

***Anime* dalam Kajian Antropologi:
Pemahaman Penggemar Terhadap Nilai-Nilai Budaya Jepang dalam
Anime One Piece di Kota Makassar**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan Gelar

Sarjana Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Hasanuddin

Oleh:

MUH. NUR RAHMAT YASIM

E071181015

**DEPARTEMEN ANTROPOLOGI SOSIAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN**

2022

HALAMAN JUDUL

***Anime* dalam Kajian Antropologi:
Pemahaman Penggemar Terhadap Nilai-Nilai Budaya Jepang dalam
Anime One Piece di Kota Makassar**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan Gelar
Sarjana Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin**

Oleh:

MUH. NUR RAHMAT YASIM

E071181015

**DEPARTEMEN ANTROPOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022**

LEMBAR PENGESAHAN

Anime dalam Kajian Antropologi:

Pemahaman Penggemar Terhadap Nilai-Nilai Budaya Jepang dalam
Anime One Piece di Kota Makassar

Disusun dan diajukan oleh

Muh. Nur Rahmat Yasim

E071181015

Telah dipertahankan dihadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam Penyelesaian Studi Program Sarjana Departemen Antropologi Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin Pada Tanggal 22 November 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui:

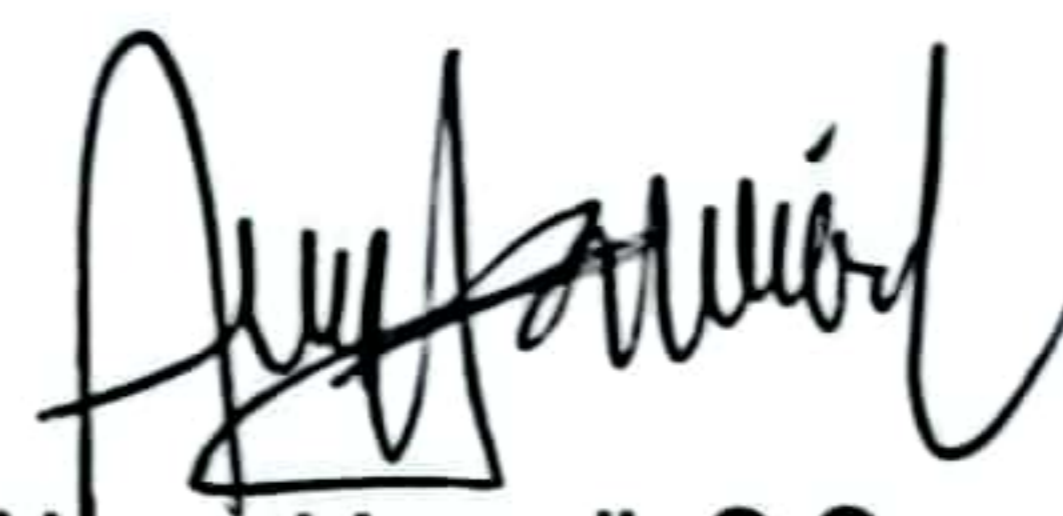
Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping



Prof. Dr. Pawennari Hijang, M.A.

NIP 19591231 198609 1 002



Ahmad Ismail, S.Sos., M.Si.

NIK: 19870620 202107 3 001

Ketua Departemen Antropologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin



Dr. Yahya, MA

NIP 19621231 200012 1001

HALAMAN PENERIMAAN

Telah diterima oleh Panitia Ujian Skripsi Departemen Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin, di Makassar pada hari Rabu, 22 November 2022 dan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1).

Panitia Ujian

Ketua : Prof. Dr. Pawennari Hijang, M.A.
NIP 19591231 198609 1 002

()

Sekretaris : Ahmad Ismail, S.Sos., M.Si.
NIK: 19870620 202107 3 001

()

Anggota : 1. Prof. Dr. Munsi Lampe, M.A.
NIP 19561227 198612 1 001

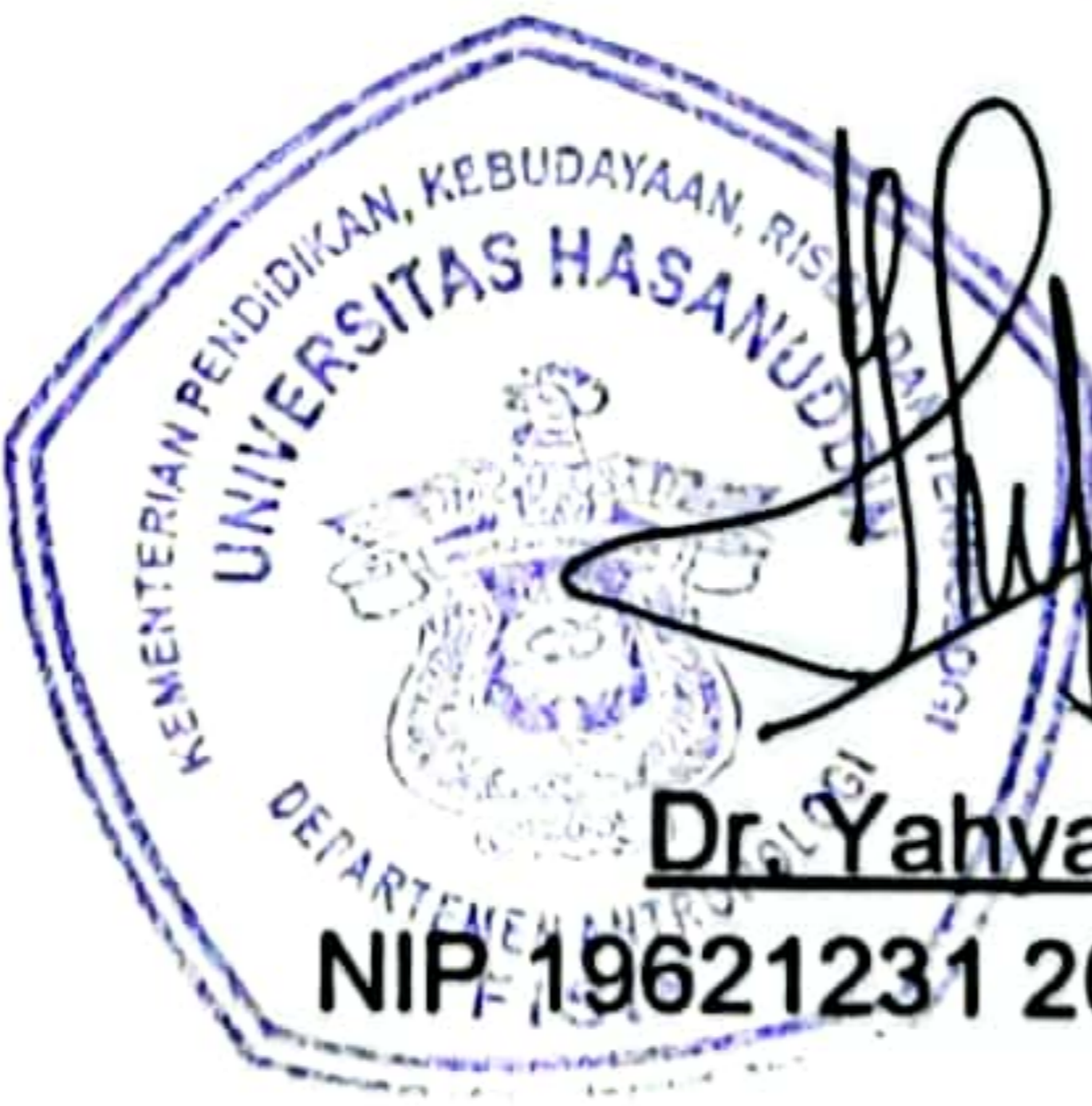
()

2. Dr. Safriadi, SIP., M.Si.
NIP 19740605 200812 1 001

()

Mengetahui,

Ketua Departemen Antropologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin



Dr. Yahya, MA
NIP 19621231 200012 1 001

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muh. Nur Rahmat Yasim

NIM : E071181015

Program Studi : Antropologi Sosial

Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul

***Anime* dalam Kajian Antropologi: Pemahaman Penggemar Terhadap Nilai-Nilai Budaya Jepang dalam *Anime One Piece* di Kota Makassar**

Adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambilan alihan tulisan orang lain bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 22 November 2022


METERAI TEMPEL
C088FAKX112885719
Muh. Nur Rahmat Yasim

KATA PENGANTAR

Pada bagian kata pengantar ini mungkin akan dilewati oleh setiap orang. Namun sejatinya, bagian ini merupakan pintu yang membuka sebuah karya tulis. Bagian ini menjadi sebuah tempat untuk menyambut para tamu atau pembaca tulisan ini sebelum lebih dalam masuk ke inti dari sebuah karya tulis yang sudah disusun sedemikian rupa.

