

## **BAB I PENDAHULUAN**

### A. Latar Belakang Penelitian

Penyelenggaraan *event* merupakan salah satu kegiatan yang memainkan peran penting dalam memperkaya budaya lokal dan memperkuat hubungan sosial di suatu komunitas. Jenis *event* yang beragam menawarkan pengalaman unik kepada masyarakat, salah satunya adalah festival. Festival adalah acara khusus yang dirayakan oleh komunitas, yang dapat mencakup berbagai kegiatan seperti musik, tarian, makanan, dan pertunjukan budaya lainnya (Formica & Uysal, 1998) Dengan banyaknya jenis festival yang diselenggarakan di Indonesia, hal yang tidak pernah luput dari salah satu karakteristik festival adalah kenyataan bahwa festival selalu mengangkat budaya atau kebiasaan tertentu, sehingga festival memberikan peluang untuk menunjukkan sebuah warisan dari sebuah destinasi yang beragam, tradisi lokal, *background* dari sebuah suku bangsa, serta tata ruang dari budaya itu sendiri (McKercher et al., 2006)

Salah satu festival yang banyak diminati oleh kaum muda adalah Festival Budaya Populer Jepang, yang kini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kalender acara budaya di berbagai negara, termasuk Indonesia. Penelitian terdahulu telah menemukan bahwa budaya Jepang telah masuk secara mendalam ke Kawasan Asia Tenggara termasuk Indonesia melalui budaya populer yang diterima oleh masyarakat Indonesia, seperti animasi, fashion, music pop, dan drama TV. (Winyoto, 2015)

Salah satu kota di Indonesia yang terdampak akan masuk nya budaya asing tersebut adalah Kota Bandung, salah satunya adalah budaya Jepang. Festival Budaya Populer Jepang ini menampilkan kekayaan budaya Jepang, mulai dari seni tradisional seperti tari dan musik, hingga tren pop modern seperti *cosplay* dan anime. Festival dengan jenis serta tema yang sama juga telah beberapa kali diselenggarakan dan diteliti di kota lain di Indonesia, dan seluruh peneliti sepakat bahwa Jenis Festival Populer Jepang merupakan *Event* yang dilatar belakangi oleh tingginya perkembangan minat kebudayaan Jepang di Indonesia sehingga tanpa sadar telah menjadi festival budaya yang melekat dalam *Event* tahunan Indonesia. (Safariani, 2017; Winyoto, 2015) Selain itu, Festival budaya populer Jepang pun ‘merupakan inisiatif yang diadakan dengan tujuan memperkuat daya tarik negara Jepang, terutama bagi para penggemar budaya pop Jepang, melalui kehadiran banyak penampil langsung dari Jepang dan pemanfaatan konteks anime dalam rangkaian acaranya.(Safariani, 2017)

Dalam beberapa tahun terakhir, Bandung mengalami fenomena menarik terkait dengan meningkatnya popularitas budaya Jepang yang dapat dilihat dari marak nya festival populer Jepang yang diselenggarakan di kota tersebut (lihat tabel 1). Dalam perkembangan penyelenggaraan jumlah Festival Budaya Populer Jepang di Bandung 2023 mengalami pelonjakan dari tahun sebelum nya dikarenakan efek dari pasca pandemi Covid-19 yang membuat penyelenggara cenderung menyelenggarakan acara secara bersamaan.

**TABEL 1**  
**JUMLAH PENYELENGGARAAN EVENT POPULER JEPANG DI KOTA BANDUNG**

Tahun	Jumlah <i>Event</i>
2022	65
2023	163
2024 (Januari – Maret)	39

Sumber: JFEST Chart by JFEST ID, 2024

Perkembangan Komunitas Pecinta Budaya Jepang menunjukkan tren positif yang signifikan seiring dengan meningkatnya frekuensi penyelenggaraan Festival Budaya Jepang di berbagai kota (Nando et al., 2022). Hal ini dikarenakan, Dengan diselenggarakannya festival budaya populer Jepang dan meningkatnya minat terhadap budaya populer Jepang di Indonesia, termasuk anime, beberapa individu yang antusias terhadap budaya Jepang, seperti penggemar anime atau otaku, mulai membentuk berbagai komunitas. (Nugroho & Hendrastomo, 2017)

Walau memiliki maksud yang mirip dengan Masyarakat lokal, komunitas yang dimaksud oleh penulis adalah komunitas dengan minat yang sama yaitu budaya populer Jepang, yang selanjutnya akan disebut komunitas pecinta budaya populer Jepang.

