

**PERAN ANIME “SLICE OF LIFE” DALAM
PERUBAHAN GAYA HIDUP MAHASISWA SASTRA
JEPANG UNIVERSITAS SUMATERA UTARA**

SKRIPSI

Oleh :

DHITARI PUTRI

NPM 1603110140

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Hubungan Masyarakat



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

MEDAN

2020

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI


بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai bimbingan diberikan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk di pertahankan dalam ujian skripsi oleh:

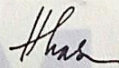
Nama : DHITARI PUTRI
NPM : 1603110140
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : PERAN ANIME "SLICE OF LIFE" DALAM PERUBAHAN GAYA HIDUP MAHASISWA SASTRA JEPANG UNIVERSITAS SUMATERA UTARA

Medan, 11 Maret 2020


PEMBIMBING


Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si

DISETUJUI OLEH
KETUA PROGRAM STUDI


NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom.

DEKAN


Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, MSP

BERITA ACARA PENGESAHAN



Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama : DHITARI PUTRI
NPM : 1603110140
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, Tanggal : Rabu, 11 Maret 2020
Waktu : 07.30 Wib s/d Selesai

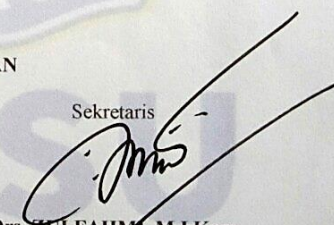
TIM PENGUJI

PENGUJI I : NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom (.....)
PENGUJI II : AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom (.....)
PENGUJI III : Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si (.....)

PANITIA UJIAN

Ketua

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, MSP

Sekretaris

Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

Unggul | Cerdas | Terpercaya

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya Dhitari Putri dengan NPM 1603110140, menyatakan dengan sungguh – sungguh :

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang oleh undang – undang, termasuk pembuatan karya ilmiah orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang – undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh keserjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi :

1. Skripsi saya ini beserta nilai – nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan
2. Pencabutan kembali gelar keserjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 05 Maret 2020

Yang menyatakan,



Dhitari Putri

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah rabbi'l'alaminn, puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat tersusun hingga selesai. Salam dan shalawat tercurah kepada Nabi Muhammad shalallahu alaihi wassalam yang telah membawa kabar tentang ilmu pengetahuan kepada umatnya yang berguna untuk kehidupan di dunia dan akhirat kelak.

Skripsi merupakan salah satu syarat wajib untuk menyelesaikan pendidikan sarjana di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Skripsi ini berisikan **“Peran Anime “Slice Of Life” Dalam Perubahan Gaya Hidup Mahasiswa Sastra Jepang Universitas Sumatera Utara”**. Kesulitan dan Hambatan yang dihadapi dalam penyusunan skripsi ini telah dilewati sebagai pemenuhan kewajiban yang semestinya dilaksanakan.

Tugas akhir ini peneliti persembahkan kepada yang teristimewa yaitu kedua orang tua peneliti, **Ayahanda Nasri Rubama** dan **Ibunda Dewi Hamidah** tercinta yang sudah memberikan dukungan moral maupun materi, perhatian, pengorbanan, serta doa yang tulus terhadap peneliti, sehingga peneliti termotivasi dalam menyelesaikan pembuatan skripsi. Serta adik perempuan peneliti yaitu **Yunita Dwi Natasya** yang selalu memberikan dukungan dan semangat dalam mengerjakan skripsi.

Peneliti juga mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada pihak – pihak yang membantu dalam menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik – baiknya, yaitu kepada :

1. Bapak Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Drs. Zulfahmi, M.I.Kom selaku Wakil Dekan I, Bapak Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom selaku Wakil Dekan III.
4. Ibu Dr. Leylia Khairani., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang membantu dan memberikan banyak masukan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan Dosen Penasehat Akademik, serta Bapak Akhyar Anshori S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu komunikasi.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen dan Pegawai Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Universitas Sumatera Utara yang sudah memberikan izin dalam melakukan penelitian skripsi dan Mahasiswa Program Studi Sastra Jepang yang bersedia menjadi informan dalam penelitian ini.
8. Teman seperjuangan peneliti dari SMP yang tersayang yaitu ATAS (Ajeng Pangestu, Siti Wulandari, I.d Ayu Sekar Putri) yang selalu menemani peneliti dari masa sekolah hingga sekarang.
9. Teman SMA peneliti yaitu Syaibatul Marwiyah, Aprillia Anjani, dan Anggi Ayu Lestari yang ada disaat suka dan duka.

10. Teman seperjuangan peneliti semasa kuliah yaitu Dwi Astari dan Aulia Handayani yang selalu menjadi tempat mengeluh, canda tawa dan penyemangat peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada teman – teman kelas Ilmu Komunikasi C Pagi dan Ilmu Komunikasi A Humas Sore dan seluruh keluarga besar Ilmu Komunikasi 2016 FISIP UMSU.
12. Serta pihak – pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari berbagai kelemahan dan kekurangan dalam penelitian, untuk itu diharapkan saran dan kritik untuk perbaikan atas kekurangan dalam penelitian ini. Demikian sebagai kata pengantar, mudah – mudahan penelitian ini bermanfaat menambah wawasan ilmu pengetahuan bagi semua pihak. Mohon maaf segala kekurangan, peneliti ucapkan Terima Kasih.

Medan, 05 Maret 2020

Peneliti,

Dhitari Putri

1603110140

**PERAN ANIME “SLICE OF LIFE” DALAM PERUBAHAN GAYA HIDUP
MAHASISWA SASTRA JEPANG UNIVERSITAS SUMATERA UTARA**

DHITARI PUTRI
1603110140

ABSTRAK

Kepopuleran *anime* menyebabkan munculnya komunitas di kota Medan yang memiliki hobi dan minat yang sama terhadap budaya populer *anime*. Komunitas tersebut terdiri dari beberapa mahasiswa Sastra Jepang Universitas Sumatera Utara yang menyukai genre *slice of life*. Dari genre tersebut peneliti ingin meneliti perubahan gaya hidup mahasiswa yang terjadi dari seringnya menonton *anime*. Teori yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah teori komunikasi, teori gaya hidup, teori anime, teori budaya, teori budaya populer, dan teori komunitas. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode wawancara, dokumentasi, dan observasi. Selain itu peneliti juga menggunakan metode sampel nonprobabilitas yaitu bola salju (*snowball sampling*) dimana peneliti secara acak menghubungi beberapa responden yang memenuhi kriteria dan meminta untuk merekomendasikan teman ataupun kenalan mereka. Penelitian ini dilakukan di Program Studi Sastra Jepang Fakultas Ilmu Budaya Universitas Sumatera Utara. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya peran *anime* yang menimbulkan perubahan gaya hidup pada mahasiswa yang hobi menonton *anime*. Perubahan ini meliputi penampilan seperti gaya rambut dan bahasa yang mereka gunakan dalam sehari – hari. Selain itu adapula perubahan dari cara pandang atau pola berpikir mereka terhadap cerita dalam *anime* tersebut.

