

SUBCULTURE CAREER AS AN ALTERNATIVE TO JAPANOPHILIA OR WEEABOO (WIBU) YOGYAKARTA OTSURU COMMUNITY

Oky Wardana¹

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Widya Mataram, KT III/237, Jalan Dalem Mangkubumen, Kadipaten, Kecamatan Kraton, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55132

E-mail: okyw195@gmail.com

ARTICLE INFO:

Submitted:
3 Januari 2023
Revised:
27 January 2023
Accepted:
28 March 2023
Available Online:
31 March 2023

ABSTRACT:

Japanophilia or weeaboo (Wibu) are people who like Japanese. Japanophilia is different from weeaboo. Wibu is synonymous with the word no life or the slang language is nolep. Negative stigma is attached to the person with the title of weather and is also often considered strange. Even though this weeaboo is no different at all from individuals or other groups. Therefore, researchers are interested in researching this Wednesday using qualitative methods with interview, observation, and participation techniques as well as data triangulation. The results of this study indicate that, basically, weeaboo are the same as other groups or individuals, but what makes them look bad in the public eye is the negative stigma attached to the word "weeaboo". In fact, if you look at them, they just need space to express their potential and preferences.

Keywords: Subculture, Weeaboo, Stigma, Community, Japanophilia

INTRODUCTION

Teknologi merupakan suatu hal yang tak terhindarkan pada era ini, era globalisasi biasa orang menyebutnya. Pada era ini semua kalangan dituntut harus bisa menggunakan teknologi, bahkan orang yang sudah berumur-pun mau tidak mau harus bisa. Karena pada zaman ini semua yang ingin kita ketahui ada di teknologi atau disebut media, media sosial lebih tepatnya. Perkembangan teknologi ini juga banyak menciptakan budaya – budaya baru yang bertolak belakang atau alternatif dengan culture yang sudah ada (subculture). Chris Barker (2000), bahwa yang dimaksud dengan subkultur adalah: “Sekelompok orang yang diberi label dan sama-sama memiliki nilai dan norma yang khas yang diyakini berbeda dengan masyarakat mainstream atau masyarakat dominan. Japanophilia/ weeaboo atau yang lebih biasa disebut dengan wibu salah satu contohnya. Wibu sendiri ini kebanyakan dikenal sebagai orang yang bersifat pemalas, susah bersosialisasi, dan tidak menyukai kenyataan.

Japanophilia dan weeaboo atau wibu ini juga memiliki perbedaan. Japanophilia merupakan orang – orang yang memiliki ketertarikan atau menyukai budaya jepang sedangkan wibu ini hanya sekedar menyukai atau mengikuti trend budaya yang sedang populer saja. Menurut Brake (dalam Barker, 2009:343), terdapat lima fungsi yang dapat dimainkan subkultur bagi para anggotanya, yaitu: 1) Menyediakan suatu solusi ajaib atas berbagai masalah sosial-ekonomi dan structural, 2) Menawarkan suatu bentuk identitas kolektif yang berbeda dari sekolah dan kerja, 3) Memperoleh suatu ruang bagi pengalaman dan gambaran alternatif realitas sosial, 4) Menyediakan berbagai aktivitas hiburan bermakna yang bertentangan dengan sekolah dan kerja, dan 5) Melengkapi solusi bagi dilema identitas eksistensial.

Kata wibu ini seringkali berkonotasi negatif bagi penyandang gelarnya dikarenakan kata ini sering digunakan untuk mengejek orang yang menyukai anime ataupun jejepegan. Namun ada juga orang yang hanya suka menonton anime dan tidak mau disebut wibu sehingga menimbulkan subculture baru lagi atau lebih tepatnya alternatif yang bernama anime lovers. Entah kenapa mereka tidak mau disebut wibu karena hanya nonton anime kesukaannya, atautkah mereka malu karena konotasi negatif dari wibu tadi? Ataupun adakah pandangan yang berbeda dari anime lovers ini? yang jelas hal itu tidak akan dibahas pada artikel ini karena artikel ini hanya berfokus kepada penyandang gelar wibu saja yang tidak malu mengakui bahwa itu mereka. Kasus disekitar kita tentang wibu itu dikucilkan, dibully, dan tidak dipandang ada, bahkan dilingkungan kita sekalipun pasti ada. Biasanya wibu-wibu yang seperti ini adalah jenis wibu yang kurang aktif atau bisa dikatakan pasif yang butuh didukung. Contohnya di lingkungan sekolah, pasti ada orang yang menyukai anime atau wibu tadi namun ada yang aktif dan yang pasif.