Penelitian sebelumnya telah banyak yang membahas tentang komunitas pecinta populer budaya Jepang, diantaranya komunitas Mirai Ni Yume merupakan komunitas yang terdiri dari orang-orang yang memiliki kegemaran yang sama akan budaya populer Jepang baik itu dari kegemarannya terhadap anime, *cosplay*, J-Pop, dan manga dari kota Bukittinggi (Prayoga et al., 2023), selain itu komunitas ini juga

kerap disebut sebagai kelompok pecinta Anime (Erningsih, 2019). Peneliti juga menemukan bahwa komunitas pecinta budaya Jepang juga memiliki berbagai cabang kegemaran dan membentuk komunitas nya sendiri, seperti Komunitas *Cosplay* (Aisyah, 2012) dan juga pecinta Anime yang disebut Komunitas Anime (Nugroho & Hendrastomo, 2017; Prinando & Wulandari, 2022). Dalam hal ini komunitas pecinta suatu animasi dari Jepang juga dapat termasuk ke dalam komunitas pecinta budaya Jepang karena memiliki karakteristik yang sama (Alvitara et al., 2023)

Komunitas dengan minat yang sama memainkan peran penting dalam berbagai sudut pandang seperti jejaring sosial, e-learning, dan sistem rekomendasi. Komunitas ini sangat penting untuk membina kerjasama, komunikasi, dan berbagi pengetahuan di antara individu (Wang et al., 2018) Komunitas Pecinta Budaya Populer Jepang di Kota Bandung merupakan sekelompok orang yang memiliki minat dan hobi yang sama dalam mengapresiasi budaya populer Jepang. Keberadaan komunitas semacam ini memberikan wadah bagi individu-individu yang memiliki minat yang sama untuk berkumpul, berbagi pengetahuan, dan saling mendukung dalam mengeksplorasi budaya Jepang. Komunitas dengan minat yang sama seperti Komunitas Pecinta Budaya Populer Jepang diidentifikasi berdasarkan minat topikal bersama dan perilaku temporal, memungkinkan pengguna yang berpikiran sama untuk terhubung dan terlibat secara efektif (Modani et al., 2014).

Dalam pengamatan awal yang dilakukan oleh penulis dapat terungkap fenomena menarik di kota Bandung, dimana pembentukan komunitas pecinta budaya populer Jepang mengalami pertumbuhan yang signifikan. Bukti konkret dari fenomena ini dapat dilihat dari sebuah *Event gathering* khusus yang diorganisir

oleh salah satu komunitas, dengan tujuan mengumpulkan berbagai kelompok pecinta budaya Jepang yang berada di Bandung (gambar 1). *Event* ini tidak hanya berhasil mendekatkan berbagai komunitas, tetapi juga memperkenalkan istilah "Komunitas Jejepangan Bandung" sebagai identitas kolektif mereka. Diketahui, terdapat 25 komunitas yang berhasil teridentifikasi dan berpartisipasi dalam *Event* tersebut, sebuah angka yang cukup banyak untuk sebuah fenomena komunitas. Namun, penulis berpendapat bahwa jumlah sebenarnya kemungkinan lebih besar, mengingat bahwa komunitas hobi seperti ini tidak memiliki pencatatan secara resmi.

### GAMBAR 1

#### E-FLYER GATHERING AKBAR KOMUNITAS JEJEPANGAN BANDUNG



Sumber: (Wibu Baleendah Official Account di Instagram, 2023)

Dalam *Event gathering* tersebut penulis dapat mengidentifikasi 25 Komunitas Jejepangan Bandung berdasarkan minat dan karakteristik,

