

BAB II

Perkembangan, Sejarah dan Profil Komunitas

A. Perkembangan Penggemar Mainan di Indonesia

Produk industri mainan yang masuk di Indonesia semakin lama semakin banyak. Begitu pula dengan penggemarnya, semakin mengikuti perkembangan Industri mainan semakin banyak dan selalu ada generasi baru atau generasi pengganti penggemar mainan di Indonesia. Hal ini dapat diketahui dengan cara melihat kuantitas penggemar mainan mendatangi setiap *event* yang ada dan kuantitas penggemar dalam membeli produk mainan pada *event* yang di selenggarakan. Belum ada data spesifik yang menampilkan peningkatan penggemar mainan di Indonesia, akan tetapi dapat di amati dari beberapa *event* pameran dan jual beli mainan di Indonesia.

Indonesia masih menjadi pasar mainan yang menjajikan, pasalnya Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, nilai Impor maianan, Games dan alat Olahraga per 17 Oktober 2017 mencapai US\$ 204,2 juta atau setara dengan Rp 3,24 Triliun. Artinya tumbuh 49,91% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya, yang hanya mencapai US\$ 160,2 juta atau setara Rp 2,16 Triliun. Dari fakta tersebut diketahui negara Cina menjadi salah satu negara dengan ekspor mainan terbesar di Indonesia dan disusul negara Singapura, Denmark, Malaysia dan Jepang. Data tersebut membuat ChaoYu Expo kembali hadir menggelar pameran Bussines to Bussines (B2B) bertajuk “Indonesia

International Toys & Kids Expo 2018” (IITE) di JiExpo kemayoran-Jakarta pada 26-28 Juli 2018. Pameran ini memasuki perhelatan ketiga tersebut akan menampilkan aneka produk terbaik mainan, produk bayim hingga produk anak (Wulandari, 2018)

Pada *event* Indonesia Diecast Expo jumlah penggemar mainan terus mengalami peningkatan. Dapat diamati dari tahun 2014-2017 total transaksi jual-beli mainan meningkat drastis. Pada tahun 2014 total transaksi mencapai 1 Miliar dan meningkat tiga kali lipatnya hingga tahun 2017 mencapai 3 Miliar. Data tersebut menunjukkan antusias penggemar mainan dalam mengkoleksi mainan dan jumlah penggemar yang terus bertambah akan meningkatkan nilai transaksi. Selain itu, dapat dilihat dari transaksi jual beli diecast Mini Cooper yang memecahkan rekor pada tahun 2016 dengan total transaksi mencapai 8,5 Juta. Berbeda jauh dengan *event* Indonesia Diecast Expo pada tahun 2015 yang hanya dapat mencapai nilai transaksi 7,2 Juta (ARF, 2018).

Berbeda dengan *event* Indonesia Diecast Expo, *event* Toys & Comic Fair mengalami peningkatan jumlah pengunjung. Pada tahun 2018, menurut Riza selaku Pendiri dan Promotor Sacca Productionn memperkirakan pameran ini dibanjiri oleh sekitar 25.000 pengunjung atau naik sekitar 20% dari tahun sebelumnya, selain itu pameran ini menyediakan 300 stand yang menampilkan berbagai macam kegiatan yang menarik. Dapat dibandingkan peningkatan jumlah pengunjung yang datang saat pertama kali *event* ini diadakan, yaitu

pada tahun 2005 dan pesertanya hanya sekitar 50 stand dan dihadiri sebanyak 1.550 pengunjung (Rona, 2018)

Setelah Toys & Comic Fair yang diselenggarakan pada tahun 2018 oleh Sacca Production, pada tahun 2019 ini hadir kembali dengan The Jakarta 15th Toys & Comic Fair 2019 yang di selenggarakan di Balai Kartini Jakarta pada akhir pekan 16-17 Maret 2019. Pada *event* kali ini bekerja sama dengan Tokopedia dengan tujuan sebagai wadah dari komunitas para kolektor dan penggemar mainan, komik, dan kolektor di Indonesia, sehingga mereka dapat berkumpul, bertukar informasi, dan berinteraksi *trade-buy-sell* di seputar hobi mereka. Selain itu, sekaligus ajang untuk memperkenalkan kepada publik secara umum seputar hobi ini, serta sebagai wadah dari para produsen dan distributor mainan yang ada didalam negeri. Didalamnya terdapat perputaran ekonomi uang dan bisnis yang cukup bagus. Hal yang paling penting adalah antusias masyarakat Indonesia terhadap pameran mainan itu terlihat semakin besar setiap tahunnya (Nurchayadi, 2019)

