

Meme fenomena tsundoku pada X: *cultural studies* C. Barker dan Emma A Jane

Anjar Pratiwi

Universitas Gadjah Mada

email: anjarpratiwi@mail.ugm.ac.id



10.51817/susastra.v14i1.225

Abstract

This article culturally examines memes containing the tsundoku phenomenon on social media X or Twitter. Tsundoku is the phenomenon of hoarding or accumulating books first, then reading books is postponed or carried out at a later time. More specifically, this article seeks to explore tsundoku memes in the perspective of biology, body, and culture according to Chris Barker and Emma A. Jane with a qualitative descriptive research method. The data collection technique is simak-catat in the form of categorizing and identifying meme data on social media X that refers to the tsundoku phenomenon. Then, data analysis was carried out based on three lines of activity according to Miles & Huberman, namely data reduction, data presentation, and verification/conclusion drawing. The results show that the exposure of the replication of the idea of the tsundoku phenomenon through memes in social media X is able to shift the body's perspective towards something that is excessive both in the direction of benefits and disadvantages. Through memes, the lifestyle of consumerism in the tsundoku phenomenon becomes normalized. On the other hand, memes related to the tsundoku phenomenon can show a positive impact on the existence of other bodies, namely a good ecosystem and routine, such as the bodies of family members can come 'alive' with a pile of books when one of the body members has a collection or even a small library in the house.

Keywords: Tsundoku, Meme, Cultural Studies, X, Social Media

Sitasi (APA Style)

Pratiwi, A. (2025). Meme fenomena tsundoku pada X: cultural studies C. Barker dan Emma A Jane. *Susastra*, 14(1), 15-27. <https://doi.org/10.51817/susastra.v14i1.225>.

PENDAHULUAN

Fenomena Tsundoku berasal dari Jepang, tetapi kemudian mengglobal ke negara-negara di luarnya. Tsundoku berarti mengumpulkan buku dan membiarkannya menumpuk sebab akan dibaca nanti atau pembacaan ditunda (ContentEngine LLC, 2023). Respons atas fenomena tersebut beragam, ada pihak yang menerima dan ada pula yang kurang sepakat dengan tindakan berlebihan membeli atau mengumpulkan buku tersebut. Bagi yang kurang menerima, tumpukan buku dianggap sebagai beban. Seseorang menjadi mempunyai tanggungan untuk menyelesaikan banyak buku. Berbeda dengan pihak yang menerima. Alasannya pun beragam mulai dari pertimbangan intelektual jangka panjang sampai hal pemenuhan jiwa karena berhasil mendapatkan buku penulis favorit. Terkait pemenuhan jiwa, mengumpulkan buku lalu ditumpuk dalam suatu ruangan dipandang pula dari sisi aroma. Terdapat sekelompok individu yang menyukai bau-bau setiap halaman buku. Jadi, jiwanya merasa terpenuhi ketika

berhasil mempunyai banyak bunyi beserta aromanya yang seakan mereka bukannya membeli buku, melainkan membeli aroma. Respons pelaku penimbunan buku ini begitu beragam dari berbagai area. Hal demikian pun dipandang sebagai sesuatu yang memang mungkin terjadi dan sah bagi pembeli buku. Hak mereka untuk memilih kebahagiaannya sendiri, seperti halnya dengan cara membeli buku karena aroma kertasnya. Tsundoku tidak dipandang buruk atau sebagai aib di negara asalnya. Di Jepang, fenomena tersebut lebih dipandang dari perspektif positif, seperti adanya tumpukan buku mengingatkan bahwa terdapat banyak topik yang belum diketahui sehingga muncul niatan untuk mengeksplorasi lebih jauh. Meski proses membacanya nanti-nanti, harapan untuk membaca sudah diapresiasi dalam tsundoku ini. Tumpukan buku dapat menjadi alarm untuk pemiliknya juga mengenai kekayaan intelektual yang tidak terhingga melalui perekaman kisah dalam buku. Ditambah, terdapat argumen yang menyatakan fenomena tsundoku bermanfaat untuk jangka waktu panjang. Utamanya bagi seseorang yang hidup bersama anggota keluarga, seperti mempunyai anak kecil. Tumpukan buku dapat memberikan manfaat bagi mereka selain diri sendiri karena lama kelamaan terjalin keterkaitan dengan buku atau sampai pada menjadikan buku sebagai bagian dari keseharian manusia.

Perbedaan-perbedaan respons mengenai tsundoku dapat diamati melalui media sosial. Berkat perkembangan zaman, teknologinya pun semakin canggih hingga mampu memberikan akses terhadap internet lalu ke media sosial. Utamanya media sosial Twitter atau sekarang adalah X, fenomena tsundoku dapat dilihat dari konten-konten yang dibuat oleh para pengguna X. Mulai dari penerbit atau penyedia buku, personal, dan kelompok atau dalam X disebut base. Base dalam X ini konsepnya adalah akun publik yang dapat menampilkan pesan-pesan dari akun personal pengikut akun base pada laman utama dari akun base. Jadi, base ini meliputi berbagai akun personal yang tergabung atas persamaan-persamaan seperti Literary Base yang sama-sama menggemari sastra atau dunia perbukuan. Daftar akun yang menjadi objek analisis meme ini dari akun personal antara lain Tom Gauld di @tomgauld, Anagha Chandratrey di @AnaghaC, dan PJ Milani | Visual Teacher di @milanicreative. Lantas untuk akun kelompok adalah Literary Base di @literarybase. Kemudian, terdapat pula akun yang ikut meramalkan fenomena tsundoku menjadi konten X secara informatif, yakni akun personal Ainun Najib di @ainunnajib, kelompok atau base Literary Base di @literarybase, dan penerbit Gramedia Pustaka Utama di @bukugpu.

