

Kontribusi VOCALOID Dalam Perkembangan Musik Doujin di Jepang

Paramita Winny Hapsari

Sastra Jepang, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan, Jalan Pakuan, Tegallega, Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16143, Indonesia

E-mail: winnymita@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini ingin melihat kontribusi VOCALOID terhadap perkembangan musik *doujin* di Jepang. Jepang dengan tingkat kreatifitas yang tinggi mampu membuat inovasi dalam berbagai hal, apalagi musik. VOCALOID sebagai salah satu cara inovasi Jepang dalam menciptakan sebuah karya musik. VOCALOID adalah sebuah software sintesasi suara yang mampu memudahkan pengguna yang tidak memiliki vokalis untuk dapat menciptakan lagu secara utuh. Karya *doujin* bisa dikatakan sebagai karya *indie*. Musik *doujin* adalah sebuah sub kategori dari *doujin*. Musik berbasis VOCALOID berbeda dengan musik *doujin* pada umumnya. Ia membutuhkan kolaborasi yang sangat besar, yang tidak berpusat pada satu kelompok saja dalam menghasilkan karya utuh. VOCALOID memberikan warna baru pada perkembangan musik *doujin* di Jepang dan juga merangsang terbentuknya produk-produk turunan berikutnya dalam budaya populer Jepang.

VOCALOID Contribution in Doujin Music Development in Japan

Abstract

This research uses descriptive method with qualitative approach. This study would like to see the contribution of VOCALOID to the development of doujin music in Japan. Japan with a high level of creativity can make innovations in various things, let alone music. VOCALOID as one of the ways of Japanese innovation in creating a musical masterpiece. VOCALOID is a sound synthesis software that enables users who do not have a vocalist to be able to create the song intact. Doujin works as indie works. Music doujin is a sub category of doujin. VOCALOID-based music is different from doujin music in general. It requires enormous collaboration, which is not centered on a single group in producing the whole work. VOCALOID provides a new color in the development of doujin music in Japan and also stimulates the formation of the next derivative products in Japanese popular culture.

Keywords: Music, VOCALOID, Japan

Pendahuluan

Jepang merupakan pasar musik terbesar di Asia dan menempati peringkat kedua di dunia setelah Amerika Serikat, dengan nilai penjualannya tercatat mencapai 230,593 milyar Yen pada tahun 2016.¹ Penjualan karya-karya ini tentu saja didukung oleh tersedianya banyak bakat yang bisa ditemukan dan menjadi “stok” dalam pasar musik Jepang. Menurut Indeks Kreatifitas Global, Jepang berada di peringkat 24 dan tergolong memiliki kreativitas tinggi di dunia.²

Munculnya berbagai aliran musik baru, band dan idola baru, serta ide-ide baru menjadi hal yang tak asing lagi di Jepang. Musik Jepang terkenal sebagai musik yang selalu dinamis. Musik yang mendominasi industri musik Jepang saat ini adalah music pop Jepang, dikenal dengan *J-Pop*. Pemandangan tidak asing di Jepang adalah publikasi foto-foto promosi single seukuran papan reklame besar dari *Idol Grup* yang sedang naik daun, iklan ponsel yang menampilkan *Idol Grup* lain yang terpampang di sepanjang peron stasiun, ataupun dengan mobil van yang berkeliling kota sambil memperdengarkan lagu baru.

Namun seiring dengan arus utama musik pop Jepang dalam pasar industri musik di Jepang, kita bisa temukan apa yang disebut dengan musik *doujin* (同人音楽 *doujin ongaku*).³ Dunia musik *doujin* di Jepang berada di sekitar pembuat musik atau musisi yang lahir dan tumbuh di luar industri musik pada umumnya. Mereka merilis lagu-lagu hasil karya mereka melalui situs pribadi atau di dalam konvensi di mana banyak pencipta *doujin* bertemu untuk berbagi karya-karya mereka. *Doujin* merupakan sebuah aktivitas yang dilakukan antar individu dalam satu kelompok yang memiliki minat yang sama. *Doujin* adalah dunia dimana individu bisa menghasilkan karya sendiri tanpa batas yang unik yang menjadi sangat berpengaruh terhadap budaya kontemporer Jepang. Karenanya, tidak jarang hal tersebut dapat diartikan sebagai gerakan “*indie*”.

Kancah musik *doujin* telah berkembang selama bertahun-tahun, hingga hari ini musisi lebih mampu melakukan atau membuat pertunjukan musik mereka secara langsung. Internet juga telah membuat lebih mudah bagi pencipta untuk berbagi pekerjaan mereka, dengan cara menjual salinan CD melalui situs web atau hanya *posting* lagu ke situs web seperti *Nico Nico*

¹ Tim Ingham, *Music Business Worldwide*, “Japan’s Recorded Music Business Grew Last Year (But Only Just)”, <https://www.musicbusinessworldwide.com/japans-recorded-music-business-grew-last-year-just/> , diakses pada 23 April 2017.

² Richard Florida, Charlotta Mellander, and Karen M. King, *Martin Prosperity Institute*, “The Global Creativity Index 2015”, <http://martinprosperity.org/content/the-global-creativity-index-2015/> , diakses pada 20 April 2017.

³ Bisa juga disebut *Otokei Dōjin* (音系同人) merupakan subkultur dari aktivitas *doujin*. *Doujin* pada dasarnya adalah sebuah kegiatan memproduksi karya tidak resmi dari karya resmi yang sudah ada.