Beberapa kota besar sudah berkembang dengan *event pop culture* yang diadakan, daerah istimewa yang dikenal dengan kota pelajar tidak mau ketinggalan. Acara yang berlangsung selama 5 hari di Jogja City Mall ini ramai di kunjungi oleh para penggemar dan penikmat mainan. Dimulai pada tanggal 13-17 Februari 2019, acara Toys Frontier 2019 mampu mendatangkan 80.000 pengunjung dari daerah Yogyakarta dan sekitarnya. Toys Frontier 2019 diadakan pertama kali di Yogyakarta, dan JTOKU Indonesia sebagai pelopor

acara tersebut. Menggandeng Multi Toys & Game selaku salah satu distributor mainan original di Indonesia menambah ramainya acara ini. Acara ini gratis dan tidak dipungut biaya tiket masuk, siapa saja bisa masuk dan menikmatinya, selain jual-beli mainan acara Toys Frontier 2019 dilengkapi dengan beberapa rangkaian acara, seperti *Food Eating Competition*, *Cosplay Competition*, *Community Talkshow*, *Dance Performance*, *Music Performance*, *Comic Showdown*, *Beauty workshop*, dan masih banyak lagi (Duan, 2019)

Penelitian yang pernah dilakukan oleh I Made Ronyastra, Vicio Rizky Damar dan Gunawan menemukan fakta bahwa hobi menjadi alasan utama untuk membeli dan mengoleksi mainan berbentuk *action figure*. Factor lain yang mempengaruhi perkembangan penggemar adalah factor social. Dari 84 responden survey dan 11 responden wawancara, didapatkan 74% responden pernah bergabung dalam komunitas dan 64% responden masih aktif dalam komunitas tersebut. Responden yang diteliti setidaknya menghabiskan 4 jam perhari dalam menggunakan internet dan media sosial yang memungkinkan mereka terpapar stimuli untuk melakukan pembelian dalam bentuk online dan mendapatkan *review* dari sesama penggemar mainan tersebut. Fakta ini semakin menguatkan data bahwa perkembangan penggemar mainan ini di faktori oleh komunitas yang semakin berkembang dan media internet sebagai salah satu media informasi untuk penyebaran dan perkembangannya (Gunawan I. V., 2017, p. 101).

Perkembangan penggemar mainan merupakan salah satu dampak dari adanya film serial anime yang masuk di Indonesia. Dari tayangan serial anime tersebut lahirlah budaya baru modern yang di usung dari Negara Jepang sebagai salah satu produsen film serial anime yang laris di televisi dunia. Budaya modern terus berkembang sehingga melahirkan budaya pop atau *popculture* yang mengadopsi dari budaya lain dan diterapkan di pada budaya yang sudah ada. Lahirnya *popculture* tidak pernah lepas dari komunitas sesama penggemar budaya pop tersebut. Di tahun 2019 ini Indonesia mempunyai kawasan wisata *anime centre* yang terletak di kota Bandung Jawa Barat. Seperti yang diungkapkan oleh Burhan Luthfi Primawan dan Putri Suryandari dalam penelitiannya bahwa wisata *anime centre* merupakan salahsatu fasilitas yang dapat mewadahi komunitas budaya modern Jepang di Indonesia dan sebagai tempat wisata yang baru. Dalam *anime centre* tersebut terdapat sejumlah mainan yang dijual, sehingga pengunjung maupun penggemar mainan merasa di fasilitasi dengan adanya wisata baru tersebut (Putri Suryandari, 2019, p. 19).

Beberapa *event* dan data yang didapatkan dari beberapa sumber artikel dan jurnal dapat membuktikan bahwa penggemar mainan di Indonesia semakin berkembang. Perkembangan tersebut juga di pengaruhi oleh situasi lingkungan dan fasilitas yang mendukung untuk komunitas atau penggemar untuk memenuhi kebutuhan mainan yang semakin mudah untuk di dapatkan.