Meme yang diakses terbuka bagi publik bersinggungan dengan audiens atau kemudian disebut dengan *body*. Persinggungan tersebut kemudian dianalisis berdasarkan *cultural studies* Chris Barker dan Emma A. Jane yang menyatakan bahwa *body* memang secara naluriah merupakan produk biologis, tetapi jika mengamati studi kasus meme, tubuh sekaligus juga merupakan produk budaya. Sebagaimana konsepnya, meme dinyatakan sebagai elemen budaya terkecil yang direplikasi melalui kapasitas manusia untuk meniru (Barker, C dan Jane, E. A, 2016: 157). Meme utamanya dalam fokus analisis mempunyai mekanisme yang dimulai dari gagasan mengenai fenomena tsundoku, kemudian gagasan tersebut mengalami replikasi menjadi meme, lantas disebarluaskan melalui sosial media X. Melalui X, meme bereplikasi terus menerus dan semakin berkembang dari waktu ke waktu pembahasan mengenai tsundoku masih menjadi perhatian pengguna X. Selanjutnya, konten meme yang bersinggungan dengan *body* kemudian diamati bagaimana pengaruhnya dalam

mengonstruksi dan menjadikan tubuh sebagai produk budaya selain produk biologis. Hal demikian menarik untuk diamati sebab terjadi pergeseran dalam memandang fenomena tsundoku. Terjadi semacam pengecualian ketika melihat perilaku berlebihan seperti menimbun buku ini, yakni dipandang sebagai sesuatu yang dinormalisasi.

Sikap menormalisasi atau mewajarkan fenomena tsundoku diamati pula sebagai bentuk dari respons tubuh yang berkaitan dengan sistem-sistem sensorik dan mekanisme perhatian. Suatu konten meme dinyatakan berhasil dan gagal atas respons aspek tersebut (Barker, C dan Jane, E. A, 2016: 158). Meme yang berhasil dapat terus direplikasi, diperbanyak, atau dibuat dengan kreativitas lain tetapi tetap membahas satu topik utama yakni tsundoku. Sebagaimana variasi meme yang muncul di media sosial X, meme dapat menggunakan emotikon, gambar dari aksi suatu film tertentu, atau adegan dalam suatu tayangan televisi. Lantas, bahan-bahan tersebut akan dikontekstualisasi sesuai konsep meme yang diarahkan untuk tujuan lelucon. Terkadang, meme juga menyinggung, menyindir, atau mencemooh sesuatu. Misalnya meme mengenai tsundoku dapat divisualisasikan dengan mencemooh tindakan menumpuk buku dengan analogi 'berselingkuh'. Jadi, dapat digambarkan seorang konsumen memilih untuk berselingkuh dari buku lama yang belum dibaca ke buku baru terbit. Ada pula contoh meme dalam X yang menganalogikan seorang yang ikut serta dalam fenomena tsundoku atau menyatakan dirinya mempunyai hobi mengumpulkan buku sebagai seorang atlet renang. Dia berada di tengah kolam renang yang penuh dengan air, lalu tempat menambah airnya dengan mengambil satu botol air kemasan. Hal demikian menjadi sindirian pula bahwa tsundoku ini berkonsep relatif berlebihan. Sesuatu yang sudah dipunyai terhitung begitu melimpah, tetapi masih mempunyai hasrat untuk menambahnya. Ambisi atau keinginan untuk terus menerus menambah koleksi buku ini berbeda dengan konsep kolektor atau disebut bibliomania. Apabila hanya mengoleksi berarti tidak terdapat tujuan untuk membacanya sama sekali, sehingga buku mutlak merupakan koleksi untuk disimpan atau dipajang. Tsundoku tetap berkeinginan untuk membaca, tetapi tidak sebesar keinginan untuk membeli. Jadi, meski sedikit, buku tetap berposisi sebagai bacaan bukan koleksi. Dengan demikian, fenomena ini masih diterima bagi pembaca yang optimis akan membaca buku, meski konsumtif. Paradoks antara gaya hidup berlebihan dengan hubungannya dalam ketertarikan pada buku menjadi poin menarik untuk dianalisis. Melalui meme, fenomena yang melingkupi hal-hal kontra semakin luas disebarkan. Semakin banyak audiens *body* yang menganggap tsundoku memang suatu kewajiban. Jadi, seakan tubuh-tubuh bersama saling meyakini dan mentertawakan satu sama lain tentang tindakan berlebihan tetapi wajar bernama tsundoku.

METODE

Artikel ini berupaya menelusuri meme fenomena tsundoku dalam perspektif biologi, tubuh, dan budaya menurut Chris Barker dan Emma A. Jane dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan datanya adalah simak-catat berupa mengelompokkan dan mengidentifikasi data meme-meme pada media sosial X yang merujuk pada fenomena tsundoku. Lantas, dilakukan analisis data berdasarkan tiga alur kegiatan menurut Miles&Huberman, yakni reduksi data, penyajian data, dan verifikasi/penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fenomena Tsundoku merupakan fenomena yang terjadi pada penggemar buku. Mereka mengumpulkan buku, tetapi tidak langsung membacanya atau menyimpan buku untuk dibaca nanti di kemudian waktu. Berdasarkan berita yang disampaikan ContentEngine LLC, fenomena menimbun buku ini mempunyai sejarah sejak era Meiji tahun 1868—1912. Tsundoku (積ん読) berasal dari kata tsunde-oku 積んでおく yang berarti menyiapkan sesuatu dan meninggalkannya untuk nanti dan kata dokusho 読書 yang berarti membaca buku. Fenomena Tsundoku mendapatkan beragam respons baik yang menerima maupun yang kurang menerima dengan menyatakan bahwa menimbun hanya akan menambah beban. Kecenderungan masih kepada respons positif dalam memandang fenomena Tsundoku. Meskipun berasal dari Jepang, fenomena tersebut bersifat global termasuk Indonesia. Para penggemar buku yang menimbun buku karena beragam alasan dapat ditemukan di berbagai area dunia. Jadi, untuk respons positif bagi fenomena ini pun bermacam-macam, antara lain ada pandangan bahwa Tsundoku bermanfaat pada jangka panjang misalnya ketersediaan macam-macam bacaan bagi anggota keluarga. Menimbun buku di suatu tempat seperti rumah seakan mempunyai perpustakaan pribadi skala kecil. Perpustakaan tersebut tampak bagi anggota-anggota keluarga, sehingga sebetulnya muncul peluang selain diri sendiri dapat menambah pengetahuan karena keberadaan buku-buku yang ditumpuk. Bagi yang memandang membeli buku untuk tujuan semacam investasi jangka panjang, dapat pula berdampak positif misalnya untuk keturunan nantinya.