**TABEL 2**  
**DAFTAR KOMUNITAS PECINTA BUDAYA POPULER JEPANG**  
**DI BANDUNG**

No	Nama Komunitas	Akun Instagram	Minat
1	Baraya Weebu	<a href="#">@baraya_weebu</a>	Hobby & Japanese Culture
2	Wibu The Fantasy	<a href="#">@wibuthefantasy</a>	Hobby & Japanese Culture
3	Japan Adventure	<a href="#">@japan_adventure2017</a>	Hobby & Japanese Culture
4	Blue Archieve Indonesia	<a href="#">@bluearchiveindonesia</a>	Komunitas Game
5	Idolmaster Bandung	<a href="#">@imaspro.bdg</a>	Komunitas Anime
6	Sanshiro Japanese Community	<a href="#">@san.shiro</a>	Hobby & Japanese Culture
7	Bandung Japanese Club	<a href="#">@Bandungjapaneseclub</a>	Hobby & Japanese Culture
8	Nihon Perwibuan Community	<a href="#">@npc_jfest</a>	Hobby & Japanese Culture
9	Wibu Jarambah Community	<a href="#">@wjcadventure3</a>	Hobby & Japanese Culture
10	Itazura Otaku	<a href="#">@itazura_otaku</a>	Hobby & Japanese Culture
11	Kuma Clan	<a href="#">@kumaclan</a>	Hobby & Japanese Culture
12	Wibu In Bandung	<a href="#">@wibu_in_Bandung</a>	Hobby & Japanese Culture
13	Kitsune Alliance	<a href="#">@kitsuneall_Bandung</a>	Hobby & Japanese Culture
14	Kanochi Bandung	<a href="#">@kanochi_Bandung</a>	Hobby & Japanese Culture
15	Wibu Online Bandung	<a href="#">@wibu_online_bdg</a>	Hobby & Japanese Culture
16	Tokusatsu Fans Indonesia	<a href="#">@tokufans.indonesia</a>	Komunitas Fans Genre Film
17	Chizuru Pazuru Japanese	<a href="#">@cpjnew_era</a>	Hobby & Japanese Culture
18	Bandung Sekai Cord	<a href="#">@ba_sekai</a>	Hobby & Japanese Culture
19	Event Hunter Bandung	<a href="#">@ehb.2023</a>	Hobby & Japanese Culture
20	Baby Metal Bandung	<a href="#">@babymetal_Bandung</a>	Komunitas Musik Jepang
21	Kimochi Community	<a href="#">@kimochicomunity1</a>	Hobby & Japanese Culture
22	Ani-Sun Bandung Official	<a href="#">@ansb_official.id</a>	Hobby & Japanese Culture
23	Bandoeng Wibu Empire	<a href="#">@Bandungwibuempire</a>	Hobby & Japanese Culture
24	Bandung Anime <i>Event</i>	<a href="#">@bae_anime_Event</a>	Hobby & Japanese Culture
25	Wibu Baleendah	<a href="#">@wibu_baleendah</a>	Hobby & Japanese Culture

Sumber: Data Olahan Penulis, 2024

Dari tabel di atas dapat dilihat 25 komunitas yang sudah dapat disesuaikan karakteristik nya. Dari 25 komunitas tersebut dapat dilihat 21 diantaranya adalah komunitas hobi, 1 diantaranya adalah pecinta genre music J-Pop, 1 diantaranya adalah komunitas pecinta anime, 1 diantaranya adalah komunitas fans genre film tertentu, dan 1 lain nya adalah komunitas game. Peran serta komunitas dalam penyelenggaraan Festival Budaya Populer Jepang, membuka peluang baru bagi penyelenggara baru dalam penyelenggaraan Festival Budaya Populer Jepang. Sejalan dengan ini, telah terlihat suatu trend dimana pihak penyelenggara festival mulai mengakui dan mengintegrasikan komunitas-komunitas pecinta budaya Jepang sebagai '*Community partner*' (Lihat Gambar 2).

## GAMBAR 2

### E-FLYER OPEN FOR *COMMUNITY PARTNER* PADA SALAH SATU FESTIVAL POPULER JEPANG DI BANDUNG



Sumber: (Sannin Event di Instagram, 2024)

Gambar di atas merupakan contoh nyata pelibatan *community partner* dalam penyelenggaraan sebuah acara. Dapat dilihat dalam gambar bahwa penyelenggara dengan jelas membuat *flyer* terbuka untuk mencari komunitas sebagai *Community Partner*. Melalui pencarian komunitas ini maka sudah tentu bahwa pelibatan komunitas sebagai *community partner* menjadi satu hal yang penting bagi penyelenggaraan sebuah Festival Budaya Populer Jepang.