Kata Kunci : *Anime*, Gaya Hidup, Mahasiswa, Komunitas

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR BAGAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II URAIAN TEORITIS	7
2.1 Peran	7
2.2 Komunikasi dan Fenomena Budaya Populer.....	7
2.2.1 Unsur Komunikasi	8
2.2.2 Tipe Komunikasi	12
2.2.3 Komunikasi Verbal dan Non Verbal	14
2.3 Gaya Hidup.....	16
2.3.1 Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup	17
2.4 <i>Anime</i>	19
2.4.1 Genre <i>Anime</i>	20
2.5 Budaya	21
2.5.1 Sifat – sifat Budaya.....	21
2.6 Budaya Populer.....	22
2.6.1 New Media	25
a. Karakteristik Media Baru	27
2.7 Komunitas.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian.....	29
3.2 Kerangka Konsep.....	30
3.3 Definisi Konsep.....	31
3.4 Kategorisasi.....	31
3.5 Informan atau Narasumber.....	32
3.6 Teknik Pengumpulan Data	33
3.7 Teknik Analisis Data.....	34
3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian	35
3.9 Deskripsi Lokasi Penelitian	35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Hasil Penelitian	37
4.1.1 Ketertarikan Mahasiswa Terhadap <i>Anime</i>	37
a. Awal Mula Tertarik Dengan <i>Anime</i>	37
b. Genre <i>Anime</i>	39
4.1.2 Perubahan Menonton <i>Anime</i> Terhadap Mahasiswa.....	43
a. Ekspresi dan Interaksi Yang berorientasi Pada <i>Anime</i>	43
b. Komunitas <i>Anime</i>	46
4.2 Pembahasan.....	48
BAB V PENUTUP.....	57
5.1 Simpulan	57
5.2 Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian.....	32
Tabel 4.1 Peran <i>Anime Slice of life</i>	56

DAFTAR BAGAN

Bagan 3.1 KerangkaKonsep.....	30
-------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jepang adalah salah satu negara maju yang terkenal dengan kecanggihannya. Banyak barang – barang elektronik yang produknya di ekspor hampir ke seluruh dunia seperti Panasonic, Sony, Canon, Nikon, Toshiba, dan sebagainya. Merek – merek tersebut sudah tidak asing lagi ditelinga kita karena barang – barang tersebut pasti menjadi salah satu benda elektronik yang ada di rumah kita. Selain berbicara mengenai keunggulan produk negara tersebut, tidak kalah menarik dengan budaya populer dari Jepang yang sangat terkenal di Indonesia seperti *anime*, *cosplay*, *manga*, *j-pop* dan sebagainya.

Di Indonesia sendiri sudah banyak yang membuat *cosplay*, mulai dari *event* yang diadakan di mall, komunitas, ataupun *event* yang dilakukan di universitas. *Cosplay* dilakukan untuk mengeskpresikan gaya atau ketertarikan mereka terhadap tokoh yang ada dalam *anime*. Para pecinta *anime* akan bersenang – senang dan melakoni berbagai peran tersebut, maka tidak heran jika para *cosplayer* ini akan dimintai foto. Para *cosplayer* memperoleh kostum tersebut dengan berbagai cara seperti menjahit sendiri atau memesan dari agen yang menyediakan pernak – pernik jepang.

Kepopuleran dari *event cosplay* ini juga menyebabkan munculnya komunitas – komunitas di kota Medan yang memiliki hobi dan kecintaan terhadap budaya populer Jepang khususnya *anime*. Ada beberapa komunitas yang aktif dan sering

mengadakan *gathering* seperti komunitas *one piece*, *medan anime community*, *anime lovers medan (AML)*, *otaku medan* dan *cosmed*. Komunitas ini dibuat sebagai sarana untuk berbagi mengenai hobi mereka menonton *anime*, selain itu mereka juga sering berpartisipasi untuk memeriahkan *event cosplay* yang ada di Medan. Tidak hanya *sharing* mengenai *anime*, komunitas – komunitas tersebut juga melakukan bakti sosial dengan mengumpulkan dana yang diberikan kepada korban bencana alam ataupun membagikan takjil saat bulan ramadhan.

Anime adalah animasi dari jepang yang digambar dengan tangan maupun menggunakan teknologi komputer. Kata *anime* merupakan singkatan dari “*animation*” dalam bahasa inggris yang merujuk pada semua jenis animasi. Masyarakat jepang sangat antusias menonton *anime* dan membaca manga yang dimulai dari anak – anak hingga orang dewasa. Mereka menganggap *anime* itu bagian dari kehidupan mereka (<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Anime>).

Kebanyakan dari mereka tertarik untuk menonton *anime* karena ceritanya yang beragam, unik, kreatif dan lucu. Latar belakang dari tokohnya juga sangat berkarakter dengan visualisasi yang berbeda – beda, sehingga tak jarang penonton terkesima atau terbawa perasaan saat menonton adegan yang diperankan oleh tokoh favorit mereka. Cara untuk mengakses atau menonton *anime* sangat mudah, apalagi sekarang kecanggihan teknologi sudah sangat berkembang. Melalui internet para pecinta *anime* bisa memilih genre dan judul apa yang ingin ditonton. Mereka bisa *streaming* ataupun *men-downloadnya* dengan *subtitle* yang sudah di terjemahkan dalam bahasa Indonesia. Ada banyak *situs web* yang dapat dikunjungi, salah satunya *Otaku Desu*.