Dampak berkelanjutan dari Tsundoku utamanya ketika di rumah, antara orang tua dan anak dapat berdiskusi dan melakukan hal-hal produktif dalam hal membaca buku. Banyaknya buku sebanding dengan banyaknya pilihan topik. Oleh karenanya, banyak pula pilihan ilmu pengetahuan yang dapat dimiliki oleh si pembacanya. Sisi tersebut dinyatakan bahwa Tsundoku dapat menjadi pengingat intelektual. Hal demikian dapat dimaknai sebagaimana ahli statistik Nassim Nicholas Taleb meyakini kehidupan seseorang dengan dikelilingi buku akan memperkaya kehidupan. Alasannya adalah tumpukan buku berperan menjadi alarm tentang semua hal yang tidak diketahui (Dickinson, 2022). Tsundoku berarti sang pengumpul buku belum membaca banyak topik sehingga tinggi pula ketidaktahuannya. Jadi, apabila dikaitkan dengan sisi intelektual, fenomena menimbun buku tidak berarti terdapat kegagalan intelektual, tetapi malah sebaliknya. Selaras dengan data dari Dental Abstracts (Chicago), bahwa anak-anak yang tumbuh di rumah dengan 80—350 buku menunjukkan peningkatan kemampuan literasi, berhitung, dan teknologi komunikasi-informasi ketika dewasa (The Value of tusdako). Tumpukan buku dipandang sebagai bagian dari rutinitas kehidupan sebab sering tampak atau seakan-akan konsisten ‘terpapar’.

Pada respons positif lainnya, fenomena Tsundoku dianggap mampu memberikan kepuasan jiwa. Ketika menjelajah ke toko buku, membeli beberapa eksemplar, lalu menumpuknya, hal yang memungkinkan ingin diperoleh adalah efek bau setiap halaman. Terdapat aroma buku yang bagi sebagian orang mampu memenuhi batinnya. Situasi buku yang bertumpuk sama dengan situasi atau fenomena khususnya bagi para orangtua dengan hobi menyimpan gelas dan peralatan makan lainnya di dalam lemari (Tsudoku: Your neglected books). Perkakas tersebut sama tidak berdayanya atau merupakan benda mati seperti buku. Akan tetapi, efek yang didapatkan mirip, yaitu pemenuhan batin salah satunya. Jadi, dapat divisualisasikan posisi buku dan perkakas

tersebut memang diberikan ‘singgasana’ tersendiri bagi para penggemarnya. Pemberian posisi istimewa atau perhatian khusus bagi buku- buku yang belum dibaca tidak mempunyai stigma sosial dari asalnya. Di Jepang, masyarakatnya relatif merespons ke arah positif sebagaimana dampak panjangnya atau pemenuhan jiwanya seperti rasa senang dan puas setelah mempunyai beberapa volume dari judul tertentu. Hal demikian disampaikan dalam berita The Financial Express. Jepang tidak menganggap seseorang atau sekelompok orang yang menimbun buku sebagai aib atau hal buruk. Mempunyai banyak buku bukan hal yang perlu disembunyikan, meski belum dibaca sepenuhnya. Jadi, berdasarkan asal Tsundoku, fenomena tersebut tidak dipandang sebagai sikap merendahkan. Seseorang yang membeli dan tidak dibaca sama sekali atau membaca sekilas atau tidak selesai pembacaannya, menjadi sesuatu yang wajar.

Beragamnya tanggapan terhadap fenomena Tsundoku dipengaruhi oleh media penyebarannya, yakni media sosial. Mengingat zaman semakin berkembang ke arah kaburnya batas- batas termasuk batas negara, konsep dari Jepang ini dapat diterima di negara-negara lain seperti Indonesia karena kesamaannya dalam mengalami situasi serupa. Utamanya di Indonesia pun, terjadi fenomena Tsundoku dalam berbagai kalangan seperti individu, kelompok seperti kumpulan orang-orang penggemar sastra, dan penerbit buku atau pihak yang menyuplai kebutuhan- kebutuhan beragam buku untuk individu dan kelompok. Melalui media sosial, khususnya dalam kajian ini fokus pada Twitter atau X, para pihak tersebut menyatakan bahwa Tsundoku tidak asing bagi mereka. Fenomena ini dialami oleh para penggemarnya, sehingga mereka juga seakan ikut memeriahkan lewat unggahan berisi konten dengan pembahasan perilaku menimbun buku. Berikut merupakan contoh unggahan X yang membahas mengenai Tsundoku.



