

FENOMENA *VIRTUAL IDOL* DALAM KEBUDAYAAN POPULER JEPANG DILIHAT DARI *KAWAII BUNKA* STUDI KASUS: HATSUNE MIKU

Yelni Rahmawati⁸

Abstrak

Penelitian ini membahas fenomena *virtual idol* dalam kebudayaan populer Jepang dilihat dari *kawaii bunka* dengan studi kasus Hatsune Miku. Penelitian ini meliputi studi pustaka yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana Hatsune Miku yang merupakan tokoh hologram tiga dimensi (3D) disejajarkan dengan idola/bintang nyata (*real idol*) dilihat dari gaya *kawaii* yang terdapat pada Hatsune Miku dan menunjukkan dimensi baru gaya *kawaii* yang terdapat pada *virtual idol*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat persamaan antara *real idol* dan *virtual idol*, seperti pada penampilan dan gaya mereka yang terlihat *kawaii*. Sedangkan perbedaan yang ada adalah suara yang dihasilkan oleh *virtual idol* terdengar lebih halus. Suara halus dan tinggi merupakan jenis suara *kawaii*. Kemudian dari semua tanda yang dimiliki oleh Hatsune Miku, ia merupakan simbol dari gaya *kawaii*. Dimensi baru dalam mendukung gaya *kawaii* ialah teknologi dan peran aktif penggemar.

Kata kunci: *Virtual Idol, Hatsune Miku, Kawaii, Kebudayaan Populer*

1. Pendahuluan

Dalam budaya populer Jepang terdapat subkultur, yaitu idola pop atau *pop idol*. Aoyagi dalam Craig (2000), dalam penelitiannya mendefinisikan idola pop sebagai *figure* yang dipromosikan melalui media (*Media-Promoted-Personalities*) yang pekerjaannya adalah menyanyi, menari, dan berakting di teater atau panggung, muncul di acara televisi dan berpose dimajalah

atau iklan. Idola pop muncul diberbagai media, seperti majalah, poster, *billboard*, CD, iklan, drama TV, film dan pertunjukan teater. Informasi detail mengenai pada idola tersebut juga dapat ditemukan dalam majalah-majalah populer mengenai idola.

Junko (1999), mengatakan Idola atau pelafalan dalam bahasa Jepang *aidoru* (アイドル) adalah suatu fenomena dalam kebudayaan populer Jepang, muncul sekitar

⁸Yelni Rahmawati, M.Si., Alumni pada Kajian Budaya Jepang (S2), FIB, UI; Staf Pengajar pada Prodi Sastra Jepang, FISIB, Universitas Pakuan

tahun 1970-an yang dilatarbelakangi oleh perubahan dalam sistem kemasyarakatan Jepang sabagai dampak dari meningkatnya tingkat kemakmuran masyarakat secara ekonomi sehingga berpengaruh pula terhadap pandangan dan gaya hidup mereka.

Pada masa kemunculan *aidoru* pada tahun 1970, masyarakat memandang sosok *aidoru* adalah tokoh perempuan yang ideal. Hal ini tidak terlepas dari citra yang ditampilkan para *aidoru* sendiri seperti bersikap dan berpenampilan yang manis dan bersahabat (かわいい-- *kawaii* -- dan 親しい-- *shitashi*) (craig, 2000). Sejak kemunculan *aidoru* pada tahun 1970 hingga saat ini, terdapat satu hal yang selalu diperlihatkan yaitu sikap yang kawaii, ramah, pandai bernyanyi dan berakting.

Berdasarkan pemaparan dari Craig tersebut, *idol* di Jepang berbeda dengan *idol* yang terdapat di negara lain. Di Jepang *idol* disebut dengan *aidoru* (アイドル), dimana para *aidoru* tersebut memiliki sifat khusus, yakni *kawaii*, dan kata *aidoru* hanya diperuntukkan bagi bintang/artis yang berasal dari Jepang saja.

Memasuki awal tahun 2003 hadir software baru yaitu *vocaloid*. *Vocaloid* (ボークロイド) yang berasal dari kata “Vocal” dan “Android” adalah “*Voice Synthesizer Software*” atau Perangkat Lunak Pengolah Suara, merupakan sebuah teknologi yang dikembangkan oleh *Yamaha Corporation* untuk mensintesis nyanyian hanya dengan memasukkan lirik lagu dan melodi ke

dalam komputer, dan perangkat lunak dengan menggunakan teknologi ini, dimana seseorang dapat menciptakan lagu yang dinyanyikan oleh karakter-karakter dari *vocaloid* sesuai keinginannya. Cara menggunakan *Software Vocaloid* adalah dengan memasukkan komposisi musik dan suara ke Layar Penyuntingan sesuai selera musik yang diinginkan. Suara tersebut diambil dari “Pustaka Suara” yang merupakan suara asli dari penyanyi sebenarnya.