Puji syukur tak henti-hentinya saya panjatkan kepada sang pencipta dan kelak yang menghancurkan alam semesta beserta isinya yaitu sang khalik Allah SWT. Atas nikmat kesehatan, nikmat iman, nikmat islam dan nikmat pengetahuan-nya lah skripsi saya yang berjudul **Anime dalam Kajian Antropologi: Pemahaman Penggemar Terhadap Nilai-Nilai Budaya Jepang dalam Anime One Piece** bisa selesai dengan penuh lika-liku dan kejutan.

Sejak saya diterima sebagai mahasiswa antropologi pada tahun 2018, hari-hari yang penuh dengan dinamika serta keindahan tersebut akan segera saya akhiri demi melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi lagi sebagai seseorang yang bisa di banggakan oleh keluarga, teman-teman, guru saya dan yang telah mendukung saya selama saya menempuh masa studi di Departemen Antropologi. kata pengantar ini akan menjadi tempat untuk mengucapkan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi selama saya hidup, berjuang, dan melalui proses pendidikan. Oleh karena itu dengan penuh rasa hormat dan kerendahan hati, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc. selaku Rektor Universitas Hasanuddin, beserta jajarannya dan kepada Ibu Prof. Dr. Dwia Aries Tina Palubuhu, M.A., selaku Rektor sebelumnya yang pada saat itu beliau masih menjabat saat saya masuk menjadi mahasiswa di Universitas Hasanuddin, yang selama ini telah membantu kami di Departemen Antropologi dalam berbagai kegiatan.
2. Bapak Dr. Phil. Sukri, M.Si. selaku Dekan FISIP UNHAS beserta jajarannya dan kepada Prof. Dr. Armin Arsyad, M.Si. selaku Dekan sebelumnya yang sempat saya dapat masa jabatannya selama empat tahun belakangan ini. Pihak Dekanat dan staff Fakultas tentunya juga telah banyak membantu kelancaran berbagai urusan saya.
3. Bapak Dr. Yahya, M.A., dan kakanda Muh. Neil, S.Sos., M.Si., selaku ketua dan sekretaris Departemen Antropologi dan kepada Alm. Prof. Dr. Supriadi Hamdat, M.A., selaku ketua Departemen Antropologi sebelumnya yang sempat menjabat selama saya menjadi mahasiswa. Mereka adalah pimpinan sekaligus orangtua saya yang perhatian pada mahasiswanya.
4. Bapak Prof. Dr. H. Pawennari Hijjang, M.A. selaku pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktu dan ilmu selama konsultasi di

tengah kesibukannya demi kelancaran skripsi saya, juga kepada kakanda Ahmad Ismail S.Sos., M.Si. yang memberikan banyak pengetahuan dan pengalamannya kepada saya untuk kelancaran menyusun skripsi ini.

5. Guru-guru sekaligus orang tua, serta kakak-kakak saya di Departemen Antropologi: Ibu Prof. Nurul Ilmi Idrus, Ph.D, Alm.Bapak Prof. Yamin Sani, Bapak Prof. Dr. Mungsi Lampe, MA, Bapak Prof. Dr. Supriadi Hamdat, M.A, Bapak Prof. Dr. H. Hamka Naping, MA, Bapak Prof. Dr. Mahmud Tang, MA, Bapak Dr. Muhammad Basir, MA, Bapak Prof. Dr. Ansar Arifin, MS, Bapak Dr. Yahya, MA, Bapak Dr. Safriadi, S.I.P.,M.Si., Bapak Dr. Tasrifin Tahara, M.Si, Ibu Dra. Nurhadelia Fadeli Luran, M.Si, kakanda Muhammad Neil, S.Sos.,M.Si, kakanda Hardiyanti Mungsi, S.Sos,M.Si, kakanda Icha Musywirah Hamka, S.Sos.,M.Si, dan kakanda Jaya Suryana Kembara, S.Sos, M.Si Ilmu kalian tidak bisa saya tampung semua saking banyaknya.
6. Senior sekaligus kakak-kakak saya di jurusan Antropologi: Kanda Varis, Kanda Hafes, Kanda Ucu, Kanda Amil, Kanda Ramma, Kanda Bob, Kanda Mudz, Kanda Masli, Kanda Ardan, Kanda Budi, Kanda Diman, Kanda Ardi, Kanda Ramli, Kanda Muhriz, Kanda Akram, Kanda Fuad, Kanda Shiddiq, Kanda Randa dan kanda-kanda lain yang tidak sempat saya sebut namanya. Ilmu-ilmu kalian luar biasa.
7. Teman angkatan saya yang telah menjadi orang terpercaya, orang terkasih, serta penyemangat saya selama mengemban pendidikan

di Departemen Antropologi: Adriel, Asni, Ayub, Cici, Waida, Linda, Dhea, Irma, Fernanda, Mita, Dwi, Ones, Wiz, Rifal, Panji, Rambas, Nia, Tuti, Tenri, Tesa, Ria, Tio, Vina, Yayu, Yudis, Ita, Lula, Karla, Astry, Lea, Abi, Heriandri, Nuge, Cici, Bella, Rahma, Riko, Ifa, Anto, Utta, Sakinah, Nadya, Jihan, Judith, Fajrul, Hikma, Melika, Jay, dan B.J. Daud.

8. Junior dari berbagai angkatan yang telah menjadi adik saya di Antropologi, Barong 19, Mapalus 20, Olympus 21, yang punya semangat tak terbendung untuk belajar.
9. Staf jurusan dan fakultas yang selalu saja berbaik hati dalam segala urusan: Pak Idris, Pak Yunus, Ibu Anni, Kak Ija, Pak Ancu, dan staf lain yang tidak sempat saya tulis namanya.
10. Seluruh Informan yang telah meluangkan waktunya untuk diwawancarai demi kelancaran Skripsi saya.
11. Teman angkatan saya selama mengemban pendidikan di SMA Islam Athirah Bukit Baruga (Gatrevern 18).
12. Teman-teman perkumpulan saya sejak SMA hingga sekarang yaitu Agung, Adit, Rian, Rivaldy, Fadhil, Yudhi, Sahrul, Dedy, Izul, Wildan, Rasul, dan Inyol.
13. Tim Penelitian Bombana yang telah memberikan saya pengalaman selama disana, terkhusus kepada kakanda Batara yang memberikan banyak pengetahuannya kepada saya.
14. Teman-teman KKN Kabupaten Soppeng dan orang-orang yang telah membantu kami selama melaksanakan kegiatan tersebut.

15. Sepupu saya Muthia Utami Saputri, S.Tr.Par., Muthmainnah Muradi, Ponakan saya Andi Purnamawati Syahrir, S.S. dan Sahabat saya Ainul Fadhilah Puji Islami yang selalu menjadi penyemangat serta penolong saya melalui berbagai rintangan dalam kehidupan.
16. Kepada tenaga pengajar POLTEKPAR MAKASSAR yang selalu memberikan saya wejangan untuk menjalankan pendidikan saya, terkhusus kepada Pak Darwis, Pak Rusdi, Pak Amirullah dan masih banyak lagi yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu-persatu.
17. Perempuan yang selalu menjadi semangat saya, perempuan yang selalu menemani dalam keadaan suka maupun duka dan Perempuan yang berusaha untuk menjadi lebih baik setiap harinya. Tentu saja dia adalah Millah Ananda Yunita.
18. Sebagai sebuah penutup ucapan terima kasih yang indah, saya ingin berterima kasih kepada orang tua saya yang telah membesarkan saya sebagai anak satu-satunya, yaitu Ayahanda Dr. H. Muh. Yahya Akil, M.Pd., CHE. dan Ibunda Dra. Andi Simpurusiah Amin, tak lupa dengan keluarga besar saya dari Bone kakek H. Muh. Akil dan nenek Hj. Sitti Naidah, Om saya Alm. Prof. Dr. H. Mansur Akil, M.Pd., Dr. Syahrir Akil, S.Pt., Ir. H. Wahyudin Akil, Amir Hamzah Akil, Tante saya Nurhadiah Akil, Sitti Rohani Akil, Almh. Nurhayati Akil, Sitti Paridah Akil. Kemudian keluarga besar saya di Takalala kab.Soppeng, kakek saya Alm. Andi Muh. Amin dan nenek Almh. Andi Jugara Petta Indo, Om saya Alm. Andi Beddu, Alm. Andi Radi, Alm. Andi Husain, Alm. Andi Sulaiman, Tante saya Almh. Andi Salma

, Almh. Andi Hatijah, Andi Rohani, Andi Nurhayati, Andi Tantra dan anggota keluarga lain yang jumlahnya ratusan tidak mungkin saya sebutkan satu-persatu. Sangat senang bisa hidup dalam keluarga besar yang luar biasa ini.