Gambar 1. Fenomena tsundoku dari unggahan akun X penerbit, personal, dan kelompok

Pertama, dari akun personal ditunjukkan oleh akun Ainun Najib yang melakukan tweet atau mengunggah konten berisi foto buku ditambah keterangan dalam *caption* “Techbro perlu belajar ilmu sosial, bongkar buku dari lemari tsundoku”. Dia menyebut istilah untuk menggambarkan fenomena menimbun buku, yakni tsundoku. Terdapat penggambaran lewat penyebutan ‘lemari’ bahwa akun personal ini juga termasuk seseorang yang suka mengumpulkan buku membeli buku, tetapi membacanya nanti-nanti. Dia bahkan sampai membuatkan tempat khusus, lemari khusus untuk kumpulan buku yang memang ditunda dalam pembacaannya. Apabila diamati lebih detail, latar foto buku yang disoroti, *The Wealth of Nations The Economic Classic*, terdapat barisan buku yang bertemakan sama. Akan tetapi, terdapat urutan berdasarkan nomor seri buku. Hal demikian menunjukkan tsundoku termasuk mengumpulkan buku jenis yang sama dengan jilid berbeda. Jadi, seseorang tersebut adalah penggemar dari penulis tertentu atau topik tertentu sehingga berupaya melengkapi setiap rangkaian buku yang terbit. Dia membelinya terlebih dahulu untuk dikumpulkan, lalu berharap dapat membacanya kelak di lain waktu. Konten dari akun personal media sosial X ini tampak mempunyai reaksi yang tinggi apabila melihat statistiknya. Tweet tersebut telah tayang sebanyak 23,1 ribu kali atau telah menjangkau pengguna lain sebanyak angka itu. Hal demikian menunjukkan sebuah fakta bahwa penggunaan kata kunci tsundoku dapat menjadi parameter seberapa banyak orang yang tertarik dengan topik terkait. Angka 23,1 ribu pun bersifat global sebab X merupakan laman yang mempunyai pengguna dari berbagai negara. Meski diunggah oleh orang Indonesia dan berbahasa Indonesia, terdapat total sekitar 23,1 ribu warga dunia yang berada pada ketertarikan yang sama dengan fenomena tsundoku ini.

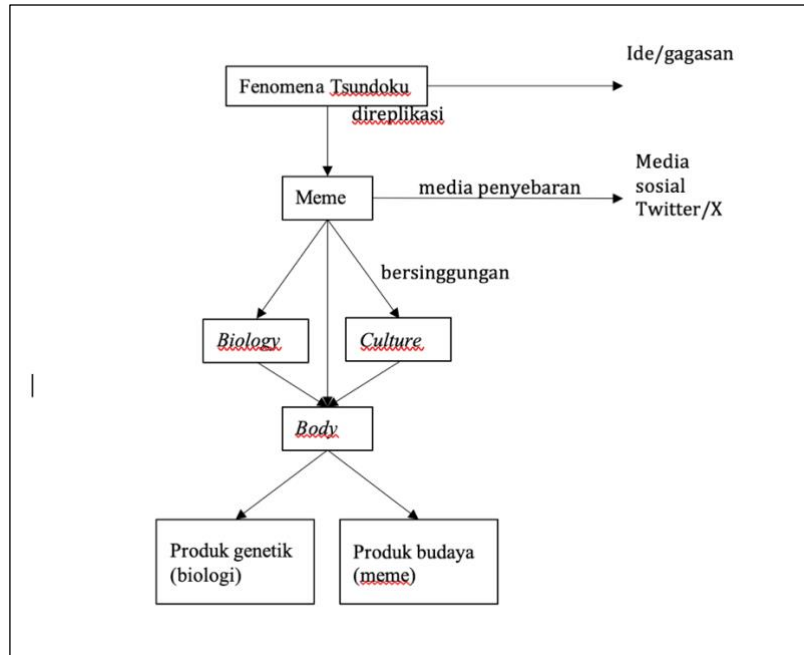
Kedua adalah dari akun penerbit, pihak penyedia produk buku yang ditimbun terlebih dahulu oleh banyak penggemar terbitannya. Akun Gramedia Pustaka Utama bahkan telah menyinggung soal tsundoku sejak tahun 2015. “Hayoo, ada yang tsundoku nggak di sini?” tulis akun tersebut. Dengan demikian, maka pihak produsen menyadari relatif sudah sejak lama terdapat perilaku pembelinya yang suka menumpuk buku-buku yang belum dibaca. Lebih lanjut, fenomena tsundoku dapat menjadi refleksi bahwa banyak terbitan dari penerbit yang dianggap menarik bagi konsumen untuk dibeli terlebih dahulu. Terdapat kemungkinan bahwa penerbit konsisten melakukan pembaruan terhadap topik-topik yang sedang digemari atau berhasil membaca selera pasar. Jadi, setiap ada peluncuran buku, konsumen tertarik lalu membelinya. Lantas, dampaknya adalah semakin tingginya tumpukan buku di rumah atau perpustakaan pribadi para pembelinya. Bagi pelaku bisnis seperti penerbit buku, tidak muncul sikap memperlmasalahakan fenomena demikian, sebab membawa efek terjualnya banyak buku dan target perusahaan terpenuhi. Jadi, penerbit seperti Gramedia Pustaka Utama ini berada pada pihak dengan respons positif atas fenomena tsundoku di kalangan pembaca. Meski demikian, fenomena tsundoku diamati tetap menguntungkan semua pihak, baik produsen maupun konsumen. Dari sisi penerbit, mereka untung dari segi pendapatan dan dari sisi konsumen terpenuhi keinginannya dalam melengkapi koleksinya untuk dijadikan bacaan di kemudian waktu.