Anime tidak hanya digemari oleh masyarakat Jepang, namun juga masyarakat Indonesia. Banyak yang menonton *anime* untuk mengisi waktu luang mereka terutama saat *weekend*. Bahkan penggemar *anime* di Indonesia juga tidak memandang usia, dimulai dari anak – anak hingga dewasa. *Anime* sendiri memiliki beberapa genre diantaranya *romance, action, fantasy, horror, slice of life, musical* dan sebagainya.

Salah satu genre yang digemari anak remaja khususnya wanita yaitu genre *slice of life*. Genre ini menceritakan kisah nyata dalam kehidupan sehari – hari seorang remaja, baik itu percintaan, persahabatan, keluarga, permasalahan dan intrik kehidupan sehari – hari yang sering terjadi di dunia nyata. Salah satu judul *anime* bergenre *slice of life* yang memiliki rating yang tinggi yaitu *Clannad*. *Anime* yang berjumlah 23 episode ini menceritakan tentang kisah remaja yang berusaha untuk mengatasi permasalahan dalam hidupnya, dan setiap episode membahas cerita yang berbeda dari setiap tokoh. Di dalam *anime* ini terdapat kisah persahabatan antara Nagisa dan teman – teman sekolahnya untuk membangun *club teater*. Ada juga kisah percintaan Nagisa dan Tomoya yang membuat penonton terbawa perasaan. Lalu cerita kelam Tomoya yang menjalani hidup terpisah dengan ayahnya setelah ibunya meninggal dunia.

Anime Clannad mendapat rating tinggi sebagai *anime* drama terbaik di tahun 2007 dengan rating 8.24% (<https://otakudesu.org/>). *Clannad* adalah *anime* yang cocok untuk ditonton karena ceritanya yang santai dan tidak berat untuk dipahami, selain itu *anime* ini dapat membuat penonton menjadi *Baper* khususnya remaja wanita yang melihat tokoh favoritnya memerankan adegan romantis.

Melihat adegan tersebut penonton menjadi berharap agar mempunyai pasangan seperti Tomoya tokoh utama dalam *anime*. Bahkan tak jarang penonton jadi ingin mempelajari bahasa Jepang agar bisa berkencan dengan orang Jepang. Bagi sebagian orang yang *maniac* terhadap *anime* dapat membentuk perubahan gaya hidup dalam dirinya, seperti merubah model rambut yang mirip karakter *anime*, atau berbicara dengan bahasa Jepang yang biasa di dengar di *anime* tersebut.

Melihat dari rating *anime Clannad*, penulis menjadi tertarik untuk melakukan penelitian terhadap perubahan gaya hidup Mahasiswa Sastra Jepang yang berada di lingkungan kampus USU khususnya *anime* bergenre *Slice Of Life*. Oleh sebab itu penulis mengambil judul **“Peran *Anime “Slice Of Life”* Dalam Perubahan Gaya Hidup Mahasiswa Sastra Jepang Universitas Sumatera Utara”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

- a. Apakah *slice of life* adalah genre favorit bagi mahasiswa Sastra Jepang USU?
- b. Benarkah *genre slice of life* memberikan peran dalam kehidupan para mahasiswa?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu :

- a. Mengetahui sejauh mana ketertarikan mahasiswa terhadap *anime* bergenre *slice of life*.
- b. Mengetahui peran *anime* genre *slice of life* terhadap mahasiswa, khususnya *anime* berjudul *Clannad*.

1.4 Manfaat Penelitian

- a. Aspek Teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi literatur dan pedoman bagi peneliti selanjutnya yang membahas mengenai *anime*, kebudayaan, dan gaya hidup.
- b. Aspek Praktis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat di bidang ilmu komunikasi dan dapat memberikan gambaran terhadap perubahan gaya hidup yang terjadi dari menonton *anime*.
- c. Aspek Akademis, penelitian ini diharapkan menjadi kajian ilmu sekarang khususnya ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I :Yaitu berisikan pendahuluan yang memaparkan latar belakang masalah yang akan diteliti, kemudian adanya rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian.

BAB II :Merupakan bab yang membahas uraian teoritis yang berhubungan dengan judul seperti komunikasi, *Anime*, budaya, budaya populer, gaya hidup, dan komunitas.

- BAB III :Membahas persiapan dari pelaksanaan penelitian yang menguraikan tentang metodologi penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi, narasumber, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi dan waktu penulisan serta sistematika penulisan.
- BAB IV :Merupakan pembahasan yang menguraikan tentang ilustrasi penelitian, pembahasa, dan hasil.
- BAB V :Membahas penutup yang menguraikan tentangsimpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Peran

Teori peran adalah sebuah teori yang digunakan dalam dunia sosiologi, psikologi dan antropologi yang merupakan perpaduan berbagai teori, orientasi maupun disiplin ilmu. Teori peran berbicara tentang istilah “peran” yang biasa digunakan dalam dunia teater, dimana seorang aktor dalam teater harus bermain sebagai tokoh tertentu dan dalam posisinya sebagai tokoh itu ia diharapkan untuk berperilaku secara tertentu. Posisi seorang aktor dalam teater dianalogikan dengan posisi seseorang dalam masyarakat, dan keduanya memiliki kesamaan posisi (Sarwono, 2015: 215).

2.2 Komunikasi dan Fenomena Budaya Populer

Anime adalah salah satu bentuk dari adanya budaya populer yang saat ini banyak digandrungi, tidak hanya dikalangan remaja namun *anime* juga disenangi oleh orang dewasa dan anak – anak. *Anime* dilihat dari perspektif komunikasi merupakan sebuah sarana penyampaian pesan yang dapat membangun hubungan antar pecinta *anime*, dimana mereka dapat berkomunikasi dengan efektif karena pesan yang ingin disampaikan dapat diterima oleh *audiens*.

Rogers mendefinisikan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam. Lain halnya dengan Steven, yang mengajukan definisi yang lebih luas

bahwa komunikasi adalah suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang – orang mengatur lingkungannya dengan (1) membangun hubungan antar sesama manusia, (2) melalui pertukaran informasi, (3) untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain serta (4) berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu (Cangara, 2014: 21-22).