Mungkin demikian ucapan terima kasih yang lumayan panjang ini. saya berpikir bahwa inilah satu-satunya kesempatan untuk mengabadikan rasa terima kasih saya kepada semua pihak yang terlibat selama ini dalam kehidupan saya. Mohon dimaklumi jika bagian ini menyita banyak halaman. Semoga Skripsi ini bermanfaat bagi segala pihak yang membutuhkan referensi ilmiah dan bernilai ibadah di sisi Allah SWT. Selamat untuk penulis.

Makassar, Agustus 2022

Penulis

Muh. Nur Rahmat Yasim

ABSTRAK

Muh.Nur Rahmat Yasim (E071181015) Departemen Antropologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, dengan judul “*Anime* dalam Kajian Antropologi: Pemahaman Penggemar Terhadap Nilai-Nilai Budaya Jepang dalam *Anime One Piece*” (dibawah bimbingan Prof. Dr. H. Pawennari Hijjang, M.A. sebagai pembimbing I, dan Ahmad Ismail, S.Sos.,M.Si. sebagai pembimbing II) Penelitian ini membahas tentang pemahaman penggemar terhadap nilai-nilai budaya Jepang dalam *anime* One Piece. Nilai budaya tersebut terdiri dari nilai budaya Jepang yang terkait dengan harmoni, ketulusan, perasaan sukarela, hutang budi, kewajiban seseorang, dan perasaan alami yang menganggap orang lain selayaknya keluarga. Penelitian ini dilaksanakan di Kota Makassar menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi dan wawancara mendalam (*in-depth interview*). Informan penelitian berjumlah 11 orang berusia 22 sampai 26 tahun yang berasal dari berbagai kampus negeri dan swasta di Kota Makassar. Hasil penelitian ini menemukan bahwa pemahaman penggemar terkait dengan enam nilai budaya Jepang tersebut, sampai pada penggemar menjelaskan sebuah cuplikan yang terdapat pada alur cerita dari *anime* One Piece, kemudian memberikan penjelasan mengenai nilai-nilai budaya Jepang yang mereka anggap sesuai dengan alur cerita yang sudah mereka saksikan. Adapun penggemar *anime* One Piece menjadikan nilai-nilai tersebut sebuah motivasi dalam menjalani kehidupan mereka sehari-hari. Penelitian ini juga menampilkan corak-corak maritim yang terdapat dalam *anime* One Piece

Kata Kunci : Anime, One Piece, Penggemar, Nilai Budaya

ABSTRACT

Muh. Nur Rahmat Yasim (E071181015) Department of Anthropology, Faculty of Social and Political Sciences, Hasanuddin University, with the title "Anime in Anthropological Studies: Fans' Understanding of Japanese Cultural Values in Anime One Piece" (under the guidance of Prof. Dr. H. Pawennari Hijjang, M.A. as supervisor I, and Ahmad Ismail, S.Sos., M.Si. as supervisor II)

This study discusses fans' understanding of Japanese cultural values in *Anime One Piece*, these cultural values consist of Japanese cultural values related to harmony, sincerity, volunteerism, debt of gratitude, one's obligations, and natural feelings that consider others as family. This research was conducted in Makassar City using a qualitative approach with data collection techniques in the form of observation and in-depth interviews. Informants in this study amounted to 11 people aged 22 to 26 years from various public and private campuses in Makassar City. The results of this study are in the form of Japanese cultural values that have been described by the researcher then the researcher also found that the fans' understanding of the six Japanese cultural values came to the fans explaining a snippet contained in the storyline of the *One Piece* anime and then providing an explanation of the values. Japanese cultural values that they consider to be in accordance with the storylines they have witnessed. As for the informants or fans of the *One Piece* anime, these values become a motivation in living their daily lives. Furthermore, this study also shows the maritime patterns found in the *One Piece* anime.

Keywords: *Anime*, *One Piece*, Fans, Cultural Values

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Pertanyaan Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. <i>Anime One Piece</i> dan <i>Otaku</i>	8
B. Fanatisme dan Nilai Budaya	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	26
B. Lokasi Penelitian	26
C. Teknik Penentuan Informan.....	27
D. Karakteristik Informan.....	27
E. Teknik Pengumpulan Data	29
1. Observasi	29
2. Wawancara Mendalam	29
F. Teknik Analisis Data	30
G. Etika Penelitian.....	31
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	32
A. Sejarah Kota Makassar	32
B. Kondisi Geografis	33
C. Kondisi Demografi	35
D. Sejarah Penayangan Anime One Piece.....	36
E. Profil Komunitas One Piece Makassar	40

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Nilai-nilai Budaya Jepang Yang Terdapat dalam Anime One Piece	42
1. <i>Wa</i>	43
2. <i>Amae</i>	46
3. <i>Omoiyari</i>	51
4. <i>On</i>	54
5. <i>Giri</i>	57
6. <i>Ninjou</i>	60
B. Pemahaman Nilai-nilai budaya Jepang dalam Anime One Piece	63
1. Pemahaman terhadap nilai budaya <i>Wa</i>	63
2. Pemahaman Penggemar terhadap nilai budaya <i>Amae</i>	66
3. Pemahaman Penggemar terhadap nilai budaya <i>Omoiyari</i>	69
4. Pemahaman Penggemar terhadap nilai budaya <i>On</i>	72
5. Pemahaman Penggemar terhadap nilai budaya <i>Giri</i>	75
6. Pemahaman Penggemar terhadap nilai budaya <i>Ninjou</i>	78
C. Corak-Corak Maritim Yang Terdapat dalam Anime One Piece.....	80
1. Organisasi kerja dalam kapal	80
2. Bentuk dan Struktur Kapal Bajak Laut Topi Jerami.....	87
3. Pembagian Wilayah Kekuasaan laut dalam Anime One Piece	104
BAB VI PENUTUP.....	124
A. Kesimpulan.....	124
B. Saran	126
DAFTAR PUSTAKA.....	127
LAMPIRAN-LAMPIRAN	131

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Informan Penelitian	28
Tabel 2. Jumlah Penduduk Kota Makassar Berdasarkan Kecamatan.....	36
Tabel 3. Struktur Angkatan Laut.....	109
Tabel 4. Anggota Shicibukai.....	119
Tabel 5. Struktur Pemerintah Dunia.....	123

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Komunitas One Piece Makassar	41
Gambar 2. Luffy Melawan Crocodile	45
Gambar 3. Luffy Saat Kematian Ace.....	48
Gambar 4. Luffy Bersama Kakeknya Garp.....	49
Gambar 5. Luffy dan Otama.....	50
Gambar 6. Boa Hancock saat Membantu Luffy	52
Gambar 7. Rayliegh Bersama Muridnya Luffy	53
Gambar 8. Sanji Bersama Zeff	56
Gambar 9. Luffy Saat Menolong Nami	59
Gambar 10. Nojiko dan Nami.....	61
Gambar 11. Franky dan Iceberg.....	62
Gambar 12. Kapal Thousand Sunny	87
Gambar 13. Lantai 3 Kapal.....	89
Gambar 14. Lantai 2 Kapal.....	90
Gambar 15. Lantai 1 Kapal.....	91
Gambar 16. Bagian Dock Kapal.....	92
Gambar 17. Kepala, Kemudi, dan Jangkar.....	93
Gambar 18. Kamar	95
Gambar 19. Aquarium dan Bar	96
Gambar 20. Dapur Ruang Makan dan Ruang Kesehatan	97
Gambar 21. Perpustakaan, Ruang Kerja, dan Kamar Mandi	99
Gambar 22. Menara Pengintai dan Ruang Observasi.....	100
Gambar 23. Soldier Dock System	101
Gambar 24. Fitur Pengaman Kapal.....	102
Gambar 25. Peralatan Kapal	103
Gambar 26. Pencahayaan Kapal.....	103
Gambar 27. Wilayah Kekuasaan Yonko Bigmom	114
Gambar 28. Wilayah Kekuasaan Yonko Bigmom	115
Gambar 29. Wilayah Kekuasaan Yonko Kurohige	116
Gambar 30. Wilayah Kekuasaan Yonko Shirohige.....	116
Gambar 31. Wilayah Kekuasaan Yonko Kaido.....	117
Gambar 32. Markas Utama Pemerintah Dunia	Error! Bookmark not defined.
Gambar 33. Poster Kegiatan Meet Up Komunitas One Piece Makassar	131
Gambar 34. Kegiatan Cosplayer Pada Acara Street Food Festival.....	131
Gambar 35. Kegiatan Meet Up Komunitas One Piece Makassar	133

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Jepang merupakan negara di Asia Timur yang juga menjadi salah satu negara maju di dunia yang terkenal akan budaya populernya. Beberapa budaya populer Jepang yang sangat mendunia salah satunya ada pada bidang industri hiburan seperti *anime*(animasi) Jepang, *manga*(komik), *game*, *J-Music* dan drama yang menjadikan Jepang sebagai salah satu negara dengan persebaran budaya populer yang sangat pesat. Segala produk budaya yang secara sengaja dibuat sesuai selera orang kebanyakan dapat disebut sebagai budaya populer (Galbraith, 2009:7).

