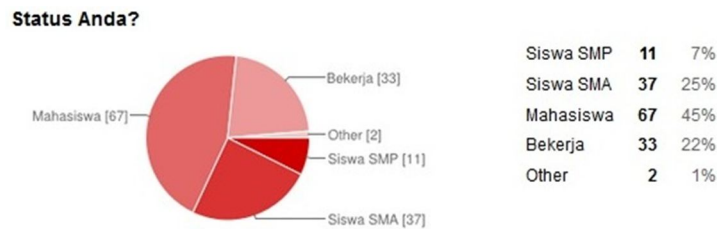
A. KRONOLOGI PENYARINGAN RESPONDEN

Responden yang digunakan adalah dari hasil survei tahap kedua, yaitu 150 responden. Dengan perolehan responden pada rentang umur seperti yang tertera dalam gambar di bawah ini



Gambar 1. Umur responden awal

Responden yang sesuai kriteria pertama adalah dari rentang umur 10-20 tahun, yaitu sebanyak 75 responden. Kemudian dipilah berdasarkan kriteria kedua, yaitu responden dengan status sebagai siswa SMP hingga SMA, mendapatkan 48 responden seperti pada gambar berikut



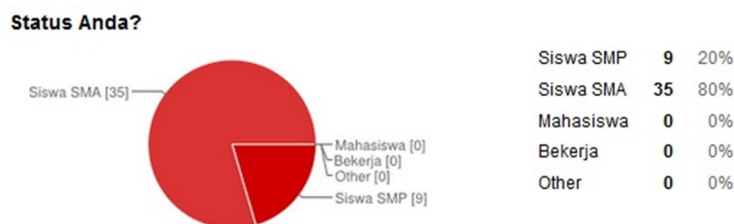
Gambar 2. Status responden

Responden siswa SMP sebanyak 11 orang, dan siswa SMA sebanyak 37 orang. Lalu dipilah lagi berdasarkan kriteria intensitas mendengarkan lagu *J-Pop* antara 2-3 kali dalam seminggu hingga setiap hari, sehingga mendapatkan responden yang menjawab setiap hari sebanyak 39 orang, 6 orang yang memilih intensitas 2-3 kali seminggu, serta jawaban lainnya yaitu 5-7 kali seminggu (1 orang), dan jawaban 3 kali sehari (2 orang).

Tahap selanjutnya yaitu penyaringan berdasarkan kriteria yang pernah membeli CD/DVD/kaset *J-Pop*, atau pernah *download* lagu *J-Pop* dari internet, ataupun responden dengan *playlist* lagu *J-Pop*. Didapatkan 4 responden yang tidak memenuhi kriteria, sehingga responden yang telah memenuhi seluruh kriteria sebanyak 44 orang.

B. IDENTITAS RESPONDEN

Untuk mengetahui identitas dari 44 responden tersebut, akan dijelaskan sebagai berikut

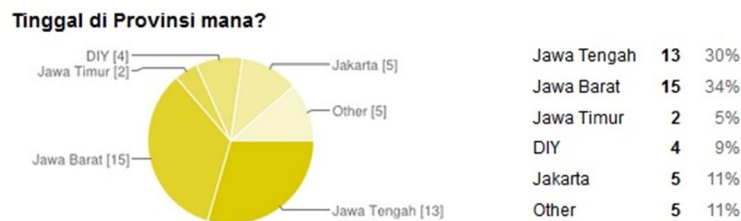


Gambar 3. Status

Kriteria responden adalah siswa SMP dan siswa SMA. Berdasarkan diagram di atas, terdapat siswa SMP sebanyak 9 orang dan siswa SMA 35 orang.

Dominasi responden yang berstatus sebagai siswa SMA, menunjukkan bahwa kalangan remaja SMA lebih banyak mengetahui tentang *pop culture*, dalam hal ini adalah *J-Pop*. Lingkup pergaulan yang sudah lebih luas daripada siswa SMP, serta dengan beragam informasi yang mereka dapatkan, baik dari teman, internet, maupun jejaring sosial, memungkinkan mereka untuk lebih banyak mengetahui hal-hal tentang *J-Pop*. Dalam penelitian ini dibuktikan melalui survei yang mendapatkan responden lebih banyak dari siswa SMA. Serta lebih banyak responden siswa SMA yang bergabung dalam komunitas *J-Pop*.