Definisi yang dikemukakan oleh Rogers mengenai pengertian komunikasi tersebut berkaitan dengan fenomena budaya populer *anime*, dimana komunikasi dapat dibangun dengan hubungan antar manusia seperti para pecinta *anime* berkomunikasi dengan membahas tokoh favorit masing – masing. Dengan adanya kesamaan hobi dan minat mereka terhadap *anime* menjadikan mereka membangun hubungan antar sesama manusia. Kemudian adanya pertukaran informasi seperti memberikan saran judul *anime* yang direkomendasikan untuk ditonton, dan terjadinya pertukaran informasi dari masing – masing individu. Lalu menguatkan sikap dan tingkah laku dari sesama pecinta *anime* dan berusaha untuk mengubahnya agar terhindar dari munculnya hubungan yang tidak baik dan *miss communication*.

2.2.1 Unsur Komunikasi

Untuk melihat proses penyampaian pesan dari *anime* tersebut dapat dilihat dari unsur – unsur komunikasi dalam buku berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi yang dikemukakan oleh Cangara (2014:26). Unsur atau elemen dalam ilmu komunikasi adalah konsep yang dipakai untuk membangun suatu ilmu pengetahuan. Terdapat beberapa macam pandangan tentang banyaknya unsur atau elemen yang mendukung terjadinya komunikasi. Awal 1960-an David K. Berlo membuat

formula komunikasi yang lebih sederhana, yang dikenal dengan pengirim, pesan, saluran – media, dan penerima. Shannon dkk menambahkan lagi unsur efek dan umpan balik sebagai pelengkap membangun komunikasi yang sempurna. Perkembangan terakhir adalah munculnya pandangan dari Joseph dkk, yang menilai faktor lingkungan merupakan unsur yang tidak kalah pentingnya dalam mendukung terjadinya proses komunikasi. Maka dari itu tersusunlah kaitan antara satu unsur dengan unsur lainnya, yang terdiri dari :

- Sumber, semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antarmanusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi juga bisa dalam bentuk kelompok misalnya partai.
- Pesan, yaitu sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat, atau propaganda.
- Media, yang dimaksud disini ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Selain pancaindra yang dianggap sebagai media komunikasi ada juga saluran komunikasi seperti telepon, surat. Dalam komunikasi massa terbagi dua yaitu media cetak seperti surat kabar, majalah, buku, brosur, stiker, poster, spanduk, dan sebagainya. Lalu media elektronik seperti radio, film, televisi, video *recording*, komputer, dan semacamnya.
- Penerima, yaitu pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai, atau Negara. Penerima juga bisa disebut sebagai khalayak, sasaran,

komunikasikan, atau dalam bahasa Inggris disebut *audience* atau *receiver*. Penerima adalah elemen paling penting dalam proses komunikasi, karena ia adalah yang menjadi sasaran dari komunikasi. Jika suatu pesan tidak diterima oleh penerima, akan menimbulkan berbagai macam masalah yang sering menuntut perubahan, apakah pada sumber, pesan atau saluran.

- Pengaruh, adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap, dan tingkah laku seseorang (De Fluer, 1982) oleh karena itu, pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang, sebagai akibat penerimaan pesan.
- Tanggapan Balik, ada yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima. Akan tetapi sebenarnya umpan balik bisa juga berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meski belum sampai pada penerima. Misalnya alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan mengalami gangguan sebelum sampai ke tujuan. Hal seperti itu menjadi tanggapan balik yang diterima oleh sumber.
- Lingkungan, ialah faktor – faktor tertentu yang dapat memengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas tiga macam, yakni *lingkungan fisik* yang menunjukkan bahwa suatu proses komunikasi hanya bisa terjadi kalau tidak terdapat rintangan fisik misalnya geografis. Karena komunikasi akan sulit dilakukan karena jarak terlalu jauh dan tidak tersedia fasilitas komunikasi seperti telepon. *Lingkungan sosial* menunjukkan faktor sosial

budaya, ekonomi dan politik yang bisa menjadi kendala terjadinya komunikasi misalnya kesamaan bahasa, kepercayaan, adat istiadat, dan status sosial. *Lingkungan psikologis* adalah pertimbangan kejiwaan yang digunakan dalam berkomunikasi, Misalnya menghindari kritik yang menyinggung perasaan orang lain.

Terkait dengan fenomena budaya populer *anime*, dicontohkan sumber disini seperti ketua komunitas dari penggemar *anime* yang ingin memberikan informasi kepada kelompoknya dengan mengirim pesan berisi ajakan untuk para member dalam menghadiri acara *gathering* yang dilakukan disebuah café. Media yang dipakai yaitu media elektronik seperti grup *Whatsapp* resmi dari komunitas tersebut. Penerimaannya para member yang bergabung dalam grup *whatsapp*. Kemudian dari pesan yang didapat muncul pengaruh antara apa yang dipikirkan dan dirasakan seperti penerima mulai berfikir untuk hadir dalam acara yang diadakan komunitasnya, dari adanya pengaruh tersebut munculnya tanggapan balik yang di berikan penerima kepada pengirim seperti memberitahu bahwa ia akan hadir dalam acara tersebut. Unsur terakhir dipengaruhi oleh lingkungan yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi dan terdiri dari beberapa faktor seperti lingkungan geografis, si penerima merasa tidak keberatan untuk menghadiri acara tersebut karena café tempat diadakan *gathering* jaraknya tidak terlalu jauh dan dapat diatasi. Kemudian adanya faktor lingkungan sosial budaya dimana penerima memiliki kesamaan bahasa dengan anggota member yang lain. Lalu faktor lingkungan psikologis seperti menghindarkan obrolan yang dapat menyinggung perasaan kepada sesama member dan meningkatkan solidaritas dalam kelompok.

2.2.2 Tipe Komunikasi

Adapun tipe – tipe komunikasi yang digunakan saat berinteraksi baik dengan diri sendiri maupun dengan kelompok. Joseph A. DeVito seorang profesor komunikasi di City University of New York dalam bukunya *Communicology* (1982) membagi komunikasi atas empat macam, yakni Komunikasi dengan Diri Sendiri, Komunikasi Kelompok Kecil, Komunikasi Publik dan Komunikasi Massa (Cangara, 2014:33).