Budaya populer ini sering muncul dari interaksi masyarakat yang menganggap bahwa budaya populer ini adalah hal yang sangat dibutuhkan untuk menemukan hiburan yang baru. Pujileksono (dalam Aisyah, 2019:6) menjelaskan bahwa budaya populer sering digunakan untuk menyebut budaya yang menyenangkan atau banyak disukai orang.

Menurut Tsutomu Sugiura (dalam Dewi, 2013:5) mengemukakan bahwa: "*Japan is finding a new place in the world, and new benefits, through the worldwide obsession with its culture especially pop culture*". Pengaruh produk budaya populer Jepang secara perlahan sudah menyebar ke seluruh penjuru dunia. Tanpa kita sadari, banyak orang sekarang melihat, mendengar, memakai dan membaca produk-produk budaya populer Jepang. Dalam (Hein, 2009:9) menambahkan identitas orang Jepang yang

menghargai budaya, tradisi, alam, dan nilai sejarah. Mereka adalah individu dalam komunitas, bebas namun disiplin, penuh energi untuk pertumbuhan masa depan, diberkati dengan kepemimpinan yang dipercaya, dihormati dan dicintai oleh masyarakat internasional. Oleh karena itu, komoditas budaya merupakan salah satu lini bisnis yang paling menjanjikan.

Dari Semua budaya populer dalam bidang hiburan yang disebutkan, *anime* merupakan salah satu yang paling populer di dunia. *Anime* sendiri merupakan suatu istilah untuk film maupun serial animasi Jepang, kebanyakan *anime* merupakan adaptasi dari komik Jepang yang biasa disebut dengan *manga* kemudian dibuat dalam bentuk animasi dua dimensi. Alur cerita dalam *anime* sangat beragam yang membuat banyak orang tertarik menontonnya baik di usia anak-anak maupun remaja, bahkan adapun usia yang sudah dianggap dewasa masih tetap menjadi penggemar dari *anime*.

Saat ini anime menjadi salah satu budaya populer dari Jepang yang sangat mendunia, sering dikatakan bahwa anime sudah sejajar dengan budaya populer lainnya seperti musik, *fashion*, *cosplay*, dan *idol group*. Asosiasi *Anime* Jepang (AJA) yang terdiri dari 100 produsen, mengumumkan bahwa pada tahun 2016, mencapai 2.009 triliun Yen di pendapatan. Pendapatan berasal dari sembilan bidang, termasuk film, serial televisi dan masih banyak lagi untuk distribusi pasar domestik dan distribusi luar negeri. Pendapatan terbesar kedua senilai 562,7 miliar Yen berasal dari *merchandising* yang dikaitkan dengan berbagai karakter *Anime* (Chapman, 2017:16).

Anime masuk di Indonesia berawal dari penayangan serial anime di berbagai stasiun televisi nasional, walaupun sekarang sudah tidak terlalu eksis di tayangan televisi tetapi *anime* semakin berkembang pesat masuk di Indonesia dengan adanya gadget dan internet. Hal tersebut semakin membuat bertambahnya penggemar *Anime* karena dengan akses internet *Anime* yang ditampilkan lebih beragam dan genre pun bisa disesuaikan dengan apa yang ingin kita tonton, apalagi sekarang sudah banyak *anime* online yang lengkap dengan *subtitle* berbahasa Indonesia. Penyebaran informasi tentang *anime* saat ini terbilang sangat pesat, tidak jarang media sosial menjadi pusat informasi, kelompok penggemar dan juga tempat menjual *merchandise* yang berhubungan dengan *anime* favorit masing-masing penggemar.

Sudah banyak daerah di Indonesia yang memiliki penggemar anime yang fanatik dikarenakan *anime* memiliki banyak genre yang bisa disesuaikan dengan selera penggemar yang menginginkan alur cerita terbaik serta disuguhkan efek visual yang menarik dari tampilan animasi oleh studio yang menggarap *anime-anime* yang sedang populer. Menurut Galbraith (dalam Hamka, 2021:13) istilah dari penggemar fanatik *anime* biasa disebut dengan *Otaku* yang diartikan sebagai penggemar fanatik terhadap *anime*, *manga* dan *game* yang sangat mengidolakan karakter fantasi. *Otaku* adalah seseorang yang memiliki ketertarikan berlebih terhadap sesuatu hal yang bersifat imajiner. *Otaku anime* bergantung pada hobi tersebut untuk mendapatkan kepuasan serta kesenangan dari sesuatu yang menjadi kesukaan atau idola yang mereka sukai. Dalam (Agustina,

2015:7) mengatakan jurnal elektronik yang dirilis oleh *Nomura Research Institute*, sebuah perusahaan besar di Jepang yang bergerak di bidang konsultasi informasi teknologi mengklasifikasikan *otaku* kedalam 12 bidang, yaitu: *manga, idols, games, computer*, peralatan audio-visual, *gadget*, otomotif dan robotik, *travel, fashion*, kamera dan *anime*.

Otaku anime sendiri merupakan tipe *otaku* yang dalam kesehariannya sangat menyukai film animasi Jepang. Pola pikir *otaku* yang cenderung berbeda dengan orang pada umumnya, membuat banyak orang Jepang yang memberikan label kepada para *otaku* sebagai orang yang tergolong aneh atau yang biasanya disebut *hentai*. Kesan pelabelan aneh yang diberikan masyarakat terhadap *otaku* dikarenakan *otaku* lebih memilih karakter fiksi kesukaannya daripada manusia nyata. Karakter-karakter tersebut adalah karakter dua dimensi atau gambar dari objek yang digemari, seperti karakter *anime, manga, game, action figure* dan sebagainya.

Tidak bisa dipungkiri bahwa budaya jepang yang ada dalam tayangan *anime* menarik perhatian sebagian besar orang dan tersebar begitu cepat ke setiap penjuru dunia. Para animator yang membuat beberapa *anime* terkenal memberikan karya yang begitu maksimal dalam menuangkan ide serta kreativitasnya dalam proses pembuatan *anime* agar menghasilkan tayangan kualitas tinggi.

Anime One Piece sebagai salah satu produk besar dalam industri *anime* berhasil memikat banyak penggemar di seluruh dunia, alur cerita yang menarik dan unik dimana *anime* mengisahkan tentang petualangan para bajak laut, Monkey D. Luffy selaku kapten bajak laut Topi Jerami diikuti beberapa anggotanya yang setia mengarungi lautan untuk mencari harta karun *One Piece* dan memiliki mimpi menjadi raja bajak laut. Memasuki usia yang ke-22 tahun perjalanan *anime* ini, *One Piece* meraih banyak penghargaan eksklusif hingga beberapa kali merebut penghargaan sebagai *anime* terbaik dalam beberapa tahun terakhir.

Salah satu daerah di Indonesia yang memiliki dampak dari masuknya anime di Indonesia adalah Kota Makassar. Kepopuleran anime di Kota Makassar menyebabkan sering diadakannya berbagai macam event yang bertemakan Jepang yang berhubungan dengan *manga*, *anime*, dan *cosplay*. Dengan adanya event-event tersebut membuat para pecinta budaya Jepang yang biasa disebut *otaku* bermunculan sehingga ada juga beberapa dari mereka mendirikan komunitas di Makassar, hal tersebut menunjukkan bahwa betapa besarnya pengaruh anime yang masuk ke kota Makassar salah satu contohnya adalah komunitas pecinta manga dan anime *One Piece* yaitu *One Piece Makassar*. Selain komunitas banyak juga penggemar anime atau *otaku* yang tidak tergabung dalam komunitas tetapi sudah sangat fanatik dengan *anime* sejak lama. Penggemar tersebut biasanya menjadikan anime sebagai hiburan pengisi waktu kosong di hari libur karena alur cerita yang dinilai menarik.