B. Sejarah dan Perkembangan Mainan Mini 4WD

Banyak jenis mainan yang di gemari penggemar dan pecinta mainan di Indonesia, dari berbagai macam jenis mainan dapat di dapatkan pada *event* dan acara yang diselenggarakan, para penggemar dan pecinta mainan tersebut berburu mainan yang di gemarinya. Mainan tersebut merupakan mainan yang di sukai, karena tayangan yang dilihat pada film atau serial anime pada waktu kecil. Salah satunya adalah Mini 4WD yang merupakan produk dari Tamiya.

Mainan Mini 4WD merupakan mobil rakit yang dipopulerkan dengan produk Tamiya. Saat pertama masuk ke Indonesia, dan belum sampai mencapai puncak popularitasnya sudah di kalahkan dengan mainan lainnya. Namun saat memasuki tahun 1990-an tamiya berubah menjadi barang dan mainan yang bukan sekedar mainan, karena popularitasnya yang melonjak naik. Salah satu penyebabnya adalah serial anime *Dash! Yonkuro* yang tayang di salah satu stasiun televisi lokal, yaitu TVRI. Serial anime ini bercerita tentang kumpulan anak-anak pembalap Mini 4WD yang berasosiasi dengan produk Tamiya. Salah satu yang populer adalah Dash-1 Emperor (Ramadan, 2017)

Mainan mobil Mini 4WD di Indonesia perkembangannya relatif meningkat, dengan adanya berbagai kejuaraan yang diselenggarakan dan banyaknya Tamiya *store*. Mobil mainan Mini 4WD mempunyai daya tarik tersendiri dari kalangan anak-anak hingga orang dewasa, dan bahkan usia lansia turut serta meramaikan mainan mobil-mobilan ini. Salah satunya dapat dilihat dari kejuaraan yang digelar di Kota Pontianak, kejuaraan tersebut meliputi

kejuaraan *club* hingga kejuaraan daerah sering digelar. Peserta kejuaraan tersebut dari berbagai komunitas dan berbagai kalangan, salah satunya adalah komunitas pecinta Tamiya dari Mini 4WD yang ada di kota Pontianak, mulai dari kalangan anak-anak hingga orang dewasa ikut serta meramaikan dalam kompetisi tersebut, uniknya terdapat lansia berumur 60 tahun yang masih ikut serta dalam lomba tersebut. Harga Tamiya dari Mini 4WD ini tidak terlalu mahal dengan kisaran harga Rp 165.000,00 – Rp 200.000,00. Sehingga semua kalangan dapat membeli dan menyalurkan hobinya (Madrosid, 2019)

Sejarah permainan Street Mini 4WD masuk di Indonesia adalah diawali dengan balap Mini 4WD di lintasan dan mendapatkan popularitas yang tinggi di Negara Italia, tepatnya di Kota Messina, pulau Sicily. Sekelompok anak bereksperimen untuk melakukan balapan Mini 4WD di jalanan seperti pada serial anime *Dash! Yonkuro*. Dikarenakan balapan jalanan tidak resmi, maka pertumbuhan di kota tersebut hanya terjadi pada tahun 1994-2001. Peralatan yang digunakan pada saat itu bervariasi, dan mulai menentukan *setup* yang kemudian menjadi dasar-dasar dari balap jalanan mini 4WD. Kemudian salah seorang penggemar Mini 4WD mewawancarai admin dari facebook Street Mini 4WD untuk mengetahui lebih lanjut tentang komunitas Street Mini 4WD yang berada di Italia. Setelah wawancara, menghasilkan data yang ternyata komunitas Fu Rush Team telah sukses di Italia, yang kemudian mendapatkan sambutan baik di Negara Jepang dan Indonesia. Pada tahun 2017 Komunitas ini

berkembang di Italia dengan anak-anak kecil yang memainkan Mini 4WD di Jalanan dan berkembang hingga masuk di Indonesia (Fakry, 2018)

Penggemar mainan produk Tamiya ini tidak lekang oleh waktu, pasalnya hingga saat ini masih banyak orang yang mengoleksi dan memainkan Tamiya. Bahkan semakin bermunculan orang-orang “penggila” dari produk Tamiya membentuk komunitas dan melakukan pertemuan rutin agar Tamiya tetap eksis. Pada tahun 2018 ada beberapa komunitas dari produk Tamiya yang berdiri, salah satu contohnya komunitas Batu Extreme Standart Tamiya di Jawa Timur. Setidaknya ada 20 orang yang tergabung dalam komunitas tersebut dengan hobi yang sama (Warsito, 2018)