- Komunikasi dengan Diri Sendiri (*Intrapersonal Communication*) yaitu proses komunikasi yang terjadi di dalam diri individu, atau dengan kata lain proses berkomunikasi dengan diri sendiri. Terjadinya proses komunikasi di sini karena adanya seseorang yang memberi arti terhadap suatu objek yang diamatinya atau terbetik dalam pikirannya. Objek dalam hal ini bisa saja dalam bentuk benda, kejadian alam, peristiwa, pengalaman, fakta yang mengandung arti bagi manusia, baik yang terjadi di luar maupun di dalam diri seseorang. Contohnya seperti seseorang yang sedang menonton *anime* dan secara emosional terpancing dengan cerita tersebut yang mungkin mengandung arti bagi dirinya lalu berbicara sendiri seolah – olah berbicara dengan seorang teman.
- Komunikasi Kelompok Kecil yaitu proses komunikasi yang berlangsung antara tiga orang atau lebih secara tatap muka, dimana anggota – anggotanya saling berinteraksi satu sama lainnya. Tidak ada batas yang menentukan secara tegas berapa besar jumlah anggota suatu kelompok kecil. Biasanya antara 2-3 orang, bahkan ada yang mengembangkan sampai 20-30 orang, tetapi tidak lebih dari 50 orang. Komunikasi kelompok kecil ini dalam fenomena budaya populer

contohnya seperti para penggemar *anime* berkumpul dan membahas judul *anime* yang sedang mereka tonton.

- Komunikasi Publik (*Public Communication*) yaitu komunikasi yang biasa disebut sebagai komunikasi pidato, komunikasi kolektif, komunikasi retorika, *public speaking*, dan komunikasi khalayak. Komunikasi public menunjukkan suatu proses komunikasi di mana pesan – pesan disampaikan oleh pembicara dalam situasi tatap muka di depan khalayak yang lebih besar. Dalam komunikasi public penyampaian pesan berlangsung secara kontinu. Dapat diidentifikasi siapa yang berbicara (sumber) dan siapa pendengarnya. Interaksi sumber dan penerima juga sangat terbatas, sehingga tanggapan balik juga terbatas. Dalam komunikasi publik dapat diibaratkan ketua komunitas dari *anime* berbicara langsung didepan para member untuk menyampaikan informasi yang melibatkan mereka seperti ikut berpartisipasi dalam *event cosplay* di kota Medan.
- Komunikasi Massa (*Mass Communication*) yaitu proses komunikasi yang berlangsung di mana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya missal melalui alat – alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, dan film. Pesan komunikasi massa berlangsung satu arah dan tanggapan baliknya lambat (tertunda) dan sangat terbatas. Akan tetapi, dengan perkembangan teknologi komunikasi yang begitu cepat, khususnya media massa elektronik, maka umpan balik dari khalayak bisa dilakukan dengan cepat kepada penyiar, misalnya melalui program interaktif. Contohnya seorang member yang menyebarkan undangan *gathering* ke dalam sebuah

forum diskusi berbentuk elektronik seperti *instagram* yang di ikuti ratusan bahkan ribuan orang dari para penggemar *anime*.

2.2.3 Komunikasi Verbal dan Non Verbal

Komunikasi adalah cara seseorang untuk menyampaikan pesannya, biasanya dalam sebuah komunitas penggemar memiliki simbol untuk menyampaikan pesan kepada anggota baik secara verbal maupun nonverbal. Mengutip sumber dari Jurnal Al-Irsyad yang menjelaskan pengertian komunikasi verbal dan nonverbal (Kusumawati, 2016: 88 – 92).

Komunikasi verbal (*Verbal Communication*) adalah bentuk komunikasi yang disampaikan komunikator kepada komunikan dengan cara tertulis (*written*) atau lisan (*oral*). Komunikasi verbal menempati porsi besar, karena kenyataannya ide – ide, pemikiran atau keputusan, lebih mudah disampaikan secara verbal ketimbang nonverbal. Dengan harapan, komunikan (baik pendengar maupun pembaca) bisa lebih mudah memahami pesan – pesan yang disampaikan. Contohnya komunikasi verbal melalui lisan dapat dilakukan dengan menggunakan media, seperti bercakap – cakap melalui telepon. Sedangkan komunikasi verbal melalui tulisan dilakukan secara tidak langsung antara komunikator dan komunikan. Proses penyampaian informasi dilakukan dengan menggunakan berupa media surat, lukisan, gambar, grafik dan lain – lain. Bahasa dapat juga didefinisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol – simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas. Melalui bahasa, informasi dapat disampaikan kepada orang lain, inilah yang disebut fungsi transmisi dari bahasa. Keistimewaan bahasa sebagai fungsi transmisi informasi yang lintas – waktu,

dengan menghubungkan masa lalu, masa kini, dan masa depan, memungkinkan kesinambungan budaya dan tradisi kita.

Komunikasi Non Verbal adalah komunikasi yang pesannya dikemas dalam bentuk tanpa kata – kata. Dalam hidup nyata komunikasi nonverbal jauh lebih banyak dipakai daripada komunikasi verbal. Dalam berkomunikasi hampir secara otomatis komunikasi nonverbal ikut terpakai. Karena itu, komunikasi nonverbal bersifat tetap dan selalu ada. Komunikasi nonverbal lebih bersifat jujur mengungkapkan hal yang mau diungkapkan karena spontan. Nonverbal juga bisa diartikan sebagai tindakan – tindakan manusia yang secara sengaja dikirimkan dan diinterpretasikan seperti tujuannya dan memiliki potensi akan adanya umpan balik (*feed back*) dari penerimanya. Dalam arti lain, setiap bentuk komunikasi tanpa menggunakan lambang – lambang verbal seperti kata – kata baik dalam bentuk percakapan maupun tulisan. Komunikasi nonverbal dapat berupa lambang – lambang seperti gesture, warna, mimik wajah, dan lainnya. Komunikasi nonverbal (*nonverbal communication*) menempati porsi penting. Banyak komunikasi verbal tidak efektif hanya karena komunikatornya tidak menggunakan komunikasi nonverbal dengan baik dalam waktu bersamaan. Melalui komunikasi nonverbal, orang bisa mengambil suatu kesimpulan mengenai suatu kesimpulan tentang berbagai macam perasaan orang, baik rasa senang, benci, cinta, kangen dan berbagai macam perasaan lainnya. Kaitannya dengan dunia bisnis, komunikasi non verbal bisa membantu komunikator untuk lebih memperkuat pesan yang disampaikan sekaligus memahami reaksi komunikan saat menerima pesan.