Ketiga, dari kelompok yang diwakili dengan Literary Base. Media sosial X mempunyai konsep akun base yang menjadi wadah berkumpulnya orang-orang dengan minat yang sama. Melalui akun base, para pengikutnya atau akun personal dapat mengirimkan pesan untuk dikonsumsi publik lewat nama base-nya seperti Literary

Base. Terdapat dua postingan dari waktu yang berbeda, yakni tahun 2021 dan 2023. Kedua tweet berisi gambar penjelasan fenomena tsundoku dan deskripsi (*caption*). Tweet 2021 berisi sapaan terhadap sekumpulan orang yang melakukan tsundoku. Kemudian, dilanjut pada tahun 2023 terdapat penyampaian latar belakang seseorang menjadi bagian dari fenomena tsundoku, yaitu diskon. Deskripsinya tertulis, “/It di tengah gempuran banyak diskon buku, apa kalian sudah menjadi seorang "tsundoku"?  ● cr: tirt0”. Waktu tweet adalah bulan pertama Januari 2023, kemungkinan yang terjadi kala itu apabila dikaitkan dengan diskon adalah terdapat *event* awal tahun yang diselenggarakan oleh berbagai pihak termasuk para penjual buku bersama pihak pengelola *marketplace*. Pengadaan atau *event* tersebut memberikan diskon khusus seakan untuk langkah awal membuka tahun dengan buku. Jadi, harga buku dapat turun sedikit atau drastis. Ada pula penawaran-penawaran khusus seperti *bundle* atau konsep membeli satu buku gratis buku lainnya atau aksesori tambahan layaknya *booknote*. *Event* tersebut dipandang konsumen dengan beberapa respons seperti kesempatan untuk membeli buku impian dengan harga murah atau membeli buku apa pun karena harganya turun. Alhasil, konsumen membeli buku minimal satu maksimal tak terhingga yang kemudian menjadi penambah tumpukan buku di koleksi buku belum dibaca. Pemberian diskon ketika *event* tertentu diamati sebagai pendukung dari fenomena tsundoku sebab memberikan kesempatan sekaligus celah untuk membeli produk berupa buku. Konsumen yang termasuk pelaku penimbun buku pun tampak menyambut *event-event* tersebut demi tujuan masing-masing apabila diamati dari jumlah tayangan untuk tweet adalah 18,4 ribu. Terdapat 18,4 ribu orang yang tidak asing dengan situasi yang disebutkan, yakni ‘gempuran banyak diskon buku’.

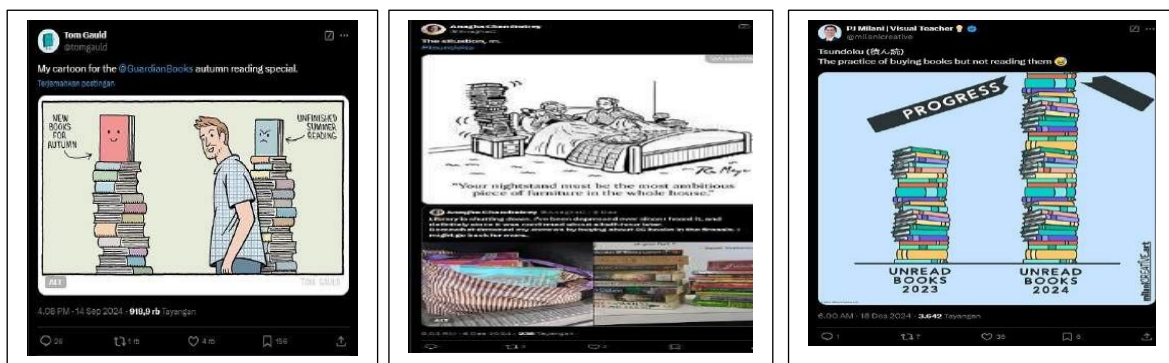
Media sosial seperti X begitu memberikan efek masif pada penyebaran gagasan tentang fenomena tsundoku. Pengguna X misalnya, bisa saja awalnya belum mengetahui konsep dari menimbun buku itu ternyata adalah sebuah fenomena yang mempunyai sebutan. Lantas, atas akses publik dari konten-konten yang beredar, pengguna yang berkemungkinan sekaligus sebagai penggemar buku mendapat pencerahan. Bahkan terdapat konten yang tampak memperolok atau menyindir orang-orang yang dengan sengaja hanya menimbun buku, tetapi tidak membacanya. Namun, penyampaian konten tersebut dalam balutan komedi seperti meme sehingga tetap ditanggapi netral oleh audiens media sosial X atau malah terhibur karena menyadari bahwa banyak pihak sudah berada di dalam lingkaran Tsundoku. Fenomena Tsundoku dari Jepang ini dapat menyebar sampai ke audiens negara lain layaknya Indonesia juga tidak lepas dari peran perkembangan zaman yang menyediakan fasilitas berupa internet dengan akses ke media sosial seperti X. Media sosial termasuk X memiliki kemampuan dalam menyediakan wadah untuk replikasi sesuatu. Gagasan mengenai fenomena Tsundoku pun dapat menjadi contoh dari replikasi. Tsundoku bisa semakin akrab di kalangan masyarakat luas merupakan efek dari replikasi gagasan melalui konten media sosial seperti X. Jenis konten berbentuk meme menjadi fokus utama dari replikasi gagasan Tsundoku. Konten meme tersebut lebih lanjut bersinggungan dengan audiensnya yang dinyatakan sebagai *body*. Entitas *body* tersebut secara alamiah merupakan bagian dari *biology*, tetapi apabila dikaitkan dengan replikasi gagasan Tsundoku melalui meme, *body* juga sekaligus bagian dari produk budaya (*culture*). Tubuh atau *body* pada akhirnya merupakan konstruksi atas *biology* dan *culture*. Bagaimana tubuh berlaku, bersikap,

atau berkehidupan telah mendapat pengaruh dari keduanya. Sebagai visualisasi alur analisis, berikut adalah bagannya.



Bagan 1. Kerangka pikir

Meme berisi gagasan mengenai fenomena tsundoku atau perilaku suka menimbun buku dan menunda membaca dapat ditemukan dari tweet perorangan ataupun kelompok. Meme dinyatakan sebagai elemen budaya terkecil yang direplikasi melalui kapasitas manusia untuk meniru (Barker, C dan Jane, E. A, 2016: 157). Kapasitas untuk meniru tersebut selaras dengan konsep replikasi, ditambah media sosial membuatnya begitu cepat disebarkan pada konsumen publik. Selain itu, variasi meme terkait tsundoku juga dapat dinyatakan sebagai meme yang sukses sebab terus ditiru. Misalnya, tiga meme berikut merupakan konten dari bulan yang berdekatan pada tahun yang sama 2024, antara lain September dan dua konten dari Desember.



