

"Sendiri, Tapi Tak Kesepian"

[hak cipta oleh Volker Grassmuck, 1990. Diterjemahkan dan diterbitkan secara elektronik dalam milis ini dengan memperhatikan klausul dalam OpenContent License (OPL). Klausul lengkap dapat dilihat di bagian terakhir]

Volker Grassmuck

(Dec. 1990)

Pada tanggal 1 November, Televisi menayangkan berita tentang sebuah kecelakaan mobil. Seorang anak kecil mengemudikan mobil ayahnya keluar dari garasi, dan dan masuk terperosok ke halaman tetangganya. Anak laki-laki itu masih berusia satu tahun. Sang ayah mengatakan kepada media, bahwa anak kecil tersebut belajar mengemudi dari video game di sebuah tempat yang biasa mereka kunjungi setiap hari.

Di sini kita berbicara tentang manusia tipe terbaru, *shin jinrui*. Tidak kurang, tidak lebih. Paling tidak, tipe ini dapat dianggap sebagai tipe yang terbaru, jika kita membacanya sebagai *shinjin-rui*. Ya, mereka adalah yang terbaru, dan unik. Dalam hal manusia tipe terbaru, tidak ada yang lebih jelas (kebaruannya) selain daripada para otaku. Sampai-sampai, kemanusiaan mereka pun diragukan. Jangan-jangan mereka sebenarnya berasal dari luar angkasa.

Ada bermacam variasi *otaku*. Antara lain, *otaku* yang senang berburu foto-foto penyanyi idola, *otaku* yang sangat fanatik terhadap game komputer, *otaku* yang menjadi pecandu komik atau *manga*, *otaku* yang menjadi maniak mainan plastik, atau *otaku* yang gemar menyadap percakapan telepon-mobil. Banyaknya variasi tersebut membuat definisi *otaku* tidak hanya merujuk pada satu subjek (kesukaan) tertentu. *Otaku* lebih tepat dipahami sebagai sebuah model keberadaan manusia. Saat ini, sudah mulai ada majalah-majalah yang membahas mereka, bahkan juga festival-festival, lalu juga permainan video, jaringan komputer, dan bahkan sebuah buku telah diterbitkan tentang mereka "Buku Otaku". Menurut perkiraan seorang editor dari "Do-Pe", sebuah majalah Otaku, mungkin saat ini ada sekitar 350.000 otaku kelas berat di Jepang. Sayangnya, dia tidak mengatakan berapa persisnya otaku kelas ringan yang ada.

Jika makna dari istilah *otaku* ditanyakan pada orang yang berbeda-beda, maka akan didapat jawaban yang berbeda-beda pula. Hal itu karena makna *otaku* mengalami banyak perubahan sepanjang perkembangannya, dan dalam hal-hal tertentu orang-orang juga

menggunakan sudut pandang yang berbeda-beda untuk memahaminya. Lalu, apa yang menjadi penanda paling umum dari para *otaku*? Para *otaku* biasanya adalah ABG atau remaja. Kebanyakan remaja laki-laki. Mereka senang memakai jins, t-shirt dan sepatu kets. Bagi orang dari luar Jepang, gaya berpakaian seperti itu tampaknya tidak membedakan para *Otaku* dengan orang-orang lain yang sebaya mereka. Namun, orang-orang Jepang terkenal sangat tergila-gila dengan fashion, sehingga gaya seperti itu justru malah membuat para *Otaku* tampak berbeda. Para *otaku* juga membenci sentuhan fisik, mencintai media massa, teknologi komunikasi, dan wilayah reproduksi serta simulasi maya pada umumnya. Mereka mengubah, memanipulasi dan menyelewengkan produk-produk jadi hasil industri, namun pada saat yang bersamaan, mereka adalah contoh paling sempurna dari konsumerisme dan adalah tenaga kerja yang ideal untuk kapitalisme modern Jepang. Singkatnya, mereka adalah anak kandung media.

Sebagai contoh adalah KUSHIDA Riko, seorang *game-otaku*. Kamar kecilnya dipenuhi dengan mesin-mesin permainan elektronik dan 200-300 papan permainan elektronik yang bisa dihubungkan dengan mesin permainannya. Ia mengenakan sebuah jaket denim dan rok pendek, dan sekilas tampak seperti seorang anak kecil yang tersesat di antara dinding-dinding ruangan editor majalah *Log In*. Ia mengamati dengan pandangan yang sedikit menunduk dan hati-hati, tapi berbicara dengan kepercayaan diri yang tinggi sambil melihat tepat ke mata (orang seperti itu biasanya tidak bisa diklasifikasikan sebagai *otaku* kelas berat). Saat dia berumur 8 atau 9 tahun, dia mulai memainkan permainan video elektronik, seperti "Ping Pong" atau "Block". Kemudian pada umur 10 tahun, ia pergi ke lantai atas sebuah departmen store agar bisa memainkan permainan elektronik lain yang jauh lebih baik dan menarik daripada yang dia bisa dapatkan di televisi rumahnya. Pada pada umur itu pula dia mulai membuat program permainannya sendiri dengan menggunakan pemrograman BASIC (sejenis bahasa komputer). Pada masa itu, anak-anak remaja senang membuat radio sendiri, sehingga banyak majalah-majalah radio amatir yang bermunculan yang bisa dibaca oleh para remaja. Dalam majalah-majalah itulah, kita bisa menemukan artikel-artikel yang mengajarkan cara membuat permainan komputer sendiri dengan menggunakan bahasa BASIC. Umur 13 tahun, KUSHIDA telah berteman dengan manajer *game center* yang didatanginya tiap hari. Manajer inilah yang kemudian memperkenalkannya pada para penjual permainan elektronik bekas. Saat itu, para penjual permainan elektronik ini kebanyakan hanya menjual produknya kepada para manajer *game center*. Namun, akhirnya para *game-otaku* (seperti Kushida) menemukan mereka. Dari merekalah para *game-otaku* mendapatkan mesin-mesin penjualan elektronik, yang kebanyakan tidak bisa dijual karena telah dianggap sebagai barang rongsokan, mulai dari

harga 5000 yen. Kadang-kadang juga mereka menjual satu set perangkat permainan elektronik yang lengkap atau bahkan benda-benda yang langka dengan harga mulai dari 200.000 hingga 300.000 yen. Harga ini tidak menjadi masalah bagi para Otaku, mengingat 'investasi' mereka akan kembali dalam beberapa minggu saja karena mereka tidak perlu memasukkan koin lagi ke slot mesin setiap kali mereka hendak bermain.

Menurut Kushida, sejarah game, dimulai oleh *Space Invader*. Game ini dikeluarkan pada tahun 1979 oleh Taito, dan kemudian didistribusikan ke seluruh dunia (secara legal maupun ilegal) oleh berbagai perusahaan software dari berbagai negara. Ini kemudian menghasilkan satu generasi pecandu permainan elektronik. Setelah *Space Invader*, *Pacman* menyusul. Namun, bagi Kushida, game nomor satu sepanjang sejarah adalah *Pong*, yang dikeluarkan oleh Atari pada tahun 1971. Setelah era *Invader*, pasar permainan elektronik meledak. Perusahaan seperti Namco atau Nintendo bertambah besar, dan beberapa di antara mereka bahkan menjadi sangat besar. Nintendo, sebuah imperium video game, pada awalnya hanyalah sebuah produsen permainan kartu. Tetapi setelah mereka memasuki pasar game, Nintendo menjadi perusahaan dengan penghasilan terbesar pada tahun 1989. Prestasi ini telah mereka pertahankan selama 8 tahun berturut-turut. Mereka menghasilkan sekitar 250 milyar yen dari penjualan video game mereka.

Kushida selalu terbawa oleh perasaan sentimental saat membicarakan kelahiran dan pertumbuhan fenomena game elektronik. Pada masa-masa tersebut dia memang selalu bermimpi tentang game. Namun, katanya, bukanlah permainan itu yang membangkitkan imajinasinya, melainkan sebaliknya. Imajinasinya sendirilah yang kemudian mendekatkan dirinya ke game-game tersebut. Sebenarnya, Kushida adalah kasus yang unik di dunia otaku, yang didominasi oleh laki-laki. Kenyataannya 98.3% pembaca *Log In*, majalah game besar tempat Kushida bekerja sebagai editor, adalah laki-laki.

Saat ini Kushida telah berumur 20 tahun dan mengambil jurusan Filsafat di bangku kuliah. Tidak, dia tidak merasa bahwa pilihan jurusannya sebagai hal yang aneh. Dunia game mencakup juga dunia nyata, dan demikian pula sebaliknya. Jadi, selalu ada hubungan antara filsafat dan game. Walaupun, kata Kushida sambil tertawa, hubungan itu sangat rumit dan ia sendiri tidak bisa menjelaskannya.

Generasi Baru

Masyarakat Jepang, sangat ingin mengetahui siapa diri mereka dan ke arah mana mereka

bergerak saat ini. Mungkin keingintahuan tentang hal tersebut lebih dalam mengakar pada masyarakat Jepang daripada pada masyarakat lain. Selama lima belas tahun terakhir (*artikel ini ditulis pada tahun 1990 – penj.*), masyarakat Jepang menjadi masyarakat yang makmur. Namun, proses menuju kemakmuran selalu diiringi dengan perubahan dan gejolak yang radikal di dalam masyarakat. Demikian pula di dunia internasional, karena kemajuan teknologinya, masyarakat Jepang secara umum diterima dengan baik dan bahkan dipuji. Namun, baik teknologi maupun kekayaan adalah fondasi yang rapuh untuk membangun identitas diri. Ketiadaan fondasi yang kuat untuk membangun identitas diri tersebut kemudian memunculkan perubahan sikap dan mentalitas yang terlihat dengan jelas di kaum muda. Keinginan untuk memahami apa yang sebenarnya ingin dilakukan kaum muda Jepang itulah yang membuat media dan kalangan akademisi hampir setiap tahun memunculkan istilah *Shinjinrui* atau 'Generasi Baru'. Dalam konteks inilah, istilah 'Otaku' muncul. Istilah 'Otaku' tidak muncul begitu saja, tapi didahului oleh berbagai istilah lain yang pada intinya mencoba merujuk kepada 'generasi baru' masyarakat Jepang.

Istilah yang muncul lebih dulu daripada Otaku dan sempat digunakan selama beberapa saat adalah *Moratoriumu Ningen* (orang-orang moratorium). Istilah ini pertama kali diperkenalkan oleh Okonogi Keigo, profesor dari jurusan *neuropsychiatric* universitas Keio, melalui artikel berjudul "*Moratoriumu Ningen no Jidai*" yang dimuat dalam jurnal *Chuo Koron* pada bulan Oktober 1977. Istilah *moratorium* dipinjam dari buku karya Erik Erickson, '*psychosocial moratorium*', yang merujuk pada periode pelatihan atau belajar para anak muda sebagai saat-saat dimana mereka tidak perlu memenuhi kewajiban dan tanggung jawab kepada masyarakat (*moratorium berarti kondisi tak bergerak, atau mati. Informasi tentang Erickson dan teori 'pembentukan identitasnya' dapat dilihat di situs wikipedia.*). Bagi Okonogi, karakteristik moratorium (lambat, beku, diam) telah menjadi 'karakter sosial' yang dominan dalam masyarakat sekarang. Karakteristik dari mentalitas moratorium yang seperti inilah yang dapat dianggap sebagai latar belakang fenomena otaku pada tahun 80an.