Tokoh *aidoru* pada *vocaloid* bukanlah sosok manusia, melainkan karakter hologram tiga dimensi (3D) yang berupa tokoh animasi seperti pada manga dengan penggambaran yang *kawaii* (かわいい), pandai bernyanyi dan menari, yang menjadikan karakter *vocaloid* menjadi *aidoru* baru saat ini dan banyak diminati oleh para kaum muda tidak hanya di Jepang saja tetapi juga di negara lainnya. Karakter pada *vocaloid* termasuk dalam virtual idol. *Virtual idol* adalah idola yang dihasilkan dengan cara digital dan bukan merupakan idola yang nyata, diciptakan melalui bantuan *software* untuk memainkan dan menggerakkannya. *Virtual idol* tidak pernah mengenal lelah, dapat berpose selamanya/dalam waktu yang lama.

2. Tinjauan Teoritis

Pada penelitian ini Hatsune Miku menjadi fokus penelitian sebagai studi kasus dari *virtual idol* yang memiliki gaya kawaii. Hatsune Miku yang merupakan

virtual idol tiga dimensi (3D) dalam bentuk animasi (*anime*), tidak lepas dari konsep budaya populer. Oleh karena itu dalam mengkaji masalah ini digunakan Konsep Kebudayaan sebagai landasan dari Budaya Populer, Konsep Kebudayaan Populer, Konsep Kebudayaan Populer Jepang, dan *Kawaii Bunka*.

1. Kebudayaan

Sebelum membahas mengenai Kebudayaan Populer Jepang, akan terlebih dahulu dijelaskan mengenai konsep atau definisi dari kebudayaan. Menurut Alan (2007), kebudayaan merupakan keseluruhan pengetahuan manusia (bukan sekedar benda/artefak), yang berwujud dalam bentuk simbolik dan digunakan untuk menafsirkan pengalaman dan mengarahkan tindakan. Sebagai kebudayaan simbolik, kebudayaan bukan semata-mata merupakan sekumpulan pengetahuan yang diwariskan atau dilestarikan, tetapi juga merupakan sesuatu yang dibentuk atau dikonstruksi secara sosial oleh pelaku budayanya, sehingga kebudayaan merupakan konstruksi sosial, dan walaupun kebudayaan tersebut diwariskan dari generasi ke generasi melalui proses belajar, kebudayaan itu selalu berubah sehingga tidak ada kebudayaan yang statis.

2. Kebudayaan Populer

Mowen dan Minor (1998) mengartikan budaya populer sebagai budaya masyarakat banyak. Ia mudah dipahami,

tidak memerlukan pengetahuan yang khusus untuk memahaminya, dapat dibeli dan diperoleh dengan mudah sehingga dapat dinikmati oleh sebagian besar masyarakat. Salah satu pandangan mengenai Kebudayaan Populer dikemukakan oleh D.P Martinez menyatakan bahwa kebudayaan populer adalah kebudayaan yang dikonsumsi dengan berbagai cara oleh berbagai orang. Namun, kebudayaan populer bukan hanya kebudayaan massa, yang merupakan kebudayaan populer dari komunitas imajiner; kebudayaan populer adalah kebudayaan yang dikonsumsi dengan berbagai cara oleh berbagai orang, yang kebanyakan ada dalam bentuk yang dapat diperoleh kapan saja, dimana saja, dan oleh siapa saja (Martinez, 1998: 6-8).

3. Kebudayaan Populer Jepang

Isnaoen mengatakan, kebudayaan populer Jepang mengalami percampuran kebudayaan dengan konsep yang lebih kompleks dengan variasi tradisional, modern, atau yang paling umum dijumpai ialah dipengaruhi oleh budaya asing. Satu hal yang perlu diingat adalah bahwa Jepang tidak pernah menerima suatu kebudayaan asing tanpa memilih atau menyaringnya terlebih dahulu, masyarakat Jepang akan berusaha menyesuaikan dengan keadaan, kondisi, dan kebutuhan masyarakat pelaku kebudayaan. Jika diperlukan mereka akan melakukan modifikasi secara berulang, dan jika diperbolehkan mereka akan men-

ciptakan kebudayaan milik mereka sendiri dengan latar belakang kebudayaan yang bukan milik Jepang. Pemahaman ini diperoleh melalui pendapat Yoshio Yukio, seorang pengamat seni kontemporer Jepang, yang menyatakan bahwa telah menjadi karakteristik orang Jepang untuk selalu bereaksi secara subjektif, melakukan filter terhadap kebudayaan asing untuk menselaraskan dengan kebudayaan milik Jepang (Isnaoen, 2006: 60-61).

Senada dengan Yoshio, Schiling mengatakan, budaya populer Jepang banyak dipengaruhi oleh kebudayaan yang sesungguhnya berasal dari Barat, namun dengan adaptasi aktif yang melibatkan repetisi atas apa yang dimaksud dengan kebudayaan populer campuran milik Jepang (Schling, 2004: 14). Sehingga dapat dikatakan bahwa dalam mengadopsi budaya Barat, Jepang selalu menyaringnya terlebih dahulu sebelum diadopsi oleh bangsa Jepang.