Melihat penjelasan di atas dapat kita lihat bahwa ada beberapa orang yang memiliki antusiasme berlebih terhadap anime yang memberikan dampak perubahan pada gaya hidup terhadap orang-orang yang masuk dalam kategori *otaku anime*. Hal ini yang menyebabkan *otaku anime* menghabiskan banyak waktu dan bahkan rela menghabiskan sejumlah uang untuk anime dan menjadikan sebagai gaya hidup mereka yang baru. Fenomena *Otaku anime* ini bisa kita lihat dari aktivitas para penggemarnya yang mampu meluangkan hampir seluruh waktunya hanya untuk *anime*, salah satunya adalah kegiatan yang konsumtif. Kegiatan ini bukan hanya sekedar menghabiskan waktu di internet untuk mengikuti perkembangan anime terbaru, namun termasuk kegiatan para penggemar dalam membeli barang-barang yang bertemakan *anime* ataupun mengunjungi tempat yang ada event *anime*.

Berangkat dari kondisi sosial diatas maka peneliti tertarik untuk mengetahui dan mendeskripsikan nilai-nilai apa saja yang terkandung dalam *anime One Piece*. Peneliti juga tertarik melihat seberapa besar pengaruh dari nilai-nilai yang terdapat dalam *anime One Piece* terhadap perilaku penggemar. Melihat dari sudut pandang peneliti bahwa ada banyak fenomena pengadopsian budaya luar kemudian masuk ke indonesia sehingga menjadi budaya populer. Mulai dari produk *anime* atau *manga* seperti *One piece*. Pengembangan karakter yang menarik serta alur cerita yang unik dapat menarik ulur minat penonton sehingga dapat merasakan sebuah kehidupan dalam *anime One Piece*.

B. Pertanyaan Penelitian

1. Nilai-nilai budaya Jepang apa saja yang terdapat dalam *anime One Piece*?
2. Bagaimana pemahaman penggemar terhadap nilai-nilai budaya Jepang yang terdapat dalam *anime One Piece* ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan nilai-nilai budaya Jepang apa saja yang terdapat dalam *anime One Piece*.
2. Untuk menggambarkan bagaimana pemahaman penggemar terhadap nilai-nilai budaya Jepang dalam *anime One Piece*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademik
 - a. Hasil tulisan ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai etnografi yang terkait dengan bagaimana antropologi mengkaji tentang *anime*.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi pembaca dan penulis, nantinya tulisan ini dapat menjadi bahan rujukan atau referensi bagi yang ingin meneliti tentang topik yang sama yaitu *anime*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. *Anime One Piece dan Otaku*

Anime berawal dari penayangan sebuah animasi yang berjudul *Imokawa Mukuzo Genkanban no Maki* ciptaan Oten Shimokawa yang ditayangkan secara komersil pada tahun 1917 dengan durasi selama 5 menit yang memakan waktu pengerjaan selama 6 bulan. Pada tahun yang sama, Junichi Kouchi menciptakan sebuah karya anime yang berjudul *Hanawa Hekonai no Maki*. *Anime-anime* yang diciptakan pada saat itu masih sebuah animasi bisu yang belum memiliki teknik pewarnaan pada gambarnya. Lalu pada tahun 1927 sebuah *anime* dengan judul *Kujira* karya Noburo Ofuji telah berhasil memasukan teknik musik pada karya anime nya, dan pada tahun 1930 Noburo juga membuat sebuah anime yang dapat berbicara dengan judul *Kuro Nyago* yang berdurasi 90 detik (Hamka, 2021 :12).

Pada tahun 1943 saat perang dunia II sedang berkecamuk, Mitsuyo Seo membuat sebuah *anime* propaganda yang diadaptasi dari cerita legenda yang terkenal di Jepang yaitu *Momotaro*, dengan judul *Momotaro no Umiwashi*. *Anime Momotaro* ini menjadi *anime* pertama dengan durasi panjang yaitu dengan durasi lebih dari 30 menit. Tidak sampai disitu, pada tahun 1945 Mitsuyo Seo membuat sekuel dari *anime Momotaro* yang berjudul *Momotaro: Umi no Shinpei* yang lagi-lagi tercatat sebagai *anime* pertama yang disebut sebagai *feature-length animated film* karena berdurasi panjang yaitu 72 menit (Nugroho, 2017:13).

Toei Animation, sebuah perusahaan animasi yang berdiri setelah perang berakhir, tepatnya pada tahun 1948, membutuhkan setidaknya 10 tahun untuk mampu membuat sebuah anime yang penuh dengan warna. *Toei* merilis sebuah *anime* berwarna pertamanya dengan judul *Hakujaden* pada tahun 1958. Lalu pada tahun 1961, Osamu Tezuka, seorang komikus atau yang disebut *mangaka* terjun ke industri anime dengan merintis perusahaannya sendiri yaitu *Mushi Production*. Dari Tezuka inilah *anime* mulai membuka jalan kepopulerannya dimana anime ciptaannya yaitu *Astro Boy* tayang pada televisi pada 31 tahun 1963 (Hamka, 2021:14).

Kata *anime* sendiri sebenarnya tidak memiliki arti khusus, hanya saja inilah cara orang Jepang agar lebih mudah dalam mengucapkan *animation* baik itu animasi buatan Jepang atau bukan mereka tetap menyebut animasi dengan sebutan *anime*. Namun bagi orang-orang diluar Jepang kata anime digunakan untuk membedakan animasi buatan Jepang dengan animasi buatan Amerika. Persepsi ini timbul disebabkan desain penggambaran anime yang benar-benar terlihat khas dibanding animasi buatan Amerika, seperti bentuk tubuh, wajah, mata, hidung, dan lainnya bahkan setiap animator Jepang memiliki ciri khas gaya gambar animasinya masing-masing (Aisyah, 2019 : 5)

Ranang menjelaskan pengertian anime sebagai berikut: “Animasi khas Jepang (*Japanese Animation*), berasal dari kata *animeshion*, biasanya dicirikan melalui gambar-gambar berwarna-warni yang menampilkan tokoh-tokoh dalam berbagai macam lokasi dan cerita, yang ditujukan pada

beragam jenis penonton. *Anime* dipengaruhi oleh gaya gambar manga, yaitu komik khas Jepang” (Aisyah, 2019:19).

Jadi anime dapat diartikan sebagai animasi Jepang dengan teknik penggambaran tokoh yang unik dan menarik, namun dengan setting latar tempat dan cerita yang cenderung kompleks dan kreatif sehingga penontonnya diajak untuk berfantasi lebih luas tentang kehidupan dunia. Tidak jarang di dalam anime disertakan pesan-pesan moral tentang bagaimana menghadapi hidup dan kata-kata mutiara yang selalu disisipkan disetiap dialog para tokohnya.

Perkembangan industri *anime* yang sempat terhambat, pasca Perang Dunia II secara perlahan mulai bangkit kembali. Kebangkitan *anime* ini ditandai dengan munculnya karya dari seorang animator muda dan berbakat bahkan hingga dijuluki sebagai dewanya *manga* yakni Osamu Tezuka. Terobosannya dalam dunia *manga* dan diangkat ke dalam pembuatan *anime* yang membuatnya menjadi sangat terkenal yakni karena menghasilkan karya serial *anime* yang paling terkenal dan populer berjudul *Tetsuwan Atomu* di tahun 1962. Meski di tahun sebelumnya sudah ada *anime* yang lebih dahulu ditayangkan di televisi Jepang, namun penayangan *Tetsuwan Atomu* yang hadir sebagai tayangan serial *anime* reguler di televisi Jepang telah mendapat tingkat popularitas yang tinggi bahkan pada saat itu rating pemirsa tercatat mencapai 30% sehingga karyanya ditayangkan ke berbagai negara diluar Jepang termasuk Amerika yang kemudian dikenal dengan judul *Astro Boy*. Oleh karena itu, peristiwa ini ditandai sebagai cikal bakal menduniannya *anime*.