Menurut Okonogi, masyarakat konsumen yang makmur seperti Jepang, menyebabkan setiap orang menjadi seperti anak-anak. Iklan dan media massa telah membangkitkan rasa kekanak-kanakan yang ada dalam diri setiap orang. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang demikian pesat, telah memaksa setiap orang untuk terus menerus menyesuaikan diri dan belajar agar tidak tertinggal. Budaya baru muncul dan menghilang secara terus menerus dalam tempo yang sangat cepat, layaknya kesetanan. Akibatnya, manusia mau tidak mau harus mengadopsi model eksistensi yang bersifat sementara dan tanpa ikatan. Keterlibatan individu dalam masyarakat menjadi seperti bermain-main dan

santai. Setiap orang terus berupaya untuk tetap mempertahankan jarak dengan orang lain. Masing-masing orang adalah konsumen yang tidak terikat dengan apa pun, atau bisa juga seperti seorang tamu dengan struktur pribadi yang dikontrol dan dilindungi sendiri. Sama halnya dengan apa yang terjadi pada para *Otaku*, hubungan antar manusia yang dangkal seperti ini, membuat orang-orang moratorium dapat bertahan hidup sambil tetap mempertahankan isolasi diri mereka. Kehidupan orang-orang moratorium yang seperti ini menimbulkan 'sindrom kekaburan identitas' dan juga sebuah 'kekosongan diri' yang, menurut Okonogi, telah menjadi suatu hal yang biasa dan umum. Moratorium telah menjadi sebuah tujuan. Kondisi yang mengandung sebuah potensi kekuatan penghancur yang besar.

Okonogi menyalahkan media massa, yang menurutnya telah memproduksi “kondisi keberadaan maya’... karakteristik media massa yang berjarak dengan masyarakat (*self-dissociation*) telah diadopsi dan menjadi bagian dari struktur psikologi kaum muda. Mereka saat ini menjadi begitu tak tersentuh, karena telah terasimilasi ke dalam media massa yang memiliki kekuatan untuk menyihir masyarakat.”

Nada yang digunakan dalam artikel Okonogi tersebut menyiratkan kepesimisan budaya. Meskipun di akhir artikelnya dia mencoba menghibur dengan menunjukkan adanya tanda-tanda awal masa-masa moratorium ini akan segera berlalu, tetap saja artikelnya merupakan gambaran yang muram tentang masyarakat yang terisolasi dan diam, dan tentang orang-orang yang tersesat dalam gelombang post-modern, gelombang yang mengancam akan menenggalamkan 'masyarakat riil' - yaitu masyarakat produksi dan distribusi, masyarakat dimana Okonogi berdiri dan menuliskan artikelnya.

Dari artikel *Moratoriumu Ningen* kita dapat menangkap kondisi sosial masyarakat yang berlaku saat itu. Kondisi seperti itu yang kemudian melatar belakangi kemunculan para otaku. Latar belakang yang sarat dengan penutupan diri sendiri dalam dunia *hyper-reality*.

Setelah itu, istilah *Moratoriumu Ningen*, digantikan oleh terminologi *Shinjinrui*. Namun, dalam istilah ini pun, kita lagi-lagi menemukan hal yang sama, yaitu tentang kekosongan hidup, walaupun kadang-kadang dilontarkan dengan nada yang sedikit lebih cerah.

Kata *Shinjinrui*, sebagaimana halnya *otaku*, memiliki variasi makna yang sangat besar. Sebagai terminologi non-ilmiah, kata itu kadang bisa dipakai untuk merujuk pada semua generasi baru (apa pun jenisnya). Tapi kadang-kadang juga, kata tersebut digunakan untuk

merujuk pada satu kelompok anak muda tertentu, mirip dengan penggunaan istilah *Yuppies* yang digunakan pada tahun 1970an di Amerika.

Para *shinjinrui* ini biasanya adalah anak muda yang masih kuliah dan atau yang berada di awal umur 20an. Berbeda dengan Otaku, *Shinjinrui* sangat menekankan pada penampilan luar yang gemerlap, dan menghabiskan uang mereka untuk penampilan seperti itu. Mereka biasanya ingin mendapatkan pekerjaan sebagai model atau dalam bidang periklanan, yang memungkinkan mereka untuk mendapatkan cukup uang dan cukup waktu sehingga bisa melakukan hobi utama mereka: memamerkan barang-barang dan mobil-mobil mewah. Trend terakhir mereka adalah memiliki kulit kecoklatan di lengan kiri, karena itu adalah tanda bahwa dia mengendarai mobil import dengan setir di sebelah kiri (sehingga lengan kiri merekalah yang terkena dan terbakar oleh sinar matahari).

Shinjinrui juga dipanggil dengan sebutan 'anak-anak kristal'. Istilah ini diambil dari buku *best-seller* karya TANAKA Yasuo, *Nantonaku, Kuristaru* (Tokyo, 1980. Terjemahan harafiahnya adalah "Kristal, Entah Bagaimana"). Buku ini telah menjadi semacam pedoman bagi *shinjinrui* untuk mencari tahu tentang restoran, butik, ataupun *club* yang sedang trend di Tokyo pada masa tersebut. Buku ini juga dianggap sebagai buku pedoman tentang cara-cara agar bisa dianggap 'keren' dan bergaya. *Nantonaku, Kursitaru* pertama kali diterbitkan pada tahun 1980 dalam jurnal bulanan *Bungei* (seni) dan tidak lama setelah itu langsung diterbitkan menjadi buku yang kemudian mencapai hasil penjualan hingga satu juta eksemplar. Dalam buku tersebut, Tanaka memberikan 'pandangan orang dalam' tentang bagaimana menikmati hidup yang kosong. Sebuah dunia kehidupan tersendiri dimana setiap orang di dalamnya hidup dengan sungguh-sungguh mengagungkan keangkuhan dan kepura-puraan. Alur cerita tersebut 'mengarah pada ketiadaan diri' (Norma Field), tapi 442 buah catatan kaki yang disediakan dalam buku ini adalah informasi yang dibutuhkan para *hyper-consumer*, atau paling tidak demikianlah klaim dari sang pengarang. Contoh:

Tanya: kemana kau harus pergi bila pada suatu malam minggu, jam sebelas malam lewat, kau sangat, sangat ingin mendapatkan es krim?

Jawab: panggil taksi, lalu pergilah ke Swensen's di "Killer" Avenue.

Memang benar bahwa karena perubahan yang terus menerus dalam bidang fashion, kebanyakan informasi yang terdapat dalam buku ini menjadi ketinggalan jaman begitu buku "Nantonaku, Kuristaru" diterbitkan. Namun, beberapa terminologi di dalamnya tetap

dipertahankan dan dipergunakan secara luas. Istilah *Shinjinrui*, misalnya, telah memperkaya bahasa Jepang dengan “sindrom nama terbaru”.

Para Shinjinrui, seperti halnya para otaku, terobsesi pada hal-hal kecil yang terperinci daripada pada suatu ideologi tertentu yang bisa pedoman hidup. Seorang shinjinrui harus pergi kemana-mana dan berada dimana-mana sekaligus. Dia harus sudah membaca terbitan terakhir *Mari Claire*, dan juga *Popeye and Brutus*. Kalau tidak begitu, bagaimana mungkin dia bisa mengetahui bahwa *Armani* sudah tidak jadi trend lagi, karena telah digantikan oleh *Perier*? Jika dia tidak tahu tentang itu, bagaimana dia bisa terlibat dalam percakapan di *Gold's*? *Shinjinrui* memang adalah orang-orang yang angkuh, namun mereka adalah sekaligus juga orang-orang yang terinformasikan dengan baik sekali.

Saat ini, orang-orang yang seperti *shinjinrui* ini masih ada di sekitar kita, walaupun istilah itu sudah tidak digunakan lagi untuk merujuk kelompok tertentu dengan sifat-sifat seperti di atas. Jadi dalam hal ini tidak masalah jika menggunakan istilah tersebut untuk merujuk pada seluruh generasi selanjutnya

Semua terminologi itu - *Moratorium ningen*, *shinjinrui*, ataupun *nagarazoku* (orang-orang yang melakukan banyak hal secara bersamaan) - diciptakan dalam rangka mengkategorikan orang-orang yang hidup di dunia postmodern ini. Mereka yang menciptakannya adalah para profesional seperti pakar *neuropsikiatris*, wartawan dan maupun para penulis. Para kaum profesional ini menilai generasi muda dengan menggunakan perangkat nilai mereka sendiri, yaitu nilai-nilai seperti 'kedalaman', 'keseriusan', sejarah, dan atau dengan nilai-nilai dalam bidang keilmuan tertentu. Orang-orang dewasa ini merasa kecewa karena anak-anak mereka tampaknya tidak ingin meneruskan mengejar mimpi yang dulu pernah mereka kejar. Mereka kecewa karena anak-anak muda ini tampaknya tidak peduli lagi pada kelanjutan 'proyek modernisasi'. Mereka ingin memahami anak-anak mereka, tapi anak-anak mereka sendiri menolak untuk mengekspresikan diri mereka di hadapan orang tuanya.

Walaupun demikian, kelahiran *otaku-zoku* (generasi otaku), para non-profesional, atau anak-anak 'tanpa gaya hidup', pada tahun 1980an, memiliki sedikit perbedaan dengan kemunculan kelompok-kelompok muda sebelumnya.

Kelahiran dan Perkembangan 'Otaku'

Ada kerancuan dalam makna kata *otaku*. *Otaku*, sebagaimana halnya *Shinjinrui*, diambil dari kata yang digunakan sehari-hari. Secara harafiah, istilah ini berarti “rumah anda”, lalu bisa juga diartikan (secara sebagian, atau *pars pro toto*) sebagai “suami anda”. Namun, pada umumnya kata ini digunakan untuk kata ganti orang kedua: “anda”. Penggunaan kata *otaku* sebagai kata ganti orang kedua berhubungan dengan budaya Jepang yang selalu memandang individu sebagai anggota dari kelompoknya. Oleh karena itu kata *otaku* ('rumah anda') digunakan sebagai kata yang merujuk pada 'anda' (sebagai anggota 'rumah anda').

Sudah umum diketahui bahwa ada 48 cara untuk mengatakan “saya” dalam bahasa Jepang, demikian pula kosakata untuk “anda” juga kurang lebih sama banyaknya. Biasanya, kata-kata “saya” dan “anda” memang dihindari dalam percakapan, namun bila anda ingin memanggil dan berbicara dengan seseorang, maka biasanya anda akan menggunakan nama orang tersebut, atau “anata” (kepada orang sederajat atau yang di atas kita), “kimi” (kepada orang yang sederajat atau di bawah kita), “omae” (kepada teman akrab atau kepada orang di bawah kita), atau... *Otaku*. *Otaku* adalah cara yang sopan untuk berbicara dengan seseorang yang posisi sosialnya relatif belum kita ketahui, kata ini cukup sering muncul dalam bahasa kaum perempuan. Singkatnya, kata ini bertujuan untuk menjaga jarak dengan orang lain/lawan bicara. Apabila digunakan di antara orang-orang yang sederajat, maka kata ini akan terdengar ironis atau bahkan sarkastis. Secara umum, kata ini memiliki nuansa arti: “Jangan mendekat!”. Bayangkan jika seorang ABG berbicara dengan teman sebayanya menggunakan kata “Tuan!”. Seperti itulah nuansa dari kata *otaku* apabila digunakan di kalangan teman sebaya.

