

## BAB IV

### DATA PENELITIAN

#### IV.1. Deskripsi Objek Penelitian

##### IV.1.1. Kodansha

Seiji Noma mendirikan kodansha tahun 1909 sebagai peremajaan dari Dai-Nippon Yubenkai (asosiasi oratorial Jepang) dan memproduksi majalah literatur Yuben sebagai publikasi pertama. Nama Kodansha diambil dari "klub kodan" (sekarang menjadi majalah yang telah berhenti terbit) berdiri pada 1911 saat penerbit bergabung secara resmi dengan Dai-Nippon Yubenkai. Perusahaan ini telah memakai nama legal ini sejak 1958. Motto perusahaan "*omoshirokute tame ni naru*" (menarik dan menguntungkan).



Gambar VI.1 Logo Kodansha Jepang

( Sumber : <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/4/4c/Kodansha.png> )

Seiji Noma mendirikan Kodansha pada tahun 1909 sebagai peremajaan dari *Dai-Nippon Yubenkai* (asosiasi oratorial jepang) dan memproduksi majalah literatur Yuben sebagai publikasi pertama. Nama Kodansha (diambil dari "klub kodan", sekarang menjadi majalah yang telah berhenti terbit) berdiri pada 1911 saat publisher bergabung secara resmi dengan *Dai-Nippon Yubenkai*. Perusahaan ini telah memakai nama legal ini sejak 1958. Motto perusahaan "*omoshirokute tame ni naru*" (menarik dan menguntungkan?).

Kodansha ltd. mengakuisisi Otawa Group, yang mengatur anak perusahaan lain seperti *King Records co. ltd* dan *Kobunsha*, kemudian menerbitkan *Nikkan Gendai*, tabloid harian. Perusahaan ini juga memiliki hubungan erat dengan *The Walt Disney Company*, dan menjadi sponsor resmi *Tokyo Disneyland*. Kodansha adalah penerbit terbesar di Jepang. Keuntungan perusahaan menurun ketika resesi ekonomi Jepang tahun

2002 disertai dengan menurunnya iklim bisnis industri penerbitan : perusahaan mencatat penurunan besar di tahun keuangan 2002 untuk pertama kalinya sejak berakhirnya perang dunia ke 2. (Penerbit terbesar kedua, shokagukan, mengalami hal yang lebih baik. Tahun keuangan 2003 , kodansha memiliki keuntungan 167 milyar yen, dibandingkan dengan 150 milyar yen untuk shokagukan. Kodansha pada puncaknya, menyusul shokagulan diatas 50 milyar yen.)

Kodansha mensponsori Kodansha Manga Award yang sangat prestisius sejak 1977 (dan sejak 1960 tetapi dengan nama yang berbeda). Markas Kodansha di Tokyo sempat menaungi Noma Dojo, ruang berlatih kendo yang digagas Seiji Noma tahun 1925. Ruangan tersebut dihancurkan tahun 2007, namun digantikam dengan ruang dojo di gedung yang baru dan berdekatan.

Kodansha mengumumkan penutupan penerbitan berbahasa inggris, Kodansha International pada akhir april 2011. Penerbit mereka di amerik, kodansha comics USA, tetap beroperasi. Kodansha USA mulai menerbitkan publikasi terbaru dibawah cabang internasional kentaro tsugumi, mulai september 2012 dengan rilis hardcover "spirit of aikido'-aikido. Banyak judul-judul lama Kodansha USA dicetak ulang. Menurut Daniel Mani "walaupun kami telah menutup publikasi buku baru sekitar setahun mulai akhir 2011, kami tetap meneruskan untuk menjual banyak dari judu-judul lama kami selama periode tersebut. (Jadi kodansha USA tidak pernah betul" berhenti). Berikut adalah produk yang sudah dikeluarkan oleh Kodansha :

1. Majalah komik khusus laki-laki
  - Kodomo (anak-anak) *manga magazines*
    - *Comic Bom Bom* (1981-2007)
  - Shōnen majalah komik
    - *Weekly Shōnen Magazine* (1959)
    - *Monthly Shōnen Magazine* (1975)
    - *Magazine Special* (perbulan) (1983)
    - *Shōnen Sirius* (perbulan) (2005)
    - *Bessatsu Shōnen Magazine* (perbulan) (2009)

- Diberhentikan
  - *Shōnen Magazine Wonder*
  - *Monthly Manga Shōnen* (1947-1955)
  - *Bessatsu Shōnen Magazine* (1964-1974)
  - *Monthly Shōnen Rival* (2008-2014)
- Seinen manga magazines
  - *Weekly Young Magazine* (1980)
  - *Monthly Young Magazine*
  - *Morning* (setiap minggu) (1982) (*Originally called "Comic Morning"*)
  - *Morning 2* (per bulan) (2006)
  - *Afternoon* (per bulan) (1986)
  - *Good! Afternoon* (per bulan) (2008)
  - *Evening* (per bulan) (2001)
- Diberhentikan
  - *Magazine Z* (1999-2009)
  - *Young Magazine Uppers* (1998-2004)
- 2. Majalah komik khusus perempuan
  - *Shōjo manga magazines*
    - *Nakayoshi* (per bulan) (S1954)
    - *Bessatsu Friend* (per bulan) (1965)
    - *Betsufure* (Quarterly)
    - *Dessert* (per bulan) (1996)
    - *Aria* (per bulan) (2010)
    - *Nakayoshi Lovely*
    - *The Dessert* (per bulan)
  - Diberhentikan
    - *Shōjo Club*
    - *Shōjo Friend* (1962-1996)
    - *Mimi* (1975-1996)
  - *Josei manga magazines*

