



UNIVERSITAS INDONESIA

**“SENSE OF VIRTUAL COMMUNITY” DALAM SERIAL
DRAMA TELEVISI JEPANG “DENSHA OTOKO”**

SKRIPSI

RIZKA GAUTAMA RAMADHAN

0706293854

FAKULTAS ILMU PENGETAHUAN BUDAYA

PROGRAM STUDI JEPANG

DEPOK

JULI 2011



UNIVERSITAS INDONESIA

**“SENSE OF VIRTUAL COMMUNITY” DALAM SERIAL
DRAMA TELEVISI JEPANG “DENSHA OTOKO”**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Humaniora**

RIZKA GAUTAMA RAMADHAN

0706293854

FAKULTAS ILMU PENGETAHUAN BUDAYA

PROGRAM STUDI JEPANG

DEPOK

JULI 2011

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sebenarnya menyatakan bahwa skripsi ini saya susun tanpa tindakan plagiarisme sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Indonesia.

Jika di kemudian hari ternyata saya melakukan tindakan Plagiarisme, saya akan bertanggung jawab sepenuhnya dan menerima sanksi yang dijatuhkan oleh Universitas Indonesia kepada saya.

Jakarta, 13 Juli 2011



Rizka Gautama Ramadhan

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Rizka Gautama Ramadhan

NPM : 0706293854

Tanda Tangan :

Tanggal : 13 Juli 2011

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :
Nama : Rizka Gautama Ramadhan
NPM : 0706293854
Program Studi : Jepang
Judul : "Sense of Virtual Community" dalam Serial
Drama Televisi Jepang "Densha Otoko"

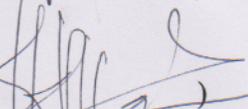
ini telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Humaniora pada Program Studi Jepang, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

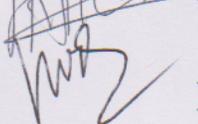
Pembimbing : Drs. Ferry Rustam, M.Si

()

Ketua Dewan : Darsimah Mandah, S.S., M.A.

()

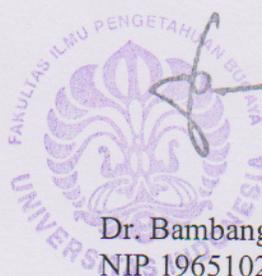
Penguji : Endah Hayuni Wulandari, S.S., M.Hum

()

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 13 Juli 2011

oleh
Dekan
Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya
Universitas Indonesia



Dr. Bambang Wibawarta S.S., M.A.
NIP. 196510231990031002

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Humaniora Jurusan Jepang pada Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- (1) Bapak Drs. Ferry Rustam, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
- (2) Ibu Ermah Mandah, M.A selaku pembimbing akademik, yang telah memberikan dukungan hingga selesai skripsi ini;
- (3) Bapak Jonnie Rasmada Hutabarat, M.A selaku koordinator Program Studi yang memberi bantuan selama saya menempuh pendidikan di Universitas Indonesia;
- (4) Ibu Darsimah Mandah, S.S.,M.A dan Endah Hayuni Wulandari, S.S., M.Hum selaku penguji skripsi saya yang telah memberikan banyak saran yang positif dan membangun skripsi ini menjadi lebih baik;
- (5) Bapak dan Ibu dosen Program Studi Jepang yang lain yang telah banyak memberikan bantuan, ilmu serta pengalaman berharga kepada saya dari awal saya menjadi mahasiswa Universitas Indonesia hingga selesainya penulisan skripsi ini;
- (6) Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan dukungan material dan moral;
- (7) Maya Ulfa Asharoh yang telah banyak memberikan dukungan, waktu dan tenaga;
- (8) Kaikiri Sugako, Desi Junita dan seluruh teman Teater Enjuku yang terus menerus memberikan semangat dan pengalaman yang berharga;
- (9) Angie Virgianti, Asri Arianti, Andika Riandito, Mahbub Itsnaini dan Siti Nuraeni yang telah banyak membantu dan memberikan semangat kepada

saya.

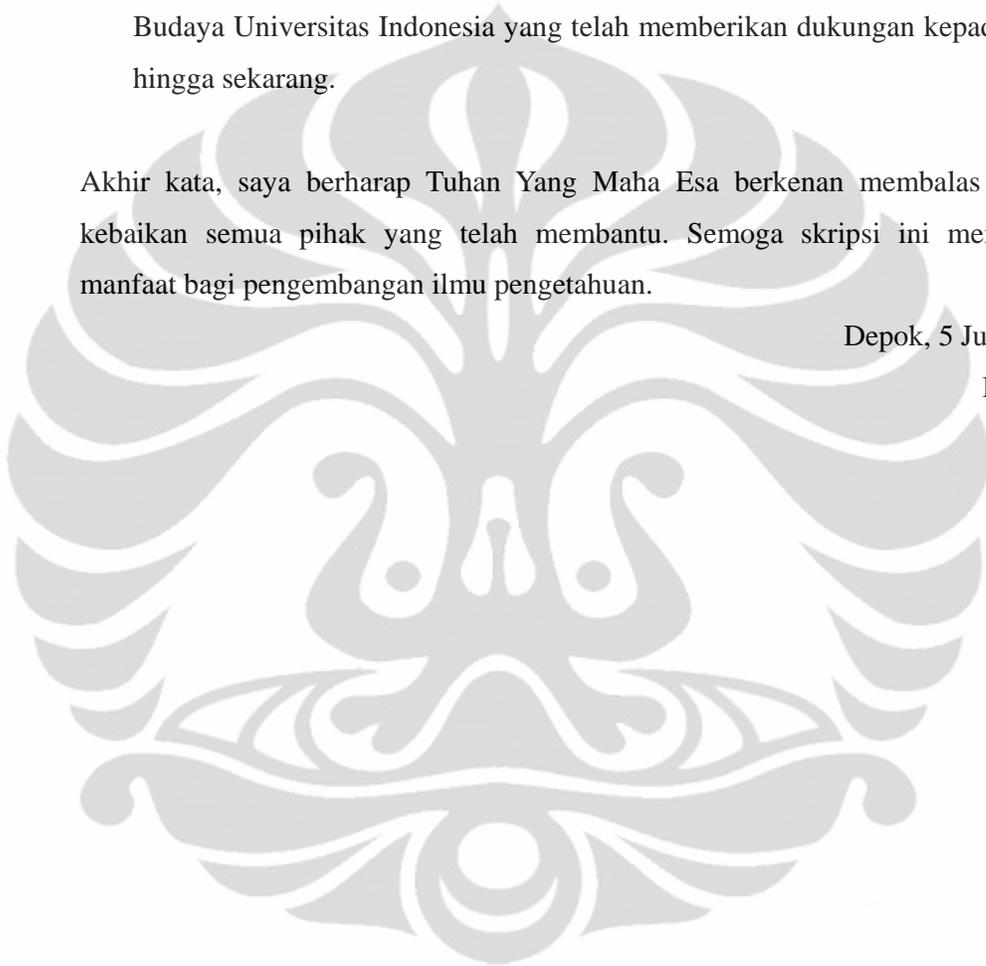
(10) Sahabat satu angkatan saya dalam menimba ilmu di Universitas Indonesia yang telah banyak memberikan dukungan dan masukan sehingga terciptanya skripsi ini; dan

(11) Senior dan junior saya di Program Studi Jepang Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia yang telah memberikan dukungan kepada saya hingga sekarang.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Depok, 5 Juli 2011

Penulis



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizka Gautama Ramadhan

NPM : 0706293854

Program Studi : Jepang

Departemen :

Fakultas : Ilmu Pengetahuan Budaya

Jenis karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**“SENSE OF VIRTUAL COMMUNITY” DALAM SERIAL DRAMA
TELEVISI JEPANG “DENSHA OTOKO”**

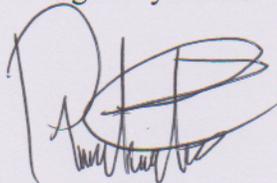
beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada tanggal : 13 Juli 2011

Yang menyatakan



(Rizka Gautama Ramadhan)

ABSTRAK

Nama : Rizka Gautama Ramadhan
Program Studi : Jepang
Judul : “Sense of Virtual Community” dalam Serial Drama
Televisi Jepang “Densha Otoko”

Skripsi ini membahas tentang *sense of virtual community* dalam komunitas virtual dalam serial drama televisi Jepang yang berjudul *Densha Otoko*. *Sense of virtual Community* atau SOVC merupakan perkembangan dari teori SOC atau *sense of community* Mac Millan dan Chavis. Seiring dengan perkembangan internet sebagai salah satu CMC (*Computer Mediated Communication*), jumlah komunitas virtual pun semakin bertambah terutama dalam masyarakat Jepang. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan metode deskriptif analisis berdasarkan data kepustakaan. Hasil penelitian ini menggambarkan bagaimana komunitas virtual bisa menjadi komunitas yang dapat memberi pengaruh besar dalam kehidupan penggunanya.

Kata kunci:

CMC, internet, komunitas virtual, SOC, SOVC, serial drama televisi
Densha Otoko.

ABSTRACT

Name : Rizka Gautama Ramadhan
Study Program : Japanese
Title : “Sense of Virtual Community” in Japanese TV Drama
Series “Densha Otoko”.

This thesis is discussed about “sense of virtual community” in virtual community on Japanese TV drama series “Densha Otoko”. “Sense of Virtual Community” or SOVC is developed from Mac Millan and Chavis’s theory of “Sense of Community”. Along with internet as CMC or Computer Mediated Communication expansion, the number of virtual community has been increasing, especially in Japanese society. This research is qualitative with analysis descriptive method based on literature data. This research result is described how a virtual community can be a community that has big influenced to user’s life.

Key Words:

CMC, internet, virtual community, SOC, SOVC, Japanese TV drama series
“Densha Otoko”.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Masalah Penelitian.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Landasan Teori.....	9
1.5 Metode Penelitian.....	11
1.6 Sistematika Penulisan.....	11
2. CMC, INTERNET DAN KOMUNITAS VIRTUAL.....	12
2.1 CMC.....	12
2.2 CMC di Jepang.....	19
2.3 Internet.....	22
2.4 Internet di Jepang.....	23
2.5 Komunitas Virtual.....	25
3. <i>Densha Otoko</i>.....	28
3.1 Serial Drama TV Jepang <i>Densha Otoko</i>	28
3.2 Sinopsis Cerita.....	28
3.3 Pemeran-Pemeran Dalam Serial Drama Televisi <i>Densha Otoko</i>	29
3.4 Kehidupan Pemeran Utama Pria.....	40
3.4.1 Pemeran Utama Pria sebagai Otaku.....	40
3.4.2 Pemeran Utama Pria sebagai Karyawan.....	40
3.4.3 Pemeran Utama Pria dalam Keluarga.....	41
3.4.4 Pemeran Utama dan Virtual Komunitas.....	41
4. KARAKTERISTIK KOMUNITAS VIRTUAL DAN <i>SENSE OF VIRTUAL COMMUNITY</i>.....	43
4.1 Karakteristik Komunitas Virtual Dalam Serial Drama Televisi <i>Densha Otoko</i>	43
4.2 Keberadaan <i>Sense of Virtual Community</i>	46
4.3 Terjadinya <i>Sense of Virtual Community</i>	55
5. KESIMPULAN.....	57
Daftar Referensi.....	59

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia adalah makhluk sosial. Hakekat sebagai makhluk sosial, manusia harus melakukan interaksi sosial karena bagi makhluk hidup terutama manusia, interaksi sosial merupakan suatu kebutuhan. Interaksi sosial antarmanusia tidak hanya bertujuan agar dapat hidup saja tetapi juga untuk saling bertukar informasi, pengetahuan, ide atau pemikiran, dan memuaskan serta menenangkan batin atau perasaan. Edward Glaeser ahli ekonomi dan ilmu matematika dan kawan-kawan menyatakan dalam tulisannya yang berjudul *Crime and Social Interactions* bahwa interaksi sosial merupakan bentuk penting dari eksternal seseorang, yang aksi atau tindakan pada sebuah komunitas memengaruhi pilihan seseorang. Yang ada dalam komunitas tersebut tergantung pada konteks dan tipe keluarga, tetangganya, teman dan kerabat.¹ Dalam berinteraksi sosial, manusia juga memerlukan komunitas atau kelompok, sehingga komunitas bagi manusia adalah aspek terpenting, dan semua manusia normal memiliki ikatan alami terhadap komunitas.²

Seiring dengan perkembangan zaman, pengertian komunitas pun berkembang. Dimulai dari pengertian komunitas yang hanya sebagai kelompok yang terikat dalam ikatan geografis sama hingga komunitas yang dikenal oleh masyarakat dengan yang mereka imajinasikan atau konsumsi. Pengertian pertama, komunitas sebagai kelompok yang terikat dalam ikatan geografis yang sama terlihat dalam istilah komunitas dalam ilmu biologi dan arkeologi. Dalam ilmu biologi, komunitas adalah kelompok makhluk hidup yang saling berinteraksi dan berbagi populasi dalam satu lingkungan. Tidak hanya manusia yang berperan di dalam komunitas tersebut tetapi

¹ Glaeser, Edward L., Sacerdote, Bruce., & Scheinkman, Jose A. (1996, May). *Crime and Social Interactions*. *The Quarterly Journal of Economics*. MIT Press. vol. 111. p.48. <http://www.nber.org/papers/w5026.pdf>

² Fernback, Jan., & Thompson, Brad. (1995, May). *Virtual Communities: Abort, Retry, Failure?* Paper presented at the annual convention of the International Communication Association, Albuquerque, New Mexico.

juga makhluk hidup lainnya seperti hewan maupun tumbuhan, yang saling berinteraksi dalam bentuk mutualisme, saling membunuh dan berkompetisi. Dalam arkeologi, penggunaan istilah komunitas dibagi menjadi dua. Pertama, pengertian komunitas dalam definisi informal yaitu komunitas yang menyatakan sebuah tempat orang-orang tinggal, sebagai contoh komunitas yang menggambarkan perkampungan, pemukiman, desa dan kota. Kedua, komunitas kumpulan orang-orang yang tinggal berdekatan dan saling berinteraksi satu sama lainnya.³



Gambar 1.1 Perkembangan Pengertian Komunitas

Pengertian kedua, komunitas sebagai kelompok yang terikat tidak hanya karena ikatan geografis namun juga karena ikatan emosi, diungkapkan oleh seorang ahli sosiologi Jerman yang bernama Ferdinand Toennies yang membedakan perkumpulan manusia menjadi dua yaitu *Gemeinschaft*⁴ atau komunitas dan *Gesellschaft*⁵ atau masyarakat atau organisasi. Ia beranggapan bahwa *Gemeinschaft* atau komunitas adalah suatu kelompok yang dirasakan lebih dekat dan lebih merupakan satu kesatuan yang kohesif dan menyatu dalam adanya *unity of will* yaitu satu kesatuan yang terbentuk karena keinginan yang sama. Keluarga dan persahabatan merupakan bentuk

³ Michelle. (2002). Concepts of Community in Archaeological Research. In M.D. Varien & R.H. Wilshusen (Ed.). *Seeking the Center: Archaeology and Ancient Communities in the Mesa Verde Region* (pp. 263-279). Salt Lake City: University of Utah Press.

⁴ *Gemeinschaft* merupakan bahasa Jerman yang bisa diterjemahkan dalam bahasa Inggris menjadi *community*. <http://www.dict.leo.org> (13 May 2011, 22:34)

⁵ *Gesellschaft* merupakan bahasa Jerman yang bisa diterjemahkan dalam bahasa Inggris menjadi *society* atau *association*. <http://www.dict.leo.org> (13 May 2011, 22:34)

yang sempurna dari *Gemeinschaft* atau komunitas. Sedangkan, *Gesellschaft* atau masyarakat atau organisasi adalah kelompok yang terbentuk karena adanya keinginan memanfaatkan sesuatu.⁶ Berdasarkan pengertian komunitas tersebut, ikatan emosi yang terbentuk dalam komunitas adalah ikatan karena adanya keinginan yang sama yang menyatu sehingga menjadi satu kesatuan.

Selain itu, pengertian komunitas dalam ikatan emosi juga muncul dalam arus informasi di antara mereka, sebagaimana Mead menulis dalam tulisannya yang berjudul *Readings in Social Theory* pada tahun 1993, yang menyebut informasi yang mengalir dalam sebuah komunitas dengan sebutan "*we-relevant*" information.

*Community, then, is built by a sufficient flow of "we-relevant" information. The "we" or the collective identity that results is structured around others who are seen as similar to the "me." In this sense, community, like any form of communication, is not fully realized without a conception of self. Essentially, this entails that "what goes to make up the organized self is the organization of the attitudes which are common to the group. A person is a personality because he belongs to a community."*⁷

Berdasarkan uraian tersebut, Mead menjelaskan bahwa komunitas terbentuk oleh arus informasi yang disebut *we-relevant*. Komunitas seperti beberapa bentuk komunikasi yang lain yang tidak benar-benar akan terbentuk atau terwujud tanpa *conception of self* atau konsep tentang diri sendiri. Sehingga seseorang masuk dalam sebuah komunitas karena sesuai dengan konsep dalam dirinya dan menemukan *we-relevant* yang sama sesuai komunitas tersebut. Seseorang terlihat personalnya karena merupakan anggota suatu komunitas.

Dalam bahasa Jepang, komunitas disebut *kyōdōtai* (共同体). Istilah tersebut dijelaskan oleh Sōga Tetsuo dalam *Encyclopedia Japonica* sebagai kelompok yang menyatu tidak hanya karena ikatan geografisnya saja tetapi juga karena ikatan emosi.

⁶Toennies, Ferdinand. (1957). *Community and Society*. New York: Michigan University Press. p.37

⁷Mead, George Herbert. (1993). "The Emergent Self," in James Farganis (Ed.). *Readings in Social Theory*. New York: McGraw-Hill. p.158

*Shakaigaku no ryōikideha, komyuniti no yakugo toshite mochiire, jin'itekini kesshani taishite, shizenhasseitekina tomozokukanjō wo motsu hitobitono, kyōdōseikatsutai wo hōgansuru issō fuhentekina gainen de aru.*⁸

Terjemahan:

Didalam bidang ilmu sosial, *kyōdōtai* digunakan untuk menerjemahkan *community* dan merupakan konsep yang bersifat universal yang lebih dari implikasi satu kesatuan yang hidup bersama-sama, namun merupakan kumpulan bagi orang-orang yang memiliki rasa memiliki bersama yang muncul secara alami, dibandingkan masyarakat atau organisasi yang terbentuk tidak secara alami.