Demikianlah bagaimana kata itu dahulu digunakan. Lalu suatu ketika (sekitar 10 tahun lalu dalam perhitungan dunia nyata), beberapa orang mulai menggunakan kata ini dengan maksud untuk menjauhkan diri mereka dari rekan dan teman-teman mereka sendiri. Tidak ada konsensus tentang kapan tanggal dan tempat pasti kejadian ini. Masa lalu yang baru saja lewat tampaknya justru adalah yang masa-masa yang paling sulit dipahami, karena diturunkan hanya dari mulut ke mulut tanpa petunjuk yang pasti. Kita butuh seorang sejarawan yang mencatat kehidupan sehari-hari untuk bisa mengetahui apa yang baru saja terjadi kemarin. Beberapa orang informan mengatakan bahwa penggunaan kata *otaku* dengan cara seperti itu pertama kali terjadi di dunia periklanan, ada juga yang bilang bahwa itu terjadi di lingkungan para kolektor gambar-gambar animasi. Mungkin ada yang di antara mereka berkata “bisakah menunjukkan koleksi anda (*otaku*) pada saya?” Demikianlah penggunaannya yang seperti itu pun mulai menyebar. Namun tampaknya, rumor yang paling bisa dipercaya mengatakan bahwa hal itu terjadi pertama kali di antara orang-orang

yang bekerja di stasiun televisi dan perusahaan pembuat video animasi. Dari situ, penggunaan kata 'otaku' yang seperti itu menyebar kepada para penonton *anime*, di dunia *manga* (buku komik Jepang) yang sangat dekat dengan anime, serta di dunia game komputer.

Untuk menentukan syarat-syarat agar seseorang bisa disebut sebagai *otaku* merupakan hal yang cukup sulit. Makna konotatif yang paling umum dari kata tersebut sepertinya hanyalah tentang 'jarak' serta 'keterpisahan'. Untuk mengetahui makna dari sebuah kata yang sedang trend, hal pertama yang perlu dilakukan adalah dengan mencarinya di buku "Pengetahuan Dasar tentang Istilah Modern" (*Gendai Yogo Kisochishiki*), sebuah ensiklopedi tahunan yang berisikan berbagai artikel tentang macam-macam gaya hidup di Jepang dan tentang perubahan-perubahan yang terus menerus terjadi dalam bahasa Jepang. Pada "Pengetahuan Dasar tentang Istilah Modern" edisi tahun 1990, ada sebuah artikel yang berjudul *Otaku* dengan penjelasan sebagai berikut:

'(Otaku) telah digunakan sebagai kata ganti orang kedua di antara para maniak manga dan animasi. Kata ini mulai populer setelah penerbitan artikel NAKAMORI Akio pada tahun 1984, Manga Burikko (penjelasan tentang burikko dapat dilihat di bawah, dalam sub-judul 'idols'). Kata ini merujuk pada jenis orang yang tidak dapat berkomunikasi baik dengan orang lain, sangat perhatian pada detail, dan punya ketertarikan yang bersifat sangat khusus, bahkan maniak. Para Otaku cenderung bertubuh gemuk, berambut panjang, dan menggunakan T-Shirt serta jins. Kata ini punya makna yang sama dengan kata 'nerd' yang di Amerika Serikat digunakan untuk menunjuk pada para maniak komputer dan Science Fiction.'

Seorang teman Amerika pernah berkata padaku bahwa *nerd* belum tentu punya arti yang sama dengan *otaku*, walaupun tidak bisa dikatakan juga sebagai sama sekali berbeda. Seorang *Nerd* adalah seorang remaja pria SMA yang membetulkan kacamatanya yang patah dengan menggunakan lakban, bertipe mirip-ilmuwan, suka membawa berbagai jenis bulpen di kantong bajunya (baju yang ada noda warna birunya karena salah satu bulpennya pernah bocor) dan, tentu saja, tidak punya teman.

Gambaran seperti itu sangat mirip dengan gambaran yang pernah dikatakan oleh TSUZUKI Kyoisi, seorang mantan wartawan dari majalah "Popeye" dan saat ini menjabat sebagai editor seni. Dialah yang memperkenalkanku pada sudut-sudut tersembunyi dari dunia Otaku: "Pada awalnya *otaku* digunakan dalam makna yang negatif, dan dimaksudkan untuk mereka yang penampilannya buruk, yang tidak memiliki pacar, yang senang mengkoleksi

benda-benda yang konyol, dan tersingkir dari pergaulan. Dari definisi di atas dapat dikatakan bahwa *otaku* adalah seseorang yang tertarik pada sesuatu yang benar-benar tidak berguna. *Idol-otaku*, *manga-otaku* atau apapun-*otaku* berarti bahwa dia tidak punya ketertarikan apa-apa lagi di luar hal-hal tersebut. Namun seorang *Otaku* akan benar-benar mencurahkan hati dan pikirannya pada ketertarikannya yang satu itu. Ini sebenarnya adalah cara yang bodoh untuk menghabiskan waktu, dari sudut pandang normal. Namun, mereka memainkan permainan mereka dengan tingkat keseriusan yang tinggi sebagaimana orang lain sangat serius memandangi setiap kegiatan mereka.

Lanjut Tsuzuki:

Mereka dapat dilihat dengan mudah, karena mereka tidak peduli dengan cara mereka berpakaian. Mereka berbicara dengan cara yang aneh, dan selalu melihat ke tanah apabila harus berbicara berhadapan muka. Mereka tidak suka aktivitas fisik, sehingga tubuh mereka gemuk, atau bisa juga kurus tapi tidak kekar, dan yang pasti mereka tidak pernah berkulit kecoklatan. Mereka tidak peduli pada makanan yang lezat, karena mereka pikir mereka bisa menghabiskan uang mereka untuk hal-hal lain yang (dalam pandangan mereka) lebih penting.

Mereka baru benar-benar aktif, ketika mereka duduk berhadapan dengan komputer mereka. Para programmer komputer ini terkenal dapat hidup dengan keripik kentang (yang mereka makan dengan menggunakan sumpit) serta segelas kopi susu. Ritme kehidpan mereka berbeda dengan orang biasa. Mereka dapat tidak tidur selama 40 jam, dan tidur selama 12 jam. Konon katanya, computer-otaku dapat bercinta dengan seorang gadis yang ada di layar komputer mereka. Namun aku pikir, kebanyakan dari mereka sebenarnya menginginkan pacar yang asli, namun tidak bisa mendapatkannya.

Dalam banyak hal, *otaku* adalah bagian dari fenomena media. Media adalah salah satu sebab utama kemunculan mereka, kemudian media jugalah yang menciptakan nama untuk mereka. Mereka hidup di dalam dunia *maya-informasi* yang disediakan oleh media, dan bahkan penelitian tentang *otaku* sebenarnya adalah penelitian tentang sejarah media. Pada saat terminologi *Otaku* dimunculkan pertama kali, Nakamori (29), yang sudah disebutkan sebelumnya, adalah seorang editor untuk sebuah *mini komi* (majalah komunikasi kecil [1], yang bagi sebagian orang dianggap sebagai sebuah majalah kebudayaan yang aneh, dan bagi sebagian orang lain jenis majalah *soft-porn* kecil) bernama "Tokyo Otona Kurabu" (klab laki-laki dewasa Tokyo). Ketika dia memunculkan terminologi *otaku-zoku* (generasi *otaku*) di

dalam artikelnya dan pada saat diskusi publik antara Nakamori dengan YAMAZAKI Koichi, saat itu sudah ada banyak sekali kelompok-kelompok anak muda yang menunggu untuk mendapatkan 'tanda pengenalan' atas identitas diri mereka. Mereka selama ini hidup di dalam cengkeraman media, jadi adalah wajar kalau mereka juga ingin menjadi objek media itu sendiri. Dari satu sisi mereka adalah orang-orang Jepang yang biasa-biasa saja. Mereka cenderung sama dengan orang-orang yang lain dalam hal statistik sosial (dari sisi pendapatan, misalnya, atau dari sisi pandangan-pandangan politik), dan dalam debat-debat tentang kritik kebudayaan. Mungkin sebenarnya, bukanlah perjuangan mencari identitas yang membuat buku-buku bertipe 'siapakah-kita-sebenarnya' atau 'kenapa-kita-unik' menjadi populer di tengah-tengah anak muda Jepang, tapi adalah nafsu untuk bisa terpatri (ikut ambil bagian) dalam dunia media. Selanjutnya, kebudayaan Jepang yang menekankan agar setiap orang menyebutkan benda-benda sesuai dengan namanya yang tepat ikut berperan pula (dalam penyebaran penggunaan istilah *otaku*). Tak dapat dipungkiri, istilah itu menyebar dengan sangat cepat. Massa, yang biasanya tanpa nama dan sunyi, juga dapat meletup sewaktu-waktu. Istilah *otaku*, juga muncul (dalam kesadaran publik) melalui letupan yang seperti itu. Konon, kata itu pertama kali digunakan secara luas saat pemutaran perdana film animasi "Spaceship Yamato". Perusahaan produsen film itu telah, sebagaimana biasanya, menyewa sebuah aula yang dapat dimasuki oleh hanya beberapa ribu orang. Namun ternyata, penonton yang datang lebih dari satu juta orang, semuanya dalam usia yang kurang lebih sama. Saat itulah istilah *otaku* menjadi populer.

"Otaku adalah hasil dari *hyper-capitalism* dan masyarakat *hyper-consumption*", demikian kata Yamazaki (36), seorang sejarawan-kehidupan-sehari-hari dan juga seorang ahli *otaku*. Dia adalah seorang penulis, editor, desainer grafis dan, yang paling penting, seorang kritikus pop untuk koran *Asahi Shinbun* dan majalah-majalah seperti *Asahi Journal*, *Popeye*, *Takarajima* dan *Weekly Bunshun*. "Otaku saat ini memiliki arti yang sangat luas. Pada awalnya, kata ini berhubungan erat dengan sebuah stereotip tertentu. Kata ini menyimbolkan sebuah kondisi hubungan antar manusia, dimana cara-cara lain untuk berkata 'anda' dianggap sebagai terlalu akrab. Penggunaan *otaku* dahulu kala adalah dengan maksud menciptakan nuansa jarak antara seseorang dengan yang lainnya, antara orang-orang yang tidak saling mengenal." Dia melihat bahwa asal-usul penggunaan *otaku* untuk merujuk pada fenomena sosial sekarang adalah pada masa-masa perubahan kebudayaan Jepang di dekade 70an. Otaku adalah anak kandung media dan teknologi. Mereka bertumbuh, sebagaimana halnya seorang anak laki-laki satu-satunya dari sebuah keluarga dimana sang ayah selalu ada di kantor, dan ibunya sangat ingin agar anak laki-laknya itu belajar dengan keras agar bisa masuk ke sebuah universitas yang baik agar

bisa masuk ke sebuah perusahaan yang baik juga. Sebuah kisah sukses ala Jepang. Dan sang anak pun memilih untuk bersembunyi di antara tumpukan mainan, komik, dan permainan elektroniknya.