Douga. Perkembangan ini mencerminkan banyak cara untuk seniman di seluruh dunia memamerkan musik mereka kepada khalayak. Hal ini mendahului label rekaman dalam hal distribusi karya. Musik doujin memiliki *genre* yang hampir sama dengan musik pada umumnya. Namun musik *doujin* tetap unik di Jepang karena sifat derivatifnya, dimana penggemar dari seri tertentu, mengambil karakter yang mereka sukai kemudian menciptakan kreasi mereka sendiri.

Salah satu bentuk musik doujin adalah musik VOCALOID. VOCALOID merupakan sebuah peranti lunak yang dikhususkan untuk menyanyi. Ia memiliki banyak karakter dan jenis suara yang dapat dipilih oleh penggunanya. VOCALOID bukanlah software pembuat musik, ia hanya penyanyi virtual yang harus di proses terlebih dahulu oleh penggunanya. Berdasarkan hal tersebut, peneliti ingin mencari tahu tentang kontribusi VOCALOID dalam perkembangan musik *doujin* di Jepang.

Tinjauan Teoritis

Doujin

Doujin (同人) secara harfiah berarti “orang yang sama”. *Doujin* adalah istilah di Jepang yang umum digunakan untuk sekelompok orang atau pertemanan yang berbagi minat, aktivitas, hobi, atau prestasi. Kata ini kadang diterjemahkan ke dalam Bahasa Inggris sebagai kelompok atau *circle*. Di Jepang, istilah ini digunakan untuk merujuk kepada hasil karya seorang pemula yang dibuat, diterbitkan, dan diedarkan secara mandiri. Karya yang dapat diterbitkan tidak terbatas pada *manga* dan novel saja, namun juga poster, cinderamata, barang koleksi, *video game*, dan musik. Beberapa seniman profesional juga berpartisipasi sebagai cara untuk mempublikasikan materinya di luar industri penerbitan reguler.

Karya *doujin* yang ada pertama kali adalah *Manga* (漫画) atau cerita bergambar. *Manga doujin* pertama yang diterbitkan di Jepang adalah *Tobae* yang merupakan hasil karya dari klub Tokyo Mangaka pada tahun 1916.⁴ *Manga doujin* yang terbit pada zaman Taisho (1912-1926) biasanya berupa majalah atau buletin yang berisi kumpulan *manga* dari suatu *circle* atau kelompok. Setelah perang usai, *manga doujin* berkembang menjadi *manga* dengan cerita yang lebih panjang dan *gekiga*, *manga* bagi pembaca dewasa yang populer sekitar tahun 1960-an.

Perkembangan tersebut juga menyebabkan berkembangnya kelompok-kelompok penggiat *doujin*. Kelompok tersebut saling bertukar informasi tentang teknik menggambar,

⁴ Shimizu Isao, *Manga no Rekishi [History of Manga]*, (Tokyo: Kawade Shobo Shinsha, 1999), hal. 45-46.

karena ketika itu teknik seni belum populer dan alat menggambar juga tidak memadai.⁵ Pada tahun 1966 -1972, Osamu Tezuka membuat sebuah majalah bergambar khusus *manga*, COM⁶, yang bertujuan untuk menyatukan dan memberi wadah bagi kelompok penggiat *doujin* untuk menunjukkan hasil karya mereka ke khalayak yang lebih banyak. Inovasi tersebut juga menjadi katalis dalam pengembangan kelompok penggiat *doujin*, dengan bertambahnya peminat karya mereka, meningkatnya kualitas gambar berkat pertukaran teknik menggambar, hingga mampu menumbuhkan minat untuk berkarya di kelompok *doujin*.

Umumnya, para penggiat *doujin* menunjukkan hasil karya mereka hanya sebatas anggota kelompoknya hingga antarkelompok penggiat *doujin* saja. Namun, seiring dengan banyaknya kelompok penggiat *doujin* yang bermunculan, mereka dapat menunjukkan karya mereka di khalayak umum melalui *doujinshi marketplace*. Kini, dengan berkembangnya teknologi internet dan sosial media, mereka juga dapat menunjukkan karya mereka dengan mengunggahnya di situs pribadi mereka atau sosial media. Dengan bertambah banyaknya kanal untuk menunjukkan karyanya, penggiat *doujin* dapat mengekspresikan diri dan pendapat mereka dengan mudah, serta memberikan pengaruh bagi arah budaya populer yang berlaku.

Keinginan untuk membuat karya *doujin* pun bermacam-macam, namun hal yang paling utama adalah sebagai suatu bentuk ekspresi diri sendiri yang ingin diutarakan di khalayak umum.⁷ Tidak jarang para penggiat *doujin* adalah pencinta suatu komik, cerita, atau film tertentu, lalu mereka menuangkan ekspresi diri mereka dalam karya *doujin*. Selain itu, mereka dapat mengasah kemampuan mereka dan menggunakan karya *doujin* sebagai batu loncatan untuk menjadi seniman profesional.⁸ Hal ini dikarenakan pada masa lahirnya *doujin*, seniman profesional masih terbilang sedikit dan kesempatan untuk berkarya juga sulit karena biaya produksi yang sangat mahal bagi pemula. Alasan terakhir adalah sebagai suatu bentuk perwujudan idealisme seseorang yang berbeda, bahkan berlawanan dengan arus budaya populer saat itu.⁹ Hal ini dikarenakan arus budaya populer dinilai terlalu stagnan dan kurang inovatif, sementara perusahaan percetakan belum mau menerima masukan ide segar dari para seniman

⁵ Iwata Tsuguo, *Dojinshi Baka Ichidai: Laemonga Nokoshita Mono [Lifelong A Dojinshi Idiot: What Iaemon Left]*, (Tokyo: Kubo Shoten, 2005), hal 45.