Selain itu, komunitas dalam bahasa Jepang ada yang ditulis dengan katakana yaitu *komyuniti* (コミュニテイ). Istilah tersebut pun dijelaskan oleh Sōga Tetsuo merupakan kelompok yang tidak hanya terbentuk karena ikatan geografis tetapi juga karena ikatan emosi.

*Kyōdōtai mata wa chiiki shakai no yakugo. Tenkeitekiniwa, aru itteichiikini kyōdōseikatsu wo itonamu hitobito no shūgōtai wo sasu. Sunawachi kyōdōseikatsu no chiikiteki tan'i de ari, kyōtsūna kachitaitekito(ware ware kanjō) we-feeling no seiritsu shiteiru chiikiteki tan'i demo aru.*⁹

Terjemahan:

Terjemahan dari *kyōdōtai* dan *chiikishakai* atau masyarakat *geografis*. Secara tipikal, menunjuk ke kumpulan orang yang melakukan kehidupan bersama di suatu daerah tertentu. Yaitu satuan geografis kehidupan bersama-sama dan merupakan pula unit geografis yang terbentuk dari *we feeling* atau perasaan kita bersama dan sistem nilai bersama.

Pengertian ketiga, komunitas sebagai *imagined community* atau komunitas yang dikenal berdasarkan yang mereka imajinasikan atau konsumsi seperti yang dijelaskan oleh Benedict Anderson pada tahun 1983 dalam bukunya yang berjudul *Imagined*

⁸Kutipan asli 社会学の領域では、コミュニテイの訳語として用いられ、人為的に結社に対して、自然発生的な共属感情をもつ人々の、共同生活体を包含するいっそう普遍的な概念である。Tetsuo, Souga.(1968).Encyclopedia Japonica. Tokyo:Koudansha. p.153

⁹Kutipan asli 共同体または地域社会の訳語。典型的には、ある一定地域に共同生活を営む人々の集合体をさす。すなわち共同生活の地域的単位であり、共通な価値体系と（われわれ感情）we-feeling の成立している地域的単位でもある。Tetsuo, Souga.(1968).Encyclopedia Japonica. Tokyo:Koudansha. p.186

Communities. Ia menyatakan bahwa *communities are to be distinguished, not by their falsity or genuineness, but by the style in which they are imagined. All communities larger than primordial villages of face-to-face contact (and perhaps even these) are imagined.*¹⁰ Berdasarkan uraian tersebut, ia memprediksi bahwa akan muncul komunitas-komunitas yang dikenal orang-orang tidak dengan kepaluan ataupun keaslian atau dengan kata lain benar atau tidaknya identitas komunitas tersebut, namun dikenal seseorang dengan gaya yang mereka bayangkan dan konsumsi. Yang dikatakan Benedict Anderson dapat terlihat dalam komunitas teater, komunitas *manga*, komunitas sepak bola, komunitas motor besar, komunitas pecinta makanan pedas dan sebagainya. Ia menjelaskan pula bahwa interaksi sebuah komunitas melebihi batas-batas desa primordial yang sebelumnya dilakukan dengan cara tradisional yaitu dengan cara tatap muka. Hal tersebut tampak jelas pada zaman modern dengan kemajuan teknologi komunikasi. Di desa-desa primordial tidak ada bentuk komunikasi selain harus bertatap muka dengan lawan bicara secara langsung sehingga interaksinya tidak terlalu luas atau hanya sebatas wilayah yang bisa mereka tempuh. Sekarang kita dikenal surat, telepon kabel, telepon genggam atau bahkan internet, sehingga ada berbagai macam media atau alat yang dapat digunakan untuk berkomunikasi.

Dalam perkembangan pengertian komunitas dan teori *imagined communities* Benedict Anderson, muncul komunitas baru yang dikenal dengan sebutan komunitas virtual. Komunitas virtual adalah komunitas yang berada dalam dunia virtual atau dengan kata lain tidak berada atau bertempat dalam dunia nyata. Komunitas seperti ini dikemukakan oleh Michael Bieber dan kawan-kawan pada jurnal yang berjudul *Towards Virtual Community Knowledge Community* pada tahun 2002. Mereka berpendapat bahwa *the term virtual community is used quite frequently. Some definitions of virtual community have become so broad that they essentially refer to any CMC group* atau Komunitas virtual adalah istilah untuk semua komunitas atau

¹⁰ Anderson, Benedict. (1983). *Imagined Communities*. London: Verso. p.6

grup *Computer Mediated Communication* (CMC) atau grup yang memakai komputer sebagai media komunikasinya.¹¹

Beberapa bentuk *Computer Mediated Communication* atau CMC adalah *Bulletin Board System*¹² atau disingkat BBS, *email*, *chat* sebagainya. Seiring dengan kemunculan internet, CMC pun mudah dilakukan di setiap tempat dan setiap waktu serta memberikan banyak fasilitas seperti permainan dan situs jaringan pertemanan.

Di komunitas terdapat perasaan saling memiliki komunitas tersebut, berbagi koneksi perasaan sesama anggota, saling memotivasi, membentuk identitas diri dan mengenal identitas orang lain serta perasaan lainnya. Perasaan-perasaan dengan itu disebut *sense of community* atau perasaan dalam sebuah komunitas. Mc Millan dan Chavis membagi *sense of community* menjadi empat bentuk yaitu *feeling of membership* seperti perasaan untuk mempunyai dan dikenal komunitas tersebut, *feeling of influenced* seperti perasaan untuk memiliki dan mendapatkan pengaruh dalam komunitas, *integration and fulfillment of needs* seperti perasaan memotivasi dan dimotivasi para anggota komunitas dan *shared emotional connection* seperti perasaan untuk menjalin hubungan, berbagi pengalaman hidup dan jiwa dalam komunitas.¹³ Namun terdapat pertanyaan yang menjadi permasalahan dalam penulisan skripsi ini yaitu apakah *sense of community* tersebut terdapat dalam komunitas virtual ? Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Anita L. Blanchard dari universitas North Carolina Charlotte dan M. Lynne Markus dari Bentley College pada tahun 2004 menjawab pertanyaan tersebut. Berbeda dengan *sense of community* yang dikemukakan oleh Mc Millan dan Chavis yang terjadi dalam komunitas dunia nyata, *sense of community* dalam komunitas virtual memiliki wujud tersendiri. Hal

¹¹Bieber, M., Engelbart, D., Furuta, R., & Hiltz, S. R. (2002). Toward virtual community knowledge evolution. *Journal of Management Information Systems*, 18. p.11

¹² *Bulletin Board System* atau BBS merupakan sistem komputer yang dapat membuat pengguna terhubung ke dalam sistem jaringan komputer atau biasa disebut forum internet. <http://www.wikipedia.com/bbs> (2 Juny 2011,07:21)

¹³ McMillan, D.W., & Chavis, D.M. 1986. Sense of community: A definition and theory. *American Journal of Community Psychology*, 14, p.6-23.

tersebut dibuktikan melalui penelitian tentang keberadaan *sense of community* pada *The Microsoft Network* atau disingkat MSN¹⁴ yang dilakukan oleh Anita L. Blanchard dan M. Lynne Markus. Dalam penelitian tersebut, Anita L. Blanchard dan M. Lynne Markus menemukan *sense of community* atau disingkat SOC dalam wujud berbeda. SOC pada komunitas virtual, mereka namakan *Sense of Virtual Community* atau disingkat SOVC. Mereka menemukan SOVC dalam bentuk *recognition of members* atau pengakuan dari anggota, *exchange of support* atau tukar menukar dukungan, *attachment obligation* atau rasa kewajiban, *identity (self) and identification (of others)* atau identitas diri dan mengidentifikasi orang lain dan *relationship with specific members* atau hubungan dengan orang yang spesifik.¹⁵

Berbeda dengan objek penelitian Anita L. Blanchard dan M. Lynne Markus yaitu konferensi¹⁶ yang ada dalam MSN, penulis memilih objek penelitian serial drama televisi Jepang yang berjudul *Densha Otoko* (電車男).¹⁷ Drama televisi ini menceritakan seorang tokoh utama laki-laki yang bernama Yamada Tsuyoshi yang digambarkan sebagai seorang *otaku*¹⁸ yang jatuh cinta kepada seorang wanita yang bernama Aoyama Saori, untuk mendapatkan hati Aoyama Saori, Yamada Tsuyoshi melakukan komunikasi melalui BBS atau forum internet di situs Aladin Channel. Pada awalnya Yamada Tsuyoshi berkomunikasi melalui BBS untuk mendapatkan informasi, namun dengan berjalannya waktu dan frekuensi Yamada Tsuyoshi melakukan komunikasi melalui BBS tersebut maka terbentuk ikatan batin yang kuat dalam komunitas virtual tersebut. Terbukti dengan adanya adegan menangis, tertawa,

¹⁴ MSN merupakan jenis BBS atau forum internet yang disediakan oleh situs layanan *Microsoft*. <http://www.wikipedia.com/MSN> (2 Juni 2011, 07:21)

¹⁵ Blanchard, L. Anita & Markus, M.L (2004), *The Experienced "Sense" of a Virtual Community : Characteristics and Processes*. paper was presented at the 35th annual Hawaiian International Conference of Social Systems. Hawaii.

¹⁶ Konferensi yang dimaksud adalah percakapan dengan tulisan yang ada dalam forum internet.

¹⁷ *Densha Otoko* (電車男) merupakan judul dari serial drama televisi yang diangkat dari novel Jepang yang berdasarkan cerita sebenarnya. Drama televisi ini terdiri dari 11 episode dan disiarkan dari tanggal 7 Juli 2005 di Jepang oleh saluran Fuji TV. [http://wiki.d-addicts.com/Densha Otoko.htm](http://wiki.d-addicts.com/Densha_Otoko.htm). (14 August 2010, 21:56)

¹⁸ *Otaku* adalah pecinta sesuatu secara berlebihan terutama seperti anime, manga dan artis idola. <http://www.wikipedia.com/Otaku.htm> (2 Juni 2011, 07:21)

termotivasi dan perubahan terhadap anggota komunitas virtual tersebut setelah berkomunikasi melalui BBS tersebut.

Pemilihan drama televisi tersebut menjadi objek penelitian dalam penulisan skripsi ini disebabkan oleh beberapa hal. Pertama, drama televisi ini berdasarkan kisah nyata. Pernyataan tersebut dapat dilihat di bagian *ending* episode, yang di situ tertulis *based on true story*. Cerita sebenarnya terjadi pada situs terkenal di Jepang yaitu 2ch.net, dimana terdapat pula *user id* atau identitas pengguna bernama *Densha Otoko* (電車男), dan sebagian besar konferensi yang terdapat pada forum tersebut memiliki kesamaan dengan jalan cerita drama televisi tersebut. Kedua, drama televisi ini banyak memengaruhi pemikiran orang-orang Jepang terutama mengenai pandangan terhadap seorang *otaku* yang menggunakan CMC internet untuk berkomunikasi. Drama televisi ini juga mendapat *rating*¹⁹ tinggi pada saat ditayangkan, dan menerima beberapa penghargaan. Hal tersebut membuktikan bahwa drama televisi tersebut banyak ditonton oleh masyarakat Jepang. Bahkan berdampak dalam peningkatan pengguna internet yang mengakses situs 2ch.net. Ketiga, drama televisi ini juga sering dimuat dalam jurnal ilmiah maupun penelitian, terutama mengenai komunitas virtual dan *otaku*. Keempat, dalam drama televisi ini peran komunitas virtual sangat terasa, bahkan terdapat kebahagiaan, motivasi serta kesedihan setelah pemeran utama melakukan komunikasi dalam komunitas virtual tersebut. Hal tersebut seperti yang sudah diuraikan sebelumnya, merupakan bentuk *sense of community*. Hal tersebut karena perasaan yang timbul pada Yamada Tsuyoshi dan anggota lain terjadi sebagai bentuk satu kesatuan sebuah komunitas.

¹⁹ Rating TV adalah persentase pemirsa televisi menonton sebuah program acara televisi. Karena banyaknya program acara televisi maka sebuah program televisi yang mendapatkan rating di atas 18 persen merupakan program acara televisi favorit. http://www.wikipedia.co.id/rating_televisi.htm (2 Juny 2011, 07:21)

1.2 Masalah Penelitian

Dalam drama televisi *Densha Otoko* (電車男), Yamada Tsuyoshi lebih memiliki hubungan kuat kepada komunitas virtual dibandingkan dengan rekan kerja, teman atau bahkan keluarga. Perasaan emosional dan rasa memiliki sebagai satu kesatuan dalam komunitas virtual atau SOVC muncul ketika Yamada Tsuyoshi berkomunikasi dengan komunitas virtual tersebut. Permasalahan dalam penelitian ini adalah *sense of virtual community* atau perasaan sebagai bagian dalam komunitas virtual dalam drama televisi *Densha Otoko* (電車男). Untuk membahas permasalahan tersebut, diajukan beberapa pertanyaan sebagai berikut,

1. Bagaimana karakteristik komunitas virtual dalam drama tersebut?
2. Apakah terdapat *sense of virtual community* dalam drama tersebut?
3. Kenapa *sense of virtual community* tersebut terjadi?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui karakteristik komunitas virtual.
2. Untuk menjelaskan *sense of virtual community* dalam drama televisi *Densha Otoko*.
3. Menganalisis sebab-sebab *sense of virtual community* tersebut terjadi dalam dunia maya berdasarkan drama televisi tersebut.

1.4 Landasan Teori

Untuk menjawab pertanyaan tentang apakah terdapat *sense of virtual community* dalam drama televisi *Densha Otoko* digunakan teori *sense of community* atau disingkat SOC yang telah dikembangkan oleh Anita L. Blanchard dari Universitas North Carolina Charlotte dan M. Lynne Markus dari Bentley College. Mereka mengembangkan teori *sense of community* dari McMillan dan Chavis pada tahun 1986 menjadi *sense of virtual community*. Dalam penggambaran *sense of*

Universitas Indonesia

community, McMillan dan Chavis menggambarkan bahwa sebuah komunitas menghasilkan *feeling of membership* (perasaan dalam keanggotaan), *feeling of influenced* (perasaan mempengaruhi dan dipengaruhi), *integration and fulfillment of needs* (integrasi dan pemenuhan kebutuhan) dan *shared emotional connection* (berbagi koneksi perasaan).²⁰ Dalam pengembangan teori tersebut dan penelitian dalam komunitas virtual yang ada dalam forum internet *Multiple Support Newsgroup* atau MSN, Anita L. Blanchard dan M. Lynne Markus membuat tabel perbandingan elemen-elemen *sense of community* dengan *sense of virtual community*” yang merupakan hasil analisis pencarian *sense of community* dalam komunitas virtual di MSN. Mereka menemukan bahwa *feeling of membership* dalam SOC ditemukan dalam bentuk *recognition of members* atau pengenalan anggota dalam SOVC, *integration and fulfillment of needs* ditemukan dalam bentuk *exchange of support* atau tukar menukar dukungan dan *shared emotional connection* ditemukan dalam tiga bentuk yaitu *attachment obligation* atau rasa kewajiban, *identity (self) and identification(of others)* atau identitas diri dan mengidentifikasi orang lain dan *relationship with specific members* atau berhubungan dengan orang yang spesifik.²¹

Untuk menjawab penyebab SOVC tersebut terjadi digunakan teori yang juga dikemukakan oleh Blanchard dan Markus dalam menganalisis SOC dalam komunitas virtual MSN. Mereka menemukan penyebab SOVC tersebut adalah faktor tukar menukar dukungan, menciptakan identitas dan membuat identifikasi, dan memproduksi kepercayaan.²²

²⁰ McMillan, D.W., & Chavis, D.M. 1986. Sense of community: A definition and theory. *American Journal of Community Psychology*, 14, p.6-23.

²¹ Blanchard, L. Anita & Markus, M.L (2004), *The Experienced "Sense" of a Virtual Community : Characteristics and Processes*. paper was presented at the 35th annual Hawaiian International Conference of Social Systems. Hawaii.

²² Blanchard, L. Anita & Markus, M.L (2004), *The Experienced "Sense" of a Virtual Community : Characteristics and Processes*. paper was presented at the 35th annual Hawaiian International Conference of Social Systems. Hawaii.

1.5 Metode Penelitian

Penelitian ini bersifat kualitatif dengan metode deskriptif analisis berdasarkan data kepustakaan. Teori para ahli digunakan untuk menganalisis data yang ada dalam hal ini drama televisi *Densha Otoko* (電車男). Kesimpulan dibuat sebagai hasil analisis tersebut.

1.6 Sistematika Penulisan

Skripsi ini terdiri dari 5 bab. Bab pertama berisi latar belakang permasalahan, pembatasan masalah, tujuan penelitian, landasan teori dan metode penelitian. Bab kedua menjabarkan pengertian komunitas virtual serta istilah-istilah penting dalam komunitas virtual seperti CMC dan internet, secara umum maupun yang ada di Jepang. Bab ketiga menjelaskan drama televisi *Densha Otoko* (電車男), serta latar belakang kehidupan pemeran utama. Bab keempat, berisi analisis tiga pertanyaan yang menjadi fokus permasalahan yaitu bagaimana karakteristik komunitas virtual, ada atau tidak SOVC dalam komunitas virtual dalam komunitas tersebut serta bagaimana bentuknya, dan faktor-faktor penyebab SOVC tersebut terjadi. Bab kelima, merupakan bab kesimpulan.

BAB 2 CMC, INTERNET DAN KOMUNITAS VIRTUAL

2.1 *Computer Mediated Communication* atau CMC

Istilah *Computer Mediated Communication* atau CMC atau komunikasi yang berbasis komputer meliputi jaringan komputer seperti internet, *electronic mail* atau *E-mail*, BBS dan konferensi atau percakapan yang menggunakan komputer. Menurut Aiko Kumiko dalam tulisannya yang berjudul *Virtual Community in Japan*, CMC telah benar-benar dikaji dengan baik di bidang pendidikan, dan juga merupakan faktor tambahan dalam pengajaran tradisional di kelas, seperti sebagai bahan ajar atau sebagai alat bantu untuk mencari data bahan ajar dan sebagai perangkat mode penyampaian pendidikan jarak jauh di Jepang, karena CMC memiliki karakter yang berbeda dengan media lainnya¹. Perbedaan tersebut selain disebabkan medianya yaitu komputer, juga karena penggunaanya, bentuk komunikasinya serta dampaknya.