4. Kawaii Bunka

Dalam kamus *koujien*「広辞苑」(1991:559), *kawaii*「可愛い」didefinisikan sebagai dalam tiga pengertian, yaitu 1) *itawashii*「劳しい」-- menyedihkan, *fubin*「不憫」-- kasihan, *kawaisou*「可哀そうだ」-- kasihan; menyedihkan; 2) *aisubekidaeru*「愛すべきである」-- harus dicintai, *fukai kanjo wo kanjiru*「深い感情を感じる」-- merasakan perasaan/emosi yang dalam; 3) *chiisakute utsukushii*「小さくて美しい」-- kecil dan cantik.

Menurut Yamane Kazuma (1986), secara esensial kata *kawaii* memiliki makna yang erat dengan bentuk, sifat, dan penampilan yang kekanak-kanakan seperti: 「甘い」*amai* atau *sweet* (manis), 「愛らしい」*airashii* atau *adorable* (manis/jelita), 「無邪気」*mujaki* atau *inocent* (tidak bersalah), 「純粹」*junsui* atau *pure* (murni), 「簡単」*kantan* atau *simple* (simplen, sederhana), 「正直」*shoujiki* atau *genuine* (jujur), 「優しい」*yasashii* atau *gentle* (baik), 「傷つけやすい」*kizutsukeyasui* atau *vulnerable* (rapuh), 「可哀そう」*kawaisou* atau *weak* (lemah), 「未熟」*mijuku* atau *inexperienced* (tidak berpengalaman), dalam tingkah laku sosial atau penampilan fisik. Hal ini berarti *kawaii* adalah sesuatu yang memiliki sifat kecil, imut, lucu, cantik, lemah, lembut, kekanak-kanakan, dan mudah dicintai dan disayangi (Kinsella, 1995: 2). Kemudian bentuk dan sifat dasar dari gaya *kawaii* adalah dunia kanak-kanak, kecil dan mungil, serta bulat dan menggemaskan.

5. Metode Penelitian

Penelitian yang dilakukan pada tulisan ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode analisa deskriptif. Melalui metode penelitian ini, maka penulis mencari data tertulis berupa buku teks, *e-book*, jurnal, artikel dan juga penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya berupa tesis dan disertasi. Selanjutnya penulis melakukan observasi pertunjukan pada beberapa *ofisial* video klip dan konser *live* Hatsune Miku.

Observasi pada konser *live virtual idol* Hatsune Miku tidak dilakukan secara langsung, hal ini dikarenakan di Indonesia tidak terdapat konser *live virtua lidol* Hatsune Miku.

Selanjutnya, penulis melakukan sampling terhadap karakter dan suara Hatsune Miku, kemudian dikaji dengan menggunakan semiotik yang dikemukakan oleh Pierce, dengan melihat tanda/symbol pada Hatsune Miku. Pierce melihat tanda tidak sebagai suatu subkultur, tetapi sebagai suatu proses tiga tahap dan terus berlanjut. Artinya, *interpretant*, pada gilirannya dapat menjadi *representament*, dan seterusnya. Pierce menyatakan bahwa proses semiosis tidak terbatas, bergantung pada pengalaman. Pierce menguraikan proses semiosis sebagai berikut:



1. Penerapan *representamen* (R) yang dilihat oleh manusia (ini yang disebut dengan “tanda”).
2. Penerapan *representmen* pada objek (O) yang merupakan konsep yang dikenal oleh pemakai tanda.
3. Penafsiran makna/ *interpretant* (I) oleh pemakai tanda, setelah representmen dikaitkan dengan objek.

Pierce juga mengatakan bahwa segitiga semiotik ini dapat berlanjut, artinya, suatu

tanda dapat membentuk tanda lain. Demikian seterusnya, hingga terbentuk rangkaian segitiga semiotik yang tak terbatas atau biasa disebut dengan proses semiosis.

Dengan menggunakan konsep dari Pierce, penulis akan menganalisa bentuk-bentuk *kawaii* yang terdapat pada Hatsune Miku. Dengan demikian, melalui semua data yang diperoleh dalam proses penelitian ini, maka penulis akan menganalisa data-data tersebut untuk menjawab persoalan penelitian yang diangkat, dengan menyajikan dalam uraian cerita yang sistematis, agar jawaban dari persoalan penelitian ini dapat dipahami secara jelas.

6. Hasil Penelitian

Setelah melakukan penelitian pada *figure vocaloid* Hatsune Miku, yang dilakukan untuk menemukan jawaban dari perumusan masalah dan untuk mencapai tujuan penelitian tulisan ini, maka penulis mendapatkan hasil sebagai berikut.