- *Be Love* (per bulan) (1980) (Originally called “Be in Love”)
- *Kiss* (per bulan) (1992)
- *Kiss Plus* (per bulan)
- Literary magazines
  - *Gunzo, monthly literary magazine*
  - *Mephisto, tri-annual literary magazine focusing on mystery and detective stories*
  - *Faust*

#### IV.1.2. Majalah Vivi

Majalah Vivi adalah majalah Jepang terkenal untuk perempuan muda di usia 20-an. Majalah ini diterbitkan oleh Kodansha dan berfokus pada perempuan muda yang mengikuti tren yang terus berkembang. Majalah Vivi dicetak hingga 450.000 eksemplar dan berdiri sejajar dengan majalah fashion terkenal lainnya yang sama’ diterbitkan oleh Kodansha yaitu *FRaU*, *GLAMOROUS*, *VoCE*, *KING* dan *FRIDAY*. Angka penjualan majalah terus naik dengan stabil seiring dengan penyebarannya yang meluas, menambah halaman, dan membahas beberapa gaya lainnya.

Majalah Vivi pertama diterbitkan pada bulan Mei tahun 1983, kemudian diterjemahkan dan dirilis di Taiwan dalam versi bahasa Cina Tradisional. Pada saat ini diterbitkan secara bulanan, dengan Kepala Redaksi Minoru Takeuchi, Majalah Vivi terus menerus berkembang di kedua Negara.

Majalah Vivi berfokus pada topik – topik populer yang diminati oleh perempuan muda Jepang. Termasuk mode, kecantikan, *brand* “baru, dan musik” populer dan lain-lain. Sangat mirip gayanya dengan majalah fesyen di Eropa dan Amerika. Majalah Vivi sudah lama menjadi anggota utama dari keluarga Majalah Fesyen terbitan Kodansha. Dengan sasaran perempuan muda mahasiswa atau baru mulai bekerja atau lebih dikenal dengan “*office ladies*”

Banyak Perempuan Muda paling terkenal dan populer di Jepang menghiasi sampul Majalah Vivi, demikian juga dengan jajaran model mode. Artis yang paling

populer dan berulang kali menghiasi sampul Majalah Vivi adalah Ayumi Hamasaki, Penyanyi pop Jepang yang sudah 23 kali berada di sampul Majalah Vivi sejak 1999. Sebagai tambahan, majalah Vivi menambahkan *deji deji diary* khusus di setiap edisi, kolom yang sangat populer. Dua artis lainnya yang juga beberapa kali tampil di sampul Majalah Vivi termasuk Koda Kumi dan Namie Amuro.

#### **IV.1.3. Fashion blogger**

*Fashion blogger* adalah seseorang yang berprofesi dibidang dunia mode dan dijalankan secara *online* via blog. Profesi ini bukanlah profesi baru, beberapa tahun belakangan telah banyak blogger yang memiliki hobi didunia mode. Mereka mengkolaborasikan hobinya tersebut dengan hobi lainnya yaitu membuat sebuah blog. Pada umumnya, seorang *fashion blogger* kebanyakan adalah seorang wanita yang menyukai belanja dan sangat antusias dengan perkembangan *trend* (kecenderungan) busana masa kini. Mereka biasanya melakukan banyak eksperimen dengan berbagai pakaian dan aksesorisnya, hingga melakukan pemotretan secara manual otodidak (tidak memakai jasa fotografer profesional). Pada intinya, mereka melakukan hal ini karena diri mereka merasa nyaman dan percaya diri dengan kemampuan tata busananya (Handayani, 2015, [www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com), p. 2-3).

Menurut Handayani (2015) para *fashion blogger* percaya dan yakin bahwa apa yang mereka kerjakan akan membuahkan hasil, terutama karena mereka mengerjakannya dengan senang hati dan termasuk pekerjaan yang menyenangkan. Bukan tidak mungkin kalau usaha yang berbasis blog seperti ini akan dilirik pasar internasional. Salah satu dari mereka bahkan telah berhasil bekerja sama dengan beberapa perusahaan brand (merk) pakaian terkenal dan beberapa artis lokal yang telah menjadi langganannya. Aninditya (2015) mengatakan pengaruh *fashion blogger* bagi masyarakat awam khususnya wanita begitu besar. Banyak wanita yang terinspirasi akan posting-an para *fashion blogger* tersebut untuk ditiru gaya berpakaianya. Ada juga yang mencoba membuat blog seperti para *fashion blogger*, pasalnya para *fashion blogger* ternama sudah menuai prestasi ke rancah internasional. Hal ini yang membuat seorang *fashion blogger*, terlebih di Indonesia semakin dihargai eksistensinya. Bahkan *fashion blogger* sudah menjadi sebuah profesi

yang terbilang menjanjikan, terutama untuk wanita muda (Aninditya, 2015, [www.ziliun.com](http://www.ziliun.com), p. 3).