Penggemar mobil mainan Mini 4WD selanjutnya berasal dari komunitas JQ Tamiya yang berasal dari Pulau Dewata Bali. Masuknya Tamiya di pulau tersebut pada tahun 1992, meski serial Anime *Dash! Yonkuro* yang menjadi kiblat para penggemar Tamiya sudah tidak tayang akan tetapi dengan adanya komunitas JQ Tamiya menjadi pengayom para pecinta Tamiya di pulau Dewata Bali. Komunitas ini terbentuk pada tahun 2016. Awalnya para anggota sudah sering berkumpul bersama, namun saat itu belum sebagai komunitas. Selain sebagai komunitas, JQ Tamiya juga memperhatikan kerukunan antar anggota, sehingga merasa nyaman dalam komunitas. *Output* dari komunitas JQ Tamiya selain menjadikan anggotanya sebagai keluarga, juga sebagai teman curhat dan tempat mendapatkan pengalaman baru (Magz., 2018)

Tidak mau ketinggalan dengan kota-kota besar lainnya, Yogyakarta ikut serta dalam memeriahkan dunia permainan Mini 4WD dari produk Tamiya. Yogyakarta memiliki komunitas mainan Mini 4WD dengan nama Jogja Street Mini 4WD. Komunitas ini aktif melakukan kegiatan dan berkumpul bermain bersama

C. Perkembangan, Sejarah dan Profil Komunitas

1. Sejarah dan Perkembangan

Sejarah lahirnya komunitas Jogja Street Mini 4WD berawal dari sebuah wacana pada jejaring media sosial Facebook. Berikut ungkapan salah satu anggota komunitas:

Pada awalnya Yogyakarta tidak mempunyai komunitas mainan Mini 4WD. Lahirnya komunitas Jogja Street Mini 4WD ini berawal dari wacana yang berasal dari group official yang ada di jejaring sosial media facebook. Melihat banyaknya komunitas yang sudah lahir dan berkembang, pada akhirnya salah satu anggota dari komunitas mengajukan ajakan untuk run bersama di Yogyakarta. Pada tanggal 2 Desember 2018, diawali dengan kegiatan run bersama untuk yang pertama kali setelah diwacanakan melalui group official komunitas Mini 4WD se-Indonesia. Maka dari kegiatan run perdana tersebut, komunitas Jogja Street Mini 4WD lahir dan terbentuk dengan beberapa orang anggota (Greffin, Anggota, wawancara, 28 Maret 2019).

Komunitas Jogja Street Mini terus mengalami perkembangan, dapat dilihat dari jumlah anggota yang terus bertambah. Berawal dari *run* pertama yang anggotanya tujuh (7) orang, hingga kini terus bertambah. Salah satu anggota komunitas mengungkapkan:

Dimulai pada tanggal 2 Desember 2018 komunitas Jogja Street Mini 4WD ini terbentuk, jumlah anggota komunitas adalah tujuh (7) orang. Setelah dipublikasikan melalui official group yang ada di jejaring sosial media Facebook dan promosi di sosial media Instagram, sekitar masuk bulan Januari-Februari tahun 2019 mulai banyak orang yang masuk dan menjadi member dari komunitas Jogja Street Mini 4WD. Memasuki bulan Maret 2019, member komunitas Jogja Street Mini 4WD mencapai 23 orang dan jumlah ini masih akan terus bertambah (Greffin, Anggota, wawancara, 28 Maret 2019).

2. Tujuan dan Misi

Tujuan dari Jogja Street Mini 4WD ini sangat simple dan singkat, sesuai ungkapan dari salah satu anggota sebagai berikut :

Sangat simple tujuan didirikannya komunitas Jogja Street mini 4WD, yaitu untuk memperkenalkan kepada khalayak yang penasaran dengan permainan Mini Street 4WD, bisa bermain bersama sesama penggemar Mini 4WD, bisa membahas setting-an mobil Mini 4WD, run bersama, dan yang menjadi tujuan utama adalah bisa berkumpul dalam satu wadah sesama penggemar mainan Mini 4WD (Greffin, Anggota, wawancara, 28 Maret 2019).

Tidak ada misi yang spesifik dari komunitas Jogja Street Mini 4WD.