Dalam aspek pengguna, yang membedakan CMC dengan komunikasi menggunakan media yang lain adalah setiap orang bebas menampilkan atau membentuk gambaran dirinya sendiri kepada orang lain. Hal tersebut berbeda dengan yang terjadi pada dunia nyata. Dalam CMC, mayoritas nama diri yang digunakan pengguna dibuat bebas sebagai *user id* atau identitas diri pengguna dan tidak harus sesuai dengan namanya sendiri. Anonim seperti *no name* atau *nanashi* 名無し dalam bahasa Jepang merupakan identitas yang sering digunakan sebagai identitas dalam CMC.

Nicholas Bovee dan Robert Cvitkovic pada tahun 2010 dalam tulisannya yang berjudul *Anonymity in Computer-Mediated Communication in Japanese and Western Context* menyetujui adanya sifat anonim dalam CMC di dunia *online*. Dia mengatakan bahwa *although rare in FtF communication, anonymity is one of the most pervasive and defining characteristics of online social interaction* atau

¹ Aoki, Kumiko. (1994). *Virtual Communities in Japan*. Paper presented at the Pacific Telecommunication Council 1994 Conference. Hawaii. <http://www.ftp.sunsite.udc.edu/academic.htm>

meskipun jarang dalam komunikasi *face to face*, anonim merupakan salah satu hal yang meresap dan melukiskan karakteristik dalam interaksi sosial *on line*².

Hal tersebut dapat terlihat dalam penggunaan *user id* dalam pemakaian situs. Penamaan *user id* seperti *clark_key*, *strawberry_imuetz* dan lain sebagainya berbeda dengan nama yang sebenarnya. Hal tersebut pun bisa terjadi walaupun sebuah situs menginginkan keaslian identitas terutama nama, seperti situs *facebook* maupun *yahoo*. Selain itu identitas anonim sering ditemukan dalam percakapan berbentuk seperti *chat* dan BBS

Mark Poster seorang ahli sejarah pada tahun 1990 dalam bukunya yang berjudul *The Mode of Information: Post Structuralism and Social Context* menyatakan bahwa *computer conversations construct a new configuration of the process of self-constitution*³. Berdasarkan pengertian tersebut, Mark Poster beranggapan bahwa percakapan dengan menggunakan komputer dapat membentuk konfigurasi baru dari proses jati diri sendiri. Pengguna CMC membentuk diri mereka pada saat berinteraksi dan memperkenalkan diri mereka berdasarkan perasaan, kebutuhan, ide, keinginan dan bahkan latar belakang kehidupan nyata mereka. Bahkan dalam dunia permainan game *on-line* dan ruang *chat* ditemukan karakter *cross gender* (Penukaran jenis kelamin).

Dalam komunikasi, CMC memungkinkan cara baru untuk berhubungan dengan orang lain sebagaimana yang dikemukakan oleh Jen Fernback dan Brad Thompson pada tahun 1995 sebagai berikut

As modernity gives way to post-modernity and as new communication technologies are developed, it is worth examining the ways of relating that they entail and the potentialities for new or renewed relationships. The online world of

² Bovee, Nicholas., & Cvitkovic, Robert. (2010). *Anonymity in Computer-Mediated Communication in Japanese and Western Context*. Japan: university of Saiba. p.42

³ Poster, Mark. (1990). *The Mode of Information: Post structuralism and Social Context*. Chicago: The University of Chicago Press. p.116.

*computer-mediated communication (CMC) is one of those new ways for humans to relate to one another, and it is growing rapidly*⁴.

Terjemahan:

Selama modernitas mengarah ke pos modernitas dan selama teknologi komunikasi baru berkembang, adalah bernilai menguji cara berhubungan yang diperlukan dan memungkinkan untuk hubungan yang baru atau memperbaharui hubungan yang sudah ada. CMC dalam dunia *on line* merupakan salah satu cara baru untuk manusia berhubungan dengan yang lain dan sedang berkembang dengan cepat.

Berdasarkan uraian tersebut, CMC dalam dunia *on-line* merupakan cara baru dalam berkomunikasi yang berkembang secara cepat. Salah satu bentuk komunikasi baru yang tercipta dalam CMC adalah bahwa semua jenis percakapan, pengungkapan dan pengekspresian emosi serta pemberian dan peresponan informasi menggunakan tulisan saja. Mengenai hal ini, Mark Poster mengatakan bahwa *CMC substitutes writing for spoken conversations and extends the domain of writing to cover areas of communication that previously were limited to face-to-face interactions, mail, and the telephone* atau CMC mengganti percakapan lisan dengan bentuk tulisan dan meluaskannya ke wilayah tulis yang mencakup area komunikasi yang sebelumnya terbatas dengan interaksi langsung, berkirim surat dan telepon⁵. Hal tersebut disebabkan teknologi internet yang memiliki kemampuan untuk diakses dimana pun tanpa memperhatikan jarak dan batas geografi dibandingkan bertemu langsung, berkirim surat dan bertelepon. Sebagai komunikasi berbasis teks atau tulisan maka CMC memiliki kekurangan dalam bahasa non verbal dalam berinteraksi seperti raut wajah atau ekspresi muka dan gerak tubuh yang lain ketika seseorang bertemu langsung. Tanpa penggunaan bahasa non-verbal, penafsiran yang berbeda sering terjadi sebagai hasil kekurangpahaman dalam menyampaikan pesan.

⁴ Fernback, Jan., & Thompson, Brad. (1995, May). *Virtual Communities: Abort, Retry, Failure?* Paper presented at the annual convention of the International Communication Association, Albuquerque, New Mexico.

⁵ Poster, Mark. (1990). *The Mode of Information: Post structuralism and Social Context*. Chicago: The University of Chicago Press. p.116.

Untuk menutupi kekurangan dalam interaksi sosial CMC, digunakan *softeners* (pelembut) dan *emoticon* (ikon emosi). Sebagai contoh penggunaan *softeners* dalam bahasa Inggris adalah “*Nooooooo pleeeeee Tom. I am sorry, don't hurt meeee*” untuk menyatakan ketakutan, dan contoh dalam bahasa Jepang ada “この論文変わってるね [笑]” “*kono ronbun kawattrune [warau]*” (skripsi ini aneh, ya [ketawa]). Contoh penggunaan *emoticon* adalah (^.^) dan ☺ untuk menyatakan rasa senang dalam percakapan tulis. Selain *emoticon* dan *softeners*, CMC dalam perkembangannya juga menggunakan foto, gambar serta gambar bergerak dan video dalam percakapan. Sekarang ini terdapat jenis CMC terbaru yaitu *teleconference* yaitu konferensi yang menggunakan media *webcam* (jaringan kamera internet) sehingga seseorang dapat melihat teman bicara. Namun demikian, komunikasi CMC masih didominasi dengan tulisan.

Walaupun CMC memiliki keterbatasan dalam menggunakan komunikasi berbasis teks, namun CMC memiliki manfaat tersendiri seperti yang diungkapkan oleh Aiko Kumiko pada tahun 1994 sebagai berikut

The advantage of such text-based communication is that it reduces discriminatory communication patterns based on physical and social such as gender, race, socio-economic status, physical features, etc., and enhances the interaction with one another⁶.

Terjemahan:

Manfaat komunikasi berbasis teks adalah bahwa ia mengurangi adanya pola komunikasi yang bersifat diskriminasi berdasarkan fisik maupun sosial seperti jenis kelamin, ras, status sosial ekonomi, penampilan fisik dan lain-lain dan bahkan dapat meningkatkan interaksi satu sama lainnya.

Berdasarkan uraian tersebut, dalam komunikasi berbasis teks seperti CMC, seseorang tidak terlalu memperhatikan dengan siapa mereka berbicara namun lebih terpusat pada komunikasi apa yang dia bicarakan. Selain itu, dengan komunikasi yang

⁶ Aoki, Kumiko. (1994). *Virtual Communities in Japan*. Paper presented at the Pacific Telecommunication Council 1994 Conference. Hawaii. <http://www.ftp.sunsite.udc.edu/academic.htm>.

terpusat pada yang dibicarakan dapat memperbanyak respon dan ide dalam percakapan sehingga meningkatkan interaksi satu sama lainnya.

Ada bentuk lain komunikasi CMC yang berbeda dengan komunikasi lainnya yaitu CMC memiliki sifat tidak sinkron atau tidak sesuai dengan waktu. Sementara itu, ada juga beberapa aplikasi yang sesuai atau sinkron dengan waktu. Dix dan kawan-kawan menegaskan hal tersebut dalam tulisannya yang berjudul *Human-computer interaction* dengan menyatakan bahwa *the first important point to note is that two distinct types of CMC, synchronous and asynchronous* atau poin penting pertama untuk dicatat bahwa ada 2 tipe CMC yang berbeda yaitu sinkronis dan asinkronis⁷. Dalam berkomunikasi secara langsung, kesinkronisan waktu atau kesesuaian waktu terjadi ketika seseorang mengatakan atau bertanya sesuatu kepada seseorang maka orang tersebut segera membalasnya. Sinkronis dalam CMC terjadi ketika ada komunikasi secara serempak antara dua atau lebih pengguna, dan ketidak sinkronisan terjadi ketika CMC dilakukan tidak serempak. Atau dengan kata lain, perbedaan mendasar kedua hal tersebut adalah tentang waktu, dimana sinkronisasi CMC terjadi karena terhubung pada waktu. Sebagai contoh aplikasi CMC yang sinkronis adalah *chat* dan aplikasi CMC yang tidak sinkronis adalah BBS.

CMC memiliki sifat mudah diakses sehingga pengguna dapat mempunyai banyak sekali alamat dan situs yang bisa diakses, baik yang sudah diketahui ataupun yang belum. Ada situs seperti *google* dan *yahoo* yang dapat membantu mencari situs yang diinginkan, dan dengan demikian alamat situs yang dimiliki pengguna menjadi tidak terbatas. Namun tidak semua situs dapat diakses secara menyeluruh. Beberapa situs ada yang hanya dapat diakses oleh orang-orang tertentu saja, seperti situs pemerintahan, dan ada pula beberapa situs dapat diakses secara menyeluruh jika membayar, seperti situs-situs yang menampilkan buku-buku atau gambar serta fasilitas lain secara *on line*. Selain itu ada pula, situs yang dipergunakan untuk

⁷ Dix, A., Finlay, J., Abowd, G. & Beale, R. (1993). *Human-computer interaction*. NewYork: Prentice Hall. p.113

komunitas-komunitas tertentu sehingga tidak mudah untuk diakses. Seseorang dapat pula mengirimkan pesan secara interpersonal tanpa diketahui orang lain, secara interpersonal diketahui orang lain, dari satu orang ke banyak orang dan dari banyak orang ke satu orang selama penerima mengakses jaringan atau internet tersebut, baik menggunakan aplikasi yang sinkronis maupun yang tidak sinkronis.

Dalam dampak penggunaannya, CMC dapat memberikan tidak hanya sekedar informasi tetapi juga kesadaran maupun motivasi. Aiko Kumiko mengutip dalam pengertian CMC menurut Morioka tahun 1993 yang menyebut CMC dalam bahasa Jepang *ishiki tsūshin* (意識通信) atau dalam bahasa Inggris disebut *conscious communication*. *Ishiki tsūshin* atau *conscious communication* dalam pengertian Morioka adalah komunikasi yang bertujuan untuk interaksi sosial itu sendiri dan hal tersebut berbeda dengan *jōhō tsūshin* (情報通信) atau *information communication*⁸. *Conscious communication* yang dimaksud adalah komunikasi yang dapat memberikan dan menerima kesadaran atau pemahaman terhadap sesuatu kepada dan dari orang lain. Sedangkan, *information communication* adalah komunikasi yang dapat memberikan dan menerima hanya informasi saja.

Di sisi lain, CMC pun dapat memberikan kebebasan kepada penggunanya. Baik dalam pencitraan diri sendiri kepada orang lain maupun dari hal yang bersifat mengekang bagi mereka yang ada di dunia nyata. Hal tersebut terjadi ketika seseorang menemukan sebuah tempat dalam dunia virtual yang menarik bagi dia sehingga dia bisa mengekspresikan apa yang dia inginkan dan melebihi batas ruang yang mereka rasakan selama ini. Sebagai contoh, dalam dunia virtual internet sekarang, orang bebas berkreasi, baik dalam bentuk tulisan maupun karya seni yang bersifat mengkritik maupun perwujudan perasaan diri sendiri. Feenberg menyatakan bahwa CMC dapat meningkatkan rasa kebebasan secara personal dengan mengurangi ikatan keberadaan secara nyata diri sendiri dalam komunitas tersebut⁹. Salah satu hal

⁸ Aoki, Kumiko. (1994). *Virtual Communities in Japan*. Paper presented at the Pacific Telecommunication Council 1994 Conference. Hawaii. <http://www.ftp.sunsite.udc.edu/academic.htm>

⁹ Feenberg, Andrew. (1989). *The Written World: On The Theory and Practice of Computer*

yang menyebabkannya adalah sifat anonim dalam CMC, sebagaimana Goffman mengatakan dalam tulisan yang berjudul *The Presentation of Self in Everyday Life. Garden City* sebagai berikut,

*Because of its anonymous nature of CMC, communicators can manipulate images of themselves much better than in face-to-face situations and present themselves anyway they want to be thought of. By doing so, people can fulfil the unmet desire to be a person whom they want to be*¹⁰.

Terjemahan:

Karena sifat anonim CMC itu, pengguna dapat memanipulasi gambaran atau imej dirinya sendiri, lebih baik dari pada dalam situasi tatap muka dan menghadirkan diri mereka sesuai dengan yang mereka pikirkan. Dengan melakukan seperti itu, seseorang dapat memenuhi hasrat bebas mereka untuk menjadi seseorang yang dia inginkan.

Selain itu, Gart Graham berpendapat pula bahwa kebebasan tersebut disebabkan pula oleh sifat CMC yang dapat diakses secara universal sehingga dapat berkomunikasi secara bebas¹¹. Dengan diaksesnya CMC secara bebas, maka pengguna dapat merasa tidak adanya keterikatan yang dirasakan seperti ketika seseorang masuk dalam komunitas dalam dunia yang sebenarnya.

CMC bukan merupakan komunikasi yang melihat dengan siapa seseorang berkomunikasi melainkan dengan apa yang dikomunikasikan. Hal tersebut dapat terlihat dengan pembuatan identitas pengguna yang mayoritas dibuat oleh diri sendiri dan anonim dan banyaknya percakapan yang terjadi. Hal tersebut memiliki dampak anti diskriminatif terhadap seseorang. Selain itu, Mark Poster pun berpendapat bahwa CMC dalam penggunaan internet mengizinkan setiap orang menggunakan hak yang sama atau kesempatan untuk berbicara yang sama¹².

Conferencing. In Robin Mason & A.R. Kaye (E.d.). *Mindwave* (pp 22-39). New York: Pergamon Press.

¹⁰ Goffman, Erving. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life. Garden City*. NY: Anchor Books. p.24

¹¹ Graham, Garth. (1995). *Politics of Community in Electronic Networks*. <http://www.usask.ca/library/gic/vlnl/grham/graham.html/abstract>

¹² Poster, Mark. (1990). *The Mode of Information: Post structuralism and Social Context*. Chicago: The University of Chicago Press. p.116.

CMC pun dapat berdampak memiliki kelonggaran waktu terhadap penggunaanya karena sifat CMC yang merupakan komunikasi lintas ruang maupun waktu. Sehingga seseorang yang tidak memiliki waktu dalam berkomunikasi dengan orang lain atau bahkan orang lain tersebut berada di tempat yang jauh, dapat berkomunikasi.

2.2 CMC di Jepang

CMC dalam bahasa Jepang disebut *pasokon tsūshin* (パソコン通信). Istilah tersebut terdiri dari 2 kata yaitu *pasokon* (パソコン) yang berarti komputer dan *tsūshin* (通信) yang berarti komunikasi. Sehingga secara etimologis, *pasokon tsūshin* (パソコン通信) dan CMC memiliki pengertian yang sama yaitu komunikasi yang berhubungan dengan komputer. Dalam hal ini, hubungan yang dimaksud adalah media yang digunakan. CMC di Jepang berawal pada tahun 1984, dimana *maikonkurabu* (マイコンクラブ) atau klub komputer personal berdiri di kota Matsudo. Namun, di lain sisi, ada pula yang mencatat bahwa pada tahun 1982 muncul pelayanan CMC pertama kali di Jepang yaitu MacEVENT. Pada tahun 1985, *nihon denshin denwa kōsha* (日本電信電話公社) atau perusahaan umum telegram dan telepon NIPPON diganti menjadi *nihon denshi denwa* (日本電信電話) atau sekarang disebut NTT, bersamaan dengan direvisinya *denki tsūshin gijōhō* (電気通信事業法) atau aturan industri telekomunikasi dan lain sebagainya. Melalui perusahaan NTT, berkembang berbagai macam perangkat komputer yang mempermudah CMC di Jepang, seperti modem.

Aoki Kumiko menyatakan bahwa kebanyakan orang Jepang mengatakan bahwa mereka memiliki motivasi dalam menggunakan internet karena untuk meraih informasi. Namun nyatanya banyak orang mendaftarkan dirinya juga dalam komunikasi interpersonal seperti tukar menukar email dengan teman, berdiskusi dengan jaringan tersebut yang memiliki ketertarikan yang sama, menemukan teman baru, mengekspresikan pendapat dan ide mereka, dan berkomunikasi tanpa

menggunakan nama atau identitas yang asli¹³. Selain itu, pada saat ini orang-orang dalam dunia bisnis juga sudah menggunakan jaringan komputer komersial untuk berkomunikasi dengan pelanggan mereka.