Gambar 2. Meme dari perorangan

Pengakses ketiga meme sebanyak 236, 3.642, dan 918.9 ribu orang. Banyak pengguna media sosial X yang paham mengenai *jokes* atau lelucon tsundoku.

Mengumpulkan buku diiringi harapan mampu membacanya dalam sekejap seakan tampak dicemooh. Akan tetapi, hal demikian adalah kesengajaan yang memang dimaksudkan untuk menjadi hal yang lucu. Misalnya dalam meme pertama paling atas, sang kreator meme (pada akun Tom Gault) menggunakan emotikon senang (kiri) dan marah (kanan). Terdapat seseorang yang akan beranjak dari tumpukan satu ke tumpukan buku belum terbaca lainnya. Bahkan dinyatakan tumpukan tersebut telah melewati musim yang berbeda, *autumn* dan *summer*. Seseorang masih mempunyai 'tinggalan' di musim sebelumnya, tetapi memilih menyapa tumpukan buku baru untuk musim yang akan datang. Hal demikian menjadi gambaran dari fenomena tsundoku. Makanya, pada tumpukan lama, emotikon yang ditunjukkan adalah marah atau kesal sebab masih banyak yang belum diselesaikan. Lantas, pada tumpukan baru tergambar emotikon tersenyum seakan menjadi tanda babak baru dari penjelajahan buku. Namun, yang terjadi adalah siklus akan terus berputar. Buku-buku baru tersebut juga akan ditinggalkan saat bertemu buku yang lebih baru. Hal demikian terus berlangsung atas konsep jumlah buku belum dibaca lebih besar dibanding yang sudah dibaca, sesuai dengan gambaran progres bacaan dari tahun ke tahun dalam tweet kanan (akun PJ Milani). Satu tahun sudah berlangsung tetapi buku yang berkurang masih sedikit dan menyisakan tumpukan yang masih tinggi ditambah koleksi buku baru di tahun baru.

Tweet berisi meme dari akun Anagha Chandratrey juga menunjukkan mengenai kemampuan membaca seseorang adalah satu buku, tetapi tumpukan yang hendak dibaca tampak menjulang di samping tempat tidur. Meme tersebut menuliskan bahwa tempat yang seharusnya menjadi dudukan lampu digunakan untuk tempat buku. Lantas, dinyatakan tumpukan buku itu menjadi furnitur paling ambisius dari seluruh furnitur di dalam rumah. Sebagaimana uraian sebelumnya, tumpukan buku bukannya menunjukkan kegagalan dalam intelektual, tetapi sebaliknya menjadi alarm untuk senantiasa belajar sebab ada banyak pengetahuan yang belum dijelajahi. Oleh karenanya, dalam meme tersebut menggunakan kata ambisius. Fenomena tsundoku sekaligus menunjukkan ketimpangan dari kemampuan dan keinginan seseorang dalam mengeksekusi bacaan. Jika dikatakan normal yang masuk akal, membaca buku dilakukan dengan secara menyeluruh sampai habis. Satu judul diselesaikan lantas dapat berpindah ke topik lain atau judul lain. Namun, fenomena layaknya tsundoku ini 'menormalkan' atau mewajarkan perilaku di luar standar normal pada umumnya. Terjadi pergeseran pola pikir ketika disandingkan dalam studi kasus tsundoku dari yang awalnya tumpukan buku itu menambah beban saja menjadi dipandang positif dengan berbagai argumen. Dapat dinyatakan juga sebetulnya argumen tersebut adalah pengalihan karena memang pada hakikatnya menimbun sesuatu menjadi perilaku yang tidak dianjurkan. Seseorang perlu mengukur seberapa membutuhkannya bahan bacaan atau sejauh mana suatu topik perlu dieksplorasi sehingga dapat diperkirakan jumlah buku yang harus dipunyai. Situasi tersebut akan dipertimbangkan berbeda-beda antarprofesi, misalnya. Seseorang yang berprofesi sebagai mahasiswa dipertimbangkan membutuhkan jumlah buku yang relatif banyak demi kepentingan referensi atau rujukan tugas-tugas supaya analisisnya dapat lebih kompleks. Di lain sisi, ada pula penggemar fiksi pengarang tertentu, maka jumlah karya yang dikoleksi atau dibeli lebih banyak dari pengarang tersebut dibandingkan dari pengarang lainnya. Untuk satu judul, dapat dibeli berbagai variasi misalnya buku versi *hardcover*, versi biasa tetapi ada tanda tangan penulis, kemudian ada versi per-10 tahun karya eksis. Bagi seseorang atau kelompok yang termasuk dalam

tsundoku, hal demikian dinormalisasi atas landasan pemenuhan jiwa berkat terkumpulnya seri yang lengkap dari penulis favorit.