Hatsune Miku adalah *figure vocaloid* generasi kedua yang dianggap paling terkenal, ia memiliki ciri-ciri seorang *aidoru*, yaitu berusia 14 tahun hingga 16 tahun, mereka tidak hanya bisa bernyanyi, tetapi juga pintar berakting dan menjadi model. Selanjutnya Hatsune Miku pun memiliki unsur-unsur gaya *kawaii* pada fisik maupun *non* fisik (jenis suara yang dimilikinya). Hatsune Miku memiliki tiga versi, yaitu orininal, *Snow* Miku, dan *Gothic* Miku. dari ketiga versi Hatsune Miku tersebut, ketiganya tetap memiliki

gaya kawaii. Gaya *kawaii* yang paling menonjol adalah dari penampilan Hatsune Miku, seperti pada gaya rambut *twin tail*, *sparkling eyes*, dan kostum seragam sekolah yang dikenakan. Jika dilihat dari sifat, Hatsune Miku selalu terlihat manis dan enerjik dalam setiap penampilannya, dengan penggambaran *sparkling eyes* membuat Hatsune Miku menjadi lebih ekspresif. Jika dilihat dari jenis suara yang dimiliki oleh Hatsune Miku, semua jenis suara memiliki nada yang tinggi. Jika dilihat berdasarkan kedua aspek, yaitu, ciri fisik dan jenis suara, keduanya memenuhi elemen dari gaya *kawaii*.

Selain itu setelah melakukan analisis terhadap *figure* Hatsune Miku dan melihat faktor eksentrik dari Hatsune Miku seperti, jumlah penggemar yang sangat banyak, acara yang diselenggarakan bertema Hatsune Miku, kepopuleran Hatsune Miku, serta industri yang mengikutinya, penulis melihat bahwa Hatsune Miku mempresentasikan gaya *kawaii* pada *figure virtual idol* di Jepang.

7. Pembahasan

Hatsune Miku adalah *figure vocaloid* generasi kedua yang diciptakan pada tanggal 31 agustus 2007 dengan penggambaran seorang gadis berusia 16 tahun, memiliki tinggi badan 158 cm dan berat badan 42 kg, dan bernyanyi dengan genre musik *J-Pop* dan *Dance Pop*. Dengan memeliti Hatsune Miku, peneliti mencoba melihat gaya *kawaii* pada *virtual idol* serta faktor yang

mendukungnya dan menunjukkan dimensi baru gaya *kawaii* pada *virtual idol*.

1. Gaya Kawaii pada Hatsune Miku Berdasarkan Ciri-ciri Fisik

Menurut Ohkuro dalam *Study on Kawaii Product: Kawaii Shape and Colors*, warna yang dianggap *kawaii* adalah warna biru atau hijau. Selanjutnya Ohkura mengatakan semakin cerah suatu warna, maka warna tersebut adalah warna yang termasuk ke dalam kategori warna *kawaii*, terdapat perbedaan warna *kawaii* bagi perempuan dan laki-laki, untuk perempuan warna *kawaii* adalah warna rona ungu dan kuning, sedangkan untuk laki-laki adalah warna hijau dan biru. Pada versi original, Hatsune Miku memiliki warna hijau dan hitam, sedangkan pada *Snow Miku* memiliki warna biru dan putih, selanjutnya pada *Gothic Miku* memiliki warna yang lebih gelap. Warna-warna yang terdapat pada ketiga versi Hatsune Miku merupakan warna yang dianggap *kawaii*.

Hatsune Miku pada dasarnya memiliki bentuk dasar *anime*, maka Hatsune Miku memiliki beberapa unsur yang sama dengan penggambaran anime, salah satunya adalah bentuk mata. Kawatani mengatakan, mata adalah porsi yang penting pada sebagian besar karakter *anime*, presentasi ukuran mata pada wajah memiliki ukuran yang cukup besar, selain itu konstruksi kemiringan pada mata dan bentuk daerah mata pun merupakan hal yang penting. Hatsune Miku pun memiliki bentuk mata yang be-

sar dan bulat untuk memenuhi unsur *kawaii* tersebut. Selanjutnya hampir disebagian besar karakter anime dan manga memiliki ekspresi mata *sparkling eyes*, yaitu mata yang digambarkan selalu berseri-seri. Dengan *sparkling eyes*, ekspresi pada mata dapat digambarkan dalam berbagai macam ekspresi, seperti senang, bersemanagat ataupun bersedih, dapat menimbulkan rasa iba, dan lain sebagainya. Dengan ekspresi yang dihasilkan dari *sprakling eyes* dapat membuat karakter Hatsune Miku terlihat lebih *kawaii*.

Pigtails (kuncir dua) atau dalam istilah Jepang adalah *twin tail* merupakan gaya rambut yang sering kali terlihat pada gadis kecil yang lucu dan mereka selalu terlihat *kawaii*. Banyak para remaja perempuan di Jepang memilih gaya rambut *twin tail* sebagai gaya penampilan sehari-hari mereka. Untuk semakin mendukung gaya *kawaii* pada Hatsune Miku, maka Hatsune Miku pun menggunakan gaya rambut *twin tail*.