Salah satu hal yang menjadi perhatian dalam penggunaan CMC di Jepang dibandingkan negara lain adalah penggunaan anonim. Morio dan Buchloz mengungkapkan bahwa tingkat penggunaan anonim dalam CMC di Jepang merupakan yang tertinggi dibandingkan forum yang ada di barat. Hal tersebut disebabkan karena negara Barat memiliki nilai menjunjung kebebasan dan keunikan individu yang tinggi dibandingkan negara Timur, Di lain sisi, di negara Timur, hal seperti komunitas online atau komunitas virtual sangat cocok bagi orang-orang yang ingin atau bahkan butuh untuk menjadi bagian yang lebih besar dari pada lingkungan mereka sekarang dan mempertinggi rasa kesatuan dalam kelompok. Situs Jepang 2channel merupakan forum internet terluas di dunia, dimana terdapat 800 *thread*¹⁴ (judul dalam percakapan BBS) aktif di dalamnya. Serta sebagian besar identitas pengguna mereka teridentifikasi tanpa nama atau anonim¹⁵. Penggunaan situs Jepang lain seperti situs jejaring sosial mixy teridentifikasi dari umur 18 sampai 35 tahun, pria sekitar 91 persen dan perempuan sekitar 83 persen menggunakan status anonim, serta usia umur 50 sampai 68 tahun, pria 90 persen dan perempuan 95 persen menggunakan status anonim¹⁶. Berdasarkan data tersebut, terlihat jelas bahwa orang Jepang lebih menginginkan status anonim dalam dunia maya atau internet, hal tersebut salah satunya disebabkan karena ketidakinginan mereka untuk mendapatkan ikatan yang lebih kuat dan dekat di dalam dunia maya atau internet. Hal tersebut dapat pula disebabkan karena konteks budaya dan masyarakat Jepang yang bersifat

¹³ Aoki, Kumiko. (1994). *Virtual Communities in Japan*. Paper presented at the Pacific Telecommunication Council 1994 Conference. Hawaii. <http://www.ftp.sunsite.udc.edu/academic.htm>

¹⁴ Judul pilihan konferensi dalam situs BBS.

¹⁵ Morio, H. & Buchloz, C. (2009). *How Anonymus Are You Online?Examining Online Social Behaviors From A Cross-Cultural Perspective*. *AI & Society*,23, p.297-307.

¹⁶ Bovee, Nicholas., & Cvitkovic, Robert. (2010). *Anonymity in Computer-Mediated Communication in Japanese and Western Context*. Japan: university of Saiba. p.42

mengikat, sehingga dengan status anonim dapat dengan bebas berinteraksi dalam dunia maya atau internet, dan juga karena dapat mengurangi diskriminasi seseorang.

Hal menarik lainnya, dalam CMC di Jepang adalah penggunaan bahasa dalam teks tertulis dan *emoticon*. Dalam penggunaan bahasa dalam bentuk tulisan, masyarakat Jepang menggunakan hiragana, katakana dan kanji. Namun dalam komunikasi dalam CMC ditemukan penggunaan bahasa yang menggunakan huruf romawi seperti K た. Selain itu, dalam penggunaan bahasa Jepangnya ditemukan pula *softeners*, seperti おー頑張れー！”oooGanbareee!” (ayooo semangaaat!). Pada kehidupan sehari-hari *emoticon* yang digunakan dalam CMC biasanya oleh jaringan internet di Jepang agak berbeda dengan yang biasa digunakan di jaringan internet Amerika atau Eropa seperti contoh berikut,

US/Eropa		Jepang
:~)	senyum biasa	(^_^) senyum biasa
:-(sedih	(^o^;>) permisi!
;~)	berkedip	(^ ^;) keringat dingin
:~))	sangat senang	(^o^)
:~o	Wow!	(*^o^*) tertarik
:~	cemberut	(_o_) maaf
:~	marah	(^ . ^) senyum perempuan
8~)	senyum dengan kacamata	(*^_ ^*;) maaf
:^)	muka senang	(;~;) mencururkan air mata
:^((tidak senang	(^_ ^;; canggung

Gambar 2.1 Perbandingan *emoticon* di US/Eropa dan Jepang

(Aoki kumiko,1994) Catatan: Telah Diolah Kembali

Seperti yang terlihat, *emoticon* yang digunakan Amerika atau Eropa terlihat menyamping sedangkan *emoticon* digunakan di Jepang tidak. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Nojima pada tahun 1993, *emoticon* biasa ditunjukkan untuk tanda sayang dan juga canda atau gurau. Penggunaan *emoticon* untuk canda atau

guru biasa ditemukan di jaringan internet Amerika atau Eropa. Namun penggunaan untuk menunjukkan rasa sayang tanpa ada indikator yang spesifik dan memiliki keunikan tersendiri, biasa ditemukan dalam jaringan internet Jepang¹⁷.

2.3 Internet

Secara etimologis, internet berasal dari bahasa Latin yaitu *inter* yang berarti antara dan *net* yang berarti jaringan. Sehingga jika diartikan secara etimologis internet adalah jaringan antara atau penghubung. Penggunaan internet sebagai media komunikasi merupakan salah satu bentuk CMC. CMC menggunakan internet sangat berkembang pada sekarang dan bahkan menjadi pencitraan CMC saat sekarang. Perkembangan teknologi komputer dan telekomunikasi memungkinkan seseorang untuk mengakses internet kapan saja dan dimana saja tanpa tergantung perbedaan waktu ataupun wilayah. Sekarang boleh dikatakan hampir semua orang sudah dapat menggunakan internet. Dulu mungkin hanya beberapa kalangan saja seperti pengusaha atau peneliti yang menggunakan fasilitas internet tersebut, namun sekarang seluruh kalangan masyarakat dan usia dapat menggunakan fasilitas internet. Pada awal Desember 2008, jumlah pengguna internet mencapai lebih dari 1 milyar pengguna dan mayoritas pengguna internet yang baru berasal dari Asia¹⁸.

Sebagai bentuk komunikasi baru dan sekarang banyak digunakan, internet memengaruhi hubungan sosial manusia. Hal tersebut diungkapkan oleh Derek Foster dalam tulisannya yang berjudul *Community and Identity in the Electronic Village* pada tahun 1996. Ia beranggapan sebagai berikut.

The Internet is clearly the foremost among new information technologies that promise to significantly impact the day to day circumstances of all social relations. The Internet is a real example of a broadband, wide-area computer network that allows each individual user an equal voice, or at the least an equal opportunity to speak. Increasing numbers of people, upon discovering the Internet,

¹⁷ Aoki, Kumiko. (1994). *Virtual Communities in Japan*. Paper presented at the Pacific Telecommunication Council 1994 Conference. Hawaii. <http://www.ftp.sunsite.udc.edu/academic.htm>

¹⁸ ComScore Press Release. (2009, January). Global Internet Audience Surpasses 1 Billion Visitors, According to ComScore. <http://www.comscore.com/press>

*are enamored by the technology's ability to publicly legitimate their self-expression and by the freedom it provides from traditional space and time barriers. A central question is whether, as is often claimed, this empowerment and the ability to connect with increasing ease to ever-growing numbers of like-minded people encourage a sense of community*¹⁹.

Terjemahan:

Internet dengan jelas menjadi sesuatu yang penting diantara teknologi informasi yang baru yang menjanjikan dengan pasti pengaruhnya terhadap lingkungan seluruh hubungan sosial setiap harinya. Internet merupakan sebuah contoh nyata pada sebuah *broad band* dan jaringan komputer yang luas yang mengizinkan setiap orang menggunakan suara yang sama atau kesempatan untuk berbicara yang sama. Peningkatan jumlah pengguna internet tidak terlepas dari ketertarikan pada kemampuan teknologi untuk melegitimasi kepada publik perasaan diri sendiri dan kebebasan yang tersedia dari ruang atau wilayah secara geografis dan waktu. Yang menjadi pertanyaan utama adalah apakah penguatan dan kemampuan untuk berhubungan dengan kasus yang sangat meningkat dari orang-orang yang memiliki pemikiran yang sama, mendorong *sense of community*.

Berdasarkan uraian tersebut, penggunaan internet sebagai komunikasi memiliki karakteristik yang dimiliki CMC yang sudah dijelaskan sebelumnya, yaitu seperti kebebasan dan interaksi yang menjanjikan kebebasan dan anti diskriminatif. Hal tersebut dikarenakan penggunaan internet merupakan pencitraan CMC pada saat ini dan perkembangannya dan peningkatannya memengaruhi perkembangan dan peningkatan CMC. Selain itu, internet pun dapat mendorong *sense of community* seseorang, baik secara langsung atau tidak dengan konferensi-konferensi atau forum-forum yang membuka pikiran maupun hati penggunanya. Hal tersebut terjadi misalnya pada situs jejaring sosial seperti *facebook* dan *twitter*.

2.4 Internet di Jepang

Bill Gordon dalam penelitiannya terhadap pengaruh internet dalam masyarakat Jepang, menyatakan bahwa penggunaan internet di Jepang mulai berkembang pesat sejak tahun 1995. Menurutnya, Jepang menduduki peringkat ke-2 dalam jumlah

¹⁹ Foster, Derek. (1996). Community and Identity in the Electronic Village. In David Porter (E.d.). *Internet Culture* (pp 23-37). New York: Routledge.

populasi pengguna internet terbanyak di dunia²⁰. Dan akhir-akhir ini, percepatan dan perkembangan pertumbuhan teknologi dalam internet dan telekomunikasi *mobile* memberikan pengaruh terhadap pola interaksi dan kreasi seseorang dalam komunitas virtual yang memiliki perbedaan budaya dengan budaya nyata di Jepang.

Kebanyakan pertumbuhan pesat internet di Jepang dirangsang oleh produksi telepon genggam *NTT DoCoMo*²¹ yang memiliki aplikasi untuk mengakses internet. Bill Gordon mengungkapkan bahwa meskipun tingkat kepemilikan komputer rumah di Jepang jauh lebih rendah dibandingkan Amerika Serikat, akses internet publik di kafe dan kios-kios serta telepon genggam memiliki kemungkinan untuk memberikan pengaruh internet ke dalam masyarakat Jepang²².

Internet dapat memengaruhi cara komunikasi seorang Jepang diantara mereka dan antara orang Jepang dengan yang bukan orang Jepang. Menurut Bill Gordon, bahasa tulisan Jepang memberikan suatu hal yang menarik dan unik dalam komunikasi internet, terutama dengan yang berkomunikasi orang yang bukan Jepang. Hal tersebut dikarenakan memiliki tata bahasa dan aksara penulisan yang berbeda dengan yang lainnya. Dalam program komputer bahasa tulis bahasa Jepang terdapat kanji, hiragana dan katakana yang memiliki kode karakter yang tidak sama dengan komputer yang tidak memiliki program tersebut. Dengan keunikan dalam penulisan bahasa Jepang tersebut, komunitas virtual dalam wilayah jaringan internet Jepang masih terbatas pada percakapan antarorang Jepang saja., sehingga komunitas virtual yang ada di Jepang memiliki keunikan sendiri. Penggunaan bahasa Jepang dalam percakapan komunitas virtual mengubah pemakaian bahasa Jepang yang umum, seperti penggunaan bentuk sopan dan tata bahasa. Dalam komunitas virtual, bentuk sopan dan tata bahasa tidak diperhatikan dalam berkomunikasi. Dalam

²⁰ Gordon, Bill. (2000, July). *Internet's Influence on Social Interactions in Japan*. <http://wgordon.web.wesleyan.edu/papers/wwwpaper.pdf>

²¹ Sejenis merk hp yang diproduksi oleh perusahaan NTT di Jepang

²² Gordon, Bill. (2000, July). *Internet's Influence on Social Interactions in Japan*. <http://wgordon.web.wesleyan.edu/papers/wwwpaper.pdf>

mengungkapkan bahasa non verbal, komunitas virtual di Jepang juga menggunakan *emoticon*. Di Jepang mengembangkan *emoticon* dengan budaya mereka sendiri²³.

Penggunaan internet di Jepang berkembang karena didukung pula oleh pemerintah yang berusaha mengembangkan internet dalam segala aspek termasuk dalam pendidikan sekolah. Sebagai contoh, Kementerian Pos dan Telekomunikasi menyadari pengaruh internet terhadap interaksi seseorang, termasuk orang cacat dan lansia. Kementerian Pos dan Telekomunikasi dan Kementerian Kesehatan dan Kesejahteraan di Jepang pun bekerja sama untuk menciptakan lingkungan informasi yang bisa diakses oleh siapapun termasuk orang cacat dan lansia.

2.5 Komunitas Virtual

Komunitas virtual merupakan komunitas CMC atau komunitas yang memakai komputer sebagai sarana komunikasinya²⁴. Lebih dari itu, Howard Rheingold dalam penelitiannya terhadap komunitas virtual dalam WELL (sejenis BBS) menyatakan bahwa komunitas virtual sebagai kesatuan yang muncul dari jaringan internet ketika beberapa orang masuk dalam percakapan dalam BBS dalam waktu lama dan dengan perasaan yang dapat memenuhi, terbentuk hubungan antarindividu dalam situs tersebut di dunia virtual.

Mark Poster mengutip pernyataan Weber yang berpendapat bahwa akan terdapat *non place community* (komunitas tanpa tempat) yang keberadaannya melebihi batas wilayah geografis. Ia melanjutkan bahwa konsep pemaknaan komunitas secara tradisional yang sebatas wilayah geografis mungkin akan tergantikan dengan konsep *communities of accessibility* atau komunitas yang

²³Takahashi, Shinji. (1996, Spring). *Talk Across the Oceans: Language and Culture of Global Internet Community*. Originally published in *Journal of Vizual*. <http://www.biwa.ne.jp/~smgnl/shinji/paper>

²⁴ Bieber, M., Engelbart, D., Furuta, R., & Hiltz, S. R. (2002). Toward virtual community knowledge evolution. *Journal of Management Information Systems*, 18. p.11

mempunyai kemungkinan untuk diakses atau dimasuki²⁵. Komunitas yang dimaksud adalah komunitas virtual.

Dalam terminologi yang disampaikan oleh Jessie Bernard pada tahun 1973, CMC menggantikan signifikansi ruang pada hubungan antarmanusia²⁶. Hiltz dan Turoff mengembangkan pandangan tersebut dengan mengatakan bahwa kita akan menjadi *network nation* atau bangsa internet, dimana informasi dan komunikasi sosial yang berkaitan dengan emosi saling dipertukarkan²⁷. Kedua hal tersebut menggambarkan komunitas virtual sebagai sebuah komunitas yang melampaui batas ruang dan bahkan disamakan dengan negara.

Istilah lain dalam komunitas virtual adalah *communities of anonymity* atau 匿名性のコミュニティ (*tokumeisei no komyuniti*) atau komunitas anonim²⁸. Komunitas ini adalah komunitas yang para anggotanya tidak menggunakan nama sebenarnya dan berbagi ruang virtual untuk pengekspresian diri mereka sendiri. Dalam *game on line*, orang-orang membuat karakter yang dia inginkan dan dikenali orang lain sesuai karakter yang mereka ciptakan tersebut. Dalam berbagai macam *BBS*, digunakan identitas lain jenis kelamin atau *cross gender*.

Internet memberikan perubahan sangat besar dalam pola interaksi sosial di Jepang, melalui komunitas virtual tanpa bertatap muka secara langsung. Suratt berpendapat bahwa komunikasi antar anggota memungkinkan komunitas virtual untuk membentuk elemen-elemen dasar dalam budaya yaitu sistem yang sudah diterima bersama dalam bentuk simbol, nilai, norma dan kepercayaan²⁹. Sementara itu, Shapiro mengatakan bahwa komunitas virtual melalui internet memungkinkan

²⁵ Poster, Mark. (1990). *The Mode of Information: Poststructuralism and Social Context*. Chicago: The University of Chicago Press. p.116

²⁶ Bernard, Jessie. (1993). *The Sociology of Community*. Glenview: Scott-Foresman.

²⁷ Hiltz, S. Roxanne., & Turoff, Murray. (1993). *The Network Nation: Human Communication Via Computer*. London: Addison-Wesley.

²⁸ Morioka, Masahiro. (1993). *Ishiki Tsushin: Doriimu Navigeita no Tanjou*. Tokyo: Chikuma Shobo.

²⁹ Surratt, Carla G. Netlife. (1998). *Internet Citizens and Their Communities*. Commack. NY: Nova Science Publishers.

seseorang untuk membuat persahabatan dan perkenalan berdasarkan ketertarikan yang sama. Komunitas tersebut memungkinkan perubahan besar cara seseorang berhubungan dengan orang lain, karena yang dinilai dalam dunia virtual adalah yang dikatakan dalam bentuk bahasa tulis³⁰ (Shapiro,1999,49). Hal tersebut merupakan esensi dari interaksi sosial, yang lebih melihat yang dikatakan bukan yang mengatakannya.

Komunitas virtual dapat menghilangkan kendala sosial yang disebabkan oleh usia, jenis kelamin dan karakter yang lain yang termasuk dalam diskriminasi. Komunitas virtual bisa menjadi sesuatu yang bernilai bagi orang-orang yang mungkin segan dalam berhubungan dengan bertatap muka langsung dalam berinteraksi sosial, seperti kaum gay dan lesbian termasuk fenomena cacat, waria, *otaku*, *hikikomori*³¹ dan orang-orang yang tak sejalan dengan kebijakan politik pemerintah. Hal tersebut tercermin dari pengertian komunitas virtual sebagai komunitas yang menggunakan CMC. Di Jepang, ada banyak komunitas virtual seperti kelompok untuk orang-orang yang ingin berhenti merokok, dan komunitas untuk mendukung korban dan sukarelawan gempa hebat Kobe pada tahun 1995³².

Di komunitas virtual Jepang, ada 2 jenis keanggotaan yaitu ROM (*Read Only Members*) dan RAM (*Random Access Member* atau *Radical Active Members*). ROM ditujukan untuk anggota yang sering membaca pesan dalam komunitas virtual namun jarang menuliskan balasan, sedangkan RAM ditujukan bagi anggota yang aktif menulis dan membalas.

³⁰ Shapiro, Andrew L. (1999). *The Control Revolution: How the Internet is Putting Individuals in Charge and Changing the World We Know*. New York: Public Affairs. p.49.

