

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

*Karaoke* (カラオケ) berasal dari Jepang yang keberadaannya sudah mendunia, bahkan istilah *karaoke* (カラオケ) sudah tercantum dalam kamus bahasa Inggris Oxford. *Karaoke* (カラオケ) terdiri dari dua kata, yaitu *kara* dari kata *karappo* yang berarti kosong, dan *oke* singkatan dari *okesutora* yang berarti orkestra. *Karaoke* (カラオケ) adalah alat musik yang hanya terdiri dari melodi tanpa vokal, dan vokalnya dinyanyikan oleh seseorang sambil mengikuti melodi tersebut mendengarkan lirik yang ditampilkan di layar atau buku.

*Karaoke* (カラオケ) adalah salah satu kebudayaan populer Jepang yang termasuk dalam kategori kebudayaan massa. Budaya *karaoke* (カラオケ) muncul sekitar tahun 1970an di sebuah *utagoe kissa* (歌声喫茶)<sup>1</sup> di kota Kobe. *Utagoe kissa* (歌声喫茶) merupakan salah satu tempat tujuan para *sarariman* (サラリマン)<sup>2</sup> dalam melepaskan stres. Semenjak itu *karaoke* (カラオケ) terus berkembang dan mulai mencapai kepopuleran di seluruh Jepang sejak tahun 1990an. *Karaoke* (カラオケ) tidak hanya populer di seluruh Jepang, namun juga merambah ke luar Jepang seperti Korea, China, Asia Tenggara, Eropa, bahkan Amerika.

---

<sup>1</sup> Kedai kopi yang menyediakan hiburan musik, atau dalam bahasa Inggris disebut *song coffee shop*.

<sup>2</sup> Sebutan untuk karyawan Jepang.

Sebelum Perang Dunia II, kebanyakan kegiatan hiburan atau kesenangan di Jepang dilakukan dalam bentuk kegiatan komunitas seperti *matsuri* (祭り)<sup>3</sup>, mandi di *onsen* (温泉)<sup>4</sup>, pergi bermain, dan sebagainya. Namun dengan meluasnya pengaruh Amerika dalam kehidupan Jepang, migrasi dari desa ke kota, penemuan televisi, dan perubahan lainnya menjadi kurang sesuai dengan tradisi di atas. Pada waktu yang sama, para *sarariman* yang telah mendukung perekonomian Jepang semakin tenggelam dalam pekerjaan mereka, sehingga waktu luang tidak dapat digunakan sebagai pemenuhan kebutuhan diri namun sebagai waktu untuk mengisi energi untuk keesokan hari. Kegiatan kesenangan pun berubah menjadi kegiatan yang mudah dilakukan seperti menonton televisi, minum-minum bersama teman kerja, main *pachinko*, dan *karaoke* (カラオケ).<sup>5</sup>

Sebuah survey yang dikeluarkan oleh Direktorat Kebudayaan (*Cultural Affairs Agency*) pada November 1993 menyebutkan bahwa *karaoke* (カラオケ) merupakan kegiatan kebudayaan paling umum yang diikuti oleh hampir seluruh bangsa. Buku putih Jepang (*Hakusho* 「白書」) tahun 2006 tentang waktu luang (*leisure*) menyatakan kegiatan pengisi waktu luang yang paling banyak dilakukan orang Jepang adalah kegiatan minum-minum (バー、スナック、パブ、飲み屋) sebanyak 71.500.000 orang, kemudian diikuti oleh kegiatan *karaoke* (カラオケ) sebanyak 45.400.000 orang.<sup>6</sup>

Sebagai pengisi waktu luang bukanlah satu-satunya alasan banyak orang melakukan kegiatan *karaoke* (カラオケ). Alasan paling banyak dikemukakan adalah sebagai penyalur kecintaan bernyanyi. Ditambah lagi dengan banyaknya artis idola yang meramaikan blantika musik Jepang menambah motivasi generasi muda untuk ber*karaoke*, karena melalui *karaoke* (カラオケ) mereka dapat menirukan gaya idolanya, atau bahkan bermimpi menjadi idola. Selain itu *karaoke* (カラオケ) berfungsi untuk melepaskan stres, khususnya bagi para *sarariman*. Setelah satu hari yang panjang di kantor dimana mereka harus bersikap sebagai

<sup>3</sup> Festival Jepang.