Orang tua mereka berasal dari generasi tahun '68, sangat demokratis dan toleran. Mereka ingin memahami anak mereka, namun sang anak dengan sengaja mencari dan menampilkan hal-hal yang tidak bisa dipahami orang tua mereka. Bisa jadi, para orang tua itu sendiri masih kekanakan dan tidak dewasa. Mungkin saja di Jepang, memang tidak ada bayangan yang jelas tentang apa yang dimaksud dengan 'menjadi dewasa'. Semua orang adalah kanak-kanak.

Komunikasi yang terhalang dengan demikian parah antara orang tua dan anak-anak mereka telah menyebabkan serangkaian pembunuhan oleh sejumlah anak laki-laki terhadap orang tua mereka. Kasus pertama terjadi pada tahun 1980, ketika seorang remaja laki-laki (mungkin sekarang remaja itu sudah bisa dikategorikan sebagai seorang *otaku*) membunuh orang tuanya dengan pemukul bisbol dari logam. "*The Kinzoku Bat Murderer*", demikianlah sebutan untuk kasus itu di kemudian hari. Kasus itu kemudian diikuti dengan segera oleh 5 sampai 6 orang anak. Kasus-kasus serupa masih terjadi sampai hari ini. Awal dekade 80an adalah masa-masa kekerasan di sekolah. Agresi para murid tersebut dicoba untuk dihentikan dengan menciptakan seperangkat peraturan sekolah, yang mengatur segala sesuatu. Bahkan mengatur hingga bagaimana seorang murid sekolah harus berjalan dan menyapa orang lain. Bagi Yamazaki, masa-masa itu mengingatkannya pada tulisan Orwel: "1984". *Otaku* dengan demikian adalah generasi 'pasca kekerasan-sekolah'. Dari luar, mereka tampak seperti murid-murid dengan perilaku yang baik dan sopan, pekerja keras dan memiliki nilai yang baik, namun di balik itu mereka ternyata adalah pelarian. *Otaku* adalah tempat perlindungan bagi mereka.

Pemujaan Terhadap Informasi dan *In-animisme*

Sistem pendidikan, yang berfungsi untuk melatih para 'pejuang industrial'. biasanya dianggap sebagai salah satu latar belakang dari kemunculan generasi *otaku*. "Di sekolah," kata Yamazaki, "anak-anak diajarkan untuk melihat dunia sebagai kumpulan dari data dan informasi-informasi. Data dan informasi yang diberikan ini selalu bersifat sepotong-sepotong dan tidak pernah menyeluruh. Sistem pendidikan dirancang untuk mencekoki anak-anak dengan tanggal-tanggal, nama-nama, dan juga jawaban pilihan ganda untuk setiap ujian. Keping-keping informasi ini tidak pernah dikombinasikan untuk membentuk satu pandangan yang utuh dan menyeluruh tentang dunia. Apa yang mereka dapatkan di bangku sekolah

sebenarnya tidak bernilai sebagai sebuah pengetahuan, namun sarat dengan nuansa fetishisme (pemujaan/kegandrungan yang berlebihan) informasi". Penekanan yang demikian kuat terhadap fakta (terhadap ingatan daripada pemahaman), diekspresikan dengan baik sekali dalam bahasa Jepang dengan frase: 'pendidikan manual'. Pendidikan seperti ini tidak menyiapkan seseorang untuk menghadapi kehidupan, tapi untuk menghadapi acara kuis di sebuah stasiun televisi, dimana para peserta harus dapat dengan segera menceritakan kembali tentang kehidupan Amadeus Mozart, tentang Ultraman, atau tentang penyanyi idola Mtsuda Seiko. Tanpa konteks apa pun, 'pengetahuan' yang didapatkan seseorang selamanya akan berupa koleksi 'keping-keping' informasi.

Pemujaan-terhadap-Informasi (*information fetishism*) adalah konsep dasar yang digunakan oleh Yamazaki dalam menjelaskan tentang *otaku*. Para *otaku* melanjutkan terus pola akuisisi dan reproduksi informasi yang mereka pelajari di bangku sekolah. Hanya saja sekarang subjeknya telah berubah menjadi: bintang idola, kamera, dan musik rock 'n' roll. Isi memang tidak pernah penting. Para *otaku* memiliki banyak sekali variasi kesukaan. Hal itu adalah sebuah model keberadaan. Mereka dapat ditemukan di dunia *fashion*. Namun, mereka tidak menutupi diri mereka dengan pakaian yang trendi. *Fashion-otaku* menutupi diri mereka dengan informasi. Mereka akan memamerkan apa yang mereka ketahui pada orang lain, dengan berkata "Apakah kau tahu ini? Oh, kau tidak tahu rupanya!" Begitu saja. Seorang *Rock-otaku*, misalnya, tidak mendengarkan musik, tapi mengumpulkan data tentang kaset-kaset rekaman, nama musisi, produsernya, para teknisi, studio rekaman dan lain sebagainya. "*Otaku* yang tulen menunjukkan kepada kita bahwa semua orang pada dasarnya adalah pemuja informasi," kata Yamazaki, "mereka adalah gambaran karikatural dari orang Jepang sendiri".

Sampai di sini agaknya koleksi kepingan informasi kita tentang *otaku* sudah cukup dekat dengan inti dari fenomena tersebut. Tampaknya memang ada hubungan antara *Otaku* dengan kesia-siaan dan informasi, namun peranan media dan teknologi dalam fenomena *otaku* masih belum jelas. Tsuzuki berpikir bahwa tidak tepat untuk mengidentifikasi fenomena *otaku* sebagai fenomena media, karena itu berarti akan mengeluarkan sebagian orang yang memang *otaku* tulen sebagai *otaku*. Oleh karena itu, kita harus menggunakan lagi "*Basic Knowledge of Modern Terminology*" (yang mana sebenarnya adalah juga ekspresi dari 'budaya pengetahuan sepotong-seoptong dan kepingan informasi'). Di dalam entri tentang *otaku-zoku*, kita mengetahui bahwa generasi ini:

'hanya dapat berpikir dengan cara me-ism karena dampak dari upaya untuk memahami dan

menghadapi masyarakat berteknologi tinggi. Generasi otaku ini cenderung menginginkan keberadaan yang sifatnya terisolasi dan non-manusiawi. Gejala kecenderungan ini dapat dilihat mulai dari necrophilia, pedophilia dan fetishism hingga illness of partiality dan hacking. Fenomena ini seperti kanker yang menyebar dan kemudian meledak dengan 'masyarakat keyboard' yang inorganik sebagai pusatnya."

Saya cukup terkejut ketika menemukan *hacking* berada dalam satu daftar yang sama dengan *necrophilia*, tapi aku menyukai istilah 'masyarakat keyboard'. Jepang adalah masyarakat yang paling *semiotized* (banyak menggunakan simbol dan tanda), segala sesuatu ditandai, segala sesuatu adalah permukaan dan kulit luar. Orang Jepang hidup dengan mengikuti majalah gaya hidup. Hanya dengan melihat wajah-wajah orang di jalan, bisa ditahu majalah apa yang mereka biasa baca. Segala sesuatu tersedia dalam bentuk jadi. *Otaku* adalah contoh ekstrim dari mentalitas Jepang yang senang mengumpulkan dan menggabung-gabungkan keeping-keeping informasi. Para otaku pada dasarnya telah menjadi manusia cangkokan, karena telah bergabung dengan mesin-mesin yang mereka ciptakan. Sebuah '*media saibogu*' (*cyborg - cybernetic organism - robot organik*) dalam buku *Store of Wisdom*, sebuah buku tiruan dari buku *Basic Knowledge*, adalah pada dasarnya orang yang tergantung pada orang lain e.g. sebuah sofa berbentuk kentang (*kaucipoteto - couch potato*). *Otaku* adalah *Cyborg* media yang hidup karena media. Di jaman *cyber-medialism* yang memberikan penekanan utama pada dunia maya, media berteknologi tinggi adalah syarat utama untuk tetap bertahan hidup. Robot media yang masih dalam kandungan kadang juga dipanggil sebagai '*aliens*' (mahluk asing).

Hubungan masyarakat Jepang dengan teknologi memang tampak sedikit aneh. Anak-anak Jepang sangat jenius dalam hal pengoperasian teknologi, seperti cerita di atas tentang seorang bocah satu tahun yang menabrakkan mobil ayahnya. Namun, demikian menurut Yamazaki, mereka tidak bisa berbicara dan mengekspresikan pendapatnya dengan baik. Mereka merasa tidak nyaman bersama sesama manusia daripada saat bersama dengan mesin, materi-materi tidak hidup, dan kepingan-kepingan informasi. Oleh karena itu, mereka cenderung bergerak menuju ke arah ke-tidak-bergerak-an (*in-animism*) . Mahluk hidup dianggap sebagai benda-benda tak bergerak. Yamazaki pernah berkata bahwa ledakan jumlah binatang peliharaan terjadi karena anjing dan kucing dianggap sebagai sejenis mainan mekanis. Ketika mereka mulai merasa bosan, binatang peliharaan itu pun dibuang. Arnold Schwarzenegger dan Sylvester Stallone dianggap sebagai pahlawan besar bagi banyak *Otaku*. Namun, mereka tidak pernah ingin melakukan *body building* untuk menjadi kuat seperti pahlawannya. Mereka hanya menganggap gumpalan otot Arnold dan Stallone

sebagai sejenis robot juga, sebuah mesin yang dirancang dengan baik, sehingga tidak berbeda dengan tokoh-tokoh komik seperti Gundam. Kecenderungan *in-animism* ini adalah kebalikan dari tradisi shinto tentang animisme alam, yang masih bertahan dalam kebudayaan Jepang umumnya hingga sekarang. Yamazaki memberikan contoh tentang para pekerja pabrik yang menamakan mesin mereka Monroe, Hanako, atau Madonna. Nama-nama perempuan adalah yang paling populer, karena mesin-mesin itu adalah bagian dari sistem kelaki-lakian. "Masyarakat Jepang, dalam satu sisi, adalah masyarakat *fetish*. Mereka tidak membedakan antara yang bergerak dengan yang tidak bergerak. Fakta ini adalah latar belakang yang penting dalam memahami fenomena *otaku*. 'Two-dimension complex' adalah sejenis animisme juga. Mereka memperlakukan manusia sebagai benda, dan benda sebagai manusia". Dengan mengamati dunia dua dimensi melalui layar dan hasil cetakan, para *otaku* pada akhirnya menghasilkan 'two-dimension complex' tersebut untuk diri mereka sendiri. Gambar dua dimensi menjadi lebih nyata daripada hal-hal lain. Gambar yang digabungkan dengan imajinasi kemudian berubah menjadi *hyper-reality*.