Yang menjadi masalah adalah wibu yang susah berkomunikasi ini atau yang pasif. Mereka tidak akan memulai suatu percakapan terlebih dahulu dikarenakan sesuatu hal yang melatar belakanginya. Jika wibu yang aktif jelas tidak akan terlalu bermasalah baginya karena dia sudah menerima dirinya. Wibu yang pasif cenderung tidak bisa bersosialisasi kepada orang lain dalam artian tidak memiliki hobi yang sama yang dimana itu menimbulkan masalah-masalah sosial bagi dirinya. Yang paling disayangkan dari wibu pasif ini adalah dia tidak bisa mengekspresikan potensi dirinya didepan publik. Dan akhirnya dia mencari orang hingga komunitas yang dia rasa bisa menerimanya.

Ada beberapa komunitas besar wibu di Jogja yaitu diantaranya ada Atsuki Yogyakarta, ANOMAN Yogyakarta, Yogyakarta Itasha Community, dan lain sebagainya. Komunitas-komunitas inilah yang seringkali menciptakan ruang bagi para wibu ini seperti mengadakan kegiatan seperti; cosplay, j-sing, coswalk dan lainnya. Hal-hal seperti itulah yang sangat ditunggu bagi para wibu bahkan sampai ada yang rela meninggalkan sekolahnya demi mengikuti event. Kegiatan-kegiatan ini merupakan hal yang sangat berarti

bagi para wibu, meskipun dianggap kebanyakan orang sebagai kegiatan tidak jelas. Pada dasarnya wibu ini sebenarnya sama saja seperti kelompok maupun individu lainnya yang menyukai sesuatu namun hanya saja karena stigma yang timbul pada wibu ini melekat hingga sekarang dan berdampak sangat buruk kepada kebanyakan penyandang gelar wibu ini.

Mahendra dan Lidya (2021) Label tersebut tidak terlalu berpengaruh pada kegiatan sehari-hari maupun prestasi siswa terlabel, namun label tersebut kadang terdengar mengganggu apabila siswa yang lain memanggil siswa terlabel ini dengan sebutan wibu tersebut. Kalimat tersebut merupakan hasil dari penelitian Mahendra dan Lidya pada tahun 2021 dengan judul “Labelling terhadap Siswa MAN 2 Kota Malang sebagai Penikmat Budaya Populer Jepang”. Kata – kata “tidak terlalu” itulah yang menjadi perhatian penulis untuk melihat seberapa besarkah pengaruh stigma tersebut pada pelabelan wibu. Lalu yang menjadi fokus dari artikel ini yaitu bagaimana sebuah komunitas dapat menjadi alternatif karir subkultur bagi wibu?

RESEARCH METHODS

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kualitatif dengan teknik wawancara, observasi, dan partisipasi serta triangulasi data. Keempat teknik ini dilakukan untuk mengetahui sekaligus merasakan apa yang dirasakan subjek ketika “menjadi” sekaligus melihat dari sudut pandang luar maupun dalam. Observasi berfungsi untuk mengecek keadaan ketika berada didalam dan diluar lapangan. Wawancara berfungsi untuk mengetahui apa yang dirasakan subjek ketika “menjadi”. Dan yang terakhir partisipasi berfungsi untuk mendalami apa yang subjek kerjakan di lapangan dan sekaligus “menjadi” sehingga mendapatkan pandangan yang lebih spesifik. Penulis bersama 2 orang dari komunitas wibu yang bernama Otsuru. Mereka berdua bukan hanya menyukai budaya Jepang yang sedang populer saja tetapi orang yang bisa disebut japanophilia. Jenis sumber data digunakan terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari pengamatan lewat following atau mengikuti subjek pada beberapa kegiatan untuk menggali data mengenai 3 aspek yaitu medium, isu, dan subjek itu sendiri. Sehingga akan lebih pas jika menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologi oleh Little John dan Foss, merupakan metode untuk menjelaskan fenomena dalam kemurniannya, mengacu pada sebuah benda, kejadian atau kondisi. Penulis menyusun kerangka berpikir sebagai berikut:

