

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Anime merupakan bentuk media yang berasal dari negara Jepang. Dalam anime, mempunyai ciri khas pada visualnya, seperti karakter yang digambarkan dengan mata besar, ekspresif, serta menggunakan warna cerah dan kontras. *Anime* memulai perkembangannya pada awal abad ke-20. Di tahun 1917, Katsudo Shasin merupakan animasi pertama yang diproduksi oleh pengusaha yang bernama Kitayama Seitaro di negara Jepang. Lalu pada tahun 1930-an, terdapat beberapa studio animasi yang telah memulai produksi film animasi yang mempunyai Teknik animasi dengan menggunakan kertas transparan. *Anime* semakin menjadi populer pada tahun 1960, terutama pada kalangan anak-anak remaja, *anime* yang sedang ramai pada waktu itu adalah Astro Boy yang diproduksi oleh Osamu Tezuka. *Anime* ini menjadi pengawal bagi banyak *anime* yang sedang berkembang di Jepang maupun di dunia (Connx.id, 2023).

Tahun 1980-an, kepopuleran *anime* sudah mulai mendunia. Terdapat beberapa *anime* yang terkenal pada waktu itu, seperti Dragon Ball, Akira, dan Sailor Moon. Anime yang sangat populer di negara Amerika Serikat dan Eropa pada waktu itu seperti Pokemon dan Digimon, terutama di kalangan anak-anak. Dampak dan pengaruh yang terjadi pada *anime* tidak hanya dari tontonan sebagai hiburan saja, melainkan juga memberikan pengaruh terhadap budaya populer. Beberapa *anime* juga banyak diadaptasi menjadi video game serta merchandise. Di masa sekarang, Telah banyak judul-judul *anime* yang digemari oleh para penggemar

*anime* di seluruh dunia. Judul-judul *anime* ini juga mendapatkan apresiasi dari *Anime Award* yang diadakan oleh Crunchyroll. Crunchyroll merupakan website resmi streaming anime serta situs berita terbaru seputar *anime*. Pada nominasi *Anime Of The Year* dimenangkan oleh *anime* yang berjudul *Cyberpunk: Edgerunners*. Anime ini merupakan adaptasi dari sebuah video game yang berjudul *Cyberpunk 2077*. Game tersebut memang sangat populer dikalangan para gamers, yang mungkin membuat Netflix tertarik untuk mengadaptsinya menjadi sebuah series *anime*. Lalu untuk nominasi Best Animation dimenangkan oleh *Demon Slayer: Kimetsu no Yaiba Entertainment District Arc* (Crunchyroll.com, 2023). *Anime* tersebut memang merupakan *anime* yang setiap seasonnya selalu ditunggu-tunggu, karena dari visual animasi yang ada pada *anime* Demon Slayer memiliki ciri khas tersendiri yang membuat beda dari anime lainnya. Tidak hanya dari segi visual saja, Demon Slayer memiliki plot cerita yang unik dan menarik untuk diikuti. *Anime* Demon Slayer ini bisa dibilang juga merupakan titik awal dari perkembangan visual animasi yang lebih modern di masa sekarang, setelah masa-masa *anime* seperti *Naruto*, *HunterxHunter*, *Gintama*, *Bleach* dan lain-lainnya. *Anime* bukan hanya sekedar hiburan, dalam cerita *anime* mampu memberikan inspirasi kepada masyarakat dalam sudut pandang budaya maupun alur cerita, banyak sekali *anime* yang di dalamnya mengandul nilai moral dan perilaku yang dapat dijadikan contoh untuk kehidupan sehari-hari. Pada setiap tema *anime* yang ada memiliki suatu tema unik yang memberikan kesan tersendiri terhadap para penggemar. Banyak orang-orang yang menjadikan *anime* sebagai pelarian oleh penggemar ketika sedang terdapat masalah pada kehidupannya.