Jadi, dapat diketahui bahwa siswa SMA di Indonesia lebih mendominasi dalam hal menyukai *J-Pop*.



Gambar 4. Domisili

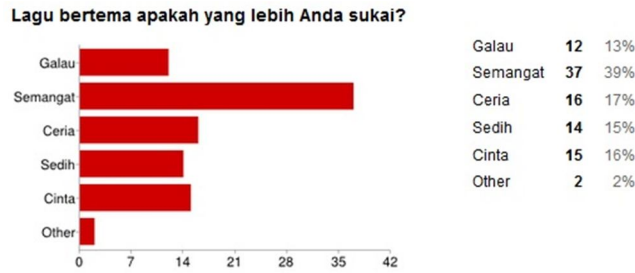
Dengan jumlah 44 responden yang sesuai dengan kriteria, dapat diketahui dari diagram domisili di atas, bahwa responden berasal dari Provinsi Jawa Tengah sebanyak 13 orang, Jawa Barat sebanyak 15 orang, Jawa Timur 2 orang, Daerah Istimewa Yogyakarta 4 orang, Provinsi DKI Jakarta 5 orang. Jawaban lainnya berasal dari Pulau Sumatra (Provinsi Lampung: 1 orang ; Sumatra Selatan: 1 orang), Provinsi Kalimantan Barat 1 orang, Provinsi Banten 1 orang, dan Provinsi Sulawesi Selatan sebanyak 1 orang.

Responden dengan domisili Jawa Barat menjadi yang paling banyak, disusul dengan Jawa Tengah yang selisihnya hanya 2 responden. Hal ini menunjukkan bahwa Jawa Barat dan Jawa Tengah menjadi wilayah dengan perkembangan *J-Pop* yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan provinsi lainnya. Perkembangan ini tentunya juga memicu pertumbuhan berbagai komunitas *J-Pop fans* maupun komunitas yang berbau jejepegan lainnya. Apabila beragam unsur jejepegan sudah mulai berkembang, bukan hanya komunitas, namun termasuk juga dunia kuliner serta *fashion*, tidak menutup kemungkinan akan terjadi perubahan minat remaja terhadap *pop culture* yang sudah ada sebelumnya, menjadi era *pop culture* Jepang.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa Provinsi Jawa Barat dan Jawa Tengah menjadi wilayah dengan remaja yang menyukai *J-Pop* paling tinggi.

C. LIRIK DAN LAGU *J-POP*

Berdasarkan tinjauan pustaka yang penulis gunakan, maka analisis yang digunakan juga berdasarkan karakteristik *pop idol* yang termasuk juga dalam *J-Pop*, yaitu lirik dan lagu yang dapat membuat semangat. Untuk mengetahui apakah responden menjadikan lirik lagu sebagai salah satu alasan mereka menyukai *J-Pop*, dibuatlah beberapa pertanyaan sebagai berikut



Gambar 5. Tema lagu

Responden memilih tema galau 12 orang (2 orang hanya memilih galau, 10 orang memilih galau beserta jawaban lain). Lagu bertema semangat sebanyak 37 orang (13 orang hanya memilih semangat, 24 orang memilih semangat beserta jawaban lain). Tema lagu ceria 16 orang (2 orang hanya memilih ceria, 14 orang memilih ceria beserta jawaban lain). Tema sedih 14 orang (2 orang hanya memilih sedih, 12 orang memilih sedih beserta jawaban lain). Tema cinta 15 orang (semua sudah termasuk dalam jawaban yang memilih disertai dengan jawaban lain). Serta jawaban lainnya sebanyak 2 orang, baik yang hanya memilih jawaban di luar pilihan, maupun yang termasuk dengan jawaban yang sudah tertera dalam pilihan.