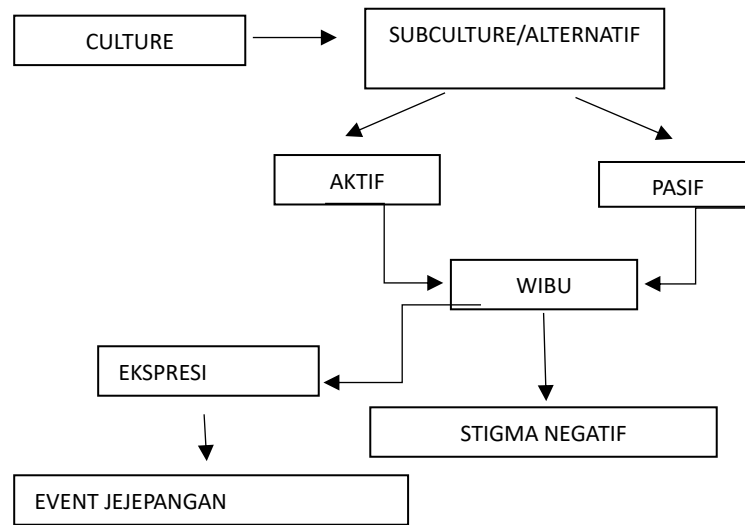


Figure 1. Kerangka Berpikir Peneliti

Source: Disusun oleh peneliti

Kerangka untuk mempermudah cara berpikir dan analisis yang ditujukan kepada para pembaca, dimana kerangka teori ini berisikan landasan-landasan teori yang berkaitan dengan variabel-variabel yang diteliti. Arikunto (2006) mengatakan, bahwa kerangka teori merupakan wadah yang menerangkan variabel atau pokok permasalahan yang terkandung dalam penelitian, begitu juga kerangka pemikiran yang disusun penulis dalam hal ini tentu diharapkan dapat membantu proses analisis. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Peneliti menganalisis hasil wawancara dan observasi dengan mendeskripsikannya dan mengkaitkan dengan teori-teori dan literatur ilmiah.

RESULTS OF RESEARCH AND DISCUSSION

Dalam riset ini, penulis menemukan adanya kecenderungan obsesi yang dilakukan oleh para wibu. Obsesi ini merupakan kata yang tepat untuk melambungkan seseorang yang menyukai sesuatu secara berlebihan seperti wibu ini. Kebanyakan dari mereka menyukai karakter dari anime secara berlebihan sehingga meninggalkan suatu kewajiban demi hal tersebut. Sekolah salah satu contohnya, ada banyak wibu yang melakukan hal-hal tersebut demi kesenangannya seperti teman saya yang ikut dalam komunitas otsuru ini, sebut saja hafiz dan pram. Mereka berdua bisa dikatakan sebagai wibu yang akut karena mereka sangat terobsesi dengan karakter-karakter anime dan memerankannya dalam bentuk fashion (cosplay).

Pada awalnya penulis hanya ingin melakukan wawancara kepada Hafiz (salah satu informan) mengenai wibu ini, lalu ketika sampai dirumahnya saya diajak untuk ikut kopdar di salah satu café bersama komunitasnya secara mendadak untuk mendapatkan data lebih dari satu orang serta akhirnya

menggunakan konsep triangulasi data. Sesampainya disana penulis melakukan observasi terhadap perilaku Hafiz sambil melakukan wawancara. Hasil pengamatan peneliti menunjukkan bahwa Hafiz sebagai wibu memiliki kebiasaan berdiam diri, sibuk bermain gadget, dan *freak* atau bahasa zaman sekarang itu prik (tergila-gila). Dalam sesi wawancara yang dilakukan di cafe ini suasana terasa begitu individualis, sebab para informan yang hadir lebih banyak asik dengan perangkat masing-masing untuk bermain game anime. Dari 7 orang wibu yang hadir disana hanya 1-2 yang banyak memberikan respon terbuka dan positif, yakni Hafiz dan Pram.