⁶ Susanne Philipps, *Tezuka Ozamu : Figuren, Themen, und Erzählstrukturen im Manga - Gesamtwerk* (Munich: Iudicum Verlag, 2000), hal. 188.

⁷ Comic Market Committe, *What is Comic Market?*, <http://www.comiket.co.jp/info-a/WhatIsEng201401.pdf>, diunduh pada tanggal 24 April 2017.

⁸ Fan-Yi Lam, "Comic Market: How the World's Biggest Amateur Comic Fair Shaped Japanese Dōjinshi Culture," *Mechademia Vol. 5* (2010), hal. 234.

⁹ Hal ini menjadi dasar utama penyelenggaraan *doujinshi marketplace* pertama di Jepang, Comic Market, pada tahun 1975. Lihat: Comic Market Committe, *op.cit.*

baru. Sehingga diperlukan suatu terobosan ide baru untuk mengubah tren, dan hal itu diwujudkan dalam bentuk karya *doujin*.

Saat ini, karya *doujin* semakin bervariasi dan tidak terbatas pada produk yang bersifat buku bacaan. Terdapat berbagai kelompok karya dilihat dari hasil akhirnya, seperti *videogame doujin* dan musik *doujin*.

Musik Doujin

Dikenal dengan Otakei Doujin (音系同人), musik *doujin* merupakan sub kategori dari aktivitas *doujin*, dimana hasil karyanya dalam bentuk musik. Awalnya, musik *doujin* awalnya hanya berisikan hasil karya gubahan atau aransemen ulang dari musik-musik yang terdapat dalam *videogame*. Namun sekarang, karya musik *doujin* berkembang cukup pesat, mulai dari berupa permainan satu instrumen saja, *fandubbing* atau mengubah lirik dari suatu lagu yang telah ada, menyanyikan atau mengaransemen ulang lagu pembuka dalam film atau *anime*, hingga membuat aransemen lagu orisinal. Seperti *doujin* pada umumnya, para penggiat musik *doujin* akan membuat, menerbitkan, dan mengedarkannya secara mandiri. Oleh karena itu, istilah ini memiliki arti yang serupa dengan gerakan *Independent Music* atau *Indie*.¹⁰

Musik *doujin* biasanya diproduksi oleh para musisi pemula, dimana mereka membuatnya dalam kondisi yang minim peralatan dan sumber daya. Dengan menggunakan komputer, alat musik digital, dan berbagai peranti lunak musik lainnya yang terjangkau, para musisi dapat menciptakan karya musik *doujin* layaknya sebuah grup band.

Dengan mengakar pada prinsip kebebasan berekspresi dalam budaya *doujin*, musik *doujin* juga tidak memiliki keterbatasan dalam hal genre, gaya lagu, dan lainnya. Tidak jarang mereka dapat melahirkan genre, gaya lagu, atau suara yang baru dan belum pernah didengar sebelumnya, sehingga memunculkan inovasi baru dalam dunia musik, baik musik *doujin* maupun musik komersil.

Musik *doujin* bukanlah sebuah genre musik tersendiri. Perbedaan musik *doujin* dengan musik pada umumnya adalah, cara mereka mempublikasikan karyanya. Terkadang, orang menulis ulang lirik lagu anime atau *videogame* yang ada untuk membuat lagu *doujin*, atau memasukkan lirik ke lagu anime yang awalnya instrumental. Jenis lagu *doujin* ini disebut "lirik *doujin*" (同人 詞 *doujinshi*). Bahkan hanya dengan dubbing vokal yang dilakukan dalam bahasa selain bahasa Jepang, karya tersebut dapat dimasukkan dalam produk *doujin*.

¹⁰ *Independent Music (Indie)* adalah musik yang diproduksi dan dipublikasikan secara mandiri, serta tidak terikat dalam perusahaan label musik besar. Umumnya mereka melakukannya atas dasar menjunjung nilai idealisme para musisinya.

VOCALOID

VOCALOID merupakan sebuah peranti lunak (*software*) yang diproduksi oleh sebuah perusahaan besar Jepang, YAMAHA. Peranti lunak ini diluncurkan pada tahun 2003. VOCALOID berasal dari kata “vocal” dan “android”. Sesuai namanya, peranti lunak ini memiliki fungsi sebagai vokal untuk menyanyikan lagu. Dengan peranti lunak ini, para pengguna dapat menghasilkan sebuah lagu kreasi sendiri hanya dengan memasukkan lirik dan melodi kemudian para karakter VOCALOID akan menyanyikannya dengan warna suara dapat dipilih.