Akan tetapi ingin memperkenalkan kepada khalayak umum tentang permainan Street Mini 4WD, khususnya diwilayah Yogyakarta.

3. Logo Komunitas



Gambar 2.1 Logo Komunitas Jogja Street Mini 4WD (Dokumen Jogja Street Mini 4WD)

4. Struktur Keanggotaan

Struktur keanggotaan dari komunitas Jogja Street Mini 4WD tidak menetap dan tidak mempunyai struktur tetap. Ungkapan ini disampaikan oleh salah satu anggota komunitas, seperti berikut:

Komunitas Jogja Street Mini 4WD tidak mempunyai kepengurusan tetap, akan tetapi kepengurus dibentuk secara mendadak untuk hal-hal yang terjadi diluar dugaan, salah satunya untuk persiapan event. Kepengurus dibentuk hanya dari beberapa orang yang melanjutkan obrolan dari group sosial media WhatsApp. Setelah terbentuknya pengurus, hasil akhir pembahasan di group kemudian diinformasikan kepada seluruh anggota komunitas. Ada 2 kepengurusan inti dari komunitas Jogja Street Mini 4WD sebagai admin sosial media instagram, yaitu Greffin sebagai admin pertama dan Affra sebagai admin kedua (Greffin, Anggota, wawancara, 28 Maret 2019).

5. Deskripsi Kegiatan

a. Run

Kegiatan yang utama yang dimiliki oleh Komunitas Jogja Street Mini 4WD adalah berlari dengan mengendalikan mobil mainan Mini 4WD (*run*). Kegiatan ini di deskripsikan oleh salah satu anggota komunitas, yang isinya:

Run dalam komunitas Jogja Street Mini 4WD merupakan kegiatan utama dari komunitas ini. Kegiatan run ini dilakukan berbeda dengan orang lain yang biasa dilakukan, run dalam komunitas Jogja Street Mini 4WD adalah berlari dengan mengendalikan laju mainan Mini 4WD agar sesuai dengan jalur yang sudah ditetapkan (Greffin, Anggota, wawancara, 28 Maret 2019).

b. Sharing

Kegiatan kedua dari komunitas Jogja Street Mini 4WD adalah *sharing*. Kegiatan ini dilakukan diluar kegiatan *runing* atau disela-sela waktu senggang saat *running*. Dalam *sharing* yang dilakukan oleh sesama anggota komunitas, menghasilkan obrolan yang menarik. Seperti yang diungkapkan salah satu anggota komunitas Jogja Street Mini 4WD, yaitu :

Kegiatan sharing dilakukan oleh teman-teman komunitas Jogja Street Mini 4WD di luar waktu mereka run. Kegiatan sharing biasanya waktu untuk sekedar berkumpul, ngobrol, membahas setting-an mobil yang baru, dan jika ada event yang terdekat maka waktu ini yang digunakan oleh komunitas untuk membahas teknis dan segala macam persiapan (Greffin, Anggota, wawancara, 28 Maret 2019).

6. Waktu dan Tempat Kegiatan

a. Waktu

Run : 2 minggu 1 kali

Sharing : Waktu menyesuaikan

b. Tempat Kegiatan

Pagi-siang : Stadion Mandala Krida, Stadion Maguwoharjo,
Kampus Universitas Gajah Mada (UGM) dan Jogja
Expo Centre (JEC)

Sore-malam : Kampus Universitas Gajah Mada (UGM), Taman
Kuliner Yogyakarta

7. Publikasi dan Dokumentasi

Menunjang eksistensi dari komunitas Jogja Street Mini 4WD, komunitas ini mempunyai akun sosial media untuk menunjang eksistensinya di dunia penggemar mainan Mini 4WD di region Yogyakarta dan Indonesia. Salah satu anggota dari komunitas Jogja Street Mini 4WD, mengungkapkan :

Komunitas Jogja Street Mini 4WD mempunyai sosial media Instagram sebagai wadah dokumentasi kegiatan dan publikasi kepada khalayak. Sosial media Instagram ini dibuat pada tanggal 6 Januari 2019. Maksud lain dari pembuatan sosial media instagram sebagai sarana media promosi dan pengenalan kegiatan komunitas Jogja Street Mini 4WD kepada khalayak (Greffin, Anggota, wawancara, 28 Maret 2019).