**TABEL 3**  
**REKAP LIST COMMUNITY PARTNER PADA EVENT YANG SUDAH TERLAKSANA**

No	Nama Event	Venue	Tanggal Pelaksanaan	List Community partner
1	Jusatsu Matsuri	Lucky Square	4 Februari 2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kazuha Community</li> <li>- Bandung Japanese Club</li> <li>- Kuma Clan</li> <li>- Barudak Pemuda Jejepangan Sukabumi</li> <li>- Commun Ritme</li> <li>- Astranime</li> <li>- Wibu Online Bandung</li> <li>- Subang Wibu Empire</li> <li>- Kitsune Alliance</li> <li>- Wibu Baleendah</li> <li>- Hanazuka Community</li> <li>- Bandung Wibu Empire</li> </ul>
2	Journey Of Supermachi	Click Square	2 Maret 2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>- J-Fest Hunter</li> <li>- Wibu In Bandung</li> <li>- Isekai <i>Cosplay</i> Garut</li> <li>- Japanist.ID</li> <li>- Hikari Japan Community</li> <li>- Treehouse Japan Community</li> <li>- BDGAKURE</li> <li>- We.Boo media</li> <li>- Kazuka Community</li> <li>- Cosban</li> </ul>



**TABEL 4**  
**REKAP LIST COMMUNITY PARTNER PADA EVENT YANG SUDAH**  
**TERLAKSANA**  
**(LANJUTAN)**

No	Nama Event	Venue	Tanggal Pelaksanaan	List <i>Community partner</i>
3	Road To Seishun Sekai	Metro Indah Mall Bandung	19 Maret 2024	- Chizuru Pazuru Japanese - Dewan Perwibuan Duniawi Bandung - Gekkyou Community - Sanshiro Japanese Community - Baraya Weebu
4	Yamato Damashii	Stba Bandung	28 April 2024	- Kuma Clan - Wibu Baleendah - Bandung Aidoru Nakama - Lycan <i>Cosplay</i> Team - Baraya Weebu

Sumber: Olah Penulis, 2024

Tabel di atas memperlihatkan dari perwakilan 4 Festival Budaya Populer Jepang di Kota Bandung terdapat lebih dari satu komunitas yang terlibat menjadi *community partner*. Hal ini telah membuktikan bahwa tidak jarang sejumlah Festival Budaya Populer Jepang mengambil langkah strategis dengan menjalin Kerjasama dengan lebih dari satu *community partner*.

Konsep *community partnership* merupakan strategi kolaboratif yang melibatkan berbagai pihak, termasuk komunitas, dalam merencanakan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi program atau kegiatan tertentu. *Community partnership* dalam festival melibatkan kolaborasi antara berbagai pemangku kepentingan untuk menyelenggarakan dan melaksanakan acara yang bermanfaat bagi masyarakat. Penelitian tentang festival seperti Festival Tanjung

Bongo dan program Creating Queensland menyoroti pentingnya keterlibatan komunitas (Singgalen et al., 2019). Dengan melibatkan komunitas sebagai *community partner*, penyelenggara festival dapat memperoleh manfaat berupa peningkatan partisipasi masyarakat, akses ke sumber daya lokal, serta dukungan yang lebih kuat dari berbagai pihak terkait.

Melalui keterlibatan aktif komunitas pecinta budaya populer Jepang sebagai *Community partner*, festival ini memiliki potensi besar untuk memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kesuksesan penyelenggaraan. (Prayoga et al., 2023) Keterlibatan masyarakat dalam penyelenggaraan festival tidak bisa dihindari karena akan memberikan nilai lebih bagi masyarakat dan juga bagi pengembangan pariwisata di wilayah setempat. Manfaat festival tidak akan terwujud kecuali ada keterlibatan dengan komunitas lokal (Jepson et al., 2013)

Salah satu faktor kunci atau strategi dalam penyelenggaraan festival yang efektif adalah *community engagement*. *Community engagement*, atau keterlibatan komunitas, mengacu pada partisipasi aktif masyarakat dalam berbagai tahap penyelenggaraan festival, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Komunitas juga memainkan peran penting dalam acara dengan bertindak sebagai pelaksana, peserta, dan penerima manfaat, berkontribusi pada pengembangan pariwisata dan pembangunan daerah yang berkelanjutan (Rich, 2023) Komunitas setempat berpartisipasi aktif dalam penyelenggaraan festival dan sebagai pengunjung, pedagang, atau pemain, namun tidak terlibat dalam panitia yang merencanakan dan menyelenggarakan festival. Alasan utamanya adalah kurangnya kepercayaan diri, kemampuan dan pengalaman sebelumnya. Dengan artian, penemuan terdahulu menemukan bahwa masyarakat masih merasa kurang nyaman

untuk berpartisipasi langsung terhadap penyelenggaraan acara (Sakitri, 2018) Meskipun begitu, penyelenggara *Event* penting untuk mendengarkan saran komunitas dan memperhatikan semangat dan kesukaan dari komunitas tersebut (Piazzzi & Harris, 2016).