Computer-otaku dan pola-pola komunikasi

Dari apa yang kita pelajari tentang *otaku* dan hubungan mereka dengan informasi, media dan teknologi, dapat disimpulkan untuk sementara bahwa fenomena *otaku* muncul dalam bentuknya yang paling murni dalam jenis *computer-otaku*. Oleh karena itu aku kembali ke kantor *Minami-Aoyama* "Log In" di mana aku pernah berbincang-bincang dengan si maniak *game*, Kushida Riko. Kali ini kita menemui Ito Gabin, kurator sekaligus seniman, yang memamerkan karyanya dalam pameran seni instalasi yang diberi judul *Tokyo Hyper-real*. Karena foto wajahnya sering muncul di majalah *Log In*, Ito telah menjadi sejenis pahlawan bagi para *computer-game-otaku*. Memang benar bahwa kalau ada orang yang mengenali dia saat sedang berjalan-jalan di Ditrik penjualan elektronik Tokyo, Akihabara, dia tidak akan langsung dihentikan dan dimintai tanda tangan. Namun, tidak lama setelah itu dia akan membaca info 'panas dan terbaru' dalam papan bulletin elektronik sekelompok Otaku yang berkata "Aku baru saja melihat Gabin!" Kelompok sasaran dari majalah 'Log In' adalah para penggemar permainan elektronik berumur antara 13 hingga 18 tahun, dan majalah itu terjual sebanyak 180.000 eksemplar setiap bulannya. Sebagian besar isi majalah tersebut adalah informasi tentang permainan-permainan komputer, dan atau perangkat keras yang dibutuhkan untuk menjalankan permainan tersebut. Mereka juga memberikan informasi tentang serial animasi dan atau manga, terutama serial-serial yang cukup 'gelap' dan 'serius' seperti *Gundam* atau *Godmars*.

Aku menemui Ito dalam rangka mengetahui tentang apa saja informasi yang terdapat

dalam jaringan komputer para *otaku*. Ito kemudian membuat daftar dari judul-judul *electronic boards* para *otaku* tersebut, seperti: *games, manga, rorikon* (Lolita complex. Penjelasan lebih lanjut, lihat kebawah), musik (pertukaran file MIDI dari *soundtrack* permainan elektronik terbaru), perang (senjata udara), dan segala macam hal lainnya. Mereka menggunakan jaringan elektronik, karena media itulah yang membuat mereka tetap bisa tinggal di rumah, sekaligus memampukan mereka untuk bertemu dengan orang-orang serupa tanpa perlu kontak fisik. Sebelumnya sudah disinggung tentang *computer-otaku* kelas berat, misalnya para *hacker* (yang muncul dalam satu baris dengan para pedofil dalam penjelasan dari buku *Store of Wisdom* tadi.) Makna teknologi ada, demikian menurut Ito, pada saat kita melakukan sesuatu yang sebelumnya tidak bisa dilakukan. Misalnya, seorang Hacker menemukan cara untuk menghancurkan data orang lain, jadi itulah yang dia lakukan. Dia tidak pernah berhenti untuk berpikir tentang makna dari tindakannya. Dia melakukannya karena dia bisa. Itu alasan sama yang memotivasi orang untuk menyebarkan virus, yaitu demi kesenangan mereka sendiri. Ketika seorang maniak teknologi menemukan cara untuk masuk ke dalam sistem perlindungan file DAT, bahkan jika dia berhasil, *otaku* yang tulus tidak akan melakukannya agar mendapatkan musik untuk didengar. Itu semua hanya sebuah permainan. Tak berguna. Jika mereka bisa mengalahkan sistem perlindungan yang telah dirancang, bukankah mereka sebenarnya cukup pintar? Istilah *Otaku* tidak sinonim dengan 'kreatif', tapi banyak orang-orang kreatif yang adalah juga *otaku*. Ito berpendapat bahwa para *otaku* sebenarnya bisa menjadi siapa saja dan masuk ke mana saja.

Janji utama yang diberikan oleh kemajuan teknologi adalah bahwa kita mampu menguasai sebuah dunia kita sendiri hanya dengan menekan sebuah tombol. Para *Otaku* adalah pasukan garda terdepan yang sedang mengeksplorasi dunia seperti itu. Mereka bertumbuh dengan menganggap media sebagai suatu hal yang tak perlu dipertanyakan lagi (*taken for granted*). Sekarang, mereka menggunakan media sebagai tempat tinggal mereka dalam rangka mencapai (dengan segera!) hasrat pribadi mereka. Hasrat-hasrat yang mereka miliki sebenarnya muncul sesuai dengan apa yang ditawarkan oleh media kepada mereka, tidak muncul karena kepribadian mereka sendiri. Struktur waktu dalam dunia *Otaku* selalu berada dalam kondisi berubah-ubah. Sikap konsumerisme seperti ini juga berlaku para orang lain, yang mana bisa menjadi penjelasan tentang mengapa, misalnya, telepon tetap digunakan terus menerus pada siang dan malam.

Biasanya, *otaku* menghindari komunikasi langsung, tapi terus menerus dan secara berlebihan, berkomunikasi melalui berbagai teknologi media. Struktur pertukaran informasi

mereka adalah *uwasa* (desas-desus) dan *kuchi-komi* (komunikasi oral, gosip), komunikasi minor, dan *ofu rekoodo* (*off the record*), dan berbagaiman jenis permainan, penyebaran melalui jaringan elektronik, dan (pada akhirnya) diskomunikasi. Penting untuk berbicara, namun tidak penting apa yang dibicarakan. Karakter dari para *otaku* adalah bahwa mereka berbicara tanpa konteks tertentu. Mereka hidup dalam sistem yang merujuk diri sendiri yang tidak perlu memperhatikan isi. Paling penting dalam kesadaran mereka adalah: keberadaan media.

Pada dasarnya, mereka dapat berkomunikasi hanya dengan *otaku* yang satu tipe. Percakapan mereka tidaklah interaktif (artinya saling berbalasan), tapi hanya untuk memamerkan pengetahuan (informasi) yang mereka punya. Setiap orang mengategorikan yang lain dengan kesukaan mereka pada detil-detil tertentu. Jika dua orang dari mereka menemukan kesukaan yang sama, maka mereka akan menjadi dekat. Tapi jika tidak, mereka tidak merasa perlu untuk saling bercakap-cakap. Mereka tidak merasa perlu untuk mempengaruhi orang lain untuk menyukai apa yang mereka sukai.

Nagoya, dari yang pernah kudengar, saat ini adalah pusat dari para *otaku*. Jumlah mereka cukup untuk memenuhi satu sektor sendiri di kota itu, dan memiliki proporsi yang cukup besar dibandingkan populasi satu kota tersebut. Nagoya adalah sebuah tempat yang membosankan, mati, dan tanpa banyak kejadian menarik yang terjadi, sehingga mendorong orang-orang untuk ikut bergabung dalam jaringan-jaringan seperti itu.

16.000 orang yang sendiri tapi tidak kesepian, di satu tempat

Setelah kita banyak bicara mengenai mereka, sekarang marilah kita meninggalkan kantor editor dan mengunjungi salah satu kesempatan langka di mana para *otaku* yang pemalu dan tidak suka bersosialisasi itu bertemu. Kome-keto (bursa komik) awalnya adalah sebuah pameran untuk komik non-komersial yang diselenggarakan dua kali setahun. Pada tanggal 18 dan 19 Agustus di Makuhari-Messe, 16.000 orang anime-mania dari berbagai negara berkumpul di situ. Mereka juga ditemani oleh para wakil dari *otaku* dari kelompok lain yang juga memiliki banyak anggota, seperti : *otaku* radio amatir, *otaku* penggemar artis, *otaku* teknologi, *otaku* mainan model dari plastik, *otaku* seragam, dll, dll. Semua memiliki majalah masing-masing, yang dijajarkan di atas barisan-barisan meja panjang. Minikomi, atau majalah tersebut, menjadi wahana komunikasi bagi dunia *otaku* yang semakin lama semakin banyak jenisnya dan semakin terspesialisasi. Hampir semua majalah memuat manga. Pertunjukan spesial di Harumi-Messe waktu itu adalah kosu-pure (costumes plays), di mana adegan-adegan dari serial animasi favorit di televisi dipertunjukkan lagi, oleh

orang-orang yang menjadi tokoh-tokoh komik dalam kostum lengkap mereka, tentu saja.

Manga adalah sebuah pasar besar. Perkiraan total sirkulasi dari semua buku komik di tahun 1988 adalah 1.758.970.000. Di antaranya ada yang setebal buku telepon. Komik-komik itu ada di mana-mana, di kereta bawah tanah, di rumah makan, dan di toko buku. Serial-serial yang sukses diterbitkan kembali dalam versi buku, juga dengan penjualan dalam jutaan eksemplar, selain juga menjadi serial animasi di televisi dan video-games. Yang paling tinggi tingkat sirkulasinya, yakni "Shonen Jump", terjual 5 juta eksemplar setiap minggu. Menurut Yamazaki, majalah komik ini adalah majalah yang paling bersifat otaku, memuat banyak kekerasan, mekanik, fantasi, dan atau kombinasi dari ketiga hal tersebut, misalnya "Gundam" atau "Ultraman".

Di balik manga komersial –atau di 'bawah tanah', kalau ingin disebut demikian- kita bisa menemukan manga yang dibuat oleh otaku. Manga-manga ini diproduksi dalam jumlah kecil untuk diedarkan dan dipertukarkan dalam komike atau lewat pos, dan untuk yang lebih sukses, manga-manga ini muncul di toko buku komik seperti Takaoka di Kanda, atau Manga no Mori di Shinjuku. Toko buku Shozen di Kanda merupakan satu tempat lagi di mana setiap Sabtu siang segerombolan otaku memakai baju jeans atau seragam sekolah berjalan sambil menebar kesan yang membuat orang lain tidak enak, menerobos gang sempit di antara rak-rak buku di toko yang penuh pengunjung, dengan diam membuka-buka lembaran komik dan majalah penggemar artis, buku soft-porno dan games, CD musik games, Dragon Quest dan patung-patung plastik tokoh komik, kartu telepon bergambar tokoh manga dan artis populer, poster, dan binatang-binatang warna warni penuh ornamen. Di sini kita bisa menemukan beberapa manga amatiran dari komiketo dengan judul-judul seperti misalnya "Tanpa Warna", "Dewa Cinta", "Hiperaktif", "Paf Paf", "Logika Buta" atau yang memakai judul dalam bahasa Inggris seperti *"Wing. That's Gret (sic!) It covers various kinds of Comics and Novels which makes you feel at home"*

Dalam banyak kasus, manga seperti itu merupakan hibrida atau mutasi genre dari beberapa model komersial yang ada. Mereka menunjukkan sikap "plagiarisme" yang ceria, yang bahkan tidak berusaha untuk menjadi orisinal. Satu-satunya aspek yang betul-betul "orisinal" dari mereka adalah manga karya otaku ini memuat gambar dari bagian-bagian organ seksual tanpa sensor, dan ini sangat berbeda dengan manga-manga yang dapat dibeli di toko minimarket yang buka 24 jam. Jepang mewajibkan sensor bagi setiap helai rambut di daerah kemaluan ketika akan ditampilkan di film atau di media cetak. Sensor berupa ditutup atau diburamkan. Di negara yang seperti ini, manga-manga amatiran yang

menampilkannya secara terang-terangan dapat dikatakan revolusioner.