*Gambar 1.1 Anime Award Crunchyroll*

<https://www.crunchyroll.com/animeawards/>

Di dalam setiap anime, terdapat hubungan yang berkaitan terhadap manusia seperti pada umumnya, contohnya seperti persahabatan, kebaikan, keburukan, kerja keras, cinta kasih, serta cita-cita seseorang untuk mencapai cita-cita. Tokoh karakter pada setiap *anime* juga memiliki karakteristik tersendiri seperti memiliki sifat baik dan sifat buruk, serta memiliki kelebihan dan kekurangannya. Dampak dan pengaruh dari karakteristik setiap tokoh karakter inilah yang dapat memicu keterkaitan pada penonton terhadap kehidupan sehari-harinya. Dari hal-hal tersebut membuat *anime* menjadi budaya populer hingga saat ini di negara Jepang dan menyebar keseluruh dunia. Budaya populer hadir melalui kegiatan masyarakat sehari-hari. Budaya ini meliputi dari gaya berpakaian, olahraga, masakan, hingga

hiburan. Budaya populer juga dapat diartikan juga sebagai produk masyarakat yang melakukan pemaknaan dan hasil dari kebudayaan ini diperlihatkan dalam skala besar, melalui bantuan teknologi distribusi, produksi agar mudah dijangkau oleh masyarakat (Heryanto, 2012). Perkembangan anime juga semakin terlihat pada munculnya berbagai macam genre dan juga visual animasi dari berbagai macam judul anime. Tahun 1990 merupakan tahun dimana mulai masuknya berbagai macam judul anime di Indonesia, seperti Dragon Ball, One Piece, Naruto, dari judul tersebut merupakan anime yang bertemakan *shounen*, yang merupakan istilah lain dari kata *action*, tentunya di dalam anime tersebut mengandung adegan kekerasan seperti perkelahian dan lain sebagainya, dan juga visual yang memperlihatkan animasi darah dan luka-luka, akan tetapi pada masa itu visual animasi darah atau luka-luka masih dapat dikatakan sedikit daripada anime pada masa sekarang seperti Demon Slayer, Jujutsu Kaisen, Chainsaw Man, yang memiliki visual animasi darah dan luka-luka yang cukup realistis, serta terdapat beberapa adegan dewasa. Hal tersebut membuat beberapa penonton anime memiliki pandangan bahwa dengan berkembangnya anime saat ini membuat tontonan anime kurang layak untuk ditonton oleh anak-anak dibawah umur atau diperlukannya rating usia yang tepat pada setiap judul anime.

Perkembangan anime secara global dapat dilihat dari antusiasme masyarakat serta euphoria terhadap anime apa saja yang akan rilis setiap tahunnya. Hal ini dapat diartikan bahwa seluruh masyarakat di dunia dapat menerima salah satu produk budaya populer Jepang. Dapat dibuktikan juga melalui banyaknya acara festival *anime* yang ada di beberapa negara, salah satunya yaitu acara *Anime Expo* yang ada

di California, Amerika Serikat. Acara ini diselenggarakan setiap satu tahun sekali dan berlangsung selama 4 hari. Berdasarkan artikel Japan Web Magazine, Acara tersebut merupakan festival *anime* terbesar di Amerika Serikat yang kurang lebih sebanyak 100.000 lebih pengunjung dalam empat tahun terakhir, kecuali pada waktu tahun 2020 dan 2021 yang diadakan secara online, dikarenakan penyebaran COVID-19 (JW-WebMagazine.com, Yusuke-s, 2022). Di dalam *Anime Expo* juga terdapat pameran cosplay, karaoke, hingga video musik *anime*. Festival *anime* biasa juga dijadikan sarana sebagai pengumuman atau promosi untuk judul-judul *anime* yang akan rilis setiap tahunnya, dan pengumuman serta promosi tersebut merupakan yang ditunggu-tunggu setiap tahunnya oleh para penggemar anime. Festival yang bertemakan Jepang pada umumnya hanya dianggap sebelah mata oleh orang-orang, komunitas anime pun juga dianggap sebagai sesuatu yang aneh di beberapa orang, akan tetapi dengan perkembangan anime melalui banyaknya genre dan dibantunya dengan media massa terutama media sosial, serta penggemar anime yang saat ini semakin banyak, membuat festival yang bertemakan Jepang juga semakin banyak di berbagai negara dan dianggap sesuatu yang ditunggu-tunggu oleh para penggemar anime. Budaya populer anime tidak hanya digemari melalui sisi festivalnya saja, melainkan juga dapat dinikmati dari mainan Hot Toys atau yang biasa disebut action figure. Action figure anime memang banyak sekali diminati oleh seluruh masyarakat dunia, tidak hanya untuk memberikan kepuasan tersendiri, tapi juga dapat sebagai tempat untuk berbisnis, karena harga dan juga value yang dimiliki dari setiap action figure sangat tinggi, semakin langka action figure tersebut, maka semakin mahal juga harganya.