Seperti yang telah dijelaskan, Komunitas memiliki berbagai macam peran sebagai bentuk pelibatan dalam sebuah festival, terutama festival Populer Jepang. Sehingga, penting untuk mengeksplorasi dimensi lain dari keterlibatan komunitas dalam festival, yang dapat dianalisis melalui pendekatan konseptual yang lebih luas. Salah satu pendekatan yang relevan adalah konsep *Transactional Engagement*, *Transitional Engagement*, dan *Transformational Engagement* (Piazzzi & Harris, 2016). Selanjutnya konsep ini akan penulis gunakan untuk peran keterlibatan komunitas dalam Festival Budaya Populer Jepang di Yamato Damashii 17 Bandung ditinjau dari dimensi *Transactional Engagement*, *Transitional Engagement*, dan *Transformational Engagement*.

Meskipun konsep *community engagement* telah menjadi tren dalam berbagai bidang, pengembangannya dalam konteks penyelenggaraan festival budaya populer Jepang masih terbilang terbatas. Masih diperlukan penelitian lebih lanjut untuk memahami dan menganalisis bagaimana keterlibatan komunitas dalam mendukung berbagai kegiatan budaya, salah satunya Festival Budaya Populer Jepang (Sakitri, 2018) Diperlukan penelitian yang lebih mendalam untuk mengetahui bagaimana *community engagement* dapat mempengaruhi penyelenggaraan festival populer Jepang di Bandung. Dari fenomena diatas penulis tertarik untuk mengangkat judul penelitian **Pelibatan Komunitas dalam Festival**

## **Budaya Populer Jepang: Studi Kasus Festival Yamato Damashii XVII di Bandung.**

### B. Fokus Penelitian

Fokus dari Penelitian ini adalah menganalisis *Community engagement* ditinjau dari dimensi *Transactional Engagement*, *Transitional Engagement*, dan *Transformational Engagement* dapat mempengaruhi keberhasilan penyelenggaraan festival populer Jepang di Bandung

### C. Tujuan Penelitian

#### 1. Tujuan Formal

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran keterlibatan komunitas dalam Festival Budaya Populer Jepang di Yamato Damashii 17 Bandung ditinjau dari dimensi *Transactional Engagement*, *Transitional Engagement*, dan *Transformational Engagement*.

#### 2. Tujuan Operasional

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan *output* berupa rekomendasi kepada penyelenggara acara untuk meningkatkan keterlibatan komunitas dari *community partner* dalam penyelenggaraan Festival Yamato Damashii selanjutnya.

#### D. Manfaat Penelitian

##### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman lebih komprehensif mengenai keterlibatan komunitas dalam pelaksanaan festival Budaya Populer Jepang di Bandung

##### 2. Manfaat Praktis

###### a. Bagi Penulis

Manfaat penelitian ini bagi peneliti meliputi analisis *community partner* dalam Festival Budaya Populer Jepang di Bandung. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperluas pengetahuan dan keterampilan akademis penulis dalam ranah yang relevan.

###### b. Bagi Politeknik Pariwisata NHI Bandung

Penelitian ini akan menjadi kontribusi terhadap pada literatur akademik mengenai pengaruh *community engagement* dalam penyelenggaraan Festival Budaya Populer Jepang, memberikan data dan analisis baru yang bisa digunakan sebagai referensi untuk penelitian di masa depan.

###### c. Bagi Penyelenggara Festival dan Komunitas

Hasil penelitian dapat memberikan manfaat bagi komunitas pecinta budaya populer Jepang dengan mengidentifikasi cara-cara bagi mereka untuk berpartisipasi lebih aktif dalam festival, Serta memberikan gambaran pada penyelenggara acara mengenai bagaimana karakteristik

*community partner* yang dapat dilibatkan dalam penyelenggaraan Festival Budaya Populer Jepang untuk menunjang keberhasilan.