Sesi wawancara dilakukan dengan santai dan menggunakan bahasa sehari-hari. Bahkan saat berbincang dengan para wibu, mereka dapat berkomunikasi dan berbincang mengenai permasalahan kehidupan sosial manusia pada umumnya dengan lancar. Namun terlihat ada kecenderungan bahwa para wibu tersebut memang akan memberikan respon yang lebih semangat saat memperbincangkan sesuatu yang mereka sukai. Seperti salah satu contohnya saat peneliti sedang berbicara dengan Pram, para wibu lain justru asik mengobrol membahas sesuatu yang saya tidak ketahui dan terlihat sangat asik bagi mereka. Mereka asik mengobrol membahas sesuatu yang saya tidak ketahui dan terlihat sangat asik bagi mereka. Sehingga dalam observasi ini peneliti juga merasa bahwa adanya perbedaan perilaku terhadap orang lain (di luar kelompok wibu).

Hal lain yang ditemukan oleh peneliti adalah, bahwa tempat dan lokasi juga mempengaruhi para wibu ini berperilaku. Seperti dalam wawancara dengan Pram, ia menyebutkan bahwa "*hal yang kamu cari karena jika hanya mencari data dari kopdar ini tidaklah efektif*". Sehingga Pram memberikan saran bahwa jika ingin melihat wibu yang lebih dalam dan detail adalah dengan datang ke kegiatan-kegiatan yang biasa disebut event wibu. Pram dan teman-temannya pun lalu mengajak peneliti untuk bergabung di event wibu pada hari berikutnya.



Figure 2. Peneliti (kanan) bersama salah satu cosplayer (kiri)

Source: Dokumen pribadi peneliti.

Pada tanggal 23 oktober 2022 di Solo, peneliti bersama dengan Pram datang ke event wibu untuk mengamati interaksi dan proses komunikasi para wibu secara langsung. Event ini juga diselenggarakan oleh salah satu komunitas wibu yang bernama nejikomo yang eventnya bernama nejifest. Dari pengamatan peneliti ditemukan fakta bahwa para wibu inilah yang justru mengklaim bahwa diri mereka sebagai wibu, dan mereka pun tidak malu untuk mengakuinya didepan umum. Bahkan Hafiz (salah satu informan) sebagai wibu dia mengakui bahwa dia adalah manusia yang prik. Hafiz mengatakan temannya juga prik namun dirinya juga prik. Dalam hal ini penulis menemukan pemahaman baru bahwasanya istilah prik itu memiliki tingkatan atau level.

Banyak penggemar anime, cosplay, dan jepeng turut hadir di event wibu ini. Seperti halnya Hafiz dan Pram yang mengcosplay diri mereka menjadi karakter anime Jepang. Dalam event ini juga terdapat fasilitas tempat ganti dan berdandan agar para penggemar jepeng dapat mengkonstruksi dirinya dengan nyaman menggunakan asesoris dan make up tertentu. Peneliti pun mengamati adanya sebuah proses pembentukan citra diri para wibu sebagai sebuah budaya subkultur, dimana kostum bertemakan cross-dress serta bermake-up tersebut mampu mentransformasi diri manusia menjadi identitas lain secara visual. Namun, ada hal-hal tertentu yang tetap menjadi esensi sebagai manusia yang tidak berubah, yakni tentang bagaimana mereka melakukan komunikasi secara verbal dan etika sosial soal toleransi yang selalu mereka junjung.



Figure 3. Foto bersama para wibu dan cosplayer di event wibu Solo.

Source: Dokumen pribadi peneliti.