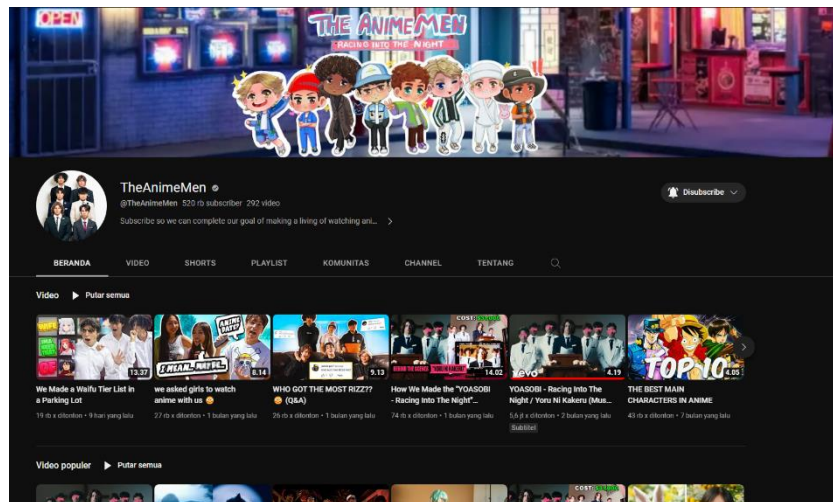


Gambar 1. 2 Acara Anime Expo.

<https://legionofsand.com/2018/07/09/anime-expo-2018-gallery/>

Budaya populer *anime* juga tersebar melalui media sosial, terdapat beberapa nama *content creator* video yang benar-benar sangat menggemari budaya populer *anime*, salah satunya adalah *TheAnimeMen*, yang terdiri dari enam anak muda yang berasal dari Amerika Serikat yang gemar membuat konten video tentang *anime* dan juga hal-hal yang berbau Jepang, yang dapat ditonton melalui media sosial Instagram dan juga Youtube. Genre konten *TheAnimeMen* untuk di Instagram Reels adalah video sketsa komedi dan parodi berdurasi 15 detik tentang *anime* yang sedang populer dan relate dengan para penggemar *anime* lainnya, serta postingan foto-foto mereka yang sedang memparodikan tokoh karakter pada setiap *anime*. Pada konten di media sosial Youtube, *TheAnimeMen* juga membuat konten vlog tentang rekomendasi judul *anime* yang wajib ditonton, top karakter utama *anime* terbaik, official soundtrack *anime* terbaik, hingga video sketsa komedi yang berdurasi 2-5 menit. Salah satu konten *The AnimeMen* yang paling banyak ditonton adalah konten musik video *anime Beastars*, yang ditonton 3,3 juta penonton dalam kurun waktu 9 bulan (Youtube.com/*TheAnimeMen*). Musik intro pada *anime* yang

biasanya terdapat pada awalan untuk pembuka *anime*, banyak digemari juga oleh para penggemar *anime*. Banyak sekali lagu-lagu terkenal karena dijadikan official soundtrack opening untuk *anime*.



*Gambar 1. 3 Channel Youtube TheAnimeMen.*

*<https://www.youtube.com/@TheAnimeMen>*

Perkembangan anime di berbagai negara di dunia, tidak kalah besarnya di negara Indonesia. Sudah lama anime masuk ke negara Indonesia melalui stasiun televisi. Terdapat puluhan judul anime yang telah ditayangkan oleh beberapa stasiun televisi Indonesia, seperti Naruto, Doraemon, dan membuat masyarakat Indonesia langsung tertarik dan menjadi populer di Indonesia, akan tetapi serial anime pada stasiun televisi Indonesia sudah sangat jarang kita temui akhir-akhir ini, dikarenakan KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) memberikan teguran terhadap beberapa tayangan anime karena dianggap tidak baik untuk anak-anak, seperti unsur tindak kekerasan dan pornografi (Nugroho & Hendrarastomo, 2017). Walaupun sudah sangat jarang ditemui pada siaran stasiun televisi Indonesia, tetap