Kita dapat berasumsi bahwa sebagian besar dari kehidupan seksual para otaku ini direpresentasikan oleh tokoh-tokoh dalam manga, animasi dan video games. Seks bagi mereka sama sekali bukan hal fisik, tapi lebih merupakan sarana perantara. Mereka tidak punya kekasih, antara lain karena mereka takut satu sama lain, dan mereka berpikir bahwa kepuasan 2 dimensi lebih aman. Dalam arti ini, tokoh pria yang ada di film "Sex, Lies and Videotapes" karya Steven Soderbergh dapat dianggap sebagai versi barat dari otaku yang pasca-seksual ini. Yamazaki mengajukan penjelasan lain: seks 2 dimensi merupakan sebuah reaksi akibat tekanan dari chauvinisme pria. Anak-anak laki menolak untuk tumbuh menjadi pria jantan yang lazim ada. Mereka tidak suka menjadi agresif. Memang, di dalam komik banyak kekerasan, sado-masochisme, tali pecut dan borgol, tapi dalam kehidupan nyata, mereka tidak bisa melakukannya. Mereka terlalu pemalu.

Sebuah genre utama di dunia manga porno adalah anak-anak kecil. Sebuah istilah yang sering muncul dalam konteks ini adalah rorikon. Istilah rorikon ini merupakan permainan kata terselubung yang tidak akan terpecahkan tanpa buku kita yang setia, "Basic Knowledge of Modern Terms" yang setia. "Rorikon" (Lolita complex) diambil dari novel Vladimir Nabokov. Istilah ini mengacu pada minat seksual yang aneh terhadap gadis belasan tahun. Hal ini berhubungan sangat erat dengan otaku, sehingga ensiklopedia menyebutnya sebagai karakteristik paling utama dari otaku. "Otaku juga disebut yaoi-zoku (generasi penggemar gadis-gadis muda). Para anak korban pembunuhan Miyazaki (kita sudah mendengar tentang dia, dan masih akan mendengar lagi di paragraf selanjutnya) berusia antara empat dan tujuh tahun (berarti lebih muda daripada anak belasan tahun yang seharusnya disukai para "rorikon"). Jadi, apa tidak salah kalau kita menyebutnya otaku?"

Dalam hal ini kita terpaksa tidak setuju dengan "Basic Knowledge" tadi. Mengidentifikasi otaku dengan pandangan bahwa mereka mempunyai budaya menggemari seksualitas anak belasan tahun, berarti akan mengabaikan keseluruhan bentuk ekspresi otaku yang lebih aneh dari 'sekedar itu'. Terbitan-terbitan seperti misalnya: "In Spite of... you know it", "Lemon Impulse" dan "Submarine" melayani konsumen otaku yang menggemari seks dengan seragam. Atau "Juggs" untuk penggemar hermaphrodite berdada besar. Atau "Samson" sebuah majalah dengan komik, foto dan puisi yang seluruhnya dipersembahkan untuk laki-laki tua dan gemuk. Yang satu ini, tokoh pengidola seks yang sesuai dengan Lolita adalah seorang pegulat sumo tua. Sulit sebenarnya untuk membayangkan bagaimana seorang otaku berusia 15 tahun dapat menggemari porno semacam ini. Mungkin saja,

mereka menggemarnya karena semua hal itu merepresentasikan seks yang murni, abstrak, dan sebuah simulasi yang datang dari stimulasi. Tapi kita harus mengakui bahwa kita tidak dapat menyelam ke dalam hati banyak pria muda.

Karena kita meliput seks dan rock'n'roll, anda mungkin juga ingin tahu tentang penggunaan obat-obatan terlarang. Jawabannya: tidak ada. Otaku sangat anti-somatis. Satu-satunya obat bius bagi mereka adalah informasi, meskipun mereka lebih suka menyerapnya lewat suntikan langsung di nadi.

Komik secara langsung maupun tidak, banyak memberikan pengaruh pada sebagian besar budaya Jepang, mulai dari iklan hingga toko aneka barang yang setia pada barang-barang dengan merk satu tokoh komik. Bila ada tren baru yang muncul di media, tren ini segera ditiru oleh yang lain. Artis musik pop dibentuk oleh tren "mari menjadi tokoh manga" dan kemudian mereka menimbulkan genre baru dalam manga, animasi dan games. Tentu saja mereka memiliki para otaku tersendiri yang setia. Di komiketo, otaku penggemar artis agak kurang terwakili, namun mereka memiliki acara dan pertemuan mereka sendiri. Artis yang mereka sukai kebanyakan adalah penyanyi, tetapi ada juga yang menggemari 'puro-res' (atlit gulat profesional) seperti Cutie Suzuki (21) dan Dirty Yamato (20). Perpaduan antara tipe petarung dengan rorikon ini juga dikenal sebagai 'fighting dolls'. Namun sebagian besar mengacu pada gadis-gadis remaja dengan wajah yang manis yang diproduksi secara massal menjadi 'penyanyi-penyanyi berbakat'

"*Basic Knowledge 1990*" tidak berkomentar mengenai fenomena artis idola, maka kita harus mengacu pada "*Store of Wisdom*" lagi. Di bagian "*aidoru-shisutemu*" (*idol system* – sistem idola), kita akan membaca: "Yang disebut *idol system* tahun 1980-an adalah permainan fiktif, di mana pihak yang mengirim dan pihak yang menerima menjadi satu. Kita harus membedakan sistem idola ini dari karisma yang muncul pada masa sebelumnya yaitu masa 'staa-shisutemu' (*star system* – sistem bintang). Tahun 1980-an diwakili oleh tipe baru artis idola seperti KONDO Masahiko dan MATSUDA Seiko. Semangat 80an, yaitu pen-simulasi-an segala sesuatu, berhasil mereka wujudkan. Mereka telah berhasil menghilangkan garis batas antara realitas dan fiksi". Kasus percobaan bunuh diri yang dilakukan oleh NAKAMORI Akina merupakan jeda dalam paradigma artis idola. Berbeda dari Matsuda, Nakamori memisahkan kehidupan pribadinya dari kehidupan panggung, sehingga tetap memiliki sisi misterius. Namun dia gagal, karena para penggemar terus menuntut para artis idola untuk sepenuhnya berada di dalam media.

'Tipe baru' yang diwakili oleh Matsuda disebut burikko. Seorang teman yang paham tentang hal ini memberitahu saya bahwa kata tersebut berasal dari kata 'buri' (berakting, berpura-pura) ditambah '-ko' yang membuat kata tsb kedengaran manis. Kalau diterjemahkan bebas mungkin menjadi 'si kecil manis yang suka pura-pura' atau bila diterjemahkan dengan sadis bisa menjadi 'penipu kecil yang brengsek'. Burikko mengacu pada penyanyi perempuan muda yang tidak menarik, yang berpura-pura berakting bodoh. Mereka kelihatan terlalu manis, dengan mata mereka yang besar, dan baju yang penuh renda. Mereka tampak seperti tokoh manga. Mereka kelihatannya tidak berdaya, tapi sebenarnya mereka tidak bodoh, bahkan mereka memerintah dengan tangan besi. Matsuda Seiko memang terlahir sebagai seorang burikko asli. Dia juling dan giginya maju. Anak-anak muda tergila-gila padanya, dan perempuan yang lebih tua membencinya, karena akting berlagak bodoh dari Matsuda merupakan sejenis penghinaan bagi kaum perempuan. Idola burikko ini, tentu saja, segera diadaptasi oleh dunia manga dan animasi.

Tapi, ini hanya sekilas pandang dari budaya hiburan yang mendominasi. Kini kita akan melihatnya dari sudut pandang otaku. Pemujaan mereka terhadap artis idolanya terdiri dari mengumpulkan barang-barang dan informasi, bukan dari satu, tetapi dari sepuluh bahkan ratusan idola. Biasanya mereka tidak memilih artis besar seperti Matsuda, tapi lebih artis kelas B atau penyanyi golongan minor. Tentu saja, mereka harus selalu mengawasi jadwal artis tersebut, memiliki semua rekamannya, kartu pos bergambarnya, t-shirt, atau pernak pernik lainnya. Namun mereka tidak bisa disebut otaku kalau mereka hanya puas dengan produk yang sudah ada. Mereka terdiri dari dua sub-kategori: yang merekam di video dan yang memfoto. Otaku video akan mencek semua jadwal acara televisi di mana idolanya kemungkinan tampil, dan merekam semua, kemudian mengedit rekaman tsb untuk dirinya. Otaku kamera memilih tugas yang lebih berat. Para idola secara ajeg melakukan promosi atau konser mini di tempat-tempat seperti tingkat paling atas di department store atau di kolam renang di musim panas. Karena pemotretan tanpa ijin biasanya dilarang, maka otaku akan menyelip. Kadang kala mereka bertiga atau berempat membawa masuk bagian-bagian kamera yang sudah dipisah-pisahkan, dan disatukan kembali setelah di dalam. Pengamanan di pagar juga ketat. Para otaku harus melarikan diri meninggalkan peralatan kamera yang mahal beserta lensa tele besarnya. Setelah konser selesai, anda bisa menemukan seluruh bagian kamera tersebut. Mereka hanya mengambil isi filmnya, yang harganya akan cukup untuk membeli kamera-kamera baru. Tiga jam kemudian mereka akan menjual foto-foto di jalan-jalan di Harajuku. Foto yang paling mahal adalah foto yang berhasil menampilkan gambar artis yang masih muda-muda itu dengan rok mereka tertiuip angin sehingga celana dalam mereka kelihatan.

Kalau anda pikir bahwa sistem hibrida dari para aidorus dan aidorians (para penggemar artis) ini sungguh-sungguh hiper-realitas, maka berarti anda belum dengar tentang artis idola dunia maya HAGA Yui (yang sebenarnya ini bukan nama, melainkan kata yang berarti 'jengkel, tidak sabar, sebal', dan secara harafiah artinya 'gigi sakit'). Artis yang satu ini memang maya, karena dia tidak ada. Dia adalah hantu yang terdiri dari gadis-gadis yang berbeda, yang meminjamkan suara atau badannya kepada Haga. Di konser-konser, wajahnya tetap disembunyikan, dan suaranya merupakan hasil rekaman. Dia sangat mirip dengan boneka-boneka dalam *Bunraku* (teater boneka). Baru-baru ini, ketika Haga menerbitkan sebuah buku kumpulan foto, ada tiga gadis duduk di acara tanda tangan buku. Orang-orang akan antri di depan salah satu gadis yang mereka anggap sebagai Haga-chan yang 'paling nyata'. Sebuah pameran hasil karya seni orisinal dari Haga, dijadwalkan dibuka di awal Novemer, tetapi kemudian dibatalkan. Menurut desas desus, lukisan-lukisan tersebut dibuat oleh beberapa seniman terkenal. Rencananya, pameran tsb diberi judul: "Apakah artis idola yang misterius mendambakan domba berkepala manusia?"