Peranti lunak VOCALOID merupakan hasil sintesis dari suara asli manusia yang direkam per-sukukata dalam bahasa Jepang (hiragana dan katakana) maupun bahasa Inggris untuk kemudian digunakan untuk menyanyikan lagu melalui para karakter VOCALOID.¹¹ Dapat dikatakan mereka adalah papan tulis kosong, memungkinkan setiap produsen VOCALOID individu, ilustrator, animator, dan penggemar untuk memproyeksikan kepribadian mereka sendiri ke vokalis virtual yang mereka pilih.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah untuk memahami fenomena atau gejala sosial dengan lebih menitikberatkan pada gambaran yang lengkap tentang fenomena yang dikaji daripada memerincinya menjadi variabel-variabel yang saling terkait.¹² Penelitian ini akan memaparkan secara deskriptif mengenai kontribusi VOCALOID dalam perkembangan musik doujin di Jepang. Metode deskriptif merupakan metode yang sering digunakan dan dikembangkan oleh penelitian ilmu-ilmu sosial.¹³

Objek dalam penelitian ini adalah karya-karya yang dihasilkan dengan VOCALOID. Dalam analisis, penelitian ini akan menggunakan metode triangulasi data. Triangulasi sumber atau data adalah menggali kebenaran informai tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Dalam mengumpulkan data penelitian dilakukan dengan menggunakan berbagai ragam sumber data yang tersedia, agar dapat memberikan pandangan yang berbeda

¹¹ Yamaha Corp., “What’s VOCALOID?”, <https://www.vocaloid.com/en/articles/vocaloid> diakses pada 25 Januari 2016

¹² Yunus, H.S., 2010. Metode Penelitian Wilayah Kontemporer. Pustaka Pelajar, Yogyakarta. Hal 21

¹³ Abdurrahman, Soejono., 2005. Metodologi Penelitian Suatu Pemikiran dan Penerapannya, Jakarta: Rineka Cipta, Hal 19

mengenai fenomena yang diteliti.¹⁴ Data-data berupa teks peneliti dapatkan melalui berbagai situs di Internet, data resmi dari beberapa institusi, maupun foto-foto yang didapatkan dari dokumentasi. Peneliti mendapatkan data tersebut baik secara pribadi, maupun penulis dapatkan dari internet sebagai penunjang penelitian.

Hasil Penelitian

Sebagai negara yang kreatif, Jepang telah membuktikan inovasinya dalam berbagai hal. Teknologi yang berkembang saat ini pun tak luput dari sentuhan inovasi. Jika negara lain masih berkuat dengan sintesasi suara instrument musik, maka Jepang sudah menguasai teknologi sintesasi suara manusia yang dapat diproses untuk berbagai kegunaan. Salah satunya adalah dalam bermusik. VOCALOID menjadi *pionir* dalam peranti lunak untuk bernyanyi.

Diluncurkan pada tahun 2003, popularitas VOCALOID masih terjaga hingga kini. Secara kasat mata, VOCALOID hanyalah sebuah peranti lunak. Namun setelah ia berevolusi menjadi sebuah karya, ketika sang pengguna memproses lirik dengan melodi dan menambahkan suara sintesis dari VOCALOID, ia akan terus berkembang. Konsep dibalik popularitas VOCALOID saat ini sudah tercermin dalam budaya *doujin*. Beberapa contoh termasuk berbagi dengan sesama penggemar (*peer-to-peer sharing*) dan kebebasan untuk membuat karya, baik itu original maupun derivatif tanpa takut akan melanggar hak cipta. Proses perkembangannya ini terbantu dengan iklim kolaborasi yang sudah subur di dalam komunitas generasi internet. Iklim kolaborasi yang subur ini terjadi berkat ekosistem budaya *doujin* yang sudah ada, sebagai wahana bagi penggiat musik VOCALOID menelurkan karyanya.

Sifatnya yang agak berbeda dengan bidang *doujin* lainnya, dimana sebuah karya VOCALOID memerlukan kolaborasi dari orang banyak tidak terbatas dalam satu kelompok saja, membuat VOCALOID memiliki komunitas penggemar dan penggiatnya sendiri. Bahkan bisa dikatakan bahwa VOCALOID merupakan sub-budaya tersendiri dari ranah *doujin*. Komunitas VOCALOID yang besar memungkinkan tercetusnya banyak ide untuk membentuk produk *derivative* selanjutnya.

Dengan sistem dan cara pemakaiannya yang fleksibel, VOCALOID mampu memberikan dorongan kreatif yang sangat besar bagi penggiat VOCALOID. Daya tarik menggunakan VOCALOID dalam bermusik dibandingkan dengan bermusik pada umumnya antara lain adalah tidak adanya tekanan untuk bermusik, tidak perlu konsisten, tidak perlu ahli dalam bidang musik, dan tidak perlu berusaha menyenangkan pihak lain. Dengan VOCALOID