Lagu bertema semangat mendapatkan peminat paling tinggi daripada yang lain, membuktikan bahwa karakteristik lagu *J-Pop* yang penuh dengan semangat untuk meraih mimpi, disukai oleh banyak responden. Dengan mendengarkan lagu yang bertema semangat, responden pun menjadi mendapatkan stimulus, sehingga dapat membangkitkan kembali semangat yang telah menurun.

Jadi, dapat diketahui bahwa lebih banyak responden yang menyukai lagu bertema semangat, yang sesuai dengan karakteristik lagu *J-Pop* yang penuh semangat untuk meraih cita-cita, mimpi dan harapan.



Gambar 6. Jenis lagu

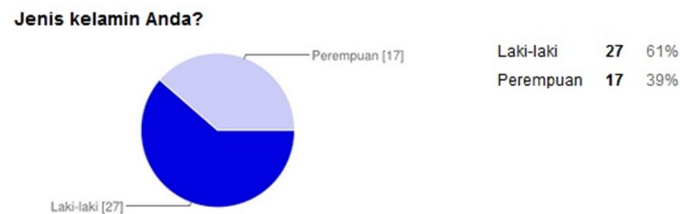
Lagu yang dapat membuat semangat mendapatkan responden sebanyak 36 orang (17 orang hanya memilih membuat semangat, 19 orang memilih membuat semangat beserta jawaban lain). Lagu yang membuat ceria 18 orang (5 orang hanya memilih ceria, 13 orang memilih membuat ceria beserta jawaban lain). Responden memilih lagu yang membuat galau 9 orang (1 orang hanya memilih galau, 8 orang memilih galau beserta jawaban lain). Lagu yang membuat sedih 15 orang (2 orang hanya memilih sedih, 13 orang memilih sedih beserta jawaban lain).

Sebagian besar responden juga menyatakan bahwa mereka lebih sering mendengarkan lagu-lagu yang dapat membuat mereka semangat. Hal ini menunjukkan, jika pilihan yang baik saat dalam kondisi pikiran penat bagi mereka adalah mendengarkan lagu. Karena mereka merasa yakin, semangat dapat muncul kembali dengan mendengarkan lagu.

Jadi, dapat disimpulkan jika responden lebih sering mendengarkan lagu yang dapat membangkitkan semangat, sesuai dengan karakteristik lagu *J-Pop* yang penuh usaha serta semangat dalam meraih cita-cita.

D. PENAMPILAN FISIK

Berdasarkan tinjauan pustaka yang penulis gunakan, maka analisis yang digunakan juga berdasarkan karakteristik *pop idol* yang termasuk juga dalam *J-Pop*, yaitu penampilan fisik yang menarik. Untuk mengetahui apakah responden menjadikan penampilan fisik sebagai salah satu alasan mereka menyukai *J-Pop*, dibuatlah beberapa pertanyaan sebagai berikut



Gambar 7. Jenis kelamin

Jumlah total responden adalah 44 orang, yang terdiri dari 27 orang laki-laki dan 17 orang perempuan.

Responden laki-laki lebih mendominasi. Hal ini menunjukkan jika keberagaman artis *J-Pop* yang lebih didominasi oleh artis *J-Pop* perempuan, lebih banyak menarik minat responden laki-laki daripada perempuan.

Jadi, dapat diketahui bahwa responden laki-laki lebih banyak yang menyukai *J-Pop*, daripada responden perempuan.

Untuk mengidentifikasi apakah responden laki-laki dan perempuan menyukai *J-Pop* karena faktor penampilan fisik dari artis *J-Pop* tersebut, penulis mencoba membuat beberapa pertanyaan tentang fisik, seperti warna kulit, jenis potongan rambut, serta Negara asal seseorang. Kemudian akan dianalisis, dan apabila mendekati karakteristik dari gambaran sebagian besar artis *J-Pop*, maka faktor penampilan fisik termasuk sebagai alasan responden untuk menyukai *J-Pop*.



Gambar 8. Warna kulit perempuan yang disukai oleh laki-laki

Responden yang memilih warna kulit putih sebanyak 21 orang, warna kulit kuning langsung 5 orang, dan 1 orang menjawab tergantung suasana hati.