Kalimat tersebut merupakan sebuah kalimat pelintiran yang diambil dari Philip K Dick, "Apakah android mendambakan domba listrik?", kalimat yang juga dipakai oleh Ridley Scott dalam pembuatan film "Bladerunner". Dugaan awal bahwa otaku selalu menampilkan lakon di batas antara yang bernyawa dan yang tidak bernyawa, tampaknya semakin kuat. 'Android', sebuah terminologi yang kedengaran agak kuno, sangat cocok untuk menggambarkan artis idola Haga Yui dan juga cocok untuk para otaku. Mereka kelihatan seperti manusia, tetapi mereka bukan manusia. Mereka bermain-main dengan hal-hal yang terlihat seperti fakta tetapi sebetulnya tidak nyata. Sang idola ini mampu menggiring penggemarnya. Bisa dipahami apabila kemudian para penggemar membutuhkan boneka-boneka lain untuk dikuasai.

Artis idola seperti MORITAKA Chisato tampil dalam ukuran yang diperkecil, tapi lebih tidak nyata lagi dalam bentuk mainan model. Otaku-model, yang juga hadir di komikeo di Makuhari-Messe, menampilkan sejumlah variasi dari dunia mereka –yang nyata dan tidak nyata- dalam bentuk miniatur: model dari artis idola dan tokoh komik, Godzilla dan Garland, mobil dan peralatan militer. Sekali lagi di sini para otaku yang asli membedakan dirinya dari mereka yang sekedar maniak, yakni dengan sikap bahwa mereka tidak puas hanya dengan perangkat yang sudah ada di pasaran. Majalah mengenai kiat-kiat membuat mainan model, dicetak sebanyak 100 eksemplar, dan benar-benar rinci dan jelas. Salah satu majalah besar bagi para otaku model adalah "Do-Pe. Majalah Identitas untuk Anda" dengan oplah yang

'hanya' 40.000 eksemplar.

Ada kesan bahwa semua *otaku* tergilagila pada teknologi. Namun sebenarnya, itu bukan berarti mereka semua membenci alam, karena ada *otaku* untuk ikan tropis dan fosil. Mereka melakukannya dalam gaya *otaku*. Dalam hal ini yang penting adalah sikapnya, bukan yang lain.

Namun, tidak diragukan lagi bahwa sebagian besar *otaku* memang punya hubungan dekat dengan media dan teknologi. *Otaku*-teknologi yang murni punya forum "Radio Life". Forum ini dimulai dari sebuah majalah untuk para operator radio amatir, yang disebut *akushon-bandaa* (*action bander*). Sebutan ini tampaknya lebih cocok mengingat potensi subversif mereka. Radio Life menampilkan latar belakang dan informasi konsumen mengenai peralatan elektronik dan komponennya. Misalnya, mengenai sistem radar dan detektor, yang dalam bentuk paling kecilnya bisa dimanfaatkan oleh para pengendara sepeda motor; bisa dipasang di sisi helm, dan akan memberikan bunyi peringatan dengan suara atau sinar lampu LED. Atau penjelasan mengenai bagaimana menembus pengaman rekaman video. Atau artikel tentang penerimaan satelit. Omong-omong, baru-baru ini terbongkar bahwa kelompok *chukakuha* (*faksi tengah*) telah menyiapkan stasiun pemancar yang akan mengganggu penyiaran langsung upacara pemahkotaan kaisar. Berarti, ada yang benar-benar mempraktekkan subversi informasi ini.

Setahun sekali, Radio Life menerbitkan edisi yang lebih ekstrim yakni "Underground RL". Edisi terbarunya menampilkan cara merakit sendiri timer elektronik untuk segala macam bom. Artikel selanjutnya mengenai granat tangan (misalnya model asli yang digunakan Jerman saat perang dunia kedua, atau desain klasik American MK2 yang juga bisa menjadi 'joystick'). Selanjutnya adalah mengenai cara membuat *stun-gun* dari kondensator kamera sekali pakai. Anda dapat menggunakannya untuk mengagetkan tetangga yang *otaku* dengan sengatan 35.000-80.000 volt. Contoh terakhir dari majalah yang memuat artikel-artikel bersifat *hacker* ini adalah *lay-out* untuk sebuah adaptor yang menembus DAT-copy-protection (sebuah kesepakatan kecil antara musik dan industri hardware, yang memungkinkan hanya satu rekaman digital untuk setiap CD – sebuah penyalahgunaan teknologi yang mengundang *hacker*). Di dalam "Underground Radio Life", *otaku* yang punya ambisi subversif akan mendapatkan penjelasan lengkap mengenai bagaimana cara kerjanya dan bagaimana menembusnya.

Pelanggan lainnya dari "Radio Life" adalah *otaku* militer dan *otaku* polisi. Mereka adalah

gadis-gadis yang mengenakan seragam Polwan dan anak-anak laki yang mengendarai mobil yang 99,9% 'benar-benar' mobil polisi. Iklan-iklannya menunjukkan di mana bisa mendapatkan sirene, radio, helm, lencana, aksesoris, hingga peluit dan jepitan dasi. Kecuali pistol, semua barang merupakan model dari plastik yang nyaris sama dengan aslinya. Semua barang benar-benar otentik, sama dengan yang digunakan oleh militer atau polisi sungguhan. Ini adalah karena para otaku membelinya dari dealer yang sama dengan tempat negara membelinya. Ketika yang nyata dan yang maya menjadi tidak terpisahkan, yang nyata justru menjadi pemuja yang maya.

Kejahatan Informasi

Aku tidak menganggap istilah yang digunakan di atas sebagai istilah politis dan militer, ataupun istilah itu merupakan sejenis pancingan untuk hal-hal yang terlarang. Tentu saja, siapa pun yang berupaya untuk menghalangi pemanfaatan teknologi seluas-luasnya, misalnya dengan menggunakan copy-guards atau melalui pengacakan sinyal radio, biasanya memancing orang untuk meng-hack mereka. Otaku adalah orang yang menyenangi penggunaan teknologi untuk hal-hal yang berbeda dengan tujuan awalnya. (atau dengan kata lain, orang yang menginginkan pemanfaatan teknologi seluas-luasnya) Tapi selain itu, pada dasarnya para otaku juga didorong oleh kesenangan pada teknologi dan informasi yang bersifat kosong dan tanpa konteks. Itulah sebabnya, dari segi ini tidak ada perbedaan antara otaku penyenang game (*game-otaku*) dengan hacker gelombang radio, maniak idola, ataupun dengan pemalsu kartu magnetik. Mereka semua memiliki struktur dasar yang sama. Hal paling mendasar pada setiap otaku adalah perhatian yang berlebih pada detail-detail teknis, entah tentang jenis-jenis kamera, atau jenis-jenis mobil polisi, atau tentang kapal luar angkasa fiktif, atau truk-truk seni, atau apa pun. Pengetahuan yang rinci merupakan elemen yang penting bagi mereka untuk saling berkomunikasi. Informasi adalah inti dari gaya hidup otaku.

Kekurangan informasi bahkan dalam skala yang kecil, bisa memberikan dampak yang sangat besar bagi kehidupan seorang otaku. Namun, apabila bicara dalam skala yang lebih besar, misalnya ideologi, mereka cenderung untuk tidak ambil peduli. Lihatlah, perang dan sex, fantasi pembunuhan massal dan pemerkosaan sado-masokis muncul secara rutin di media-media mereka. Bahkan ada kasus-kasus dimana seorang *otaku* mengalami kesulitan membedakan antara dunia maya (dunia di mana tidak ada seorang pun yang mati, karena semuanya memang bersifat bayangan), dengan dunia dimana anak-anak bisa benar-benar mati apabila disiksa. Ito Gabin (Log In) pernah menceritakan tentang seorang laki-laki yang

benar-benar tenggelam dalam dunia komputernya. Suatu hari, dia melihat seseorang sedang berdiri di peron stasiun kereta api. Tanpa alasan apa-apa dia mendorong jatuh orang itu ke depan kereta api yang sedang berjalan. Dia tidak pernah memikirkan tentang kematian, kata Ito. Hal itu dia lakukan dengan ringannya.

Pada bulan Juli 1989, MIYAZAKI Tsutomo (27) ditangkap atas dugaan penculikan dan pembunuhan empat anak perempuan berumur empat sampai 7 tahun, dan atas percobaan pembunuhan pada seorang anak perempuan lainnya. Di dalam kamarnya, di Tokyo, ditemukan tumpukan manga dan lebih dari 6000 kaset video yang kebanyakan dia gandakan dari tempat-tempat penyewaan video. Manga-manga dan kaset-kaset video itu kebanyakan berisikan tentang pornografi anak dan berbagai film horor. Dia adalah orang yang terisolasi secara sosial, tidak pernah berani mendekati perempuan, bekerja sebagai asisten di sebuah perusahaan percetakan, tergila-gila pada video dan komik (bahkan dia sendiri menggambar beberapa komik). Semua faktor itu mengidentifikasikan dia sebagai seorang otaku.

Polisi curiga bahwa Miyazaki sedang mencoba untuk mereka ulang sejumlah adegan dari film-film horor yang pernah dia tonton, misalnya adegan seorang laki-laki yang memotong seorang perempuan untuk kemudian memainkan organ-organ bagian dalam tubuh perempuan tersebut. Namun, dugaan polisi tersebut tidak bisa dikonfirmasi. Pada awal sidang, tepatnya pada tanggal 30 Maret 1990, Miyazaki sudah mengakui bahwa dia memang melakukan pembunuhan-pembunuhan tersebut. Namun dia menolak tuduhan bahwa tindakannya berhubungan dengan video-video yang ditontonnya. Dia hanya mengakui bahwa dia telah merekam video dua orang korbannya agar bisa dia lihat lagi nanti. Dia juga mengatakan bahwa dia melakukan kejahatannya dalam kondisi seperti orang bermimpi dan tanpa tujuan.

Pengacara pembela mengatakan bahwa tertuduh berada dalam kondisi emosional yang tidak matang, dan mengalami kesulitan dalam membedakan dirinya dengan orang-orang lain. "Dia tidak memiliki pemahaman tentang kehidupan dan kematian. Dia juga memiliki keinginan sangat kuat untuk kembali ke rahim ibunya," demikian kata Pengacara pembela. Sang pengacara berargumen lebih lanjut bahwa budaya audio visual yang dimunculkan video dan televisi, tiadanya pemahaman atas realitas dalam masyarakat informasi modern, serta isolasi sosial kaum muda, sebagai faktor-faktor yang mendorong kejahatan tersebut, dan merupakan gejala penyakit yang umum pada masyarakat modern. Hasil uji psikiatri menunjukkan bahwa Miyazaki memiliki kendali diri yang lemah dan tidak punya

kemampuan untuk merasakan emosi. Walaupun demikian, ia dapat tetap dianggap sebagai bertanggung jawab atas perbuatannya sendiri. Sidangnya sendiri masih tertunda.*

Nada yang muncul dalam berbagai debat publik tentang kasus otaku pembunuh ini menuding budaya media dan film-film horor sebagai faktor penyebab. Sebagai reaksi dari kasus Miyazaki, Pemerintah Kota Tokyo sedang mempertimbangkan untuk membatasi akses terhadap film-film yang menayangkan adegan kekerasan. Tapi, pasar video dengan sendirinya telah menerapkan pembatasan-pembatasan tersebut, sebelum adanya keputusan dari pemerintah.