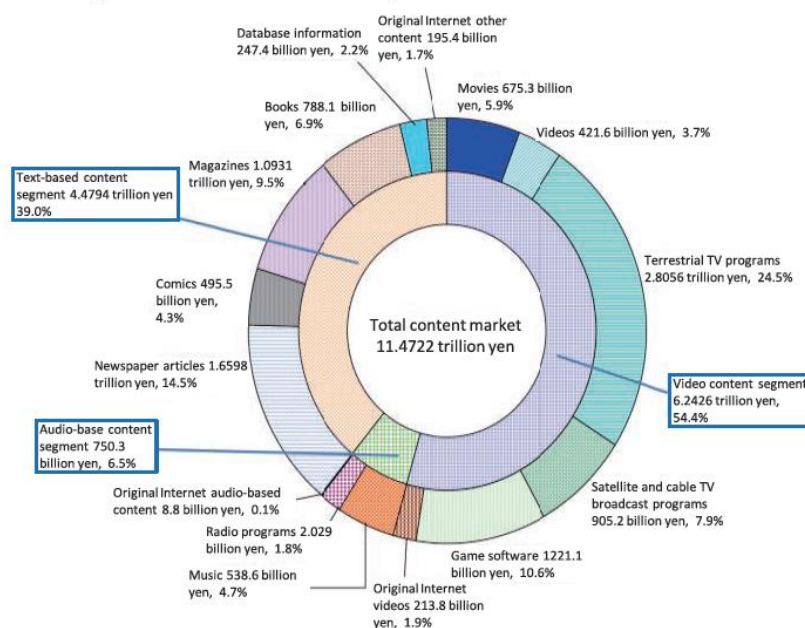
¹⁴ Meleong, Lexy. 1988. Metodologi Penelitian Kualitatif. Jakarta : PT. Remaja Rosdakarya. Hal 178

yang diperlukan hanya keberanian untuk berkarya dan kebebasan untuk membuat musik yang disukai.

Pembahasan

Jepang terkenal sebagai negara yang kreatif. Menurut jajak pendapat yang diadakan oleh adobe.com pada tahun 2012¹⁵, secara global, 36% orang didunia menganggap Jepang sebagai negara yang paling kreatif, diikuti oleh Amerika Serikat. Tokyo dengan perolehan 30% dari total suara dianggap sebagai kota paling kreatif di dunia. Dalam jajak pendapat tersebut juga mengungkapkan, sebanyak 55% responden di Jepang menganggap bahwa teknologi terbaru juga mampu merubah cara kerja mereka. Teknologi terbaru ini termasuk juga internet, smartphone, robot dan augmented reality (AI)

Figure: Breakdown of Japan's content market (2014)



Dalam laporan yang diterbitkan oleh Kementrian Dalam Negeri dan Komunikasi Jepang pada 2014, konten dari internet memiliki andil dalam total jumlah pendapatan dalam pasar konten di Jepang. Sedangkan dalam bidang inovasi, pada tahun 2016, Jepang menduduki peringkat ke 16 dalam indeks inovasi global.¹⁶

¹⁵ Anthea Quay, "Adobe Study Reveals Japan As The Most Creative Country", <http://designtaxi.com/news/352332/Adobe-Study-Reveals-Japan-As-The-Most-Creative-Country/> diakses pada 28 April 2016

¹⁶ Dutta, Soemitra, Rafael Escalona Reynoso. 2016. The Global Innovation Index 2016: Winning The Global Innovation. WIPO, Cornell University, INSEAD, Hal 21.

Perkembangan teknologi dalam dunia musik saat ini sangat pesat. Membuat musik tidak lagi harus di dalam studio konvensional yang mengharuskan musisi memiliki seluruh alat musik. Dengan pengetahuan dasar musik ditambah keterampilan dalam menguasai teknologi baru, seseorang bisa dengan mudah membuat musik. Saat ini, semua orang yang mau belajar mengenai musik, baik itu profesional maupun amatir, bisa memproduksi sebuah lagu tanpa harus mencari pemain musik maupun bermain musik.

Salah satu bentuk inovasi dalam bidang musik yang dikembangkan oleh Jepang adalah VOCALOID. Perangkat lunak ini mampu memudahkan para penggiat musik yang tidak memiliki vokalis, untuk dapat membuat lagu utuh. Dari musisi yang hanya ingin bereksperimen dengan suara, hingga mereka yang tidak memiliki sarana atau kesempatan untuk memiliki penyanyi dalam lagunya, VOCALOID menawarkan kebebasan musik yang hampir lengkap. VOCALOID tidak peduli dengan genre apa yang dinyanyikan, tidak akan pernah tidak sependapat, tidak akan mengeluh jika bernyanyi berjam-jam, dan tidak memerlukan bayaran. Ide awal dari perangkat lunak ini adalah membuat suara manusia dalam bentuk digital.

Perangkat lunak VOCALOID terdiri dari dua elemen, yaitu EDITOR dan VOICE BANK. EDITOR adalah bagian utama dari perangkat lunak VOCALOID ini. EDITOR dirancang khusus hanya untuk VOCALOID. EDITOR ini adalah otak dari perangkat lunak ini. Seluruh proses pembuatan suara sintesis yang berasal dari VOICE BANK VOCALOID terjadi di dalam EDITOR. Pengguna dapat dengan mudah mempelajarinya lewat buku panduan dan tutorial yang tersebar luas di dunia maya. Tampilan EDITOR yang sederhana mempermudah pengguna untuk menguasainya. VOCALOID tidak dapat berfungsi tanpa VOICE BANK. VOICE BANK adalah data berupa sampel suara sang penyanyi virtual yang digunakan oleh *composer* atau musisi. Suara yang terdapat dalam VOCALOID merupakan sampel dari suara manusia asli. Setiap sampel suara memiliki semua kombinasi fenom dalam bahasa yang diinginkan oleh perusahaan pengembang. Suara tanpa wujud ini kemudian dikemas oleh para perusahaan pengembang VOICE BANK dengan kemasan yang disesuaikan dengan warna suaranya.