2. Gaya Kawaii pada Hatsune Miku Berdasarkan Ciri-ciri Non-Fisik(suara)

Selanjutnya peranan penting agar suatu objek menjadi *kawaii* adalah suara. Kisrof dalam Kinsella (1995) mengatakan, masyarakat Jepang mengklaim bahwa suara perempuan yang ideal di Jepang bernada tinggi dan lucu. Tetapi jenis suara seperti ini jarang sekali ditemukan pada umumnya perempuan Jepang. Bentuk suara yang manis merupakan hal yang lazim dalam

anime dan hal ini berkembang pada sulih suara dalam iklan, pengumuman publik dan lain-lain. Ohara mengatakan bahwa *kawaii voice* ditandai dengan jenis non-modal *phonetic*, menggunakan suara desah, dan nada rendah yang relatif terhadap jenis suara yang umum dan dengan rata-rata rentang *pitch* perempuan Jepang (Ohara 1997, Tes-higawara 2003).

Pada versi original, suara Hatsune Miku terdengar sangat halus, sehingga tidak terdengar realistis, memiliki optimal tempo pada 70 – 150 BPM, dengan optimum *range* A3 – E5, dan genre musik hanya ada dua macam yaitu, *pop idol / pop dance*.

Kemudian terdapat versi tambahan enam jenis suara Hatsune Miku yaitu:

1. Sweet

Jenis suara ini banyak mencakup komponen nafas dan suara bisikan nafas. Genre musik pada jenis suara *sweet* adalah pop perancis, balada atau cerita, dan elektronika. *Sweet* memiliki tempo lagu yang baik pada ukuran 55 – 155 BPM, dan kisaran bernyanyi yang baik terdapat pada nada F3 – D5.

2. Dark

Pada jenis suara dark merupakan suara tenang, ekspresi suara yang dihasilkan sedikit melankolis. Genre musik pada jenis suara dark adalah balada atau cerita, *jazz, folk, dan ambient*. Jenis suara *dark* memiliki tempo 60 – 145 BPM, dan kisaran bernyanyi yang baik terdapat pada nada D3 – B4.

3. Soft

Pada Jenis suara *soft* merupakan bentuk dari sikap lembut secara keseluruhan dan merupakan sebuah suara yang anggun. Genre musik pada jenis suara *soft* adalah *soft rock*, balada atau cerita, *folk*, dan *ambient*. Pada jenis suara dark memiliki tempo 70 – 150 BPM, dengan kisaran bernyanyi yang baik A3 – E5.

4. Light

Light merupakan jenis suara dengan gaya yang aktif, suara terdengar cerah dan seperti berangin. Genre musik pada jenis suara *light* adalah *pop*, *rock*, *dance*, dan *techno pop*. Tempo pada suara *light* adalah 85 – 175 BPM, dengan kisaran bernyanyi yang baik adalah A3 – D5.

5. Vivid

Vivid merupakan jenis yang memiliki kejernihan lidah yang *sinovial*, suara yang dihasilkan jelas. Genre musik pada jenis suara ini adalah *pop*, *techno pop*, dan *Trad*. Tempo pada suara *light* adalah 95 – 180 BPM, dengan kisaran bernyanyi yang baik adalah G3 – D5.

6. Solid

Solid merupakan jenis suara yang kencang dan memiliki ketegangan. Genre musik pada jenis suara ini adalah *pop*, *rock*, *dance*, *electro*. Dengan tempo 65 -160 BPM, dengan kisaran bernyanyi yang baik adalah D5 – C3.

Ramaja perempuan dan perempuan dewasa pada umumnya memiliki suara yang lebih tinggi daripada laki-laki, tetapi suara yang dihasilkan oleh manusia tidak akan dapat terdengar sangat halus dan lembut. Pada kasus Hatsune Miku, dari versi original ataupun append, suara yang dihasilkan terdengar halus dan manis, terdapat juga nada suara tinggi yang seperti suara anak-anak. Hal ini menunjukkan bahwa dengan suara yang lembut, manis, memiliki nada yang tinggi, dan kekanak-kekanakan adalah jenis suara yang dianggap kawaii.

3. Faktor Pendukung Kesuksesan Hatsune Miku

1) Faktor budaya

Faktor budaya merupakan faktor yang dapat dikatakan paling dekat dengan keberhasilan Hatsune Miku. Hal ini berkaitan dengan kebiasam-kebiasan masyarakat Jepang.

a) Berbentuk *anime* dan *manga*

Dalam istilah sederhana, *anime* adalah bentuk kartun Jepang baik di televisi atau dirilis pada DVD atau video. Buku yang menampilkan visual dari bentuk *anime* disebut *manga*. Karakter Hatsune Miku yang dibuat oleh Kei Garou, seniman *manga* yang menciptakan karakter Hatsune Miku, mengandung unsur estetika dari *anime* dan *manga* (gadis sekolah yang cantik, kaki panjang, mulut dan hidung kecil, dan lain-lain). Karena itu Hat-

sune Miku terlihat seperti karakter *anime*. Tetapi walaupun Hatsune Miku berbentuk *anime*, namun ia tidak memiliki latar belakang cerita seperti yang umumnya ada pada *mangga*.