Lebih banyak responden laki-laki yang memilih warna kulit putih, dapat menunjukkan bahwa mereka menyukai perempuan, seperti yang digambarkan oleh kebanyakan artis perempuan, yaitu berkulit putih cerah, yang dapat menarik minat responden laki-laki. Sebagian besar artis *J-Pop* perempuan juga memiliki warna kulit putih, sehingga dapat dikatakan jika responden laki-laki menyukai *J-Pop*, karena penampilan fisik yang menarik, dalam hal ini warna kulit yang putih atau cerah.

Jadi, dapat diketahui bahwa responden laki-laki lebih menyukai perempuan dengan warna kulit putih.



Gambar 9. Warna kulit laki-laki yang disukai responden perempuan

Responden yang memilih warna kulit putih sebanyak 11 orang, warna kulit kuning langsung 4 orang, dan 2 orang menjawab sawo matang dan tergantung suasana hati.

Lebih banyak responden perempuan yang memilih warna kulit putih, dapat menunjukkan bahwa penggambaran oleh dunia *entertainment*, yang banyak memunculkan artis laki-laki dengan kulit putih cerah, dapat menarik lebih banyak minat responden perempuan. Sebagian besar artis *J-Pop* laki-laki juga memiliki warna kulit putih, sehingga dapat dikatakan jika responden perempuan menyukai *J-Pop*, karena penampilan fisik yang menarik, dalam hal ini warna kulit yang putih atau cerah.

Jadi, dapat diketahui bahwa responden perempuan lebih menyukai laki-laki dengan warna kulit putih.

Berdasarkan identifikasi di atas, faktor penampilan fisik (dalam hal ini warna kulit), menjadi salah satu alasan responden menyukai *J-Pop*, karena kulit putih cerah kebanyakan dimiliki oleh artis *J-Pop* yang mereka sukai.

E. KOSTUM

Responden laki-laki diberikan pertanyaan tentang jenis pakaian perempuan seperti apa yang mereka sukai, untuk mengidentifikasi apakah responden laki-laki menyukai *J-Pop* karena faktor kostum atau pakaian dari artis *J-Pop* tersebut.



Gambar 10. Jenis pakaian perempuan yang disukai responden laki-laki

Responden yang memilih pakaian serba panjang dan tertutup sebanyak 3 orang (1 orang hanya memilih panjang, 2 orang memilih panjang serta jawaban lainnya). Bawahan rok dipilih oleh 12 orang (4 orang hanya memilih rok, 8 orang memilih rok beserta jawaban lain). Celana *jeans* dan kaos diminati oleh 9 orang (4 orang hanya memilih jeans dan kaos, 5 orang memilih *jeans* dan kaos disertai dengan jawaban lain). Pakaian feminin

menjadi paling banyak yaitu 14 orang (6 orang hanya memilih feminim, 8 orang memilih feminim beserta jawaban lain). Serta 2 orang menjawab pilihan lainnya.

Dominasi pakaian feminim, menunjukkan jika responden laki-laki menilai perempuan dengan pakaian feminim tersebut, lebih dapat memperlihatkan sisi kecantikannya, lebih menarik saat dipandang, dan dinilai sebagai perempuan cantik yang sesungguhnya. Sehingga dapat menarik perhatian responden laki-laki. Sama halnya dengan yang sebagian besar tergambar dalam artis *J-Pop*.

Jadi, dapat diketahui bahwa jenis pakaian feminim lebih disukai responden laki-laki, serta menunjukkan salah satu alasan responden laki-laki menyukai *J-Pop* adalah kostum feminim yang banyak digunakan juga oleh artis *J-Pop* perempuan.