Perangkat lunak ini dapat digunakan oleh musisi pemula maupun musisi profesional.¹⁷ Beberapa grup musik dari Jepang seperti *livetune* dari *Toy's Factory* dan *Supercell* dari *Sony Music* menggunakan suara VOCALOID sebagai vokal utama dalam lagu-lagunya. Ada pula yang menggunakan suara VOCALOID hanya sebagai backing vokalnya saja.

Sistem yang terdapat pada VOCALOID mampu menghasilkan suara yang nyata seperti suara manusia pada umumnya dengan adanya parameter yang dapat diatur sesuai dengan

¹⁷ Wilkinson, Scott. "Humanoid or Vocaloid". <http://www.emusician.com/gear/1332/humanoid-or-vocaloid/33305> Electronic Musician (August 1, 2003). Diakses pada 1 Juli 2015.

ekspresi suara yang pengguna inginkan. Peranti lunak ini dapat mengubah tekanan dari pengucapan, menambahkan ekspresi suara seperti *vibrato*, memanipulasi *timbre* atau mengubah dinamika dan nada suara bahkan mengatur *timing* suara. Pengembangan dari VOCALOID mengkhhususkan peranti lunak ini sebagai peranti lunak untuk menyanyi, bukan untuk membacakan teks.¹⁸

Doujin merupakan salah satu bentuk inovasi kreatif dari Jepang yang saat ini sedang digemari. Karya *doujin* adalah sebuah karya independen yang bisa berasal dari sebuah produk yang sudah ada, maupun original. Saat ini karya *doujin* juga bisa disebut sebagai *derivative works* atau karya turunan yang termasuk didalamnya adalah novel, manga, game dan peranti lunak¹⁹ Keberadaan *doujin* sangat unik karena merupakan budaya yang seluruhnya dibuat oleh penggemar untuk penggemar. Ini adalah peristiwa dimana setiap karya, diperlakukan sebagai barang kolektor, bukan tiruan.²⁰

Karya-karya *doujin* tersebar dalam berbagai platform teknologi baru, terutama internet. Banyak platform yang didedikasikan sebagai media publisitas bagi karya-karya *doujin*. Dalam bidang ilustrasi *doujin*, kita bisa lihat www.pixiv.net, diluncurkan pada 20 September 2007, hanya dalam waktu satu tahun telah memiliki lebih dari 300.000 *member*.²¹ Pixiv mengkhhususkan diri sebagai platform untuk mempublikasikan karya ilustrasi *doujin* maupun original. Didalamnya bahkan ada fasilitas khusus untuk menjual hasil karya penggiat dalam bentuk digital. Pixiv juga menyediakan acara *offline* khusus untuk para penggiat *doujin*.

Tidak hanya dalam bidang ilustrasi, karya *doujin* lainnya adalah musik *doujin*. Musik *doujin* awalnya muncul dari kolaborasi antara game dengan musik sebagai latarnya. Salah satu contoh dari musik *doujin* datang dari Touhou Project, sebuah seri video game. Dimulai pada tahun 1995, Touhou Project merupakan gagasan dari pencipta Junya Ota, anggota satu-satunya dari Tim Shanghai Alice yang melakukan setiap aspek dari menciptakan permainan, hingga merekam musik yang muncul di setiap adegan dalam game tersebut. Dia menjual game yang dia produksi untuk dijual pada acara konvensi *doujin*. Touhou Project adalah salah satu karya *Doujin* yang terkenal dan bahkan telah mengilhami para penggiat dalam sub-kategori *doujin* dimana pembuat game dan musisi mengambil karakter dalam game Touhou Project dan

¹⁸ Kenmochi & , DCAJ 2008, 第 III 章 歌唱合成システム VOCALOID と初音ミク [Part 3. Singing Synthesis System VOCALOID and Hatsune MIKU] hal. 33-50

¹⁹ Leavitt, Alex, and Andrea Horbinski. "Even a Monkey Can Understand Fan Activism: Political Speech, Artistic Expression, and a Public of the Japanese *Dōjin* Community." *Transformative Works and Culture* 10 (2012): Organization for Transformative Works. hal. 1.3-4.

²⁰ Lamerichs, Nicolle. "The Cultural Dynamic of *Doujinshi* and Cosplay: Local Anime Fandom in Japan, USA and Europe." *Participation — Journal of Audience and Reception Studies* 10.1 (2013): Hal. 159.

²¹ IT Media, "「pixiv」会員数が30万突破 開始から1年で", 2008 <http://www.itmedia.co.jp/news/articles/0809/05/news111.html> diakses pada 5 November 2016.

membuat karya turunan mereka sendiri. Proyek musik seperti IOSYS dan CROW'SCLAW juga menyediakan lagu untuk jenis game seperti Touhou Project, dan bahkan merilis album soundtrack untuk lagu tema untuk video game.

Dalam bidang *audio visual*, kita bisa lihat www.nicovideo.jp, yang populer dengan sebutan *niconico*. Situs ini tergolong sebagai situs *social networking service* yang mengkhususkan pada pertukaran karya-karya audio visual seperti musik dan video. Situs ini berada dalam peringkat 7 situs yang paling banyak diakses di Jepang.²² *Niconico* dianggap sebagai *youtube* versi Jepang, walaupun dalam hal fitur dan tampilannya sangat berbeda dengan *youtube*. Di dalam situs ini terdapat berbagai kategori yang dapat dipilih oleh pengguna yang merupakan penggemar maupun penggiat karya-karya *audio visual*. Mayoritas dari karya-karya *audio visual* yang terdapat pada situs ini adalah *doujin*.