Bentuk komunikasi nonverbal sendiri diantaranya adalah, bahasa isyarat, ekspresi wajah, sandi, simbol – simbol, pakaian seragam, warna dan intonasi suara. Beberapa contoh komunikasi nonverbal yaitu :

- a. Sentuhan, yang dapat termasuk : bersalaman, menggenggam tangan, berciuman, sentuhan di punggung, mengelus – elus, pukulan, dan lainnya.
- b. Gerakan tubuh, dalam komunikasi nonverbal, kinesik atau gerakan tubuh meliputi kontak mata, ekspresi wajah, isyarat, dan sikap tubuh. Gerakan tubuh biasanya digunakan untuk menggantikan suatu kata atau frase, misalnya mengangguk untuk mengatakan iya; untuk menjelaskan sesuatu; menunjukkan perasaan.
- c. Vokalik, atau paralanguange adalah unsur nonverbal dalam suatu ucapan, yaitu cara berbicara. Contohnya adalah nada bicara, nada suara, keras atau lemahnya suara, kecepatan berbicara, kualitas suara, intonasi, dan sebagainya.

2.3 Gaya Hidup

Gaya hidup adalah pola – pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lain. Dalam interaksi sehari – hari kita dapat menerapkan suatu gagasan mengenai gaya hidup tanpa perlu menjelaskan apa yang kita maksudkan kita benar – benar tertantang serta mungkin sulit menemukan deskripsi umum mengenai hal – hal yang merujuk pada gaya hidup. Oleh karena itu, gaya hidup membantu memahami (yakni menjelaskan bukan berarti membenarkan) apa yang orang lakukan, mengapa mereka melakukannya, dan apakah yang mereka lakukan bermakna bagi dirinya maupun orang lain. David Chaney berasumsi bahwa gaya hidup merupakan ciri sebuah dunia modern, atau yang biasa disebut dengan

modernitas. Maksudnya adalah siapa pun yang hidup dalam masyarakat modern akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain (Chaney, 2017:40-41).

2.3.1 Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang dapat dilihat dari perilaku yang dilakukan oleh individu seperti kegiatan – kegiatan untuk mendapatkan atau mempergunakan barang – barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada penentuan kegiatan – kegiatan tersebut. Ada dua faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang, yaitu faktor internal dan eksternal yang diambil dari Jurnal (Susanto, 2013: 1-3). Faktor internal tersebut meliputi :

- Sikap, yang berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku. Keadaan jiwa tersebut sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosialnya.
- Pengamalan dan Pengamatan, pengamalan dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya dimasa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar orang akan dapat memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.
- Kepribadian, adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menemukan perbedaan perilaku dari setiap individu.

- Konsep Diri, yaitu pendekatan yang dikenal amat luas untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen dengan image merek. Bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek. Konsep diri sebagai inti dari pola kepribadian akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya, karena konsep diri merupakan frame of reference yang menjadi awal perilaku.
- Motif, perilaku muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap prestise merupakan beberapa contoh tentang motif. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan prestise itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.
- Persepsi, yaitu proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia.

Adapun faktor eksternal sebagai berikut :

- Kelompok Referensi , adalah kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung adalah kelompok dimana individu tersebut menjadi anggotanya dan saling berinteraksi, sedangkan kelompok yang memberi pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana individu tidak menjadi anggota didalam kelompok tersebut. Pengaruh – pengaruh tersebut akan menghadapkan individu pada perilaku dan gaya hidup tertentu.

- Keluarga, yang memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Hal ini karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya.
- Kelas Sosial, adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama. Ada dua unsur pokok dalam sistem sosial pembagian kelas dalam masyarakat, yaitu kedudukan (status), dan peranan. Kedudukan sosial artinya tempat seseorang dalam lingkungan pergaulan, prestise hak – haknya serta kewajibannya. Kedudukan ini dapat dicapai oleh seseorang dengan usaha yang sengaja maupun diperoleh karena kelahiran. Peranan merupakan aspek yang dinamis dari kedudukannya maka ia menjalankan suatu peranan.
- Kebudayaan, yang meliputi pengetahuan kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan – kebiasaan yang diperoleh individu sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan terdiri dari segala sesuatu yang dipelajari dari pola – pola perilaku yang normatif, meliputi ciri – ciri pola pikir, merasakan dan bertindak.

2.4Anime

Anime menurut Gilles Poltras ada dua pengertian, yang pertama adalah kata yang digunakan oleh orang jepang untuk menyebut film animasi apa pun tanpa memperhatikan darimana asal *anime* tersebut. Kedua, penggunaan kata *anime* di luar jepang adalah film animasi yang berasal dari jepang, jadi pengertian *anime*

terdapat dua pandangan, yaitu pandangan dari orang jepang dan pandangan dari luar orang jepang, orang jepang mengatakan segala jenis film animasi dari seluruh dunia dengan sebutan *anime*, kebalikannya dengan orang luar jepang mengatakan bahwa *anime* merupakan film animasi yang hanya dibuat oleh orang jepang saja (Nugroho, 2016:5).

2.4.1 Genre *Anime*

Genre yaitu istilah serapan untuk ragam, artinya adalah pembagian suatu bentuk seni atau tutur tertentu menurut kriteria yang sesuai untuk bentuk tersebut (<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Genre>). Genre *anime* dibuat berdasarkan sudut pandang sang animator, namun ada juga yang bersegmentasi pada penontonnya dari segi usia baik itu anak – anak, remaja laki – laki, remaja perempuan, wanita dewasa, dan pria dewasa (Aisyah, 2019:22).

Anime mempunyai berbagai genre tidak hanya fiksi ilmiah maupun fantasi namun *anime* juga menghadirkan genre kehidupan manusia diantaranya *Slice of Life*. *Slice of life* atau biasa disingkat “SOL” adalah genre *anime* yang berunsur kehidupan sehari – hari, biasanya kehidupan itu pernah kita alami. Jenis genre ini cenderung naturalistik dan biasanya berfokus di sekitar “kehidupan sehari – hari” tokoh utama. Seringkali juga dikaitkan dengan percintaan, hubungan sang tokoh utama (Millah, 2018: 19).

2.5 Budaya

Budaya menurut Sihabudin (2013:19-20), adalah suatu konsep yang membangkitkan minat. Secara formal budaya didefinisikan sebagai tatanan pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, nilai, sikap, makna, dan diwariskan dari generasi ke generasi, melalui usaha individu dan kelompok. Budaya menampakkan diri, dalam pola – pola bahasa dan bentuk – bentuk kegiatan dan perilaku; gaya berkomunikasi; dan objek materi, seperti rumah, alat dan mesin yang digunakan dalam industri dan pertanian, jenis transportasi, dan alat – alat perang.