Astro Boy sebagai salah satu hasil karya Osamu Tezuka memiliki latar belakang cerita tentang dunia robot atau semacam era teknologi mutakhir yang terkadang juga disebut kehidupan abad masa depan. Ketika serial *anime* ini mendunia banyak diantara animator Jepang yang akhirnya mengikuti jejak Osamu Tezuka. Hal ini ditandai dengan adanya jejak karya-karya *anime* legendaris para animator Jepang yang dibuat setelahnya. Beberapa judul *anime* yang tercatat dibuat dengan menggunakan tema yang sama yakni diantaranya "*Ashita no Joe (1970), Heidi, Grils of The Alps (1974), Mazinger Z (1972 – 1974), Space Battleship Yamato (1974 – 1975), Mobile Suit Gundam (1979 – 1980), serta Doraemon (1973)*. Kini *anime* telah diproduksi dengan berbagai cerita, karakter, dan judul dalam bentuk cerita berseri, *the movie*, bahkan berkembang dengan melibatkan teknik komputer animasi 3D. Karya-karya *anime* tersebut kemudian dinaungi oleh macam-macam industri animasi Jepang dengan segmen pasar tertentu. Tidak hanya untuk anak-anak saja *anime* juga dibuat versi khusus untuk kalangan remaja dan dewasa dengan cerita, penokohan, dan kemasan yang berbeda tentunya misal adanya unsur kekerasan, pornografi, ucapan kata-kata kasar dan lain-lain(Hidayat&Hidayat, 2020:23).

Dalam karya (Mihara,2020:91) yang diterbitkan oleh Jurnal Bisnis Antropologi *Keio University of Japan* yang berjudul "*A Coming of Age in the Anthropological Study of Anime ? Introductory Thoughts Envisioning the Business Anthropology of Japanese Animation*". Mengatakan, hampir dua dekade sejak *anime* popularitasnya mendunia. Seperti *pokemon* yang sangat mendunia, Hayao Miyazaki dengan *anime spirited away*-nya yang

memenangkan penghargaan, dan foto-foto berita dari tempat-tempat konvensi anime di setiap sudut dunia yang dipenuhi oleh puluhan ribu peserta yang telah lama akrab dengan persebaran global *anime*. Literatur antropologi tentang *anime* ini utamanya berfokus pada perilaku individu yang berkaitan dengan *anime* misalnya *otaku*, komunitas, dan sosiokultural dimana *anime* itu dibuat, diproduksi, didistribusi, dan dikonsumsi. Karena sangat tertarik untuk mengkaji praktik sebenarnya dari orang-orang yang terlibat membuat *anime* menjadi mendunia, jurnal ini telah memberikan wawasan yang berpengaruh mengenai globalisasi yang dapat diringkas menjadi : penggemar (*otaku*) dan pencipta *anime*-lah yang membuat *anime* menjadi mendunia.

One Piece merupakan karya yang diilustrasikan oleh Eiichiro Oda sebagai seri *manga* Jepang. 22 Juli 1997 merupakan karya ini pertama kali dimuat dalam majalah *weekly shounen jump*. Kemudian pada tahun 1999 studio *Toei Animation* mengadaptasi *manga* ini menjadi sebuah tayangan animasi. Banyak prestasi yang sudah ditorehkan oleh serial *manga* ini salah satunya pernah meraih penghargaan bergengsi dari *Guinness World Record* dengan kategori “salinan terbanyak yang terbit untuk seri buku komik yang sama oleh seorang penulis tunggal”.

One Piece adalah *anime* yang bercerita tentang petualangan bajak laut mengelilingi samudera lautan dunia. Monkey D. Luffy adalah tokoh utama sekaligus kapten bajak laut Topi Jerami. Kru Topi Jerami sendiri terdiri dari Roronoa Zoro, Nami, Usopp, Sanji, Chopper, Nico Robin, Franky, Brook

dan Jinbe. Luffy ingin berlayar demi mewujudkan cita-cita menemukan harta karun One Piece dan menjadi Raja Bajak Laut yang diakui.

Selama 22 tahun menduduki 10 besar *anime* terbaik di dunia *One Piece* masih berjaya di tengah maraknya persaingan produksi *anime* dari beberapa penulis dan studia terkenal. Meski demikian, *One Piece* masih mampu dan bahkan masih sulit untuk menemukan rival yang sepadan. Keaslian dari cerita *One Piece* menjadi sebuah daya tarik utama bagi penggemarnya yang begitu setia hingga saat ini(Siregar,2021:21).

Galbraith mendefinisikan *Otaku* sebagai penggemar fanatik terhadap *anime, manga, dan game* yang mengidolakan karakter fantasi. Pada tahun 2008 kamus Oxford mulai memasukkan istilah *Otaku* sebagai : “ *A young person who is obsessed with computer or particular culture to the detriment of their social skills*”. Atau diartikan sebagai “anak muda yang memiliki obsesi dengan perangkat komputer atau aspek-aspek dari budaya populer hingga merusak kemampuan bersosialisasi mereka.”Dapat disimpulkan bahwa *Otaku* adalah seseorang yang memiliki ketertarikan berlebih terhadap sesuatu hal yang bersifat imajiner. *Otaku anime* bergantung pada hobi tersebut untuk mendapatkan kepuasan serta kesenangan dari sesuatu yang menjadi kesukaan atau idola yang mereka sukai. (2009:14)

Agustina dalam skripsinya mengatakan jurnal elektronik yang dirilis oleh *Nomura Research Institute*, sebuah perusahaan besar di Jepang yang bergerak di bidang konsultasi informasi teknologi mengklasifikasikan *otaku* kedalam 12 bidang, yaitu: *manga, idols, games, computer, peralatan audio-*

visual, *gadget*, otomotif dan robotik, *travel*, *fashion*, kamera dan *anime*. *Otaku anime* sendiri merupakan tipe otaku yang dalam kesehariannya sangat menyukai film animasi Jepang (2015:3)

Fenomena *Otaku* juga memunculkan dua kelompok tingkatan otaku, yakni *hikimori* dan *nijikon*. *Hikimori* adalah seorang *otaku* yang mulai menarik diri dari dunia luar. Mereka memilih mengurung diri dari kehidupan sosial dan selanjutnya, seorang otaku dalam tingkatan yang berat dapat memiliki fanatisme berlebihan terhadap karakter *anime* yang biasa disebut *Nijikon*. *Nijikon* adalah *otaku* yang memiliki fanatisme berlebihan dimana seorang *otaku* lebih menyukai karakter animasi dua dimensi daripada manusia normal pada umumnya. Seorang *otaku* seperti tingkatan tersebut dapat disebabkan oleh banyak faktor. Salah satunya mereka dipengaruhi oleh lingkungan mereka ataupun pola persebaran *anime* yang sangat populer kemudian lingkungan sekitar mereka tidak ada yang mampu membaca situasi dan memahami makna dibalik *otaku* yang sebenarnya. Sehingga tidak ada dukungan ataupun pencegahan yang diberikan. Ini merupakan salah satu alasan mengapa mereka memilih untuk sedikit menarik diri dari kehidupan sosial yang mereka miliki (Agustina, 2015:6).

Menurut (Galbraith, 2012:23) menjelaskan bahwa para *otaku* merupakan *hardcore fans* atau penggemar fanatik *anime*, *manga* dan *game*. Para *otaku* tersebut sangat menyukai dan mengidolakan karakter fantasi dalam *anime*, *manga* maupun hal-hal yang terkait dengan *otaku* lainnya.

Dalam sebuah jurnal berjudul "*Teaching About Asia Throuh Youth Culture*" dijelaskan bahwa pada awal munculnya sekitar 1970-1980an, *otaku* menjadi topik utama dalam fenomena sosial yang pada awalnya melahirkan rasa takut, penolakan dan kelasahpahaman yang berkembang begitu luasnya dikalangan masyarakat (Tsutsui, 2008:8). Penggambaran *otaku* menurut (Azuma, 2009:22) dalam bukunya yang berjudul "*Otaku : Japan's Database Animals*" menjelaskan bahwa sebagian besar *otaku* adalah pria Jepang dengan kisaran umur 18 sampai 40. Biasanya *otaku* sangat suka mengoleksi dan membuat sendiri apa yang disukainya, seperti komik, film animasi maupun hal-hal yang berhubungan dengan kebiasaan *otaku* tersebut.