Kepopuleran VOCALOID dengan jumlah karya musik sekitar 515.248 dalam bentuk video²³ yang terdapat dalam situs nicovideo.jp, membuat VOCALOID mendapat keistimewaan menjadi sebuah kategori khusus. Didalam kategori khusus tersebut, terdapat highlight berupa peringkat lagu-lagu VOCALOID (ボカロ音楽ランキング) yang dihitung berdasarkan statistik dari metrik dalam situs *niconico*. Didalam laman khusus tersebut, terdapat variasi lain dari VOCALOID, kegiatan *doujin* tersendiri yang dikelompokkan dalam bendera VOCALOID. Kegiatan pembentukan karya *doujin* berupa *odottemita* 踊ってみた (*dance cover*), *utattemita* 歌ってみた (*sing cover*) dan *ensoushitemita* 演奏してみた (*instrument cover*), merupakan istilah yang biasa dipakai oleh penggemar dan penggiat musik *doujin* VOCALOID untuk menyebut kegiatan dalam melakukan tarian, nyanyian, dan permainan instrument dari musik *doujin* VOCALOID yang mereka sukai, dengan kreasi baru buatan mereka sendiri, improvisasi ataupun merupakan salinan dari karya musik VOCALOID seutuhnya. Di sanalah budaya penggemar terbentuk. Dari berbagai macam kegiatan ini, dapat dilihat bahwa VOCALOID lebih dari sekadar karakter, tapi keseluruhan gerakan yang mendorong kreativitas dan kenikmatan dalam bermusik.

Niconico adalah wadah terbesar di Jepang bagi penggiat musik yang berbasis VOCALOID dalam mempublikasikan karya mereka. Setiap tahun, *niconico* mengadakan pertemuan akbar sesama anggotanya, bernama *niconico cho kaigi* (ニコニコ超会議). Acara ini merupakan ajang kumpul penggiat *doujin* dan penggemarnya. VOCALOID pun hadir dalam

²² Alexa, "nicovideo.jp Traffic Statistics" 2017, <https://www.alexa.com/siteinfo/nicovideo.jp> diakses pada 24 Februari 2017.

²³ Dwango, Co. Ltd, <http://live.nicovideo.jp/search?keyword=VOCALOID&kind=tags> diakses pada 24 Mei 2017.

bentuk hologram yang dapat disaksikan secara langsung dan menyanyikan lagu-lagu karya para penggiatnya di dalam acara ini.

Berbeda dengan Touhou Project yang awalnya merupakan musik yang digunakan dalam game, musik VOCALOID merupakan musik buatan sendiri dengan tujuan yang lebih bebas. Para penggiat musik VOCALOID kebanyakan berawal dari kesukaannya terhadap karakter yang ditampilkan pada VOICE BANK-nya. VOCALOID telah berkembang menjadi sebuah sarana di mana penggiat dapat membuat musik menggunakan peranti lunak, kemudian berkolaborasi dengan orang-orang secara online untuk memberikan lirik dan ilustrasi, memposting dan mendistribusikan hasilnya ke *social networking service* seperti *niconico* dan *youtube*. Penggiat dapat membangun musiknya sendiri tanpa bantuan dari label rekaman. Hal ini disetujui oleh hasil studi dari Masahiro Hamasaki dan Hideaki Takeda menggariskan dua fitur yang membedakan VOCALOID dari doujin. Yang pertama adalah adanya kolaborasi besar, yang melibatkan ribuan orang yang mungkin tidak saling mengenal. Fitur kedua adalah "membuat konten secara kolaboratif," bahwa individu yang membuat suatu karya dengan VOCALOID harus melakukan lebih dari sekadar berbagi konten; mereka harus berinteraksi secara kolaboratif untuk menghasilkan konten baru.²⁴

VOCALOID sebagai sebuah instrument musik telah mencapai posisinya yang tertinggi. Dalam hal rangsangan ciptaan baru, para penggemar musik VOCALOID berhasil menginspirasi berkembangnya peranti lunak seperti editor VOCALOID versi mobile, iVOCALOID. *Utattemita* 歌ってみた (*sing cover*) yang menginspirasi hadirnya VocaListener dan NetVocalis, yang memudahkan pengguna VOCALOID untuk menginput nada, hanya dengan menyanyikan nadanya saja kemudian langsung bisa di proses kedalam editor VOCALOID. MikuMikuDance atau MMD²⁵, sebuah peranti lunak tiga dimensi yang memungkinkan pengguna untuk berkreasi dengan tarian, yang terinspirasi dari banyaknya karya derivative dari *odottemita* 踊ってみた (*dance cover*). Rantai kreatif VOCALOID tidak terhenti pada penciptaan produk berupa musik saja, tetapi juga menginspirasi kembangan dari peranti lunak sintesasi suara lainnya, seperti UTAU dan CeViO.