³¹ *Hikikomori* adalah fenomena yang terjadi di Jepang dimana seseorang menarik diri dan tidak ingin bersosialisasi di luar rumah. <http://www.google.com/hikikomori.htm>

³² Miyagawa, Shoko, Kaneko, & Murai, Ikuyo Jun. (1999). *Making Network Communities Work*. <http://quattro.sfc.wide.ad.jp/Paper/inet.html>

BAB 3 *DENSHA OTOKO*

3.1 Serial Drama Televisi Jepang *Densha Otoko*

Densha Otoko (電車男) merupakan serial drama televisi yang ditayangkan di Jepang oleh Fuji TV dari tanggal 7 Juli sampai dengan tanggal 22 September 2005 dari pukul 22.00 sampai pukul 22.54 waktu setempat. Drama televisi ini disutradarai oleh 3 orang yaitu Takeuchi Hideki (武内英樹), Nishiura Masaki (西浦正記) dan Kobayashi Kazuhiro (小林和宏). Drama ini diangkat dari sebuah novel yang ditulis oleh Nakano Hitori (中の一人) yang berjudul sama yaitu *Densha Otoko* (電車男) yang diterbitkan tanggal 22 Oktober 2004 oleh penerbit Shincōsha (新潮社). Novel ini lalu berkembang menjadi bentuk serial *manga*, drama televisi dan film. Drama televisi ini juga disiarkan oleh saluran televisi di luar Jepang yaitu pada saluran televisi Hongkong TVB Jade dan saluran televisi Taiwan Videoland Japan¹.

1.2 Sinopsis Cerita *Densha Otoko*

Densha Otoko merupakan julukan yang diberikan oleh komunitas virtual kepada Yamada Tsuyoshi yang merupakan pemeran utama. Pada suatu malam hari setelah selesai mengunjungi event atau acara di Akihabara, Yamada Tsuyoshi pulang ke rumah dengan menggunakan kereta listrik. Di kereta, ia bertemu dengan wanita cantik bernama Aoyama Saori. Yamada Tsuyoshi yang merasa dirinya seorang *otaku*, dan tidak bisa berkomunikasi dengan wanita, hanya bisa melihat dan membayangkan jika ia dekat dengan wanita tersebut. Tiba-tiba, sebuah kejadian yang mengubah kehidupan Yamada Tsuyoshi terjadi pada saat itu di kereta tersebut. Kejadian tersebut adalah kejadian dimana muncul seorang pemabuk tua yang mengganggu seluruh penumpang kereta termasuk wanita cantik tersebut. Lalu, ketika pemabuk itu menggoda wanita tersebut, Yamada Tsuyoshi dengan segenap keberaniannya

¹ http://www.wiki.d-addicts.com/Densha_Otoko.htm (24 April 2011,21:32)

menolong wanita tersebut, sehingga pada akhirnya wanita tersebut tertolong. Setelah itu wanita tersebut meminta alamat rumah Yamada Tsuyoshi. Setelah berada di rumah, Yamada Tsuyoshi menyalakan komputer, memasuki sebuah forum internet dalam situs Aladin channel.net atau tertulis A ちゃんねる (A chaneru). Yamada Tsuyoshi pun menceritakan kejadian yang baru saja dia alami di kereta melalui forum internet tersebut. Berbagai macam tanggapan, komentar dan kritik serta saran bermunculan tertulis dalam forum internet tersebut untuk merespon cerita Yamada Tsuyoshi tersebut. Seiring dengan berjalannya waktu, maka frekuensi komunikasi Yamada Tsuyoshi dengan komunitas virtual pada forum tersebut pun menjadi meningkat, dan semuanya dilakukan untuk mendapatkan cinta Aoyama Saori. Pada akhirnya ikatan komunitas tersebut pun menjadi semakin kuat, dan Yamada Tsuyoshi mengalami beberapa perubahan yang lebih mendekatkan hubungannya dengan Aoyama Saori.

1.3 Pemeran-Pemeran Dalam Serial Drama Televisi *Densha Otoko*

1.3.1 *Densha Otoko* 電車男 atau Yamada Tsuyoshi 山田 剛司

Densha Otoko (電車男) atau Yamada Tsuyoshi (山田 剛司) diperankan oleh Ito Atsushi (伊藤淳史). Yamada Tsuyoshi adalah seorang *otaku* (seseorang yang mencintai *anime*, *manga*, figur dan sebagainya secara berlebihan) berumur 23 tahun yang bertempat tinggal di Tokyo. Dia adalah seorang karyawan *Jinzai Haken Gaisha* (人材派遣会社) atau perusahaan peyalur tenaga kerja. Ia berpenghasilan 3 juta sampai 4 juta yen per tahun. Dia seorang pemalu, sering dipandang rendah dan disakiti oleh orang lain, dan tidak terlalu paham mengenai dunia percintaan. Dia pun tidak terlalu akrab dengan keluarganya dan adiknya pun membenci dia karena dia adalah seorang *otaku*.

1.3.2 “HERMES” (エルメス) atau Aoyama Saori (青山 沙織)

“HERMES” (エルメス) atau Aoyama Saori (青山 沙織) diperankan oleh Ito Misaki (伊東美咲). Aoyama saori dibesarkan oleh keluarga terhormat dan kaya dan tinggal di daerah Tokyo. Dia berumur 25 tahun dan bekerja sebagai pegawai

perempuan di perusahaan perdagangan luar negeri di Tokyo. Sebelumnya dalam hubungan percintaan dia pernah berhubungan, dan akan dilamar oleh seorang pria bernama Seno (瀬野). Namun hubungan tersebut tidak berlanjut terus karena pada akhirnya Saori mengetahui bahwa pria itu sudah memiliki istri dan anak. Hal tersebut membuat Saori merasa trauma karena dibohongi, dan tidak mau lagi menjalin hubungan dengan pria.

Pada komunitas virtual *A channel*, Saori dijuluki HERMES yang diambil dari nama 1 set perlengkapan minum teh yang diberikan oleh Saori kepada Yamada sebagai pernyataan terima kasih karena telah menolongnya.

3.3.3 Keluarga Yamada Tsuyoshi

3.3.3.1 Yamada Tsuneo(山田 恒生)

Diperankan oleh Kishibe Shirō (岸部シロー). Dia adalah ayah Yamada Tsuyoshi. Dia memiliki toko sepeda. Selain menjadi kepala keluarga Yamada, segala urusan rumah tangga pun dikerjakan olehnya termasuk memasak, karena istrinya Kasumi Yamada memiliki banyak aktifitas di luar rumah. Dia dekat dengan adik perempuan Yamada Tsuyoshi tapi jarang berbicara dengan Yamada Tsuyoshi.

3.3.3.2 Yamada Kasumi (山田 香澄)

Diperankan oleh Toda Keiko (戸田恵子). Dia adalah ibu Yamada Tsuyoshi. Dia hanya muncul dan berbicara kepada Yamada Tsuyoshi 1 kali dalam drama Televisi Densha otoko yaitu pada episode 11, dimana dia memberitahukan kepada Yamada Tsuyoshi dan adiknya bahwa dia sedang hamil anaknya yang ketiga.

3.3.3.3 Yamada Aoi 山田 葵

Diperankan oleh Horikita Maki(堀北真希). Dia adalah adik perempuan Yamada Tsuyoshi. Dia seorang murid SMA di Jepang dan sangat membenci otaku termasuk kakaknya yaitu Yamada Tsuyoshi, namun di balik itu semua, di peduli dengan kakaknya.

3.3.4 Rekan kerja Yamada Tsuyoshi

3.3.4.1 Jinkama Misuzu (陣釜 美鈴)

Diperankan oleh Shiraishi Mihō (白石美帆). Dia merupakan salah satu pegawai wanita yang menerima jasa menerima pekerjaan dari perusahaan tempat Yamada Tsuyoshi bekerja. Dia merupakan karyawan yang berada di bawah tanggung jawab Yamada Tsuyoshi. Wanita ini berpenampilan cantik, menarik, dan sering membuat masalah dan skandal di tempat kerjanya. Hal tersebut membuat Yamada Tsuyoshi sering berkomunikasi dengan wanita itu untuk mencari pekerjaan yang cocok untuk wanita tersebut dan wanita itu berkonsultasi tentang pekerjaannya. Dia sering berlaku kasar kepada Yamada Tsuyoshi. Suatu hari, dia memasuki konferensi yang terdapat *densha otoko* dan HERMES di internet dengan tidak sengaja. Lalu, dia menemukan kemiripan antara yang terjadi pada *densha otoko* tersebut dengan Yamada Tsuyoshi, sehingga dia berkesimpulan bahwa *densha otoko* adalah Yamada Tsuyoshi. Dia pun merupakan anggota komunitas virtual tersebut.

3.3.4.2 Kuroki Fumito (黒木 文人)

Diperankan oleh Satō Jirō (佐藤二朗). Dia adalah atasan Yamada Tsuyoshi. Dia suka berbuat sesuka hatinya terhadap Yamada Tsuyoshi dan memberlakukan dia berbeda dengan yang lain. Hal tersebut bisa terlihat jelas ketika melihat sikapnya dengan Yamada Tsuyoshi yang berbeda ketika dengan Jinkama Misuzu. Namun pada akhirnya, dia turunkan pangkatnya menjadi karyawan biasa dan digantikan oleh Oikawa Naoto.

3.3.4.3 Oikawa Naoto (及川 尚人)

Diperankan oleh Maekawa Yasuyuki (前川泰之). Dia adalah rekan kerja Yamada Tsuyoshi di perusahaan penyalur tenaga kerja. Dia merupakan pria yang tampan, pintar berpakaian dan disegani oleh rekan-rekan kantornya termasuk kepala bagian. Pada episode 4, dia mengajarkan Yamada Tsuyoshi untuk berselancar di pantai.

3.3.5 Teman Yamada Tsuyoshi

3.3.5.1 Matsunaga Yūsaku (松永 勇作)

Diperankan oleh Gekidan Hitori (劇団ひとり). Dia merupakan rekan sesama otaku dari Yamada Tsuyoshi. Dia juga merupakan salah satu sahabat di dunia nyata Yamada Tsuyoshi. Namun Yamada Tsuyoshi tidak pernah menceritakan hal yang bersifat sentimentil atau perasaan termasuk tentang hubungannya dengan Aoyama Saori kepadanya. Mereka biasa menghabiskan waktu bertiga di Akihabara. Dia tinggal di Nagoya dan merupakan anak dari keluarga kaya di Jepang.

3.3.5.2 Kawamoto Shinji (川本 信二)

Diperankan oleh Sugawara Eiji (菅原永二). Dia merupakan rekan sesama otaku dari Yamada Tsuyoshi. Dia juga mungkin merupakan salah satu sahabat di dunia nyata Yamada Tsuyoshi. Namun Yamada Tsuyoshi tidak pernah menceritakan hal yang bersifat sentimentil atau perasaan termasuk tentang hubungannya dengan Aoyama Saori kepadanya. Mereka biasa menghabiskan waktu bertiga di Akihabara. Dia tinggal di Kansai.

3.3.6 Keluarga Aoyama Saori

3.3.6.1 Aoyama Keisuke (青山 啓介)

Diperankan oleh Hayami Mokomichi (速水もこみち). Dia adalah adik laki-laki Aoyama Saori. Dia merupakan pria yang tampan dan bekerja di sebuah bar. Berbeda dengan Saori, pada beberapa episode awal, dia tidak mau tinggal di rumahnya sendiri bersama ibunya, namun akhirnya dia mau tinggal bersama keluarganya di rumah.

3.3.6.2 Aoyama Yuki (青山 由紀)

Diperankan oleh Akiyoshi Kumiko (秋吉久美子). Dia adalah ibu dari Aoyama Saori. Dia selalu menganjurkan Saori untuk memilih pasangan hidupnya secepatnya, sehingga setiap kali dia memberikan foto-foto pria dan meminta Saori untuk memilihnya. Dia juga merupakan istri dari Aoyama Kengo yang selalu meminta dia untuk menandatangani surat penceraian.

3.3.6.3 Aoyama Kengo(青山 健吾)

Diperankan oleh Yamashita Shinji (山下真司). Dia adalah ayah dari Aoyama Saori. Dia adalah seorang pembisnis dan banyak menghabiskan waktunya di luar negeri sehingga dia tidak pernah ada di rumah. Dia ingin sekali menceraikan istrinya yaitu Aoyama Yuki.

3.3.7 Rekan kerja Aoyama Saori

3.3.7.1 Mizuki Yūko (観月 裕子)

Diperankan oleh Sudo Risa(須藤理彩). Dia merupakan senior Saori di kantor dan sangat terobsesi dengan menjadi kaya secepatnya. Bahkan pernah menjalin hubungan dengan teman Yamada Tsuyoshi sesama otaku yaitu Matsunaga, karena dia tahu bahwa Matsunaga merupakan anak keluarga kaya di Jepang.

3.3.7.2 Sawazaki Kaho (沢崎 果歩)

Diperankan oleh Sato Eriko (佐藤江梨子). Dia merupakan sahabat dekat Saori dan juga rekan kerjanya di kantor. Di beberapa episode awal, dia sangat memandang rendah otaku bahkan dia bertemu Yamada Tsuyoshi di stasiun dan dia memandang rendah Yamada Tsuyoshi sebagai seorang yang berpenampilan seperti otaku di episode awal. Di beberapa episode selanjutnya, Saori mengajak Yamada untuk makan malam bersama dengan Kaho, lalu setelah makan malam tersebut Kaho memberikan citra yang tidak baik kepada Yamada Tsuyoshi. Namun pada beberapa episode terakhir, Kaho menjadi menerima, menghargai bahkan mendukung hubungan Saori dan Yamada

3.3.8 Teman Aoyama Saori

3.3.8.1 Sakurai Kazuya (桜井 和哉)

Diperankan oleh Toyohara Kosuke (豊原功補). Dia merupakan kenalan dari Aoyama Saori dan seorang pemilik restoran yang berpenampilan menarik. Dia adalah pria yang jauh lebih tua dari Aoyama Saori, karena itu Saori menganggapnya seperti kakaknya sendiri. Adiknya Saori pun yang bernama Keisuke, bekerja di restoran miliknya. Dia mengetahui adanya forum dimana terjadi percakapan antara Yamada

Universitas Indonesia

sebagai *densha otoko* dan komunitas virtual Achannel dan dia pun merupakan salah satu anggota komunitas virtual tersebut. Karena keterlibatan dia dalam komunitas tersebut, dia pun menyukai karakter HERMES yang diceritakan dalam konferensi tersebut. Hingga pada akhirnya, dia tahu bahwa HERMES yang dimaksud adalah Aoyama Saori yang dia kenal. Lalu, terjadilah persaingan untuk mendapatkan cinta Aoyama Saori.

3.3.8.2 Seno (瀬野)

Diperankan oleh Katsurayama Shingo (葛山信吾). Muncul hanya pada episode ketiga dan keempat. Dia merupakan pria yang meninggalkan Aoyama Saori karena telah membohongi Saori. Dia merupakan salah satu anggota komunitas virtual dimana terjadi konferensi mengenai *densha otoko* dan HERMES.

3.3.9 Teman Yamada Tsuyoshi dalam Komunitas Virtual

Komunitas virtual ini berkumpul dalam BBS dengan nama *thread* (judul konferensi yang bisa pengguna pilih) *dokusin otoko ga doku zuku suru* (独身男が毒づくスル) dalam situs Aちゃんねる atau Aladin Channel. Dalam penegenalan setiap tokoh-tokoh komunitas virtual, sutradara memiliki beberapa cara yaitu sebagai berikut.

Pertama, sutradara memperkenalkan langsung nama asli anggota komunitas virtual tersebut dengan memperlihatkan beberapa adegan. Seperti berikut:

- | | |
|------------------------------|-----------------------------|
| 1. Minamoto Munetaka (皆本 宗孝) | 7. Kinōshita Kōichi (木下 寛一) |
| 2. Asano Shinpei (浅野 真平) | 8. Takeda Karin (武田 花梨) |
| 3. Hashizume Ryōko (橋爪 涼子) | 9. Tezuka (手塚) |
| 4. Hayama Kaoru (葉山 薫) | 10. Tomi Naga (富永) |
| 5. Ichisaka Susume (一坂 進) | 11. Toubita Kōki (飛田 行機) |
| 6. Iyami Fuyuhiko (嫌味冬彦) | 12. Ushijima Sadao (牛島 貞雄) |

3.3.9.1 Minamoto Munetaka (皆本 宗孝)

Diperankan oleh Oguri Shun (小栗旬). Dia adalah seorang *admin* (yang menagtur lalu lintas percakapan BBS) dalam konferensi yang berjudul Dokusin Otoko ga Dokuzukusuru dalam situs Aladin channel. Dia juga merupakan ahli program komputer. Dia memiliki banyak komputer di dalam kamarnya dan karena suatu kejadian, cenderung menarik dari dunia luar (*hikikomori*). Dia yang memberikan nama panggilan Densha Otoko kepada Yamada Tsuyoshi dalam komunitas virtual tersebut.

3.3.9.2 Asano Shinpei (浅野 真平)

Diperankan oleh Yamazaki Shigenori (山崎樹範). Dia bertempat tinggal di Aichi. Dia adalah seseorang yang merasa seperti Densha Otoko, karena dia merupakan seorang otaku dan selalu merasa tidak bisa memiliki hubungan dengan wanita. Berbeda dengan Yamada Tsuyoshi, dia adalah seorang *hikikoumori*. Hal tersebut terlihat ketika dia melakukan aktifitas makan di rumah.

3.3.9.3 Hashizume Ryōko (橋爪 涼子)

Diperankan oleh Sakurai Chizu (桜井千寿). Sebenarnya walaupun tidak tertulis dalam *user id*, namun dalam percakapan dalam forum tersebut, dia sering menggunakan kalimat 「自分は女ですが」 ”Jibun ha onna desuga” atau 「私女だけど」 ”watashi onna dakedo” yang sama berarti “saya adalah perempuan”. Dalam hal membantu hubungan *densha otoko*, dia sering memberi saran dalam sudut pandang wanita.

3.3.9.4 Hayama Kaoru (葉山 薫)

Diperankan oleh Kaitō Aiko (皆藤愛子). Seorang pasien wanita di rumah sakit yang tidak terlalu akrab dan penyendiri.

3.3.9.5 Ichisaka Susume (一坂 進)

Diperankan oleh Nukumizu Yōichi (温水洋一). Pria separuh baya yang sudah memiliki istri namun takut terhadap istrinya.

3.3.9.6 Iyami Fuyuhiko (嫌味冬彦)

Diperankan oleh Yamanaka Takashi (山中崇). Dia adalah *otaku* yang menyukai artis wanita yang menjadi idola di Jepang. Dia selalu mengenakan baju berwarna merah muda.

3.3.9.7 Kinōshita Kōichi (木下寛一)

Diperankan oleh Zukaji Muga (塚地武雅). Dia tinggal di Hokkaido. Dia merupakan seorang pria yang baru saja bercerai dengan istrinya. Dia ingin sekali kembali pada istrinya namun tak memiliki keberanian.