Adapun beberpa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan *anime* dan *otaku* sebagai berikut:

Jurnal karya Nugroho dan Hendrastomo (2016) berjudul "*Anime Sebagai Budaya Populer (Studi Pada Komunitas Anime di Yogyakarta)*". Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa anime yang menjadi budaya populer berawal dari media massa yang berpengaruh dalam penyebarannya yang dimana di dalam prosesnya mengenal kan dan memberikan pandangan positif terhadap anime. Hal ini yang menjadikan anime sebagai hal yang menarik dan memiliki hal-hal positif yang dapat diambil dari anime. Adapun faktor-faktor yang menyebabkan anime dipandang sebagai budaya populer dalam penelitian ini yaitu; (1) pengaruh yang diciptakan oleh media massa,

(2) mudahnya akses dalam menemukan anime melalui internet, (3) dari kerabat, (4) anime adalah hiburan yang murah, (5) banyaknya pilihan jenis dalam anime, (6) karakter yang beragam dan memiliki daya tarik, 17 (7) fashion dalam anime yang menjadi rujukan, (8) cerita yang menarik dari anime, (9) pengaturan tempat yang diciptakan di anime terasa nyata. Mengamati jurnal penelitian dari Nugroho dan Hendrastomo ini memiliki persamaan dalam meneliti anime dan daya tariknya yang mampu menarik perhatian seseorang untuk menjadikan anime sebagai hiburan utama dan juga dari metode penelitian kualitatif dan teknik pengumpulan data yaitu wawancara dan observasi. Namun memiliki perbedaan dalam segi fokus dimana penelitian Nugroho dan Hendrastomo ini berfokus pada perkembangan anime sebagai budaya populer dan perkembangan anime di Yogyakarta.

Artikel dari M. Sholihul Amri Nasution dan Haris Wijaya 2018 tentang Konsep Diri Perempuan Pecinta Film *Anime* (Studi Deskriptif Kualitatif Konsep Diri Perempuan Pecinta Film *Anime* di Kota Medan) sebuah studi kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui konsep diri perempuan yang menyukai film anime di Kota Medan. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah psikologi komunikasi, konsep diri, keterbukaan diri dan teori interaksionalisme simbolik. Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam yang melibatkan lima informan perempuan yang menyukai semua hal yang berhubungan dengan anime di Kota Medan sebagai subjek penelitian. Teknik penentuan informan yang digunakan adalah *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Teknik

analisis data yang digunakan adalah dengan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan kelima informan perempuan yang menyukai film *anime* memiliki konsep diri positif. Konsep diri positif sendiri ditandai dengan beberapa hal, dua diantaranya adalah merasa setara dengan orang lain dan menyadari bahwa setiap orang memiliki berbagai perasaan, keinginan dan perilaku yang tidak seluruhnya disetujui oleh masyarakat. Mereka menyadari bahwa keputusan mereka untuk menjalani aktivitas yang berhubungan dengan *anime* akan mendapatkan pandangan miring dari masyarakat karena masih banyak masyarakat yang belum tahu dengan budaya populer Jepang ini. Akan tetapi hal tersebut tidak membuat mereka merasa malu dengan hobi yang telah mereka tekuni ini.

Skripsi dari Ida Aisyah tahun (2019) berjudul "*Anime dan Gaya Hidup Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa yang Tergabung Dalam Komunitas Japan Freak UIN Jakarta)*" penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data wawancara yang dilakukan kepada 9 peserta dan dokumentasi kegiatan para peserta dalam kegiatan mereka yang berhubungan dengan anime ataupun budaya Jepang. Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini adalah anime sangat mempengaruhi gaya hidup para Mahasiswa yang menjadi peserta dalam keseharian mereka seperti belajar, fashion, cara berkomunikasi, dan juga cara makan mereka. Anime pun menjadi salah satu faktor para mahasiswa tersebut dalam berpandangan tentang pekerjaan, kriteria pasangan, pertemanan dan juga terhadap Jepang itu sendiri. Selain itu hasil yang

didapatkan adalah mulai banyaknya mahasiswa yang tertarik pada anime dan cenderung mengikuti kebiasaan yang dilakukan oleh orang Jepang. Mengamati penelitian dari Ida Aisyah ini memiliki persamaan yang banyak seperti meneliti anime, pengaruh yang diciptakan, hingga faktor-faktor utama yang menjadikan para penggemar ini cenderung menjadi fanatik terhadap anime. Selain itu kesamaan yang ditemukan adalah dari metode penelitian yang menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu wawancara.

Penelitian karya Helmy Agustina (2015) berjudul "Konsep Diri Otaku Anime di Kota Serang" dalam penelitian ini peneliti menjelaskan bahwa Otaku Anime merupakan seseorang yang memiliki obsesi pada film animasi yang berasal dari Jepang dan otaku ini rela menghabiskan waktu dan juga uang mereka untuk menonton anime secara berkala. Hal yang dilakukan secara berkala itupun menimbulkan pandangan yang kurang baik di lingkungan masyarakat. Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini adalah bahwa ada dua kelompok utama yang mempengaruhi perilaku dari otaku anime yaitu; *significant other* dan *reference group*. Skripsi ini menggunakan teori interaksionisme simbolik dengan metode penelitian kualitatif deskriptif. Dalam penelitian ini peneliti mencoba menjabarkan bagaimana *mind* dan *self otaku* anime tercipta dan juga melihat bagaimana *society* dalam memaknai konsep dari otaku anime. Melihat dari penelitian ini dan jika dibandingkan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan memiliki persamaan tentang *otaku anime* dan juga fenomenanya dan juga metode penelitian yaitu kualitatif. Namun memiliki perbedaan dari segi fokus yaitu

penelitian yang dilakukan oleh Helmy adalah mencoba memaknai dan menjelaskan bagaimana otaku anime terbentuk dari seseorang.

B. Fanatisme dan Nilai Budaya

Fanatisme adalah suatu sikap atau keyakinan yang sangat kuat pada suatu ajaran seperti agama, politik, dan lain-lain yang dapat berdampak positif maupun negatif. Contoh dampak positif dari fanatisme adalah begitu setianya seseorang atau sebuah kelompok terhadap apa yang disenangi ataupun diyakininya dalam (Hamid, 2018:12). Namun fanatisme juga memiliki dampak negatif seperti mampu menimbulkan perpecahan terhadap dua kelompok yang berbeda keyakinan dalam suatu hal. Nataliawaty dalam (Rafsanjani, 2014:9) juga menjelaskan bahwa fanatisme merupakan sebuah ekspresi berlebihan yang dilakukan secara sadar maupun tidak yang memperlihatkan kecintaan seseorang ataupun kelompok terhadap suatu hal khusus yang telah dianggap dan juga diyakini sebagai hal yang terbaik bagi manusia tersebut. JP Chaplin dalam (Walgito, 2007:15) menjelaskan bahwa fanatik adalah sikap yang penuh semangat yang berlebihan kepada satu segi pandangan atau satu sebab. Dalam kata fanatisme sendiri memiliki akhiran kata "isme" yang berarti faham, maka dari itu kata fanatisme dengan kata fanatik memiliki arti yang berbeda dimana fanatik adalah sifat yang timbul saat seseorang menganut fanatisme atau faham fanatik. Menurut Ismail dalam (Agriawan, 2016:17) menyatakan bahwa sebuah perilaku tidak lepas dari ciri-ciri yang menjadikan perilaku tersebut mudah dikenal, begitupun fanatisme. Adapun ciri-ciri fanatisme menurut Ismail adalah:

1. Adanya antusiasme atau semangat berlebih yang tidak berdasar pada akal sehat, melainkan pada emosi yang tidak terkendali. Tidak adanya akal sehat membuat orang yang fanatik melakukan hal-hal yang tidak seimbang, sehingga melakukan hal-hal yang kurang waras.
2. Wawasan yang luas mampu menciptakan benih-benih sikap persahabatan yang kuat, namun indoktrinasi yang pendek mampu menciptakan benih-benih fanatisme.

Wolman dalam (Agriawan,2016:19) mengatakan ada tiga faktor yang mempengaruhi perilaku fanatisme, antara lain:

1. Kebodohan, kebodohan yang membabi buta dengan tanpa pengetahuan yang cukup sudah mengikuti suatu pilihan dan hanya mengandalkan keyakinan saja.
2. Cinta Golongan atau Kelompok, lebih mengutamakan sesuatu atau kelompok daripada dirinya sendiri.
3. Figur atau sosok yang kharismatik, seseorang yang fanatik memiliki sikap fanatik karena ada sosok yang dikagumi dan dibesar-besarkan atau mempunyai faham yang besar.