Gambar 3. Meme dari kelompok

Konten meme juga hadir dari perorangan yang disampaikan melalui kelompok, seperti akun Literary Base di media sosial X. Tweet tsundoku tersebut sudah diunggah sejak 2020 dan 2021. Kreator meme menunjukkan kreativitasnya dalam menyampaikan pesan tentang tsundoku. Mereka memanfaatkan suatu adegan untuk tujuan jenaka. Misalnya dalam meme yang lebih awal hadir, bagian kanan, buku disandingkan posisinya mirip dengan perempuan. Hubungan yang dikisahkan yakni antara laki-laki dan perempuan. Seorang laki-laki tersebut tampak telah mempunyai perempuan, tetapi ketika bertemu perempuan lain di jalan, dia tampak tertarik untuk memilikinya. Laki-laki tersebut adalah seseorang yang menimbun buku. Sudah mempunyai buku dengan jumlah banyak, tetapi saat bertemu buku baru, ketertarikan muncul untuk menjadikan buku itu menjadi miliknya. Jadi, tumpukan buku lama tidak semenarik satu buku baru saja. Meme tersebut mampu menghadirkan bahan lelucon untuk fenomena tsundoku. Ditambah, anggota-anggota pengikut akun base Literary Base itu masih menggaungkan fenomena tsundoku dengan diunggahnya kembali konten baru pada tahun berikutnya, 2021. Buku-buku lama dianalogikan dengan air dalam kolam renang. Air dalam kolam renang tentu mempunyai volume berliter-liter, tetapi bagi seseorang yang digambarkan sebagai atlet renang itu masih juga tertarik dengan sedikit air dari botol minuman kemasan. Kesadaran seakan tidak menghiraukan sang atlet mengingat air dalam kolam sudah melimpah, tetapi masih perlu air lagi. Seseorang yang menimbun atau ikut serta dalam fenomena tsundoku pun demikian, kesadarannya akan tabungan buku-buku seakan dilupakan ketika tampak buku baru atau judul baru atau jilid baru yang terbit. Bukannya menggunakan Sebagian tabungan bukunya dengan membacanya, tetapi lebih memilih untuk menambah tabungan buku barunya terlebih dahulu.

Keinginan untuk menambah buku dibandingkan membaca buku sebagaimana digambarkan dalam meme seakan menunjukkan bahwa tubuh seseorang dikendalikan oleh edaran buku-buku baru. Apalagi, keberadaan meme tampak semakin menormalisasi fenomena demikian. Apa yang terjadi seperti konsumerisme diwajarkan secara menyeluruh atau mengglobal. Jadi, semakin banyak pula pihak-pihak yang sadar bahwa tindakan mengumpulkan buku atau menimbunnya adalah wajar. Bahkan yang

sebelumnya belum mengenal menjadi kenal dan ikut terseret dalam lingkup perilaku menimbun buku lalu menunda membaca buku. Efek dari media sosial begitu terlihat misalnya ketika tweet diakses sampai sembilan ratus ribu orang lebih. Sekitar jumlah tersebut, orang-orang menaruh perhatian terhadap tsundoku. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa meme berhasil dalam menarik perhatian dan memengaruhi sistem-sistem sensorik suatu tubuh. Meme yang beredar juga ditanggapi sebagaimana mekanisme psikologis (Barker, C dan Jane, E. A, 2016: 158). Ketika berhubungan dengan keinginan untuk terus menumpuk buku, tubuh seakan keluar dari kesadaran. Secara tidak sadar, tiba-tiba saja tumpukan buku semakin tinggi. Hal demikian dapat dipertimbangkan sebagai dampak dari pengaruh adanya penyebaran konten media sosial. Di dunia maya tersebut, terjadi replikasi gagasan tsundoku dalam bentuk meme. Konten meme pun terus menerus dibuat seiring berkembangnya zaman. Sebagaimana contoh dari konten tsundoku, fenomena tersebut sudah muncul ke publik pada 2015 dan terus ditemukan variasi kontennya di tahun tahun berikutnya. Fenomena tsundoku berarti masih jaya selama waktu yang relatif lama. Perhatian dari banyak orang dapat disimpulkan masih ada dalam fenomena penimbunan buku.

Replikasi meme yang terus berlanjut utamanya melalui media sosial X memberikan pengaruh dalam kaitannya dengan tubuh yang tidak lagi hanya dikonstruksi dari hal biologis, tetapi sekaligus juga budaya (meme). Melalui meme, cara bertindak suatu tubuh dapat dipengaruhi karena sebelumnya telah banyak menyerap informasi-informasi dari konten-konten X yang diakses. Pertama, meme mampu menggeser pandangan terhadap sesuatu yang berlebihan sebagai hal yang wajar. Menimbun buku atau menumpuk buku dengan harapan penuh dapat menghabiskannya dianggap sebagai fenomena yang normal, meski pada hakikatnya sesuatu yang berlebihan sifatnya kurang positif. Kedua, kebiasaan atau gaya hidup utamanya dalam hal mengonsumsi buku, lebih khusus soal membeli buku, suatu tubuh menjadi terbiasa untuk tetap menuruti keinginannya dan hasratnya untuk menumpuk buku. Argumen yang dibangun dari mereka adalah, mereka tetap akan membacanya, tetapi kegiatan tersebut ditunda untuk waktu yang tidak dibatasi dan berpeluang tidak dibaca. Hal yang diunggulkan dalam tsundoku salah satu sisinya adalah adanya harapan untuk membaca, walaupun belum sampai realisasinya. Niat atau keinginan untuk membaca itulah yang diapresiasi dari fenomena tsundoku. Ketiga, adalah soal nilai-nilai dalam jangka panjang. Tsundoku dipercayai berkemampuan dalam menyediakan lingkungan baik bagi orang lain. Misalnya, seseorang yang hidup bersama keluarga dan mempunyai tumpukan buku dalam lemari khusus atau bahkan mempunyai perpustakaan pribadi berdampak positif bagi peningkatan literasi anggota keluarga lainnya. Dengan adanya beragam buku, orang-orang dalam ruang yang sama secara otomatis 'hidup' bersama buku. Lama kelamaan dalam jangka waktu panjang, muncul keinginan untuk membaca atau mengeksplorasi berbagai topik dalam buku. Dampak menguntungkan lainnya khususnya dari sisi anak-anak adalah tertanam prinsip terkait buku berposisi sebagai bagian dari keseharian. Jadi, anak-anak merasa akrab dengan bacaan-bacaan teks panjang sekaligus dapat meningkatkan literasi, meluaskan pengetahuan, dan semakin mengarahkan sikap anak pada kebijaksanaan sepanjang tumbuh kembang anak.