<sup>4</sup> Pemandian air panas belerang khas Jepang.

<sup>5</sup> Gakken, *Japan As It Is*, 1997, hlm. 229.

<sup>6</sup> レジャー白書 2006, hlm. 44.

bagian dalam kelompok, *karaoke* (カラオケ) dapat menjadi ajang untuk mengekspresikan diri dan melepaskan stres yang menumpuk. *Karaoke* (カラオケ) juga merupakan sebuah media komunikasi karena membentuk suatu forum, yang peraturannya dimengerti oleh semua partisipan, dan menjadi media interaksi antara partisipan.<sup>7</sup>

*Karaoke* (カラオケ) merupakan suatu kegiatan yang bersifat non-formal yang menghibur, yang biasanya dilakukan bersama-sama. *Karaoke* (カラオケ) sangat disukai oleh berbagai kalangan di Jepang, mulai dari usia taman kanak-kanak hingga orang lanjut usia. Oleh karena itu tidak heran jika sarana untuk *berkaraoke* ada di berbagai lokasi, seperti hotel, tempat menginap, bis, *game center*, tempat istirahat di pabrik, dan bahkan karena salah satu fungsinya sebagai penghilang stres, mulai banyak rumah sakit yang menyediakan fasilitas *karaoke* (カラオケ).

Dari beberapa pernyataan mengenai *karaoke* (カラオケ) yang telah disebutkan di atas, *karaoke* (カラオケ) dapat dikategorikan sebagai salah satu kebudayaan populer Jepang. Kebudayaan populer, seperti juga kebudayaan tradisional, menyediakan tidak hanya hiburan namun juga sebagai tempat pelarian masyarakat Jepang kontemporer dari masalah-masalah perindustrian.

Yoshio Sugimoto dalam bukunya *An Introduction to Japanese Society*<sup>8</sup> membagi kebudayaan populer menjadi tiga kategori, yaitu kebudayaan rakyat (*folk culture*), kebudayaan alternatif (*alternative culture*), dan kebudayaan massa (*mass culture*). Kebudayaan rakyat (*folk culture*) adalah kebudayaan yang berdasarkan kesepakatan bersama, adat istiadat, dan kebiasaan tradisi pribumi. Kebudayaan alternatif (*alternative culture*) adalah kebudayaan dimana sekelompok kecil masyarakat secara spontan menghasilkan kebudayaan yang berbeda dengan kebudayaan yang ada. Kebudayaan massa (*mass culture*) adalah kebudayaan yang telah meluas seiring penyebaran pasar konsumen dan perkembangan komunikasi massa.

<sup>7</sup> D. P. Martinez, *The Worlds of Japanese Popular Culture*, 1998, hlm. 77.

<sup>8</sup> Yoshio Sugimoto, *An Introduction to Japanese Society*, 2003.

Kebudayaan rakyat (*folk culture*) merupakan kebudayaan tradisional yang telah ada sejak lama dan berkaitan erat dengan kepercayaan setempat. Dalam pelaksanaan kebudayaan rakyat tidak diperlukan pemberitaan besar-besaran kepada masyarakat luas, dan konsumsi kebudayaan inipun terbatas karena kebudayaan rakyat terjadi musiman. Walaupun begitu banyak masyarakat yang terlibat dalam kegiatan kebudayaan rakyat. Kegiatan kebudayaan rakyat berbeda-beda atau memiliki ciri khas di setiap daerah, dan kegiatannya sejak dulu hingga sekarang relatif tidak berubah. Contohnya ketika sebelum musim semi pada bulan Februari banyak masyarakat yang melakukan kegiatan melempar kacang untuk mengusir setan dan hal-hal buruk dari rumah mereka (節分). Contoh lain, setiap tanggal 7 Juli mereka mengadakan festival *Tanabata* untuk menghormati legenda pasangan dewa-dewi yang hanya dapat bertemu setahun sekali, dengan menggantungkan kertas bertuliskan harapan di batang pohon bambu.