Dalam kenyataan bahwa manusia tidak hidup di dalam alam hampa. Manusia hidup sebagai manusia yang bermasyarakat, tidak mungkin tanpa kerjasama dengan orang lain. Secara lahiriah dan batiniah maka manusia merupakan makhluk Tuhan yang tersempurna dibanding dengan makhluk lain, karena pada manusia selain kehidupan ia juga mempunyai kemampuan untuk berfikir dan berkarya. Masyarakat adalah suatu

kelompok manusia, yang di antara para anggotanya terjadi komunikasi, pertalian dan akhirnya saling mempengaruhi antara satu dengan yang lain. Hal itu dilakukan oleh para anggota masyarakat dalam suatu golongan karena manusia tidak dapat hidup sendiri. Dalam masyarakat lama, terjadi segolongan masyarakat adalah dengan cara mengikat atau integratif. Dalam masyarakat seperti ini manusia tunduk kepada aturan-aturan dan adat kebiasaan golongan, tempat mereka hidup. Hal ini dilakukan karena mereka menginginkan kehidupan yang stabil, kokoh, dan harmonis. Jika hal itu tercapai, manusia dalam masyarakat itu tidak terlihat peranannya, yang lebih jelas tampak ke luar justru kebersamaannya. Segala macam masalah menjadi masalah bersama dan harus diselesaikan bersama.

Nilai budaya merupakan nilai yang ada dan berkembang di dalam masyarakat. Koentjaraningrat (1984: 8-25) mengemukakan bahwa nilai budaya itu adalah tingkat pertama kebudayaan ideal atau adat. Nilai budaya adalah lapisan paling abstrak dan luas ruang lingkupnya. Jadi, nilai budaya adalah suatu yang dianggap sangat berpengaruh dan dijadikan pegangan bagi suatu masyarakat. Selanjutnya Koentjaraningrat (dalam Djamaris, 1996: 3) mengemukakan suatu sistem nilai-nilai budaya terdiri atas konsepsikonsepsi yang hidup dalam alam pikiran sebagian besar warga masyarakat mengenai hal-hal yang harus mereka anggap amat bernilai dalam hidup. Oleh karena itu, suatu sistem nilai budaya biasanya berfungsi sebagai pedoman tertinggi bagi kelakuan manusia. Sistem tata kelakuan manusia yang tingkatnya lebih konkrit, seperti aturan-aturan khusus, hukum, dan nilai budaya itu.

Djamaris (dalam Sianturi,2018:8) juga mengatakan bahwa nilai budaya dapat dikelompokkan berdasarkan lima kategori hubungan manusia yaitu :

1. Nilai budaya dalam hubungan manusia dengan tuhan

Berbagai cara dilakukan oleh manusia untuk menjalin hubungan dengan sang penciptanya. Kehidupan sehari-hari manusia tidak pernah terlepas dengan Tuhannya. Manusia umumnya adalah makhluk yang religius dalam artian bahwa manusia menyembah Tuhan, melakukan ritual atau ibadah serta upacara untuk minta ampun dan menyesali diri. Nilai yang menonjol dalam hubungan manusia dengan tuhan adalah nilai suka berdoa, berserah diri, nilai ketakwaan dan menyerah kepada takdir.

2. Nilai budaya dalam hubungan manusia dengan alam

Setiap kebudayaan memiliki persepsi yang berbeda tentang alam. Ada kebudayaan yang menganggap alam itu untuk ditaklukan, ada juga kebudayaan yang menganggap alam itu sebagai sesuatu yang harus dijaga dan sakral. Nilai yang menonjol dalam hubungan manusia dengan alam adalah nilai peduli dengan lingkungan sekitar dan pemanfaatan alam.

3. Nilai budaya dalam hubungan manusia dengan masyarakat

Individu ataupun perseorangan berusaha mematuhi nilai-nilai yang ada dalam masyarakat karena dia berusaha untuk mengelompokkan diri dengan anggota masyarakat yang ada dan mementingkan kepentingan bersama. Nilai yang menonjol

dalam hubungan manusia dengan masyarakat adalah nilai gotong royong, kerukunan dan musyawarah atau mufakat.

4. Nilai budaya dalam hubungan manusia dengan manusia lain

Manusia dalam bermasyarakat pastinya berhubungan dengan manusia lain. Yang dicari dalam hubungan ini adalah keselarasan hidup yang positif. Nilai yang menonjol dalam hubungan manusia dengan manusia adalah nilai kepatuhan, suka memaafkan, kesetiaan, penyantun, kasih sayang dan nilai keikhlasan.

5. Nilai budaya dalam hubungan manusia dengan diri sendiri

Manusia adalah makhluk yang memiliki banyak keinginan diri sendiri untuk dipenuhi dan dipuaskan baik secara lahiriah ataupun batiniah. Nilai yang menonjol dalam hubungan manusia dengan dirinya sendiri adalah menuntut ilmu, berusaha keras, kemauan yang keras, kerendahan hati, menuntut malu, menghargai adat dan agama serta kekayaan dan kebangsawanan.

Nilai budaya yang menjadi patokan dalam penelitian ini adalah nilai budaya dalam hubungan manusia dengan manusia lainnya dan hubungan manusia dengan diri sendiri. Diri sendiri adalah objek yang harus diperbaiki atau dibenahi, harus diikuti dengan hal positif sebelum manusia itu menjalin hubungan dengan manusia lainnya. Manusia juga harus mampu mengatur dirinya sendiri kemudian terjunkedalam masyarakat dan alangkah baiknya jika manusia juga memiliki peranan bukan hanya untuk diri sendiri tetapi juga terhadap orang lain di sekitarnya. Oleh karena itu penelitian tentang

anime One Piece ini akan dikaitkan dengan beberapa nilai kebudayaan yang secara umum ada diatas.

Adapun penelitian sebelumnya yang terkait dengan fanatisme sebagai berikut :

Skripsi karya Rangga Anggara (2017) berjudul “Pengalaman Fanatisme Pada Penggemar Akihabara (AKB) Group (Sebuah Penelitian Kualitatif Fenomenologis)” Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan perspektif fenomenologis atau mempelajari manusia sebagai fenomena. Dalam penelitian ini sang peneliti mencoba untuk mengetahui pengalaman fanatisme yang terjadi pada penggemar sebuah idol group yaitu AKIHABARA (AKB). Penelitian ini menggunakan wawancara sebagai teknik pengambilan data terhadap tiga orang sebagai subjek penelitian dan mendapatkan hasil penelitian bahwa ketiga subjek penelitian memiliki pengalaman fanatisme yang berbeda. Tiap subjek memiliki pengalaman yang berbeda saat melihat AKB dan memilih untuk mengevaluasi idol grup tersebut sebelum menjadi penggemar. Jumlah anggota AKB yang banyak membuat ketiga subjek memutuskan untuk memilih salah satu idola yang akan dia sukai. Subjek wanita memilih idola yang dia sukai dengan melihat sikap yang dimiliki idolanya, sedangkan subjek pria lebih cenderung melihat fisik dari idolanya. Subjek pun mendapatkan beberapa pengaruh. Pengalaman fanatisme kepada AKB ini memiliki pengaruh lingkungan terhadap ketiga subjek tersebut dimana mereka mencoba untuk mengkaji ulang agar menjadi fans yang baik dan perubahan perilaku yang didapatkan ketika bertemu teman ataupun sesama fans.

Jurnal karya Perwitasari, Fauzia, dan Hidayatullah (2019) berjudul “Hubungan Fanatisme Pada Anime Dengan *Sense Of Community* Pada Anggota Komunitas ROD Banjarmasin” dalam Jurnal penelitian ini menjelaskan bahwa budaya populer Jepang seperti anime telah menyebar di Indonesia sejak tahun 2000-an yang menyebabkan berbagai kalangan menjadi penggemar anime di Indonesia dan tidak sedikit yang menjadi fanatik terhadap anime. Para peneliti juga menjabarkan bahwa kecenderungan yang terjadi pada orang-orang yang menyukai suatu hal secara berlebihan (fanatis) akan mencari teman yang memiliki ketertarikan yang sama dan membuat sebuah komunitas demi memenuhi kebutuhan bersama. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif korelasional dengan teknik pengambilan sampel yaitu sampel jenuh yaitu menjadikan seluruh populasi menjadi subjek penelitian.

Artikel dari Ahmad Bahtiar Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya 2020 tentang Hubungan Fanatisme Terhadap Anime Dengan Perilaku Konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara fanatisme terhadap anime dengan perilaku konsumtif. Menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jumlah 100 subjek. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini adalah teknik simple random sampling Sampel penelitian yaitu Anggota dari Komunitas Pecinta Anime di Surabaya. Uji analisis data menggunakan bantuan program IBM SPSS for windows versi 20.0 dengan teknik analisis korelasi Non-Parametrik Spearman.