Komentar dari para kritikus budaya, secara umum terbagi dalam dua kubu. Pihak pertama menganggap Miyazaki sebagai kasus kejiwaan, dan oleh karena itu dianggap sebagai perkecualian yang tidak bisa mewakili keseluruhan masyarakat. Sementara pihak kedua menganggap bahwa sifat-sifat Miyazaki terdapat di dalam diri setiap orang.

Menurut Yamazaki, pendapat-pendapat tersebut terlalu tergesa-gesa dan kurang tepat.

"Kita ingin memahami dia, tapi kita tahu bahwa kita tidak bisa. Semua orang bertanya-tanya mengapa dia melakukan hal itu. Tapi sebenarnya pertanyaan itu harus ditujukan pada kita sendiri: mengapa kita tidak melakukan hal itu? Kebanyakan otaku memiliki gaya hidup yang sama dengan Miyazaki, tapi saya rasa mereka tidak akan melakukan hal-hal seperti itu.

Riwayat hidup Miyazaki tidak terlalu istimewa. Dia tidak bisa berbicara dengan para perempuan, walaupun hal itu sebenarnya tidak aneh. Kata orang, dia tinggal dalam dunia fantasi. Tapi, bisa jadi sebenarnya kita semua juga tinggal di dalam sebuah fantasi. Saya tidak menganggap dia sebagai orang gila, karena saya bisa memahami sebagian dari dia. Jadi, saya merasa takut. Tapi, saya bukanlah seorang moralis.

Banyak orang Jepang yang menganggap bahwa motivasi Miyazaki dapat ditemukan pada kehidupan sehari-hari kita bersama dengan media dan informasi, dan pada hubungan antar manusia yang kita miliki. Itulah sebabnya kita begitu terguncang."

Ke Arah Masyarakat Postmodern

Dalam perkembangannya sampai saat ini, ada berbagai macam pendapat mengenai istilah otaku. Kasus Miyazaki semakin menegaskan reputasi otaku yang tidak terlalu terpuji. "Kami tidak pernah mempercayai anak-anak muda itu. Sekarang, kamu baru tahu apa yang mereka bisa lakukan." Namun kita harus menunggu keputusan sidang untuk dapat menentukan apakah masyarakat akan menggunakannya untuk menekan dan mendiskriminasi para otaku.

Di sisi lain, istilah otaku telah mengalami perkembangan makna. Istilah yang pada awalnya menandakan suatu gaya hidup yang sangat berbeda dengan gaya hidup lainnya, kemudian berkembang semakin jauh, sehingga mengambil alih fungsi kata 'maniak'. Jadi sekarang istilah 'maniak' dan 'otaku' dapat dipertukarkan. Pada awalnya, maniak digunakan sebagai panggilan terhadap orang-orang yang terbuka untuk berkomunikasi dan memiliki minat terhadap hal-hal lain di luar bidang ketertarikan mereka sendiri. Kedua karakteristik tersebut jelas menunjukkan bahwa maniak bukan otaku. Lagipula, otaku tidak pernah digunakan untuk merujuk diri sendiri, melainkan untuk merujuk orang lain (beda dengan maniak yang bisa digunakan untuk merujuk pada diri sendiri. -penerj.). Dari situ dapat dipahami bagaimana lapisan-lapisan makna kemudian bertumpuk-tumpuk seiring dengan pengembangan suatu istilah (singkatnya: bagaimana makna suatu istilah tertentu meluas dan membanyak. -penerj.) Mungkin hal yang sama berlaku untuk semua kata istilah yang ada. Semua istilah akan mengalami perluasan makna. Suatu saat, maknanya menjadi demikian meluas, sehingga akhirnya mencakup semua orang. Jadilah: kita semua Otaku. Kita semua adalah Miyazaki. Pada akhirnya, kata itu kehilangan kekuatannya sebagai penanda, sampai kemudian digantikan oleh istilah dan kata baru.

Trend lainnya ditandai dengan kehadiran bentuk kata sifat dari otaku yaitu: otakki. Yamazaki menduga ada hubungan etimologis antara kata otakki dengan teki. Tekki mungkin adalah suatu bentuk yang lebih awal yang diambil dari kata 'technology kids'. Basic Knowledge 1990 menulis: "Setelah Miyazaki mencemari kata 'otaku', 'kata otakki' diciptakan untuk menunjukkan artinya yang semula dan perubahan makna yang telah terjadi. Para Otaku bergerak ke tingkat baru. Mereka mengenakan pakaian Yuppy yang mahal dan elegan. Para otakki mencoba untuk mengubah image mereka dari nuansa gelap menjadi

sesuatu yang terang.”

“Basic” adalah satu-satunya buku sumber yang menyadari proses 'Yuppyfikasi' para otaku ini. Namun, penggeseran istilah otaku ke arah makna yang lebih positif - bahkan walaupun ada kasus Miyazaki – sebenarnya telah diketahui masyarakat umum. Meskipun, sekali lagi, alasannya bervariasi. Beberapa pihak berkata, pergeseran makna ini terjadi karena masyarakat menyadari bahwa mereka membutuhkan otaku. Fantasi mereka dan kemampuan teknis mereka yang sangat detail membuat mereka menjadi tenaga kerja yang berprospek menarik, misalnya dalam bidang perangkat lunak. Otaku sangat cocok untuk kapitalisme di Jepang. Seperti umumnya terjadi, keberadaan arus bawah tanah bermanfaat sebagai tempat penggudokan bagi munculnya ide-ide baru yang segar, yang kemudian akan dimanfaatkan oleh arus utama yang bersifat komersil. Memang kenyataannya, para hacker tersebut lulus dari kehidupan otakki, menjadi seorang profesional, dan bahkan mungkin menikah.

Namun, lagi-lagi orang berusaha untuk memberikan arti alternatif dari kata *otaku*. Mereka menggunakan istilah ini untuk menggambarkan kemungkinan untuk memiliki gaya hidup yang ambigu dalam masyarakat modern – yaitu suatu cara hidup yang terlibat secara positif dengan media dan, secara bersamaan juga, hidup tanpa arti. Tsuzuki mengatakan: “Otaku adalah suatu cara untuk terlibat, suatu cara bawah tanah untuk mengubah ide-ide tentang dunia. Otaku tidak puas dengan mengonsumsi. Mereka ingin mengubah berbagai hal dan berbagai program. Mereka sangat terlibat. Industri idola- menginginkan konsumen, otaku memenuhi seluruh harapan mereka. Mereka tidak menantikan konfrontasi klasik, tetapi mereka memang memiliki kemampuan untuk menawarkan pandangan-pandangan alternatif.” Yamazaki lebih ambivalen menilai mereka. Dalam opininya, para otaku terlalu diremehkan sekaligus ditaksir terlalu tinggi. Dalam beberapa hal, mereka terlihat sebagaimana umumnya orang Jepang. “Mereka bukan anak-anak yang meninggalkan sekolah, tetapi orang luar paruh waktu. Saya bertanya-tanya dalam hati apakah otaku akan menciptakan suatu budaya baru. Hal ini seperti suatu penelitian, tetapi saya pikir otaku adalah satu-satunya jalan. Apakah mereka memiliki potensi subversif? Saya harap ya. Saya harap mereka akan menjadi shinjinrui yang sebenarnya, suatu jenis yang baru dari orang Jepang, maksud saya, masyarakat postmodern.”

Pada akhirnya, kita harus mengajukan pertanyaan ini: apakah mungkin untuk hidup dengan melepas tubuh kita tanpa harus melepaskan kewarasan kita? Yaitu hidup dalam kondisi keberadaan yang terpencar-pencar di dunia maya dan pada saat yang bersamaan tetap

mampu untuk memiliki kehidupan yang berarti? Apakah media-media dalam kebudayaan postmodernisme memiliki elemen-elemen yang membangkang terhadap bangunan sistem yang ada? Sayangnya, objek penelitian kita tidak bisa menjawab. Pusat komunikasi tidak berkomunikasi. Sebuah titik buta yang tidak terlihat. Saat ditanya mengenai definisi, seorang yang mengaku bahwa dirinya adalah otaku menjawab: "Pertanyaan tentang 'Siapakah otakki?' adalah seperti zen-koan 'Apakah satori?' Pertanyaan ini tidak dapat dijawab karena satori itu sendiri pada dasarnya adalah yang tidak bisa dikomunikasikan." Dan ketika kalimat ini masih bergema, dalam kesunyian yang selalu muncul ketika sesuatu yang tak bisa dinamai disebut, sang penulis menyelinap keluar dari tulisannya.

Pengarang ingin berterima kasih pada Ina Kotaroo, Barbara, Alfred Birnbaum, Yano, David dan Ueno.

Notes

1.) Karena kata ini akan muncul terus sepanjang teks ini, maka diperlukan terminologi *Janglish* (Japan-English) yang khusus. Dalam bahasa Jepang, kata-kata asing yang dipinjam untuk digunakan biasanya disampaikan dengan menggunakan huruf Katakana. Huruf ini sebenarnya sama pengucapannya dengan huruf Hiragana, namun semangat di baliknya berbeda sama sekali. Tujuan dari Katakana adalah dalam rangka menjaga agar bahasa asing tidak masuk ke dalam bahasa Jepang, dengan cara membedakan cara penulisan simbolnya. Oleh karena itu, apa pun yang asing dalam teks berbahasa Jepang dapat langsung terlihat. Salah satu karakter dari permasalahan 'L-vs-R' adalah keharusan untuk menaruh huruf hidup di belakang setiap huruf mati, misalnya kosu-pure dari kata 'costume play' adalah dengan menambahkan huruf 'u' di antara huruf 'p' dan 'l' dari kata bahasa Inggrisnya. Perasaan khas Jepang untuk panjang kata yang tepat, seringkali menyebabkan pemotongan atau pemendekan kata, seperti rori-kon adalah pemendekan dari 'Lolita Compex' (rorita konpurekkussu). Katakana juga digunakan untuk mengkombinasikan kata Jepang dengan kata asing, misal: kuchi-komi (komunikasi oral) diambil dari kata Jepang 'kuchi' (mulut) tambah 'komiyunikeeshon'.

* Miyazaki dinyatakan bersalah pada tahun 1989. Naik banding tahun 1990, lalu dijatuhi hukuman mati pada tahun 1997. sampai sekarang, dia masih menunggu eksekusinya. lihat: http://en.wikipedia.org/wiki/Tsutomu_Miyazaki.

Penerjemah:
Dipo Siahaan
Raphaella Dewantari
Hanna Sibarani

Uji Baca:
Shobichatul Aminah
Mohammad Hassan

Dengan seijin dari penulisnya Volker Grassmuck

----- Original Message -----

From: "Volker Grassmuck" <vgrass@rz.hu-berlin.de>

To: "dipo" <dipo@jpf.or.id>

Sent: Tuesday, December 12, 2006 2:38 AM

Subject: Re: Permission to publish an article

Dear Mr. Dipo Siahaan,

thank you for your interest in my article. I'm happy that you find it useful and am happy if you republish and translate it. If you do translate it into Indonesian please send me a link / copy, so I can make it accessible on the webpage with my texts:

<http://waste.informatik.hu-berlin.de/Grassmuck/texts.html>

You might also find this more recent article on Otaku interesting:

http://waste.informatik.hu-berlin.de/Grassmuck/Texts/otaku00_e.html

kind regards

Volker Grassmuck