3.3.9.8 Takeda Karin (武田 花梨)

Diperankan oleh Koide Saori (小出早織). Seorang artis yang menjadi idola bagi para *otaku* di Akihabara, termasuk Yamada Tsuyoshi dan kawan-kawan.

3.3.9.9 Tezuka (手塚)

Diperankan oleh Tei Ryuushin (鄭龍進). Seorang atlet basket yang mengalami cedera kaki namun tidak mau direhabilitasi karena dia merasa tidak akan bisa bermain basket lagi walau pun direhabilitasi.

3.3.9.10 Tomi Naga (富永)

Diperankan oleh Gashūin Tatsuya (我修院達也). Dia adalah seorang yang suka bepergian ke luar negeri. Dalam percakapan dalam forum tersebut, dia hampir selalu berada di luar Jepang dan sering mengatakan 「詳細キボンヌ」 ”shousai kibonnu” (tolong detailnya) untuk meminta detail cerita dari *densha otoko*.

3.3.9.11 Toubita Kōki (飛田 行機)

Diperankan oleh Ebihara Keisuke (海老原敬介). Merupakan seorang pecinta pesawat terbang dan selalu mengenakan baju oranye.

3.3.9.12 Ushijima Sadao (牛島 貞雄)

Diperankan oleh Rokkaku Seiji (六角精児). Dia tinggal di Osaka dan merupakan penggemar fanatik team *baseball* Osaka Hanshin (阪神). Dia seperti bersorak dan memberi semangat yang dilakukannya di saat pertandingan baseball tim kesayangannya, dia juga selalu memberi semangat kepada *densha otoko*.

Selain dengan pemberian nama, sutradara juga memperkenalkan tokoh-tokoh komunitas virtual dengan menggunakan *user id* yang mereka pakai. Sebagai berikut:

1. *Kawabata Yasunari* 「川端やすなり」
2. *Kisiwada* 「きしわだ」
3. *Meiji Icchokusen* 「明治一直線」
4. *Moe otoko* 「萌え男」
5. *Nanashi kappuru onna* 「名無しカップル女」
6. *Nanashi kappuru otoko* 「名無しカップル男」
7. *Obachan* 「おばちゃん」
8. *Shashou desu* 「車掌です」
9. *Zasupa* 「ザスパ」

3.3.9.13 *Kawabata Yasunari* 「川端やすなり」

Diperankan oleh Yashiba Toshihiro (矢柴俊博). Dia adalah seorang penulis cerita. Salah satu karakter dia yang mencolok dalam penulisan forum tersebut adalah sering menggunakan kata *zona moshi* (ぞなもし).

3.3.9.14 *Kisiwada* 「きしわだ」

Diperankan oleh Namioka Kazuki (波岡一喜). Dia berpenampilan seperti pemusik aliran musik *punk* (sejenis musik yang berjenis keras) dan tinggal di Osaka.

3.3.9.15 *Rōnin* atau siswa persiapan ke tingkat Universitas

Diperankan oleh Kojima Tenten (小嶋天天). Bertempat tinggal di prefektur Akita. Dia berharap bisa masuk universitas Meiji. Dalam percakapan forum tersebut, memiliki *user id* yaitu *Meiji Icchokusen* 「明治一直線」 (garis lurus ke Meiji).

3.3.9.16 *Moe otoko* 「萌え男」

Diperankan oleh Mizuno Tomonori (水野智則). Dia merupakan *otaku* idola dan setiap melakukan konferensi, dia sering menuliskan kata “moe”.

3.3.9.17 Pasangan pria dan wanita

Diperankan oleh Nasubi (なすび) untuk pasangan prianya dan Tamura Tagame (田村たがめ) untuk pasangan wanitanya. Bertempat tinggal di Fukushima. Sang pria memiliki *user id* yaitu *nanashi kappuru otoko* 「名無しカップル男」 dan sang wanita memiliki *user id* yaitu *nanashi kappuru onna* 「名無しカップル女」 dalam percakapan tersebut

3.3.9.18 *Obachan* 「おばちゃん」

Diperankan oleh Nakajima Yōko (中島陽子). Dia seorang ibu yang sering menggunakan daster dan roll rambut ketika berkomunikasi dalam BBS tersebut.

3.3.9.20 *Shashou desu* 「車掌です」

Diperankan oleh Doi Yoshio (土井よしお). Dia merupakan *otaku* kereta.

3.3.9.20 *Zasupa* 「ザスパ」

Diperankan oleh Matsuo Satoru (松尾諭). Dalam percakapan di BBS tersebut, dia sering menulis kata “Benoa” (ベノア).

Selain itu dalam drama televisi tersebut, sutradara juga menampilkan beberapa tokoh yang tidak diperkenalkan dengan nama atau pun *user id* namun melalui pengkarakteran tokoh, sebagai berikut.

3.3.9.21 *Otaku manga*² *Evangelion*³.

Diperankan oleh Shoji Yūsuke (少路勇介). Dia baru muncul dalam forum internet pada episode ke 10.

3.3.9.22 *Otaku Militer*

Diperankan oleh Murakami Wataru(村上航). Bertempat tinggal di Prefektur Yamanashi.

² *Manga* adalah komik Jepang

³ Nama judul komik

3.3.9.23 Istri teraniaya

Diperankan oleh Kikuma Yukino (菊間千乃). Dia hanya muncul pada episode awal. Dia merupakan seorang istri teraniaya karena memiliki memar di pipinya.

3.3.9.24 Pria berpakaian tentara Jepang

Diperankan oleh Kajiwara Yūta (梶原雄太). Dia baru muncul dalam forum internet pada episode ke 10.

3.3.9.25 Pemuda Chūbō (厨房)

Diperankan oleh Itō Takahiro (伊藤隆大). Dalam percakapan dia mengaku bahwa dirinya adalah seorang chūbō (厨房) atau seseorang yang menulis seperti anak kecil dalam BBS.

3.3.9.26 Pria Berambut Panjang

Diperankan oleh Horiuchi Ken (堀内健). Dia merupakan seorang *otaku* Gundam dan mulai muncul dalam percakapan BBS pada episode ke 11.

3.3.9.27 Pria Berotot

Diperankan oleh Yumita Makoto (弓田真好杜). Seorang pria yang suka *martial art* (bela diri) dan memperbesar ototnya.

3.3.9.28 Pria Jaket Merah

Diperankan oleh Honda Seito (本田誠人). Setiap melakukan percakapan, dia selalu berada di tempat seperti toko atau kafe *manga*. Dia pun selalu mengenakan baju berwarna merah

3.3.9.29 Pria Kemeja Merah

Diperankan oleh Toyonaga Toshiyuki (豊永利行). Dia tidak memiliki karakter yang mencolok.

3.3.9.30 Pria memakai satu set jas lengkap

Diperankan oleh Kase Takao (加瀬尊朗). Dalam percakapan dia selalu berpakaian rapi dan dia memiliki koleksi banyak sepatu.

3.3.9.31 Pria Tua

Diperankan oleh Kakeda Makoto (掛田誠). Dia bertempat tinggal di Prefektur Ishikawa. Dia adalah seorang *alcoholic* atau pecinta minuman keras.

3.3.9.32 Wanita *cosplay* atau wanita yang suka memakai kostum tokoh *manga*

Diperankan oleh Nomizu Iori (野水伊織). Dalam drama tersebut, dia sering menggunakan kacamata dan sering mendukung Yamada Tsuyoshi karena dia merasa sama sebagai *otaku*.

3.4 Kehidupan Pemeran Utama Pria

3.4.1 Pemeran Utama Pria sebagai *Otaku*

Pemeran utama merupakan seorang *otaku*. Hal tersebut terlihat dari koleksi dan hobinya seperti *manga*, *figure* dan *game*, dan cara berpakaian ketika ia berpergian. Hampir di setiap akhir pekan, dia berkunjung ke Akihabara bersama kedua teman sesama *otaku*-nya, yaitu Mitsunaga Yusaku⁴ dan Jinkama Misuzu⁵. Selain itu ada juga sebuah adegan dalam drama tersebut menegaskan bahwa Yamada Tsuyoshi adalah seorang *otaku*. Adegan tersebut adalah adegan upacara kelulusan Yamada Tsuyoshi sebagai seorang *otaku* di *Maid Cafe* di daerah Akihabara (episode1, 23.36). Sebagai seorang *Otaku*, Yamada Tsuyoshi sering didiskriminasikan oleh masyarakat sebagai seorang *otaku* (episode 1 13.36, 17.53) dan keluarga (episode 1, 23.29). Hal tersebut menjadi penyebab Yamada Tsuyoshi susah untuk bersosialisasi dalam masyarakat.

3.4.2 Pemeran Utama Pria sebagai Karyawan

Yamada Tsuyoshi adalah seorang karyawan dalam sebuah perusahaan penyalur tenaga kerja di Tokyo. Di dalam dunia kerja pun, Yamada Tsuyoshi sering didiskriminasikan dan diperlakukan tidak semestinya terutama oleh atasannya yaitu Kuroki Fumito⁶ dan juga bawahannya yaitu Jinkama Misuzu⁷.

⁴ Lihat hlm.32

⁵ Lihat hlm.32

⁶ Lihat hlm.32

3.4.3 Pemeran Utama Pria dalam Keluarga

Yamada Tsuyoshi adalah anak pertama dari 2 bersaudara. Ayahnya adalah seorang pemilik toko sepeda, ibunya seorang yang suka melakukan aktifitas di luar rumah dan adik perempuannya adalah seorang siswi SMA. Yamada Tsuyoshi cenderung kurang akrab dengan keluarganya. Hal tersebut terbukti dengan adik perempuannya yang tidak suka dengan *otaku*, ibunya yang sering beraktifitas di luar dan ayahnya yang cenderung bersikap acuh tak acuh kepadanya. Hal tersebut pun dapat dibuktikan dalam sebuah adegan dimana pada hari ulang tahunnya yang ke-23, Yamada Tsuyoshi menangis di sebuah atap gedung karena tidak ada yang memberinya ucapan selamat ulang tahun, bahkan dari keluarganya sekali pun (episode 1, 36.20).

3.4.4 Pemeran Utama dalam Virtual Komunitas

Yamada Tsuyoshi pertama kali menulis tulisan dalam forum internet yang berjudul *dokusin otoko ga doku zukusuru* (独身男が毒づくスル) di situs Aちゃんねる (Aladin channel) pada tanggal 5 Juli 2005 sampai tulisan keseribu yang ditulis pada tanggal 21 September 2005. Namun sebelum dia menulis, Yamada Tsuyoshi sudah sering melihat forum internet tersebut. Hal ini terlihat dalam tulisan pertamanya sebagai berikut.

Hajimemashite. Itsumo miteirubakarino ore dakedo kyou wa hōkoku ga arunde kakikomukotoni shimashita.....⁸

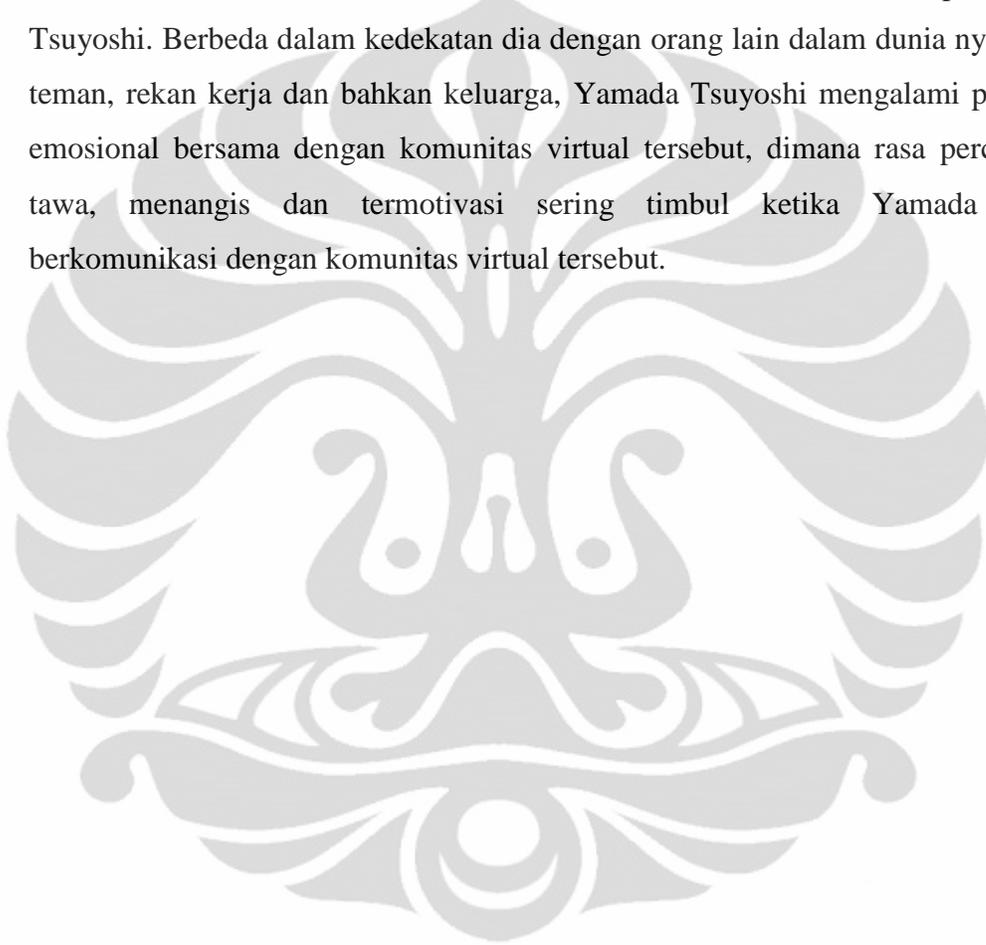
Terjemahan:

Salam kenal. Saya yang selalu melihat forum ini, hari ini ingin menuliskan sesuatu , karena ada sebuah berita....

⁷ Lihat hlm.32

⁸Kutipan asli はじめまして。いつも見ているばかりの俺だけど今日は報告があるんで書き込むことにしました.....(episode 1, 24.18)

Yamada Tsuyoshi sering berkomunikasi dengan komunitas virtual ini setiap malam dan setiap ada hal yang ingin dia ceritakan dan tanyakan tentang hubungannya dengan Saori sehingga topik atau isu yang ada dalam forum tersebut adalah mengenai kehidupan percintaan Yamada Tsuyoshi. Karena percintaan tersebut dimulai dari kereta maka forum tersebut memberikan sebutan *densha otoko* kepada Yamada Tsuyoshi. Berbeda dalam kedekatan dia dengan orang lain dalam dunia nyata, seperti teman, rekan kerja dan bahkan keluarga, Yamada Tsuyoshi mengalami pengalaman emosional bersama dengan komunitas virtual tersebut, dimana rasa percaya, haru, tawa, menangis dan termotivasi sering timbul ketika Yamada Tsuyoshi berkomunikasi dengan komunitas virtual tersebut.



BAB 4
KARAKTERISTIK KOMUNITAS VIRTUAL DAN
SENSE OF VIRTUAL COMMUNITY

4.1 Karakteristik Komunitas Virtual Dalam Serial Drama Televisi *Densha Otoko*

Karakteristik yang ada pada komunitas virtual tidak terlepas dari karakter CMC dan internet. Hal tersebut dapat terlihat dalam serial drama televisi *Densha Otoko*, Yamada Tsuyoshi maupun anggota komunitas virtual lain menggunakan komputer untuk berkomunikasi satu sama lainnya. Dalam pengertian komunitas virtual sebagai komunitas yang tidak memiliki tempat atau *non-placed community*, komunitas virtual dalam drama televisi tersebut tidak memiliki tempat atau keberadaan dalam dunia nyata melainkan dalam dunia virtual atau maya, yaitu dalam BBS (*Bulletin Board Services*) atau forum internet dalam situs A ちゃねる atau *Aladin-Channel*. Selain itu, dalam pengertian komunitas sebagai satu kesatuan *unity of will* atau satu kesatuan yang bersatu karena adanya keinginan yang sama, komunitas virtual dalam drama tersebut pun memiliki *unity of will*. *Unity of will* dalam komunitas virtual tersebut terlihat dari ketertarikan para anggota untuk masuk dalam *thread* dalam BBS situs tersebut yang berjudul *dokusin otoko ga doku zukusuru* 独身男が毒づくスル, lalu berubah menjadi keinginan untuk mempersatukan Yamada Saori yang dikenal dengan *user id densha otoko* dengan Aoyama Saori yang dikenal dalam BBS tersebut dengan julukan HERMES

Tabel 4.1 Keanggotaan Komunitas Virtual *Densha Otoko*

No.	Keanggotaan Komunitas Virtual Dalam Serial Drama <i>Densha Otoko</i>
1.	Anggota terdiri dari ROM atau <i>Read Only Member</i> dan RAM atau <i>Random Access Member</i> atau <i>Radical Access Member</i> .
2.	Terdapat anggota yang bersedia meluangkan waktu lebih dalam konferensi tersebut.
3.	Semua identitas dalam komunitas tersebut bukan merupakan nama asli dan dibuat sesuai dengan keinginan diri sendiri.

Dalam hal keanggotaan di dalam komunitas tradisional, para anggota memiliki kesediaan waktu untuk berada dan berinteraksi di dalam komunitas tersebut. Akan tetapi dalam komunitas virtual, keberadaan anggota tidak dapat dilihat secara fisik, namun terlihat dari aktifitasnya dalam menulis atau berkomentar. Selain itu, ketidakaktifan seseorang dalam menulis atau berkomentar, bukan berarti menunjukkan bahwa dia bukan merupakan anggota komunitas itu. Hal tersebut karena keanggotaan komunitas virtual terbagi menjadi dua macam yaitu ROM (*Read Only Members*) dan RAM (*Random Access Members*) seperti yang sudah diuraikan sebelumnya. Dalam daftar pemeran, salah satu pemeran dalam drama televisi *Densha Otoko* yang ikut mengakses forum tersebut dan mengerti perasaan yang timbul karena percakapan tersebut sehingga dia merasakan hal tersebut juga adalah Sakurai Kazuya¹, sehingga dia bisa disebut sebagai ROM. Ketidakjelasan seseorang bisa termasuk anggota komunitas tersebut atau hanya sekedar pengunjung disebabkan salah satunya karena komunitas tersebut adalah komunitas yang mudah diakses atau dimasuki sehingga tidak ada ketentuan resmi yang menentukan seseorang termasuk anggota atau bukan. Komunitas virtual yang seperti itu biasanya terdapat pada komunitas virtual BBS atau forum internet. Namun pada komunitas virtual dalam jejaring sosial, seseorang harus melakukan registrasi terlebih dahulu.