Kebudayaan alternatif (*alternative culture*) terdiri dari kebudayaan yang telah muncul sejak lama (tradisional) dan juga kebudayaan kontemporer. Kebudayaan alternatif merupakan kebudayaan yang berbeda dengan kebudayaan yang ada dan cenderung melawan arus; pemasarannya rendah, terbatas di sekeliling kegiatan kebudayaan alternatif ini; dan konsumennya pun terbatas. Contoh dari kebudayaan alternatif adalah munculnya berbagai sekte agama seperti *Soka Gakkai* (salah satu sekte agama Buddha); berbagai pertunjukan seperti tari jalanan; gaya berpakaian *ganguro* (perempuan yang memakai dandanan berlebih); hingga keberadaan *yakuza* (mafia Jepang).

Kebudayaan massa (*mass culture*) merupakan kebudayaan yang muncul akhir-akhir ini. Karena pemasarannya bekerjasama dengan media massa, maka kebudayaan ini cenderung dikonsumsi secara besar-besaran dan banyak orang melakukannya hampir setiap hari. Konsumennya pun tidak terbatas, mulai dari generasi muda hingga orang tua. Contoh dari kebudayaan massa adalah hiburan televisi, komik, dan *pachinko*.

*Karaoke* (カラオケ) merupakan kegiatan yang muncul di Jepang pada jaman kontemporer. Walaupun pada masa kemunculannya kegiatan *karaoke* (カ

ラオケ) hanya dinikmati oleh para *sarariman*, namun seiring bertambahnya kepopuleran *karaoke* (カラオケ), semakin banyak masyarakat yang menggemari kegiatan *karaoke* (カラオケ). Hal ini juga tidak lepas dari peran media massa sehingga kecenderungan *karaoke* (カラオケ) untuk dikonsumsi sangat tinggi. Dari penjelasan di atas, budaya *karaoke* (カラオケ) termasuk kebudayaan populer Jepang dalam kategori kebudayaan massa.

## 1.2 Permasalahan

Lingkup permasalahan dalam skripsi ini adalah *karaoke* (カラオケ) sebagai salah satu kebudayaan populer Jepang yang termasuk kategori kebudayaan massa. Untuk membuktikan bahwa *karaoke* (カラオケ) merupakan kebudayaan massa, maka dalam penelitian ini diajukan beberapa pertanyaan penelitian:

1. Kenapa *karaoke* (カラオケ) bisa menjadi sebuah kebudayaan massa?
2. Apa ciri kebudayaan *karaoke* (カラオケ) hingga bisa digemari massa?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk mengangkat salah satu kebudayaan populer Jepang yaitu *karaoke* (カラオケ) yang mampu mendunia.

## 1.4 Landasan Teori

Kebudayaan massa merupakan kebudayaan yang termasuk dalam kebudayaan populer. Dalam buku *An Introduction to Cultural Theory and Popular Culture*, John Storey mengutip Raymond Williams dalam mengartikan istilah populer:

... 'well liked by many people': 'inferior kinds of work': 'work deliberately setting out to win favour with the people': 'culture actually made by the people themselves'.<sup>9</sup>

Terjemahan:

<sup>9</sup> John Storey, *An Introduction to Japanese Society*, 1993, hlm. 7.

...’disukai banyak orang’: ‘jenis kerja rendah’: ‘kerja yang dilakukan (dibuat) untuk menyenangkan orang’: ‘kebudayaan yang dibuat oleh masyarakat untuk mereka sendiri’.