Simpulan

²⁴ Hamasaki, Masahiro, and Hideaki Takeda. 2013. Social Networks of an Emergent Massively Collaborative Creation Community. KAKENHI, Hal. 4-6

²⁵ Notofu, "初音ミクがグリグリ躍る「MMD」の現状と未来" <http://ascii.jp/elem/000/000/470/470260/> ASCII Media Works. (October 23, 2009). Diakses pada November 15, 2016.

VOCALOID memiliki peran yang cukup besar dalam perkembangan musik doujin di Jepang. Banyaknya jumlah hasil karya yang terindeks dalam situs berbagi video *NicoNico* serta animo penggemar yang datang dalam event ataupun konvensi yang berhubungan dengan karya-karya VOCALOID menjadi bukti nyata bahwa perkembangan musik doujin di Jepang akan terus ada. VOCALOID sebagai sebuah produk yang memiliki berbagai macam keunggulan dalam mempermudah pembuatan suatu karya musik, membuat para musisi merasa sangat terbantu sehingga jumlah karya yang ada semakin lama semakin bertambah. Semakin bertambahnya karya musik VOCALOID juga menambah variasi dari musik *doujin*. Sehingga dengan adanya VOCALOID, musik *doujin* menjadi lebih berwarna.

Kepustakaan

Buku dan Jurnal

- Abdurrahman, Soejono., (2005). *Metodologi Penelitian Suatu Pemikiran dan Penerapannya*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Dutta, Soemitra, Rafael Escalona Reynoso. (2016). *The Global Innovation Index 2016: Winning The Global Innovation*. WIPO, Cornell University, INSEAD.
- Fan-Yi Lam, (2010). "Comic Market: How the World's Biggest Amateur Comic Fair Shaped Japanese Dōjinshi Culture," *Mechademia* Vol. 5
- Hamasaki, Masahiro, and Hideaki Takeda. (2013) *Social Networks of an Emergent Massively Collaborative Creation Community*. KAKENHI.
- Iwata Tsuguo,(2005). *Dojinshi Baka Ichidai: Laemonga Nokoshita Mono [Lifelong A Dojinshi Idiot: What Iaemon Left]*, Tokyo: Kubo Shoten.
- Kenmochi & , DCAJ 2008, 第 III 章 歌唱合成システム VOCALOID と初音ミク [Part 3. Singing Synthesis System VOCALOID and Hatsune MIKU]
- Lamerichs, Nicolle. (2013). "The Cultural Dynamic of Doujinshi Ana Cosplay: Local Anime Fandom in Japan, USA and Europe." *Participation — Journal of Audience and Reception Studies* 10.1
- Leavitt, Alex, and Andrea Horbinski. (2012) "Even a Monkey Can Understand Fan Activism: Political Speech, Artistic Expression, and a Public of the Japanese Dōjin Community." *Transformative Works and Culture* 10: 1.3-.4. Organization for Transformative Works.
- Meleong, Lexy. (1988). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta : PT. Remaja Rosdakarya.
- Shimizu Isao, (1999). *Manga no Rekishi [History of Manga]*, Tokyo: Kawade Shobo Shinsha

Susanne Philipps, (2000) Tezuka Ozamu : Figuren, Themen, und Erzählstrukturen im Manga – Gesamtwerk. Munich: Iudicum Verlag,

Yunus, H.S., (2010). Metode Penelitian Wilayah Kontemporer. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.

Artikel Berita dan Internet

Anthea Quay, “*Adobe Study Reveals Japan As The Most Creative Country*”, <http://designtaxi.com/news/352332/Adobe-Study-Reveals-Japan-As-The-Most-Creative-Country/> diakses pada 28 April 2016.

Alexa, “*nicovideo.jp Traffic Statistics*” 2017, <https://www.alexa.com/siteinfo/nicovideo.jp> diakses pada 24 Februari 2017.

Comic Market Committe, *What is Comic Market?*, <http://www.comiket.co.jp/info-a/WhatIsEng201401.pdf> , diunduh pada tanggal 24 April 2017.

Dwango, Co. Ltd, <http://live.nicovideo.jp/search?keyword=VOCALOID&kind=tags> diakses pada 24 Mei 2017.

IT Media, “ 「pixiv」 会員数が 30 万突破 開始から 1 年で” , 2008 <http://www.itmedia.co.jp/news/articles/0809/05/news111.html> diakses pada 5 November 2016.

Notofu, “ 初音ミクがグリグリ躍る「MMD」の現状と未来 <http://ascii.jp/elem/000/000/470/470260> ASCII Media Works. (October 23, 2009). Diakses pada November 15, 2016.

Richard Florida, Charlotta Mellander, and Karen M. King, Martin Prosperity Institute, “*The Global Creativity Index 2015*”, <http://martinprosperity.org/content/the-global-creativity-index-2015/> , diakses pada 20 April 2017.

Tim Ingham, Music Business Worldwide, “*Japan’s Recorded Music Business Grew Last Year (But Only Just)*”, <https://www.musicbusinessworldwide.com/japans-recorded-music-business-grew-last-year-just/> , diakses pada 23 April 2017.

Wilkinson, Scott. “*Humanoid or Vocaloid*”. <http://www.emusician.com/gear/1332/humanoid-or-vocaloid/33305> Electronic Musician (August 1, 2003). Diakses pada 1 Juli 2015.

Yamaha Corp., “*What’s VOCALOID?*”, <https://www.vocaloid.com/en/articles/vocaloid> diakses pada 25 Januari 2016.