SIMPULAN

Penyebaran konten meme di media sosial X dapat menjadikan suatu pergeseran dalam perspektif fenomena tsundoku. Terjadi semacam pengecualian ketika melihat sebuah perilaku berlebihan seperti menimbun buku ini menjadi sesuatu yang dinormalisasi. Hal demikian terjadi karena persinggungan antara meme di X dengan audiens atau *body* yang secara alamiah sebagai produk biologis menjadi sekaligus produk budaya setelah terkonstruksi oleh konten meme. *Body* yang telah terpengaruh perspektifnya tersebut awalnya memandang hal yang berlebihan kurang diterima, tetapi buku yang berlebihan dinormalisasi. Kedua, kebiasaan atau gaya hidup dengan mewajarkan membeli buku lalu menumpuknya atau meninggalkannya saja dan membacanya nanti. Lantas, yang ketiga adalah pergeseran pandangan soal tsundoku yang mempunyai nilai-nilai untuk jangka panjang ketika dikaitkan dengan eksistensi tubuh lain. Seperti halnya saat hidup bersama keluarga, anggota keluarga dapat lambat laun juga ‘terpapar’ dan akrab dengan buku, hingga menaruh posisi pada buku sebagai bagian dari rutinitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Baker, C., dan Jane, E. A. (2016). *Cultural Studies: Theory and Practice 5th Edition*. London: SAGE Publications.
- Chandratrey, A. (2024). “The situation, rn. #tsundoku”. *Unggahan pada media sosial Twitter atau X*. Tautan: <https://x.com/AnaghaC/status/1866076148830278140>. Diakses pada 20 Desember 2024.
- ContentEngine LLC. (2024). “Do you suffer from tsundoku syndrome? if you have a lot of books, consider yourself infected.”. *News, CE Noticias Financieras*. Tautan: <https://www-proquest-com.ezproxy.ugm.ac.id/wire-feeds/do-you-suffer-tsundoku-syndrome-if-have-lot-books/docview/2910098284/se-2>. Diakses pada 20 Desember 2024.
- ContentEngine LLC. (2023). “Tsundoku’, the syndrome of buying books that you never end up reading”. *News, CE Noticias Financieras*. Tautan: <https://www-proquest-com.ezproxy.ugm.ac.id/wire-feeds/tsundoku-syndrome-buying-books-that-you-never-end/docview/2798942590/se-2>. Diakses pada 20 Desember 2024.
- da Col, G. (2015). “Tsundoku”. *HAU : Journal of Ethnographic Theory*, 5(2), i—iii. DOI: <https://doi.org/10.14318/hau5.2.001>.
- Dickinson, K. (2022). “The Japanese call this practice tsundoku, and it may provide lasting benefits”. Tautan: <https://bigthink.com/neuropsych/do-i-own-too-many-books/>. Diakses pada 20 Desember 2024.
- Gauld, T. (2024). “My cartoon for the @GuardianBooks autumn reading special”. *Unggahan pada media sosial Twitter atau X*. Tautan: <https://x.com/tomgauld/status/1834881830195003451>. Diakses pada 20 Desember 2024.
- HT Digital Streams Limited. (2021). “Tsundoku: Your neglected books”. *News, The Financial Express*. Tautan: <https://www-proquest-com.ezproxy.ugm.ac.id/newspapers/tsundoku-your-neglected-books/docview/2569001712/se-2>. Diakses pada 20 Desember 2024.

- Literary Base. (2023). “/lt di tengah gempuran banyak diskon buku, apa kalian sudah menjadi seorang "tsundoku"? ● - cr: tirto”. *Unggahan pada media sosial Twitter atau X*. Tautan: <https://x.com/literarybase/status/1616059861451800576>. Diakses pada 20 Desember 2024.
- Literary Base.. (2021). “/lt Good Afternoon, Tsundoku”. *Unggahan pada media sosial Twitter atau X*. Tautan: <https://x.com/literarybase/status/1460556665858584576>. Diakses pada 20 Desember 2024.
- Literary Base.. (2021). “/LT sudah sejauh mana ibadah Tsundoku di jalan tahun ini? ½”. *Unggahan pada media sosial Twitter atau X*. Tautan: <https://x.com/literarybase/status/1346804934692376576>. Diakses pada 20 Desember 2024.
- Literary Base. (2020). “/LT Anggota Persatuan Tsundoku Sejagad, angkat tangan kalian. ● ”. *Unggahan pada media sosial Twitter atau X*. Tautan: <https://x.com/literarybase/status/1284491905791754240>. Diakses pada 20 Desember 2024.
- Najib, A. (2024). “Techbro perlu belajar ilmu sosial, bongkar buku dari lemari tsundoku”. *Unggahan pada media sosial Twitter atau X*. Tautan: <https://x.com/ainunnajib/status/1840253048792514589>. Diakses pada 20 Desember 2024.
- PJ Milani. (2024). “Tsundoku (積ん読) The practice of buying books but not reading them”. *Unggahan pada media sosial Twitter atau X*. Tautan: <https://x.com/milanicreative/status/1869155616968851799>. Diakses pada 20 Desember 2024.
- Popova, M. (2015). “Umberto Eco’s Antilibrary: Why Unread Books Are More Valuable to Our Lives than Read Ones”. <https://www.themarginalian.org/2015/03/24/umberto-eco-antilibrary/>. Diakses pada 20 Desember 2024.
- Warner, J. (2018). “The pleasure of tsundoku: Having too many books and not enough time”. *TCA Regional News*. Tautan: <https://www-proquest-com.ezproxy.ugm.ac.id/wire-feeds/pleasure-tsundoku-having-too-many-books-not/docview/2019541044/se-2>. Diakses pada 20 Desember 2024.
- The value of tsundoku. (2023). *Dental Abstracts*, 68(5), 379—379. DOI:10.1016/j.denabs.2023.08.044.