Banyak penjelasan yang digunakan untuk menggambarkan kebudayaan populer, namun dalam penulisan skripsi ini hanya akan menggunakan beberapa penjelasan, yaitu yang berkaitan dengan kebudayaan massa. Penjelasan yang pertama adalah bahwa kebudayaan populer adalah sebuah kebudayaan sederhana yang banyak diminati dan disukai oleh masyarakat luas. Kebudayaan populer juga merupakan kebudayaan massa (*mass culture*), yang berarti diproduksi secara besar-besaran untuk konsumsi massa (orang banyak), dan juga dikategorikan sebagai kebudayaan komersil (*commercial culture*). Dari berbagai penjasalam mengenai kebudayaan populer, baik yang dicantumkan dalam skripsi ini maupun yang tidak, dapat disimpulkan bahwa kebudayaan populer adalah kebudayaan yang hanya timbul mengikuti industrialisasi dan urbanisasi.<sup>10</sup>

Dalam buku *The Myth of Mass Culture*, Alan Swingewood mengemukakan beberapa teori tradisional mengenai kebudayaan populer:

*The theory of culture industry*  
*The masses are precisely dominated by an all-encompassing culture industry obeying only to the logic of consumer capitalism.*

Terjemahan:

Teori industri budaya  
 Masyarakat secara tepat didominasi oleh industri budaya yang hanya mematuhi logika kapitalis konsumen.

*The theory of progressive evolution*  
*Capitalist economy is creating opportunities for every individual to participate in a culture which is fully democratized through mass education, expansion of leisure time and cheap records and paperbacks. In this view, popular culture is an authentic expression of the needs of people.*<sup>11</sup>

Terjemahan:

Teori evolusi yang maju

<sup>10</sup> *Ibid.* hlm. 13.

<sup>11</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/Popular\\_culture\\_studies](http://en.wikipedia.org/wiki/Popular_culture_studies), 3 April 2008, pukul 15:12.

Ekonomi kapitalis menciptakan kesempatan bagi tiap individu untuk berperan dalam kebudayaan yang sangat demokratis melalui pendidikan massa, perluasan waktu bersenang-senang dan rekaman dan buku yang murah. Melalui pandangan ini, budaya populer adalah sebuah ekspresi sesungguhnya dari kebutuhan orang-orang.

Penulisan skripsi ini akan menggunakan kriteria pembagian kebudayaan populer ke dalam tiga kategori, yaitu kebudayaan massa, kebudayaan rakyat, dan kebudayaan alternatif, yang dikembangkan oleh Yoshio Sugimoto dalam bukunya yang berjudul *An Introduction to Japanese Society*.

Penulisan skripsi ini akan mencoba untuk menganalisa budaya *karaoke* (カラオケ) sebagai salah satu perwujudan kebudayaan massa. Yang dimaksud dengan kebudayaan massa adalah kebudayaan yang diproduksi secara besar-besaran untuk konsumsi massa.

### **1.5 Metode Penelitian**

Penulisan skripsi ini menggunakan metode deskriptif analisis dengan studi kepustakaan. Metode deskriptif analisis dilakukan dengan cara mendeskripsikan fakta-fakta yang kemudian disusul dengan analisis. Penulis melakukan studi kepustakaan pada perpustakaan Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, perpustakaan Pusat Studi Jepang Universitas Indonesia, perpustakaan The Japan Foundation Jakarta, dan melalui koleksi pribadi.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Skripsi ini terdiri dari empat bab:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini terdiri dari latar belakang, permasalahan, tujuan penulisan, landasan teori, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II KEBUDAYAAN POPULER**

Bab ini membahas mengenai kebudayaan populer dan kebudayaan massa di Jepang, dan kebudayaan populer menurut Yoshio Sugimoto.

### BAB III *KARAOKE* SEBAGAI SALAH SATU KEBUDAYAAN POPULER JEPANG

Bab ini membahas mengenai *karaoke* (カラオケ) , pengertian *karaoke* (カラオケ) , dan yang menjadi analisis dalam skripsi ini yaitu *karaoke* (カラオケ) sebagai salah satu kebudayaan populer Jepang.

### BAB IV KESIMPULAN

Bab ini berisi kesimpulan dari seluruh isi skripsi sekaligus menjadi bab penutup skripsi.