b) *Fandom dan Otaku*

Fandom adalah bentuk kata dari *fan* yang berarti penggemar dan sufiks *dom* yang berarti kerajaan / kebebasan, jadi *fandom* adalah apresiasi penggemar dari gaya *anime* dan *manga*. Para *fans* baik *fanboys* dan *fangirls* menjalankan rasa kekaguman mereka dengan santai ataupun secara fantastisme yang ekstrim. Sedangkan *fans* yang secara ekstrim terobsesi terhadap satu hal disebut sebagai *otaku*. Misalnya terhadap komputer disebut sebagai *computer otaku*, terhadap *cosplay* disebut *cosplay otaku*, terhadap *anime* disebut *anime otaku* dan sebagainya.

Begitu pula terhadap karakter Hatsune Miku, ia pun memiliki *fandom* dan juga *otaku* terhadap karakter Hatsune Miku. Dengan gaya dan penampilan Hatsune Miku yang *kawaii* dan kepopuleran yang dimilikinya, *fandom* dan *otaku* Hatsune Miku bukanlah merupakan suatu hal yang asing ataupun mengherankan. Ini dapat menggambarkan antusiasme yang dimiliki oleh para penggemar, baik mereka sebagai penulis lagu, penulis lirik, produser, atau pun animator. Tidak jarang mereka berusaha untuk menghidupkan/mewujudkan Hatsune Miku menjadi *figure* yang nyata. Usaha para penggemar untuk mewujudkan *figure* Hatsune Miku menjadi sosok yang nyata salah satunya adalah de-

ngan *cosplay* atau menyanyi dengan menggunakan *software vocaloid* Hatsune Miku.

c) *Musik: J-Pop, Idola Remaja, dan Virtual idol*

J-Pop atau *Japanese Pop* merupakan genre musik yang muncul di Jepang sejak tahun 1990. *J-pop* adalah istilah yang digunakan untuk membedakan jenis musik yang ada di Jepang dengan jenis musik dari negara lainnya. Ataupun untuk membedakan jenis musik baru Jepang dengan musik tradisional Jepang seperti musik *enka*.

Hatsune Miku masih terkenal hingga saat ini dikarenakan ia membawakan lagu-lagu dengan genre musik *J-pop* yang memang merupakan genre musik yang dekat dengan kehidupan sehari-hari Jepang, Hatsune Miku merupakan karakter *virtual idol* berusia remaja, hal ini sesuai dengan rata-rata usia idola di Jepang yang biasanya berusia antara 14 tahun hingga 16 tahun.

2) Dukungan Pemerintah

Nittono (2010) mengatakan Kementerian Luar Negeri Jepang menunjuk tiga tokoh muda yang aktif di bidang *kawaii* sebagai *grand ambassadors* untuk mempromosikan pemahaman dan menyebarkan budaya pop Jepang di seluruh dunia (Kementerian Luar Negeri Jepang, 2009). *Kawaii* secara resmi diakui dan digunakan sebagai alat kebijakan luar negeri.

Sebelum *idol group* kembali *booming*, 'alat' yang dijadikan pemerintah Jepang

sebagai promosi Jepang adalah *anime* dan *manga*, seperti Astro Boy, Doraemon, dan lain-lain. Tetapi saat ini *idol group* dijadikan ‘alat’ untuk mempromosikan Jepang ke seluruh dunia, seperti *idol group* Morning Musume dan AKB 48, tetapi anggota dari Morning Musume dan AKB 48 akan “lulus” ketika usia mereka mencapai 20 tahun dan akan digantikan dengan anggota remaja yang baru, sehingga gaya *kawaii* tetap dipertahankan walaupun dengan anggota yang akan terus berganti. Lain halnya dengan Hatsune Miku, sejak ia diciptakan, ia tidak akan pernah berubah, sehingga gaya *kawaii* tetap dapat dipertahankan tanpa harus “meluluskan” Hatsune Miku.

3) Dukungan Teknologi

Hatsune Miku adalah tokoh hologram tiga dimensi (3D) yang diciptakan dan dibuat dengan menggunakan teknologi komputer. Cara mengisiskan suara pada Hatsune Miku pun menggunakan *software vocaloid* yang terdiri dari beberapa jenis suara, begitu pula pada konser *live* Hatsune Miku, dalam konser tersebut dibutuhkan banyak dukungan teknologi untuk dapat membuat Hatsune Miku bernyanyi dan menari hingga terlihat menjadi sangat nyata. Hal ini menunjukkan bahwa selama masih ada pengguna teknologi komputer dan *software vocaloid*, maka Hatsune Miku akan terus ‘hidup’.