Dalam komunitas virtual *Densha Otoko* terdapat beberapa anggota yang memiliki waktu lebih untuk memantau atau ikut dalam konferensi tersebut, seperti Minamoto Munetaka² sebagai admin dan Yamada Tsuyoshi. Hal tersebut diperlukan untuk mempertahankan BBS dengan judul *thread* tersebut. Jika hal tersebut tidak dilakukan maka situs tempat BBS tersebut berada akan menghapus BBS dengan *thread* tersebut.

Dalam identitas anggota, komunitas virtual dalam drama televisi beridentitas mayoritas anonim atau tak bernama. Dalam setiap adegan komunikasi dalam

¹ Lihat hlm.33

² Lihat hlm.35

komunitas virtual tersebut terdapat tulisan Mr.名無しさん (Mister Nanashi san) atau tuan tak bernama. Namun untuk mengawali konferensi atau percakapan Yamada Tsuyoshi menuliskan terlebih dahulu identitasnya dalam *user id densha otoko*. Selain itu setiap anggota dalam komunitas tersebut tidak saling mengenal satu sama lainnya di dunia nyata.

Tabel 4.2 Bentuk Komunikasi Komunitas Virtual *Densha Otoko*

No.	Bentuk Komunikasi dalam Komunitas Virtual di Drama Serial <i>Densha Otoko</i>
1.	Komunikasi hanya berbentuk tulisan atau teks.
2.	Untuk mengungkapkan bahasa non-verbal digunakan <i>emoticon</i> dan <i>softeners</i> .
3.	Komunikasi lintas ruang dan waktu.
4.	Komunikasi yang mudah diakses oleh semua orang.

Berdasarkan komunikasi, komunitas virtual melakukan komunikasi hanya dalam bentuk teks atau tulisan sehingga memiliki kekurangan dalam pengungkapan bahasa non-verbal. Namun seperti yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya, komunitas virtual dalam pengungkapan bahasa non verbal, para anggotanya menggunakan *softeners* dan *emoticon*. Penggunaa *softeners* misalnya sebagai berikut

たたた大変です！あの若い女性から宅急便でお礼の品手紙が届きました。。

(Densha otoko,episode1, 46,05)

“tatataihendesu! ano wakai joseikara takkyūbin de orei no shinategami ga todokimashita...”

Terjemahan:

Wah gawat! Surat paket terima kasih dari wanita muda itu telah sampai ke tangan saya dengan Takkyūbin

Kalimat たたた大変です! atau *tatatataihendesu!* merupakan kalimat dengan menggunakan *softeners*. Sedangkan untuk *emoticon*, sering digunakan tanda _ | _ | o untuk menunjukkan rasa frustrasi, lalu (; 'ㄩ') ハアハア dan (;'Δ')ハアハア..... untuk hasrat yang menggebu-gebu, lalu (_ . _ | | |) untuk menunjukkan rasa sedih, (^ - ^) , (. ♡ .) アヒヤ untuk menunjukkan rasa senang dan lain sebagainya.

Salah satu karakter lain dari komunitas virtual adalah komunikasi lintas ruang dan waktu. Komunikasi lintas ruang dapat terlihat dari lokasi tempat Yamada melakukan CMC yaitu di kamar rumahnya yang berada di Tokyo, sedangkan anggota komunitas virtual lain terletak di luar Tokyo seperti Osaka, Fukushima, Hiroshima atau bahkan luar negeri. Komunikasi lintas waktu dapat terlihat dalam adegan pada episode 4 dan 11, ketika Yamada memutuskan untuk sementara berpisah dengan komunitas virtualnya, namun pada akhirnya dia kembali ke dalam komunitas virtual tersebut dan merespon tulisan yang sudah ada. Hal tersebut terjadi karena CMC memiliki karakter tidak sinkronis atau sesuai dengan waktu yang tercermin dalam penggunaan BBS.

Selain itu, komunikasi dalam komunitas virtual tersebut merupakan komunikasi yang dapat mudah diakses oleh orang lain. Hal tersebut dikarenakan konferensi BBS tersebut bukan merupakan konferensi yang bersifat pribadi sehingga harus mendaftar terlebih dahulu atau menggunakan *password* untuk mengaksesnya.

4.2 Keberadaan *Sense of Virtual Community*

Berbeda dengan penelitian Blanchard dan Markus tentang *sense of virtual community* atau SOVC dalam Messages Service Network atau MSN, penelitian SOVC pada penelitian ini berfokus pada komunitas virtual yang ada dalam serial drama *Densha Otoko*. Karena objek penelitian adalah karya sastra maka validitas atau

Universitas Indonesia

pun nilai kecocokan dengan kenyataan yang ada dalam masyarakat sedikit, namun dengan penelitian ini dapat digambarkan fenomena masyarakat yang ada dan berkembang saat karya ini dibuat. Penelitian yang dilakukan oleh Blanchard dan Markus dalam MSN terdapat kekurangan karena berdasarkan teks yang ada dalam percakapan dalam MSN dan wawancara, tetapi tidak melihat secara rinci anggota komunitas virtual tersebut seperti identitas, latar belakang dan waktu melakukan komunikasi di dalam komunitas tersebut seperti yang tampak dari adegan tokoh utama. Dalam penelitian ini selain sudut pandang pemeran utama, diteliti pula sudut pandang pemeran yang lain.

Berikut adalah tabel SOC dalam bentuk SOVC yang diteliti oleh Blanchard dan Markus dalam forum MSN.

Tabel 4.3 Penemuan SOC (*Sense of Community*) dalam Bentuk SOVC (*Sense of Virtual Community*)

No.	SOC (Sense of Community)	SOVC (Sense of Virtual Community)
1.	<i>Feelings of membership</i> (Perasaan yang ada dalam keanggotaan)	<i>Recognition of members</i> (Pengakuan dari Anggota)
2.	<i>Feelings of influence</i> (Perasaan saling mempengaruhi dan dipengaruhi)	Tidak Ditemukan dalam MSN
3.	<i>Integration and fulfillment of needs</i> (Integrasi dan pemenuhan kebutuhan)	<i>Exchange of support</i> (Tukar Menukar Dukungan)
4.	<i>Shared emotional connection</i> (Berbagi koneksi emosi)	<i>Attachment obligation</i> (Rasa Kewajiban)

		<i>Identity (self) and identification (of others)</i> (Identitas diri dan mengidentifikasi orang lain)
		<i>Relationship with specific members</i> (Berhubungan dengan orang yang spesifik)

(Sambungan Tabel 4.3)

(Blanchard & Markus, 2004)

Dalam tabel tersebut terlihat penyesuaian teori *sense of community* Mc Millan dan Chavis terhadap komunitas virtual yang ada dalam MSN yang diteliti oleh Blanchard dan Markus. *Feeling of membership* dalam SOC ditemukan dalam bentuk *recognition of members* atau pengenalan anggota dalam SOVC, *integration and fulfillment of needs* ditemukan dalam bentuk *exchange of support* atau tukar menukar dukungan dan *shared emotional connection* ditemukan dalam tiga bentuk yaitu *attachment obligation* atau rasa kewajiban, *identity (self) and identification (of others)* atau identitas diri dan mengidentifikasikan orang lain dan *relationship with specific members* atau berhubungan dengan orang yang spesifik.

Selain itu terdapat pula dua hal pengecualian dalam penyesuaian teori *sense of community* Mc Millan dan Chavis dengan observasi yang dilakukan oleh Blanchard dan Markus, yaitu pertama tentang keberadaan *feeling of influenced* dan kedua adalah dua hal yang dalam *sense of virtual community* ada namun dalam *sense of community* tidak ada. Pertama, *feeling of influenced* tidak terdapat dalam observasi dalam MSN, mereka menyatakan penyebabnya adalah karena kesadaran para anggota untuk memengaruhi dan dipengaruhi tak bertahan lama. Bahkan orang yang paling berpengaruh dalam MSN selain *leader*,³ mengidentifikasikan juga bahwa pengaruhnya yang ada dalam anggota komunitas tersebut terasa sebagai sesuatu yang

³ Pemimpin dalam forum internet dan pencipta forum tersebut.

tidak hirarkis dan hal tersebut tidak penting bagi anggota lain. Selain itu, ketidakadaan anggota yang bersifat atraktif dalam konferensi tersebut membuat *feeling of influenced* dalam penelitian tersebut tidak nampak. Kedua, hal penting pertama yang menurut Blanchard dan Markus ada pada SOVC namun dalam SOC tidak ada adalah kreasi seseorang untuk diidentifikasi seseorang dan mengidentifikasi orang lain. Hal tersebut berbeda dengan *feeling of membership* yang terbangun karena perasaan saling memiliki dan diidentifikasi komunitas tersebut. Blanchard dan Markus mengemukakan bahwa para anggota dalam komunitas virtual menciptakan sendiri cara dia diidentifikasi dan untuk mengidentifikasi anggota lain memerlukan kemampuan. Salah satu penyebab hal tersebut terjadi adalah banyak anggota komunitas virtual yang anonim atau tak bernama. Hal penting kedua adalah hubungan secara individu anggota komunitas. Dalam kehidupan sebenarnya, terjadi pengalaman antarindividu namun hal tersebut tidak berpengaruh dan bukan merupakan kebutuhan dalam SOC. Hal tersebut berbeda dengan SOVC, yaitu pengalaman koneksi personal dengan orang yang spesifik merupakan cara penting untuk membedakan antara perasaan yang timbul dalam dunia virtual dengan komunitas virtual itu sendiri.

4.2.1 *Feeling of Membership* atau Perasaan yang Ada Dalam Keanggotaan

Menurut Mc Millan dan Chavis, *Feeling of Membership* atau perasaan yang ada dalam keanggotaan adalah perasaan memiliki dan berbagi rasa pada hubungan personal atau hubungan kepada setiap orang. Perasaan tersebut terbangun dari batasan-batasan yang ada dalam komunitas yang membedakan antara anggota dalam komunitas tersebut dan yang bukan, lalu persepsi terhadap keamanan sebuah perasaan, perasaan memiliki komunitas tersebut dan diidentifikasi karena komunitas tersebut, investasi terhadap sesuatu terutama waktu, dan sistem dan simbol yang umum dalam komunitas tersebut. Dalam perkembangan, Blanchard dan Markus menemukan perasaan yang ada dalam keanggotaan dalam bentuk SOVC menjadi *recognition of members* atau pengakuan dari anggota lain. Perasaan tersebut adalah perasaan ketika anggota lain mengakui diri sendiri sebagai bagian dari komunitas tersebut.

Dalam drama televisi *Densha Otoko*, hal tersebut dapat terlihat dalam adegan ketika Yamada Tsuyoshi ingin menelepon Saori namun dia tidak memiliki keberanian, lalu Ushijima Sadao⁴ menulis dalam forum tersebut sebagai berikut.

相手の女性が一人だが、おまいにはみんなが付いている。

(episode1, 50.12)

Aiteno josei ga hitoridaga, omaini wa minna ga tsuite iru

Terjemahan:

Perempuan itu sendirian, namun untuk kamu ada kami semua disini.

Lalu, semua anggota dalam komunitas virtual tersebut menyetujuinya dan Yamada Tsuyoshi pun menelepon Saori.



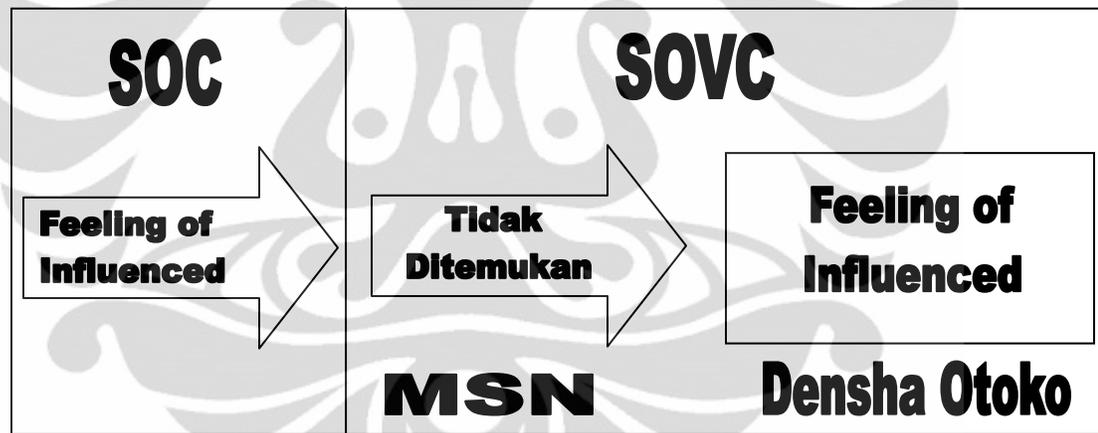
Gambar 4.1 *Feeling of Membership* SOC dan SOVC

4.2.2 *Feeling of Influenced* atau Perasaan Saling Memengaruhi dan Dipengaruhi

Menurut Mc Millan dan Chavis, *feeling of influenced* atau perasaan saling mempengaruhi dan dipengaruhi adalah perasaan peduli dan membuat perbedaan

⁴ Lihat hlm.36

dalam komunitas dan perasaan komunitas untuk peduli kepada anggotanya. Perasaan tersebut muncul karena para anggota yang lebih atraktif dalam komunitas tersebut ketika anggota-anggota tersebut menceritakan yang mereka rasakan dan hal tersebut membawa pengaruh terhadap komunitas dan anggotanya untuk menyesuaikan diri. Selain itu, hal tersebut membawa dampak positif dalam kesatuan dan pengaruh dalam komunitas. *Feeling of influenced* pun muncul karena tekanan untuk saling cocok dan seragam dalam komunitas yang datang dari kebutuhan individu dan komunitas untuk *consensual validation* atau sesuatu yang bersifat resmi atau sah yang bernilai mufakat atau bersama-sama, dan pengaruh anggota dengan komunitas dan komunitas terhadap anggota terjadi di waktu yang sama dan hal tersebut mengakibatkan semakin kuat hubungan antara anggota di komunitas.



Gambar 4.2 *Feeling of Influenced* SOC dan SOVC

Dalam penelitian yang dilakukan Blanchard dan Markus, *feeling of Influenced* tidak dapat ditemukan karena bukan merupakan pengaruh yang bersifat lama dan kadang-kadang menjadi hal yang tidak penting bagi anggota lain. Namun dalam komunitas virtual dalam serial drama televisi ini, *feeling of influenced* terlihat terutama dalam bentuk perasaan peduli dan membuat perbedaan dalam komunitas dan perasaan komunitas untuk peduli kepada anggotanya. Yamada Tsuyoshi atau *Densha Otoko* menceritakan secara atraktif yang dirasakan dan yang dia alami dalam

Universitas Indonesia

forum sehingga memengaruhi anggota forum yang lain. Salah satu akibat pengaruh tersebut adalah perubahan pada penampilan dan keberanian Yamada Tsuyoshi. Selain Yamada Tsuyoshi, anggota lain seperti pemain basket yang bernama Tezuka⁵ dan Ushijima Sadao mendapatkan pengaruh terhadap konferensi tersebut. Pria basket yang awalnya merasa frustrasi karena cedera yang dideritanya, akhirnya memutuskan untuk masuk rehabilitasi. Pria Hiroshima yang merasa hubungan dia dan pasangannya tidak dapat bisa membaik lagi akhirnya bisa kembali rukuk dengan pasangannya.

Dalam penelitian Blanchard dan Markus, *feeling of influenced* tidak dapat ditemukan sedangkan dalam komunitas virtual dalam serial drama televisi tersebut ditemukan. Hal tersebut karena anonim dan pencitraan bebas pada diri sendiri yang memiliki pengaruh besar pada komunitas virtual di Jepang yang memberikan kebebasan terhadap ikatan yang dianggap mengekang orang yang menjadi anggotanya serta menjadi komunikasi yang anti diskriminasi.

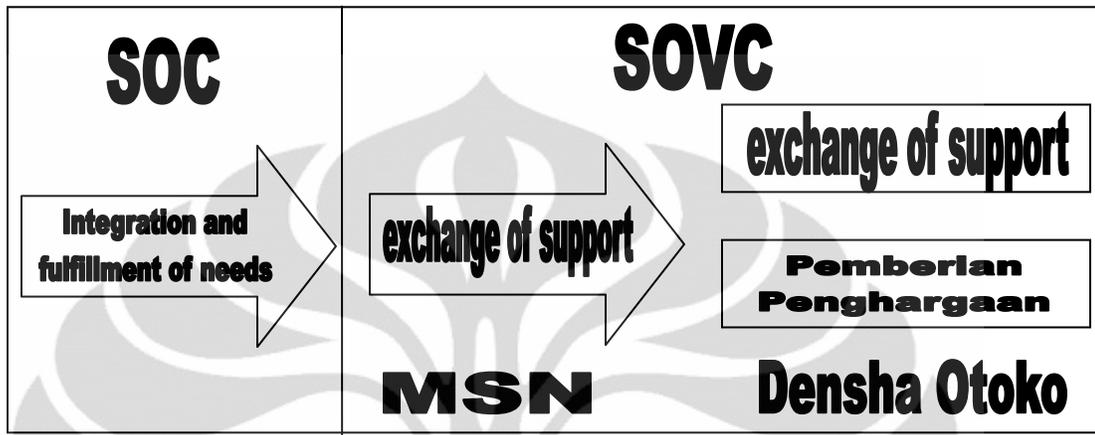
4.2.3 *Integration and Fulfillment of Needs* atau Integrasi dan Pemenuhan Kebutuhan.

Perasaan integrasi dan pemenuhan kebutuhan datang dari penghargaan sebagai anggota seperti status dalam komunitas, kemampuan yang berfungsi dalam komunitas, berbagi tentang nilai dan kesesuaian keinginan orang lain dengan keinginan diri sendiri. Dalam penelitian Blanchard dan Markus, hal tersebut terjadi *exchange of support* atau tukar menukar dukungan.