Para sarjana studi cultural memandang budaya sebagai komunitas makna. Menurut Graham Murdock (1989), setiap kelompok masyarakat secara terus – menerus terlibat dalam penciptaan sistem makna dan mewujudkan makna tersebut dalam bentuk – bentuk yang ekspresif, dalam bentuk kegiatan sosial dan dalam bentuk lembaga – lembaga (Morissan, 2013:539).

2.5.1 Sifat – Sifat Budaya

Adapun sifat – sifat budaya yang dijelaskan dalam buku berjudul Ilmu Sosial dan Budaya Dasar (Setiadi, dkk. 2006: 34), Kebudayaan dimiliki oleh setiap masyarakat itu tidak sama, seperti di Indonesia yang terdiri atas berbagai macam suku yang berbeda, tetapi setiap kebudayaan mempunyai ciri atau sifat yang sama. Sifat tersebut bukan diartikan secara spesifik, melainkan bersifat universal. Di mana sifat – sifat budaya itu akan memiliki ciri – ciri yang sama bagi semua kebudayaan manusia tanpa membedakan faktor ras, lingkungan alam,

atau pendidikan, yaitu sifat hakiki yang berlaku umum bagi semua budaya di mana pun. Sifat hakiki dari kebudayaan tersebut sebagai berikut :

1. Budaya terwujud dan tersalurkan dari perilaku manusia.
2. Budaya telah ada terlebih dahulu daripada lahirnya suatu generasi tertentu dan tidak akan mati dengan habisnya usia generasi yang bersangkutan.
3. Budaya diperlukan oleh manusia dan diwujudkan dalam tingkah lakunya.
4. Budaya mencakup aturan – aturan yang bersikan kewajiban – kewajiban, tindakan – tindakan yang diterima dan ditolak, tindakan – tindakan yang dilarang, dan tindakan – tindakan yang diizinkan.

2.6 Budaya Populer

Budaya populer merupakan seperangkat ide, perspektif, sikap, gambaran, dan fenomena lain, yang menurut konsensus umum berada dalam lingkaran *mainstream (arus utama)* dari budaya yang (Subiakto, dkk. 2012:150). Menurut Heryanto (2012:11) Budaya pop seringkali dipahami terutama sebagai barang hiburan dan barang dagangan yang meraup laba, meski ada kasus budaya (pop atau yang lainnya) yang terang – terangan dirancang untuk membuahkann pernyataan politik, dan kemudian jadi terkenal, atau dicekal karena alasan politik. Pemikiran tentang budaya populer menurut Ben Agger yang dijelaskan dalam buku Burhan Bungin dikelompokkan menjadi empat aliran, yaitu :

1. Budaya dibangun berdasarkan kesenangan namun tidak substansial dan mengentaskan orang dari kejenuhan kerja sepanjang hari.
2. Kebudayaan populer menghancurkan nilai budaya tradisional.
3. Kebudayaan menjadi masalah besar dalam pandangan ekonomi Marx kapitalis.

4. Kebudayaan populer merupakan budaya yang menetes dari atas.

Kebudayaan populer banyak berkaitan dengan masalah keseharian yang dapat dinikmati oleh semua orang atau kalangan orang tertentu, seperti pementasan mega bintang, kendaraan pribadi, *fashion*, model rumah, perawatan tubuh, dan semacamnya. Sebuah budaya yang akan memasuki dunia hiburan, maka budaya itu umumnya menempatkan unsur populer sebagai unsur utamanya. Dan budaya itu akan memperoleh kekuatannya manakala media massa digunakan sebagai *by pass* penyebaran pengaruh di masyarakat. Budaya juga memiliki nilai yang membedakan satu budaya dengan budaya lainnya. budaya yang memiliki nilai tinggi dibedakan dengan budaya yang memiliki nilai dibawahnya. Namun dalam budaya populer, “perangkat media massa” seperti pasar rakyat, film, buku, televisi, dan jurnalistik akan menuntun perkembangan budaya pada “erosi nilai budaya” (Bungin, 2006:100).

Budaya populer juga menjadi bagian dari budaya elite dalam masyarakat tertentu. Sebagaimana yang dijelaskan bahwa budaya populer lebih banyak mempertontonkan sisi hiburan, yang kemudian mengesankan lebih konsumtif. Richard Dyer dalam buku Burhan Bungin mengatakan hiburan merupakan kebutuhan pribadi masyarakat yang telah dipengaruhi oleh struktur kapitalis. Hiburan menyatu dengan makna – makna hiburan dan saat ini didominasi oleh musik. Saat ini musik merupakan perangkat hiburan yang lengkap yang dipadukan dengan berbagai seni lainnya. Prinsip – prinsip yang menonjol dalam hiburan adalah kesenangan yang tertanam dan menjelma dalam kehidupan manusia, sehingga pada saat lain akan menjelma membentuk budaya manusia. Dan

akhirnya kesenangan itu menjadi larut dalam kebutuhan manusia yang lebih besar, bahkan kadang menjadi eksistensi kehidupan manusia. Kesenangan juga membuat manusia manja dan terbiasa dengan kehidupan yang aduhai dan serba mengagumkan (Bungin, 2006:102).

Adapun ciri umum budaya populer yang dijelaskan Rusmin Tumanggor, dkk dalam bukunya Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya antara lain:

1. Adanya tren atau tingkat kesukaan publik yang relatif tinggi.
2. Memiliki tingkat pemahaman yang mudah diingat, mudah dimengerti, sehingga publik mudah menerimanya dan mudah dinikmati. Karena umumnya budaya populer bersifat masif atau tren.
3. Mudah diadaptasi atau diterima bahkan dijiplak atau menduplikasinya.
4. Umumnya bersifat berkala, durasi, momentum, era tertentu, atau dengan bahasa lain tidak bertahan lama, umumnya mudah dilupakan setelah sekian lamanya menjadi tren.
5. Mengandung unsur nilai keuntungan (profit) yang menjadi ciri utama dari budaya populer.