4) Dukungan Penggemar

Menurut Milgram dalam Lewis

(2001:17) kehidupan yang semakin modern membuat *fans* ini terasing karena mereka dianggap berbeda dengan orang lain yang bukan *fans*. Meskipun di sisi lain mereka hanyalah pihak yang ingin menunjukkan kesetiaan dan dukungan terhadap pihak idola yang kadang membutuhkan dukungan tersebut untuk penampilan mereka sendiri. Hatsune Miku pun memiliki jumlah *fans* yang sangat banyak, yang selalu mengikuti di manapun Hatsune Miku menggelar konser *live*, mereka membeli benda-benda yang berhubungan dengan Hatsune Miku, membeli CD lagunya, dan bahkan menciptakan/membuatkan lagu Hatsune Miku dengan menggunakan *software vocaloid* Hatsune Miku, ini sama seperti dengan perasaan yang membuat seorang *fans* menjadi seperti idolanya dan selalu merasa dekat dengan idolanya. Jadi selama masih ada peran aktif para penggemar, Hatsune Miku akan terus hidup.

8. Penutup

Berdasarkan perumusan masalah dan hasil analisa, maka penelitian ini memperoleh kesimpulan bahwa *virtual idol vocaloid* adalah kebudayaan populer Jepang yang pertama kali muncul pada tahun 2003. Karakter pada *vocoloid* adalah karakter hologram tiga dimensi (3D). Pada karakter *vocaloid* terdapat salah satu karakter yang dianggap paling terkenal, yaitu Hatsune Miku yang diliris pada tahun 2007 dan masih populer hingga saat ini. Hatsune Miku merupakan penggambaran *figure* ideal seorang *aidoru*, yaitu penampilan

cantik dan manis, berusia 16 tahun -- dimana usia tersebut adalah usia rata-rata seseorang menjadi tokoh idola di Jepang. dengan penampilan dan gaya yang terdapat pada Hatsune Miku, maka ia dianggap merupakan ikon dari gaya *kawaii*. Gaya *kawaii* pada Hatsune Miku dapat dilihat melalui berbagai sisi, diantaranya warna, bentuk dasar *figure* tiga dimensi (3D), gaya rambut *twin tail* yang merupakan gaya *kawaii* pada sebagian besar remaja wanita di Jepang.

Dimensi baru dari gaya *kawaii* pada *virtual idol* adalah adanya dukungan teknologi yang tinggi dan dukungan dari para penggemar. Hatsune Miku akan terus ada selama masih ada teknologi komputer dan para penggemar yang mendukungnya. selanjutnya dari semua efek dari gaya dan penampilan Hatsune Miku yang berimej *kawaii*, maka Hatsune Miku adalah ikon dari *kawaii* dan berasal dari Jepang, sehingga ketika seseorang mendengar nama Hatsune Miku mereka akan langsung berfikir Hatsune Miku adalah *figure virtual idol* dengan gaya *kawaii* yang berasal dari Jepang.

Daftar Pustaka

Adris, Vivi, T. 2008. *Feneomena Kawaii Bunka Dalam Perilaku Konsumen Anak Muda Jepang (1990-2008)*. Tesis. Depok: Universitas Indonesia.

Aoyagi, H. 1999. *Island of Eight Million Smile: Pop-Idol Performance and the Field of Symbolic Production* (Disertasi). The University of Columbia.

Azuma, Hiroki. 2009. *Otaku Japan's Database Animals*. Translate by Jonathan E abel and Shion Kono. Minneapolis London: University of Minnesota Press.

Barker, Chris. 2000. *Cultural Studies: Teori & Praktik*. Yogyakarta: Kreasi Wacana

Bestor, Theodore C. 1989. *Lifestyle and Popular Culture in Urban Japan*. (editor: Powers, Richard Gid., & Kato Hidetoshi). Greenwood Press.

Bolton, Christopher., Istvan Csicsery-Ronay JR and Taysumi Takayuki (Editors). 2007. *Robot Ghosta and wired Dreams. Japanese Science Fiction From Origin to Anime*. Minneapolis, London: University of Minesota Press.

Craig, J Timothy. 2000. *Japan Pop! Inside The World of Japanese popular Culture*. New York: M.E Sharpe Inc.

Davies, Ioan. 1995. *Culture Studies and Beyond*. London: Routledge.

Davis, Roger J., & Osamu Ikeno. 2002. *The Japanese Mind: Understanding Contemporary Japanese Culture*. USA: Turtle Publishing.

Edward, Tim. 2007. *Cultural Theory Clasical and Contemporary Position*. Cali-

fornia: SEGA Publications.

Hartley, John. 2002. *Communication, Culture and Media studies: The Key Concept Edition*. London: Routledge.

Isnaoen, S Iswidayati. 2006. *Pendekatan Sistematis Seni Lukis Jepang Periode 80 – 90 an Kajian Estetika Tradisional Jepang Wabi Sabi*. Semarang: Universitas Negeri Semarang Press.

Kelts, Roland. 2006. *Jaoan America: How Japanese Pop Culture has Invaded the U.S.* New York: Palgrave Macmillan.