Dalam komunitas virtual drama ini, Yamada Tsuyoshi sering didukung secara langsung oleh komunitas virtual tersebut, dalam kata-kata motivasi dan saran yang dibutuhkan, namun dia tidak terlihat mendukung secara langsung anggota komunitas yang lain. Tetapi dengan pengalaman yang diceritakan Yamada Tsuyoshi, secara tidak langsung mendukung anggota lain. Hal tersebut terlihat dalam adegan di setiap episodenya seperti ketika Yamada Tsuyoshi merasa bahwa dia tidak ada harapan

⁵ Lihat hlm.36

berhubungan dengan wanita (episode 1) dan ketika Yamada Tsuyoshi memutuskan untuk tidak ingin menjadi *otaku* lagi.



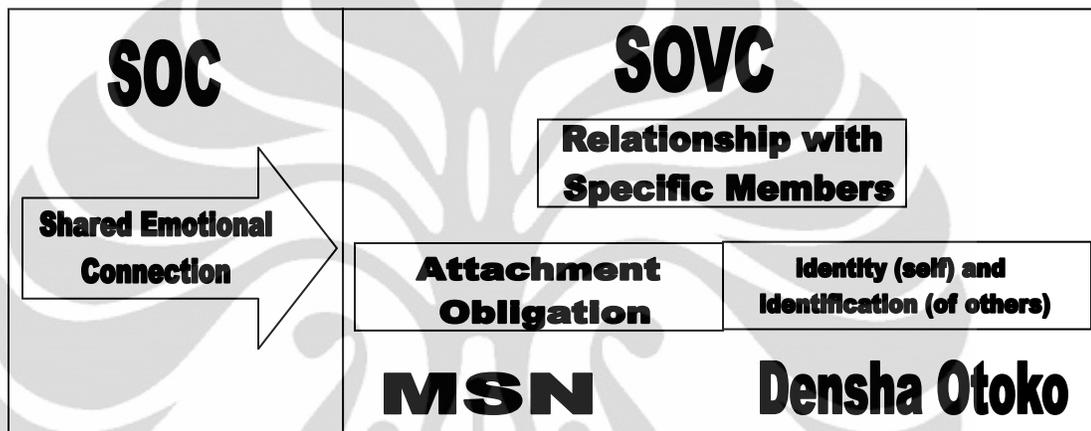
Gambar 4.3 *Integration and Fulfillment Needs* SOC dan SOVC

Selain tukar menukar dukungan, *Integration and Fulfillment of needs* juga terlihat dalam komunitas virtual tersebut dalam bentuk penghargaan sebagai anggota seperti status dalam komunitas, kemampuan yang berfungsi dalam komunitas, berbagi tentang nilai dan bertemunya keinginan orang lain yang sama dengan keinginan kita. Hal tersebut terjadi pada adegan pada episode 11 yang merupakan episode terakhir, ketika Yamada Tsuyoshi diberikan status *sotsugyō* (卒業) karena berhasil mendapatkan hati Saori.

4.2.4 *Shared Emotional Connection* atau Berbagi Koneksi Emosi.

Perasaan tersebut berkembang dari frekuensi interaksi komunitas tersebut, interaksi yang berkualitas tinggi, acara tersendiri, berbagi sejarah atau kesulitan, investasi waktu maupun hal-hal yang mereka miliki, efek dari penghormatan dan penghinaan, dan ikatan spiritual antaranggota. Dalam penelitian Blanchard dan Markus, hal tersebut terjadi dalam tiga bentuk yaitu *attachment obligation* atau rasa kewajiban, *identity (self) and identification (of others)* atau identitas diri dan mengidentifikasi yang lain dan *relationship with specific members* atau berhubungan dengan anggota-anggota yang spesifik.

Dalam penelitian terhadap MSN, *attachment obligation* atau rasa kewajiban timbul untuk mempertahankan eksistensi komunitas tersebut, karena jika tidak forum yang menjadi tempat para anggota komunitas tersebut berkomunikasi akan hilang. Namun dalam komunitas virtual dalam serial drama tersebut, *attachment obligation* terjadi dalam bentuk yang lain, yaitu komunitas virtual tersebut tetap ada karena mereka memiliki rasa tanggung jawab terhadap *Densha Otoko*.



Gambar 4.4 *Shared Emotional Connection* SOC dan SOVC

Identitas diri dan mengidentifikasi yang lain dalam MSN terjadi ketika identitas seseorang terbentuk karena pengaruh yang terjadi karena berbagi waktu, tempat dan emosi yang sama dan serta perasaan itu pun terwujud ketika dalam komunitas seseorang membuat identitasnya sendiri secara bebas dan anggota lain dapat mengidentifikasi identitas tersebut, walaupun identitas tersebut tidak bernama. Dalam drama televisi *Densha Otoko*, perasaan tersebut tampak ketika komunitas virtual memberi julukan nama kepada Yamada Tsuyoshi yaitu *Densha Otoko* (episode 1), dan perasaan itu pun terwujud dalam sebuah adegan ketika seseorang yang bernama Sakurai Kazuya mencoba menjadi *Densha Otoko* namun anggota lain menyadari bahwa dia adalah *Densha Otoko* yang palsu (episode 8).

Relationship with specific members, merupakan dasar dari “unity of will” dalam komunitas virtual, karena merupakan alasan seseorang bergabung dengan sebuah komunitas. Namun spesifikasi anggota dalam komunitas virtual dalam drama tersebut

sulit dilihat. Mayoritas pengguna adalah pencinta sesuatu secara berlebihan atau disebut dalam kata *otaku* dalam bahasa Jepang, dan mengalami kesulitan dalam melakukan hubungan sosial terutama pada lawan jenis. Sehingga dapat dikatakan secara spesifik anggota komunitas virtual tersebut adalah *otaku*. Namun karena karakteristik komunitas virtual yang mudah diakses, maka anggota dalam komunitas virtual tersebut pun beraneka ragam baik dalam bentuk RAM yang dapat disadari keberadaannya dalam serial drama televisi tersebut maupun dalam bentuk ROM yang keberadaannya tak disadari.

4.3 Terjadinya *Sense of Virtual Community*

Blanchard dan Markus dalam penelitiannya tentang SOVC dalam MSN, menemukan tiga faktor penyebab yang saling terkait yaitu tukar menukar dukungan, menciptakan identitas dan membuat identifikasi dan produksi kepercayaan.



Gambar 4.5 Proses Terjadinya SOVC

4.3.1 Tukar Menukar Dukungan

Dalam MSN, Blanchard dan Markus berpendapat bahwa *exchange support* atau tukar menukar dukungan merupakan faktor yang menyebabkan SOVC terjadi. Dengan tukar menukar dukungan terjadi respon positif yang bersifat dua arah yang memengaruhi anggota-anggota dalam komunitas tersebut. Selain itu, perasaan ingin mendapatkan dukungan dan merasa didukung oleh orang lain tersebut merupakan salah satu motif seseorang bergabung dalam komunitas virtual tersebut. Dengan saling tukar dukungan, menurut mereka terbentuk hubungan dan rasa kewajiban dalam komunitas virtual di MSN. Dalam komunitas virtual serial drama tersebut, dukungan terhadap Yamada Tsuyoshi dapat terlihat pada adegan di setiap episodenya.

Rasa dukungan terhadap *Densha Otoko* yang membentuk SOVC terhadap anggotanya dan mempertahankan komunitas tersebut tetap bertahan dalam percakapan dalam forum.

4.3.2 Menciptakan Identitas dan Membuat Identifikasi

Menurut Blanchard dan Markus, *exchange support* atau tukar menukar dukungan tidak cukup untuk membangkitkan SOVC dalam komunitas tersebut. Hal tersebut karena diperlukan proses untuk saling mengenal. Proses membentuk identitas dan mengidentifikasi identitas orang lain dalam komunitas virtual berbeda dengan proses yang ada dalam dunia nyata. Dalam dunia nyata, identitas terbentuk dari komunitas, namun dalam komunitas virtual, identitas dibentuk secara bebas dan terbatas komunikasi dengan menggunakan teks, sehingga diperlukan waktu untuk saling mengenal. Dalam proses diidentifikasi dan mengidentifikasi dalam komunitas virtual, terbentuklah beberapa bentuk SOVC seperti berbagi rasa emosi dan rasa dikenal dalam komunitas virtual yang mungkin melebihi rasa dikenal dalam komunitas dunia nyata. Dalam serial drama ini, hal tersebut pun terjadi ketika beberapa anggota komunitas virtual menciptakan identitas dan membuat identifikasi seperti dalam bentuk *user id* maupun pola kata yang sering mereka gunakan dalam tulisan forum. Dengan hal tersebut mereka mengenal satu sama lainnya

4.3.3 Produksi Kepercayaan

Menurut Blanchard dan Markus setelah saling menukar dukungan dan saling diidentifikasi dan mengidentifikasi, terjadi proses produksi kepercayaan yang menunjukkan SOVC. Dalam drama tersebut tergambar hal ini seiring dengan dukungan dan saling mengenal, setiap anggota mulai terbuka dalam percakapan yang bersifat emosional. Sebagai contoh, adegan pada episode kedua ketika Ushijima Sadao menceritakan mengenai penceraian dia dengan istrinya.

BAB 5 KESIMPULAN

Komunitas virtual yang terdapat dalam serial drama “Densha Otoko” merupakan komunitas yang terbentuk dari CMC (Computer Mediated Communication). Bentuk CMC tersebut berupa BBS dalam situs A ちゃんねる (A Channeru). Komunitas virtual tersebut memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Tidak memiliki anggota tetap karena mudah diakses dan mudah meninggalkannya.
2. Memiliki beberapa anggota yang selalu menyediakan waktu untuk melakukan percakapan dalam BBS.
3. Jenis keanggotaan terdiri dari RAM (*Random Access Member* atau *Radical Access Member*) dan ROM (*Read Only Member*).
4. Para anggota membentuk identitas sesuai dengan yang mereka inginkan.
5. Berkomunikasi hanya menggunakan teks.
6. Menggunakan *softeners* dan *emoticon* untuk mengungkapkan bahasa non-verbal.
7. Komunikasi yang terjalin merupakan komunikasi lintas ruang dan waktu, sehingga komunikasi dapat dilakukan setiap waktu dan di segala tempat.

Komunitas virtual yang ada dalam drama *Densha Otoko* memiliki SOVC atau *sense of virtual community* yang sama seperti dalam penelitian Blanchard Markus pada tahun 2004, yaitu dalam bentuk sebagai berikut:

1. *Recognition of members* (Pengakuan dari Anggota)
2. *Exchange of support* (Tukar Menukar Dukungan)
3. *Attachment obligation* (Rasa Kewajiban)

4. *Identity (self) and identification (of others)* (Identitas diri dan mengidentifikasi orang lain)

5. *Relationship with specific members* (Hubungan dengan orang yang spesifik)

Namun terdapat perbedaan yaitu *feeling of influenced* yang ditemukan dalam adegan drama tersebut yang berupa rasa saling memengaruhi dalam waktu lama di antara anggota. Hal tersebut karena muncul anggota yang melakukan konferensi secara atraktif sehingga membawa pengaruh yang lama terhadap anggota lain

Faktor-faktor yang menyebabkan SOVC muncul dalam komunitas virtual tersebut adalah sebagai berikut:

1. Tukar menukar dukungan
2. Menciptakan identitas dan membuat identifikasi
3. Memproduksi kepercayaan.

Dari hasil analisis data yang diperoleh dari penelitian ini, penulis menyimpulkan bahwa terdapat *sense of community* dalam komunitas virtual dalam bentuk yang berbeda yang disebut *sense of virtual community* yang disebabkan oleh faktor tukar menukar dukungan, menciptakan identitas dan membuat identifikasi, dan memproduksi kepercayaan.

Dalam penelitian ini ditemukan pula bahwa perbedaan bentuk SOVC pada MSN dan serial drama televisi Jepang *Densha Otoko* disebabkan perbedaan budaya yang melatar belakangnya, yaitu budaya Jepang yang khas jika dibandingkan dengan budaya Amerika.

DAFTAR REFERENSI

BUKU:

- Anderson, Benedict. (1983). *Imagined Communities*. London: Verso
- Bernard, Jessie. (1993). *The Sociology of Community*. Glenview: Scott-Foresman.
- Bieber, M., Engelbart, D., Furuta, R., & Hiltz, S. R. (2002). Toward virtual community knowledge evolution. *Journal of Management Information Systems*, 18. p.11
- Blanchard, L. Anita., & Markus, M.L (2004). *The Experienced "Sense" of a Virtual Community : Characteristics and Processes*. Paper presented at the 35th annual Hawaiian International Conference of Social Systems. Hawaii
- Bovee, Nicholas., & Cvitkovic, Robert. (2010). *Anonymity in Computer-Mediated Communication in Japanese and Western Context*. Japan: university of Saiba.
- Hiltz, S. Roxanne., & Turoff, Murray. (1993). *The Network Nation: Human Communication Via Computer*. London: Addison-Wesley.
- Dix, A., Finlay, J., Abowd, G. & Beale, R. (1993). *Human-computer interaction*. New York: Prentice Hall. p.113
- Feenberg, Andrew. (1989). The Written World: On The Theory and Practice of Computer Conferencing. In Robin Mason & A.R. Kaye (E.d.). *Mindwave* (pp 22-39). New York: Pergamon Press.
- Foster, Derek. (1996). Community and Identity in the Electronic Village. In David Porter (E.d.). *Internet Culture* (pp 23-37). New York: Routledge.
- Fernback, Jan., & Thompson, Brad. (1995, May). *Virtual Communities: Abort, Retry, Failure?* Paper presented at the annual convention of the International Communication Association, Albuquerque, New Mexico
- Goffman, Erving. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Garden City. New York: Anchor Books
- Hallowell, Edward M. (1999). *The Human Moment at Work*. Harvard Business Review, January-February.
- Kawakami, Yoshiro., Yasushi, Kawaura., Kenichi, Ikeda., & Ryoji, Furukawa. (1993). *Denshi Netto Waakingu no Shakai Shinri*. Tokyo, Japan: Seishin Shobo.
- McMillan, D.W., & Chavis, D.M. 1986. Sense of community: A definition and theory. *American Journal of Community Psychology*, 14. p.6-23.

- Mead, George Herbert. (1993). "The Emergent Self," in James Farganis, (Ed.). *Readings in Social Theory*. New York: McGraw-Hill
- Michelle. (2002). Concepts of Community in Archaeological Research. In M.D. Varien & R.H. Wilshusen (Ed.). *Seeking the Center: Archaeology and Ancient Communities in the Mesa Verde Region* (pp 263-279). Salt Lake City: University of Utah Press.
- Morio, H. & Buchloz, C. (2009). *How Anonymus Are You Online? Examining Online Social Behaviors From A Cross-Cultural Perspective*. *AI & Society*, 23. p. 297-307.
- Morioka, Masahiro. (1993). *Ishiki Tsushin: Doriimu Navigeita no Tanjou*. Tokyo: Chikuma Shobo.
- Poster, Mark. (1990). *The Mode of Information: Poststructuralism and Social Context*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Rheingold, Howard. (1993). *The Virtual Community*. Reading, Mass: Addison-Wesley.
- Shapiro, Andrew L. (1999). *The Control Revolution: How the Internet is Putting Individuals in Charge and Changing the World We Know*. New York: Public Affairs.
- Strom, Stephanie. "Rising Internet use quietly transforms way Japanese live." *The New York Times*. 14 May 2000.
- Surratt, Carla G. Netlife. (1998). *Internet Citizens and Their Communities*. Commack, NY: Nova Science Publishers.
- Tetsuo, Souga. (1968). *Encyclopedia Japonica*. Tokyo: Koudansha
- Toennies, Ferdinand. (1957). *Community and Society*. New York: Michigan University Press.
- Walls, John. (1993). "Global Networking for Local Development," in Linda Harasim, (Ed.). *Global Networks*. Cambridge, Mass: The MIT Press.

INTERNET:

- Aizu, Izumi (1998, November). *Internet in Japan in Asian Context*. <http://www.anr.org>
- Aoki, Kumiko. (1994, November). *Virtual Communities in Japan*. Paper presented at the Pacific Telecommunication Council 1994 Conference. Hawaii. <http://www.ftpsunsite.udc.edu/academic.htm>
- ComScore Press Release. (2009, January). Global Internet Audience Surpasses 1 Billion Visitors, According to ComScore. <http://www.comscore.com/press>

Universitas Indonesia

Glaeser, Edward L & Sacerdote, Bruce & Scheinkman, Jose A. (1996,May). [Crime and Social Interactions](#). *The Quarterly Journal of Economics*. MIT Press. vol. 111. p.48. <http://www.nber.org/papers/w5026.pdf>

Gordon, Bill. (2000, July). Internet's *Influence on Social Interactions in Japan*.

<http://wgordon.web.wesleyan.edu/papers/wwwpaper.pdf>

Graham, Garth. (1995). *Politics of Community in Electronic Networks*. <http://www.usask.ca/library/gic/vlnl/grham/graham.html/abstract>

Kumon, Shumpei. "Can Japan Succeed in 'Chigyō-ka' (Intelprise-Formation)?" A 1998 revised version of the paper originally published in *Technological Forecasting and Social Change*, Volume 49, Number 2, June 1995, p.147-164. <http://www.glocom.ac.jp/lib/kumon>

Lawrence, Stacy. *What's Big in Japan*. 27 March 2000. <http://www.thestandard.com>

Miyagawa, Shoko., Kaneko., & Murai, Ikuyo Jun. (1999). *Making Network Communities Work*. <http://quattro.sfc.wide.ad.jp/Paper/inet.html>

Schmit, Julie. *Japan Pioneers Brave New World of Wireless*. 6 July 2000. <http://www.usatoday.com/money/bcovfri.htm>

Stevenson, Reed. "Japan's Internet Boom -- a Wireless Wonder." Reuters. 20 June 2000. http://dailynews.yahoo.com/h/nm/20000520/wr/japan_dc_3.html.

Takahashi, Shinji. (1996, Spring) *Talk Across the Oceans: Language and Culture of the Global Internet Community*. Originally published in *Journal of Visual*. <http://www.biwa.ne.jp/~smgnl/shinji/paper>

[Http://www.Wikipedia.com](http://www.Wikipedia.com)

[Http://www.cgi.j-drama.tv](http://www.cgi.j-drama.tv)

[Http://www.wiki.d-addicts.com/Densha Otoko](http://www.wiki.d-addicts.com/Densha_Otoko)

SERIAL DRAMA TELEVISI:

Hideki, Takeuchi., Masaki & Kobayashi (2005). *Densha Otoko*, Fuji TV, Pony Canyon(DVD).