Toleransi dan rasa saling menghargai tersebut terlihat pada saat lomba j-sing. Banyak peserta yang turut menyanyikan lagu yang berbeda-beda dan tentunya dengan gaya yang berbeda-beda pula. Bahkan ada juga lagu pemersatu yang dapat membuat para wibu ini kompak dan secara spontan semua orang ikut bernyanyi termasuk saya tanpa memikirkan stigma negatif, bahwa saya menyanyikan lagu wibu. Biasanya lagu-lagu yang dibawakan adalah lagu dalam anime yang populer, seperti Doraemon. Dalam acara ini juga dapat dilihat adanya sebuah pola dimana para wibu dan cosplayer sangat ramah apabila diajak berfoto bersama. Hafiz yang bercross-dressing juga banyak yang meminati untuk diajak foto bersama, begitu juga dengan pram dan cosplayer lainnya. Peneliti juga menemukan fakta bahwa baik bagi yang menyukai dan yang tidak menyukai wibu tidak harus dari golongan penyuka dan tidak serta tidak hanya untuk wibu melainkan yang lainnya juga (berkonteks umum). Hal yang membuat kagum peneliti adalah, bahwa Hafiz dan Pram dapat menunjukkan profesionalitas mereka sebagai wibu, dalam artian – bahwa mereka dapat menjiwai karakter cosplay yang mereka pilih dengan semangat dan senang. Sehingga mampu menyebarkan energi dan suasana gembira bagi orang-orang di sekelilingnya.

Berdasarkan pengamatan dan wawancara, peneliti menemukan fakta bahwa acara-acara wibu ini biasanya justru banyak dibuat dan disponsori oleh perusahaan besar. Hal ini tentu dapat menjadi sebuah upaya untuk memberikan wadah atau ruang kepada pecinta Jepang ini. Satu sisi juga, sebagaimana yang dijelaskan oleh Hafiz, “hal ini untuk promosi, karena pasarnya yang jelas dan tujuannya pasti dan yang paling gampang mencari sponsor untuk acara seperti ini adalah di Jabodetabek.”

CONCLUSION

Berdasarkan dari hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa Dari pada dasarnya wibu ini sama seperti kelompok maupun individu lainnya, namun hanya saja yang membuat mereka

tampak buruk di mata umum adalah stigma negatif yang melekat pada kata “wibu”. Padahal jika dilihat mereka hanya saja butuh ruang untuk mengekspresikan potensi dan kesukaan mereka. Sekali lagi saya katakan bahwa perilaku wibu ini sama dengan perilaku manusia pada umumnya tidak ada bedanya. Banyak sekali diluar sana wibu – wibu yang memiliki nama, dalam artian mempunyai kuasa dan mereka tidak malu menyandang gelar itu, bahkan industri kreatif pun banyak yang mencari orang – orang seperti ini. Oleh karena itu, singkirkanlah stigma – stigma negatif terhadap wibu ini agar semua bisa saling mengerti satu sama lain. Untuk tindak lanjut dari penelitian ini adalah diharapkan mengetahui waktu luang yang dimanfaatkan sebagai sesuatu yang bisa menghasilkan dari subkultur ini dan tentunya bermanfaat bagi orang banyak dan dirinya pribadi.

REFERENCES

- Afiuddin, M. C. (2019). FENOMENA GAYA HIDUP REMAJA WIBU PADA BUDAYA POPULER JEPANG MELALUI ANIME DAN FASHION.
- Kurniasih, W. (2021). Apa itu wibu? Kenapa seseorang dijuluki wibu. Gramedia Blog.
- Vania P. Hanjani, A. M. (2019). Korean Pop sebagai Identitas Subkultur iKONIC. Jurnal Ilmiah Kajian Antropologi.
- Pramiswara, I. G. (2020). KOMUNIKASI NONVERBAL GAYA BERPAKAIAN (STYLE) DALAM SUBKULTUR PUNK
- Mahendra, L. R. (2021). Labelling terhadap Siswa MAN 2 Kota Malang sebagai Penikmat Budaya Populer Jepang
- Sakinah Biinzilla Yulia, M. S. (2021). Perilaku Komunikasi Otaku dalam Interaksi Sosial (Studi Fenomenologi Pada Anggota Komunitas Jepang Soshonbu Bandung). JURNAL KOMUNIKASI, 191-200.
- Azuma, Hiroki. (2009). Otaku Japan’s Database Animals. Minneapolis: University of Minnesota
- Moleong, L.J. (2014). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.