Lewis, A Lisa. 2001. *Adoring Audience Fan culture and popular Media*. London & New York: Routledge.

Mowen, John C., and Minor, Michel. 2002. *Perilaku konsumen – jilid 2*. Jalarta: Erlangga.

Ohkura, M., Goto,S., Murai,S., & Aoto, T. Tanpa tahun. *Systematic Study on Kawaii Pruducts: Kawaii Shape and Colors*. Department of Information Science and Engineering, Shibaura Institute of Technology

Schilling, Mark. 2004. *The Encyclopedia of Japanese Pop Culture*. USA: Weatherhill Inc.

Storey, John. 1993. *An Introduction*

Guide to Culture Theory and Popular Culture. London: Biddles Ltd. Guidford and King's Lynn.

Sugimoto, Yosio. 2003. *An Introduction to Japanese Society*. USA: Cambridge University Press.

Sutrisno, Mudji. Tanpa Tahun. *Culture Studies: Tantangan bagi Teori-Teori Besar Kebudayaan*. Depok: Koeskoesan.

Kato, Hideyoshi. 1989. *Handbook of Japanese Popular Culture*. Westport: Greenwood Press.

Kitagawa, Junko. 1999. *Nari Hibiku Nihon no Popular Ongaku to Gender*. Tokyo.

Yomota, Inuhiko. 2006. *かわい論 (The Theory of Kawaii)*. Tokyo: Chikuma Shinso.

Data Jurnal

Bucley, Sandra. 2002. *Encyclopedia of Contemporary Japanese Culture. Vol, 42 No 1, P 8* America Library Association. [http://www. Jstor.org/stable/20863946](http://www.Jstor.org/stable/20863946). Diunduh pada 14 Mei 20013/ 01.15)

Codry, Ian. 2011. *Miku: Japan's Virtual Idol and Media Platfrom*. <http://civic.mit.edu/blog/condry/miku-japans-virtual-idol-and-media-platform>. Diunduh pada 14 Desember 20012/ 10.34)

Jeffrey, C Goldfarb. 2006. *Dialogue,*

Culture, Critique: The Sociology of Culture and The New Imagination. <http://www.jstor/stable/20059686>. Diunduh pada 14 Mei 2013/ 03.55)

Gibney, Frank B. Summer. 2000. *Reinventing ... Japan*. WashingtonPost: Newsweek Interactive. <http://www.jstor.org/page/info/about/policies/terms.jsp>. Diunduh pada 3 Februari 2013/ 11.05)

Kinsella, Sharon. Summer. 1998. *Journal The Japanese of Studies*, vol 24, no 2, *The Society for Japanese Studies*. <http://www.jstor.org/stable/133236>. Diunduh pada 3 Februari 2013/ 11:23)

Kinsella, Sharon. *Cuties in Japan*. 1995. www.Kinsellaresearch.com/new/cutiesjapan.pdf Diunduh pada 3 Februari 2013/ 12.05)

Nittono, Hiroshi. 2010. *A Behavioral Science Framework for Understanding Kawaii*. P 80-83. Fukuoka, Japan. www.ir.lib.hiroshima-u.ac.jp/metadb/up/zzt00001/nittono_kansei2010.pdf. Diunduh pada 12 Mei 2013/ 10.45)

Prendergast, Abigail. 2011. *Op-Ed: The Future in Now-The Mikku and Vocaloid Phenomenon*. <http://digitaljournal.com/article/315756>. Diunduh pada 9 April 2013/ 10.32)

Takayui, Tatsui. Nov, 2002. *Sci-*

ence Fiction Studies, vol 29, no 3, pp 445-484. ST-Th Inc. <http://www.jsor.org/stable/20863946>. Diunduh pada 14 Mei 2013/ 01:15)

Data Web

<http://www.interspeech2007.org/technicalSSc/vocaloid.interspeech.pdf>

<http://www.vocaloidism.com/vocaloid-trans-pasific-project-unviold>

<http://media.rmit.edu.au/projects/RCS/2011/Pong.pdf>

<http://lifestyle.kompasiana.com/hobi>

<http://www.japanvisitor.com/japanese-culture/culture-of-cute>

www.ling.ohio-state.edu/NWAV/Abstracts/Pap127.pdf

http://www.crypton.co.jp/download/pdf/info_miku_e.pdf

www.crypton.co.jp/mp/pages/prod/vocaloid/cv01a.jsp

www.dk.emb-japan.go.jp

www.ling.ohio-state.edu/NWAV/Abstracts/Pap127.pdf

“究極のビートルズ来日賞味法! ビートルズが日本に与えたもの” (in Japanese).

Oricon. 2006-06-21. Retrieved 2009-01-09

www.bijutsu.co.jp/bt/

http://www.japansociety.org/page/multimedia/articles/robot_cultures

http://news.cnet.com/In-Japan,-robots-are-people,-too/2008-11386_3-6122761.html

<http://kamusbahasaIndonesia.org/teknologi#ixzz2WdI04TTS>