membuat anime menjadi semakin populer. Dengan banyaknya situs website yang memberikan informasi dan berbagai macam konten anime. Terdapat istilah tersendiri di negara Indonesia untuk seseorang yang menggemari budaya Jepang yaitu, "wibu" yang merupakan kata yang berasal dari bahasa Inggris yaitu, "Weeaboo". Weeaboo mengacu pada orang-orang non-Jepang yang memiliki ketergantungan berlebihan pada budaya Jepang, termasuk anime, manga, bahasa, dan seolah-olah mereka adalah orang Jepang dan hidup di Jepang. Awalnya, istilah "weeaboo" muncul dalam komik Perry Bible Fellowship karya Nicholas Gurewitch tanpa memiliki makna khusus. Pada pertengahan tahun 2000-an, istilah ini mulai digunakan di forum 4chan sebagai pengganti istilah "wapanese" atau "*wanna be Japanese*", sebagai istilah untuk orang-orang yang terobsesi dengan segala hal yang berhubungan dengan Jepang.

Seiring berjalannya waktu, yang diawali dengan tayangan anime melalui stasiun siaran televisi Indonesia. Menyebabkan masyarakat semakin antusias dan menerima *anime* sebagai budaya populer, hingga membuat acara festival Jepang tidak hanya populer di luar negeri saja, melainkan di Indonesia sendiri juga terdapat banyak acara festival Jepang yang besar dan populer, terutama di kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Yogyakarta, dan beberapa kota lainnya. Salah satu acara festival Jepang yang populer yaitu JJM (Jak-Japan Matsuri), pertama kali diadakan pada tahun 2009 di Jakarta. Melalui situs website resmi Jak-Japan Matsuri, acara tersebut merupakan bentuk persahabatan antar negara Indonesia dan Jepang. Terdapat banyak pameran serta penampilan tentang budaya populer hingga budaya tradisional Jepang (JakJapanMatsuri.id, 2023). Dampak dari banyaknya festival



Jepang di berbagai kota, menyebabkan semakin banyaknya komunitas anime terbentuk salah satunya di kota Surabaya, yaitu Komunitas Cosplay Surabaya atau yang biasa disebut Cosura yang merupakan komunitas penggemar anime dan cosplay terbesar di kota Surabaya. Cosura memiliki kurang lebih 150 anggota, yang berasal dari berbagai kalangan pelajar, mahasiswa hingga pekerja. Kegiatan yang biasa dilakukan oleh komunitas anime adalah gathering sebagai wadah berbagi informasi dan juga menambah teman baru. Negara Indonesia

Anime telah menjadi fenomena global yang semakin populer di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk memahami motivasi, preferensi, dan faktor-faktor yang mempengaruhi minat seseorang terhadap anime. Dalam hal ini persepsi suatu individu terbentuk pada saat menonton dan menikmati tayangan anime. Wibu yang merupakan istilah kata atau sebutan untuk seseorang yang menyukai budaya Jepang. Melalui uraian yang telah dijelaskan diatas, peneliti tertarik untuk menganalisis persepsi wibu tentang perkembangan di Indonesia. Dengan melakukan analisis persepsi wibu tentang perkembangan anime di Indonesia, penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana pesan-pesan disampaikan, bagaimana identifikasi penggemar terbentuk, dan peran media dalam memfasilitasi komunitas penggemar.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang terdapat pada uraian diatas, maka rumusan dalam penelitian ini adalah, bagaimana persepsi wibu tentang perkembangan anime di Indonesia?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan Rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi wibu tentang perkembangan anime di Indonesia.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat secara teoritis pada penelitian ini, dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman terkait persepsi masyarakat Indonesia tentang perkembangan anime di Indonesia. Sehingga kelak penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi dalam meneliti terkait persepsi wibu tentang perkembangan anime di Indonesia.

Manfaat secara praktis pada Penelitian ini, dapat memberikan kajian tentang ilmu komunikasi dan mampu menambah wawasan tentang perkembangan anime di Indonesia.