Gambar 11. Jenis pakaian laki-laki yang disukai responden perempuan

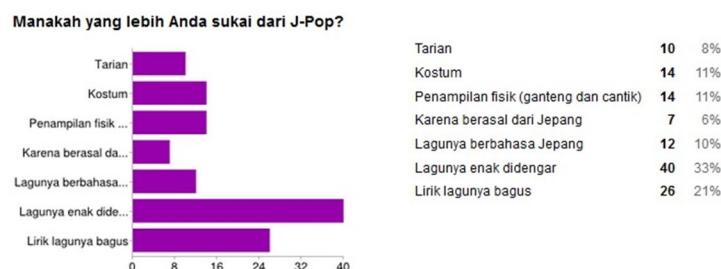
Responden yang memilih pakaian celana *jeans* dan kaos sebanyak 13 orang (8 orang hanya memilih celana *jeans* dan kaos, 5 orang memilih celana *jeans* dan kaos serta jawaban lainnya). Kemeja rapi dipilih oleh 5 orang (sudah disertai dengan jawaban lain). Kostum yang tidak biasa dipilih oleh 2 orang (1 orang hanya memilih kostum yang tidak biasa, 1 orang memilih kostum yang tidak biasa disertai dengan jawaban lain). Responden memilih selalu mengikuti tren *fashion* sebanyak 4 orang (1 orang hanya memilih mengikuti tren *fashion*, 3 orang memilih mengikuti tren *fashion* disertai dengan jawaban lain). Serta 1 orang menjawab pilihan lainnya.

Peminat terbanyak terdapat pada pilihan celana *jeans* dan kaos. Hal ini dapat menunjukkan bahwa dalam pandangan perempuan, laki-laki tidak perlu memakai pakaian yang terlalu berlebihan. Cukup dengan celana *jeans* dan kaos yang simpel tersebut, justru yang lebih menarik minat dari responden perempuan. Karena dalam pikiran perempuan, cukup pakaian perempuan saja yang beragam, sedangkan untuk laki-laki cukup dengan yang sederhana.

Jenis pakaian untuk laki-laki adalah berupa celana *jeans* dan kaos, yang ditunjukkan dengan peminat paling tinggi, dapat menunjukkan bahwa faktor kostum bukan merupakan alasan mendasar responden perempuan menyukai *J-Pop*, karena secara umum kostum yang digunakan artis *J-Pop* laki-laki adalah kostum *dandy-ish*, seperti menggunakan kemeja rapi.

F. ALASAN

Untuk mengetahui alasan apa saja yang menyebabkan responden remaja menyukai *J-Pop*, diagram berikut menggambarkan penilaian responden secara langsung



Gambar 12. alasan menyukai *J-Pop*

Responden yang memilih tarian sebanyak 10 orang (sudah disertai dengan jawaban lain). Kostum dipilih oleh 14 orang (sudah disertai dengan jawaban lain). Penampilan fisik dipilih oleh 14 orang (sudah disertai dengan jawaban lain). Responden memilih berasal dari Jepang sebanyak 7 orang (1 orang hanya memilih berasal dari Jepang, 6 orang memilih berasal dari Jepang serta jawaban lainnya). Responden yang memilih lagu berbahasa Jepang sebanyak 12 orang (sudah disertai dengan jawaban lain). Lagu yang enak didengar dipilih oleh paling banyak responden, sebanyak 40 orang (10 orang hanya memilih lagu yang enak didengar, 30 orang memilih lagu yang enak didengar serta jawaban lainnya). Lirik lagu yang bagus dipilih oleh responden sebanyak 26 orang (2 orang hanya memilih Lirik lagu yang bagus, 24 orang memilih Lirik lagu yang bagus serta jawaban lainnya).

Dominasi responden yang memilih lagu enak didengar sebagai alasan mereka menyukai *J-Pop*, menunjukkan bahwa kenyamanan dalam mendengarkan sebuah lagu merupakan hal yang paling mendasar dari responden untuk menyukai sebuah lagu (baik untuk yang mengerti bahasa Jepang maupun yang tidak). Lirik yang dapat memberikan makna mendalam, hingga dapat membangkitkan kembali semangat para pendengarnya, menjadi faktor pendukung selanjutnya (khususnya bagi responden yang mengerti bahasa Jepang). Sedangkan penampilan fisik serta kostum dari seorang artis, merupakan faktor tambahan yang memberikan sentuhan akhir atas lagu-lagu yang mereka nyanyikan. Sementara itu, bahasa Jepang yang digunakan dalam lagu-lagu *J-Pop*, serta Negara Jepang sebagai asal *pop culture* tersebut, bukan merupakan alasan utama dari responden untuk menyukai *J-Pop*.

G. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan, dapat disimpulkan bahwa alasan utama *J-Pop* disukai oleh remaja di Indonesia, dengan rentang usia 10-20 tahun, berstatus siswa SMP hingga siswa SMA, yang sebagian besar berdomisili di Jawa Barat dan Jawa Tengah, dan sebagian besar sedang bergabung dalam sebuah komunitas penggemar *J-Pop* adalah

1. Lagu yang enak didengar dan lirik lagu yang bagus

Para penikmat musik Jepang ini mengaku tertarik minatnya saat mendengarkan lagu-lagu *J-Pop*. Didukung dengan makna dalam lirik lagu yang dapat membangkitkan semangat para pendengarnya. Persentase tinggi yang didapatkan dalam survei menyatakan bahwa lagu-lagu *J-Pop* enak untuk didengarkan, dan lirik lagunya yang bagus menurut responden membuat lagu dan lirik lagu sebagai alasan yang paling mendasar bagi responden untuk menyukai sebuah lagu.

2. Penampilan fisik

Penampilan fisik juga menjadi faktor lain responden menyukai *J-Pop*. Penampilan fisik seperti warna kulit yang putih atau cerah, rambut lurus dan panjang untuk artis *J-Pop* perempuan, rambut lurus dengan sentuhan poni untuk artis *J-Pop* laki-laki, serta artis *J-Pop* asal Negara Asia, juga merupakan faktor lain yang dapat menarik minat para responden untuk menyukai *J-Pop*.

DAFTAR PUSTAKA

- Allen, Matthew dan Rumi Sakamoto. (2006). *Popular Culture, Globalization and Japan*. Routledge.
- Allison, Anne. (2006). *The Japan Fad in Global Youth Culture and Millennial Capitalism*. <http://muse.jhu.edu> [diakses pada 6 Oktober 2014].
- Ariel, Heryanto. (2008). *Popular Culture in Indonesia Fluid Identities in Post- authoritarian Politics*. Routledge.
- Craig, Timothy J. (2000). *Japan Pop! Inside the World of Japanese Popular Culture*. United States of America: An East Gate Book.
- Creswell, John W. (2009). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approaches*. (edisi ketiga). Sage.

- Edria, Sandika. (2010). *Dinamika Konsumsi dan Budaya Penggemar Komunitas Tokusatsu Indonesia*. Skripsi pada FIB UI Jakarta. <http://lib.ui.ac.id> [diakses pada 28 Mei 2014].
- Ozaki, Yuuji. (2013). *About "Educational Contents" by the J-Pop in the music Learning of the High School*. <http://ci.nii.ac.jp/naid/120005265708> [diakses pada 4 Maret 2014].
- Rissa, Maharani. (2014). *Makna Seksualitas Bagi Tokoh Murid SMA di Jepang Studi Kasus Dalam Drama Gakkou Ja Oshierarenai*. Skripsi pada FIB Universitas Dian Nuswantoro Semarang: tidak diterbitkan.
- Storey, John. (2011). *Cultural Theory and Popular Culture An Introduction*. (edisi kelima). Pearson Longman: University of Sunderland.
- Sugimoto, Yoshio. (2009). *The Cambridge Companion to Modern Japanese Culture*. Cambridge University Press.
- Sumita, Ushio, Kazuki Takahashi, dan Jun Yoshii. (2011). *Analysis of Brand Characteristics of Music Artists in the Pop CD Market: Case of Japan*. The Operations Research Society of Japan. University of Tsukuba. <http://ci.nii.ac.jp/naid/110008752055> [diakses pada 4 Maret 2014].
- Yoneda, Ryo dan Masashi Yamada. (2013). *A Multi Dimensional Study of the Motion in Current Japanese Popular Music*. The Acoustical Society of Japan. <http://ci.nii.ac.jp/naid/130003360942> [diakses pada 4 Maret 2014].