Gelombang budaya populer makin gencar tak hanya dalam tayangan televisi, tetapi juga telah memasuki ruang kesadaran penonton, sehingga meniru atau menduplikasi segala hal yang menjadi tren dalam kehidupan keseharian mereka sebagai suatu yang biasa dan wajar. Karena itu media tidak saja berhasil menjual produknya, tetapi lebih jauh secara sadar atau tidak telah turut mengubah perilaku masyarakat sebagai konsumen. Keberhasilan media tidak lepas dari keberhasilan media menangkap kultur masyarakat kita yang lebih banyak memiliki waktu

luang dibanding waktu produktif. Entah konteks kultur lokal yang lebih santai, konsumtif, banyak memiliki waktu senggang atau waktu luang ataukah dunia industri media yang telah menjadikan masyarakat lokal menjadi demikian, keduanya saling berkelindan. Di antara sorotan dampak budaya populer melalui media lainnya adalah tentang imaji perempuan dan laki – laki tampan dilukiskan dengan keinginan industri (*primary difiner*) bidang kecantikan, *modelling*, kosmetika dan konsepsi maskulin atau feminis yang sering kali jauh dari realitas lokal. Misalnya cewek cantik adalah yang berkulit halus, putih, langsing, atau yang bertampang komersial (seperti yang dilukiskan di iklan kosmetik, sinetron, ataupun film). Sementara lelaki menarik adalah diidentifikasi tidak saja tampan dan kekar berotot, juga ditambah lagi suka sembahyang. Tak heran jika kemudian jika kehidupan dalam dunia sinetron turut memanipulasi kehidupan nyata baik secara sadar atau tidak. Bahkan tak jarang jatuh pada pemujaan hidup yang jauh dari konteks masyarakatnya (Tumanggor, dkk. 2010: 41 - 44).

2.6.1 New Media

Media baru adalah konsep yang menjelaskan kemampuan media dengan dukungan *perangkat digital* dapat mengakses konten kapan saja, dimana saja sehingga memberikan kesempatan bagi siapa saja baik sebagai penerima / pengguna untuk berpartisipasi aktif, interaktif, dan kreatif terhadap umpan balik pesan yang pada gilirannya membentuk komunitas / masyarakat “baru” melalui isi media (Liliweri, 2015:284).

Berikut beberapa definisi media baru yang dikemukakan Lev Manovich dalam “*The New Media Reader*”**Pertama**, Media baru adalah media yang berbasis

teknologi komputer sebagai “*platform*” distribusi informasi melalui situs *Web*, *Komputer Multimedia*, *Blu-ray disk* dll. Makna “media baru” bahkan kemudian harus direvisi seiring dengan kecepatan perubahan teknologi (sebagai objek budaya) pendukung media baru. Istilah “media baru” tidak akan “baru” lagi jika kebanyakan bentuk budaya akan didistribusikan melalui komputer. **Kedua**, Media baru merupakan *campuran antara konvensi budaya yang sudah ada dengan konvensi software*. Kini media baru dapat dipahami sebagai campuran antara konvensi budaya yang lebih tua dan konvensi budaya baru dalam pengelolaan dan akses data yang semuanya diproses melalui manipulasi. Jadi kata “lama” dalam “media lama” sebagai lawan dari “media baru” menggambarkan kerja media atas data sekaligus merepresentasikan realitas visual dan pengalaman manusia, sedangkan kata “baru” menunjukkan bahwa data itu bersifat numerik. Sifat numerik itu ditunjang oleh komputer dimana pada komputer telah disediakan semacam tombol “kreatif” yang mengarahkan pengguna untuk memutuskan sesuatu secara jitu. Contoh berbagai perangkat lunak dapat digunakan untuk memproduksi film (gerak, gambar, dan suara) baik film realitas nyata maupun melalui animasi. **Ketiga**, Media baru media yang menghasilkan *estetika* baru, karena media baru menyediakan strategi untuk meningkatkan kualitas estetika konten (bayangkan orang dapat memanipulasi foto dalam banyak versi dengan perangkat lunak *Adobe Photoshop*). Artinya media baru sangat bermanfaat untuk merekam momen penampilan realitas, dan sekaligus mengubah kualitas data dari rekaman tersebut (Liliweri, 2015:285-286).

a. Karakteristik Media baru

Ada tiga karakteristik utama dari media baru, namun Manovich memfokuskan tiga aspek (karakteristik) media baru yaitu :

1. Variabilitas merupakan salah satu karakteristik utama masyarakat postmodern, menjelaskan bahwa semua orang dapat memproduksi gambar dan suara menurut versi mereka.
2. Modularity yaitu suatu konsep yang dipahami oleh masyarakat pasca industri, menjelaskan bahwa media digital memiliki berbagai komponen bersifat diskrit artinya tampak terpisah namun setiap saat dapat disusun atau digabungkan dalam representasi data numerik, dari modularitas inilah orang dapat menciptakan variasi konten. Pengaruh dari modularitas ini sangat besar terhadap “industri budaya”, contoh para konsumen dapat mendesain warna sepatu sesuai kesukaannya lalu mengirimkan pesanan itu kepada perusahaan Nike.
3. Transcoding merupakan proses memungkinkan para pengguna semakin mudah menerjemahkan apa yang ia kerjakan ke dalam format yang berbeda apalagi didukung oleh proses komputerisasi. Manovich mengemukakan bahwa media baru mempunyai lapisan yang berbeda yaitu lapisan budaya, dan lapisan komputer (Liliweri, 2015:286).

2.7 Komunitas

Komunitas menurut Stewart E. Perry (Iriantara, 2007:24) dalam CED Definition and Terminology memandang ada dua makna komunitas. Pertama, komunitas sebagai kategori yang mengacu pada orang yang saling berhubungan berdasarkan nilai-nilai dan kepentingan bersama yang khusus seperti komunitas penyandang cacat, jamaah masjid atau kelompok imigran. Kedua, secara khusus menunjuk pada satu kategori manusia yang berhubungan satu sama lain karena didasarkan pada lokalitas tertentu yang sama karena kesamaan lokalitas itu secara tak langsung membantu mereka mengacu pada kepentingan dan nilai-nilai yang sama.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata – kata tertulis atau lisan dari orang – orang dan berperilaku yang dapat diamati. Metode kualitatif dipergunakan dengan beberapa pertimbangan. Pertama, menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan ganda. Kedua, metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara penelitian dengan responden, ketiga, metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama dan terhadap pola – pola yang dihadapi. Penelitian kualitatif menyusun desain yang secara terus – menerus disesuaikan dengan kenyataan dilapangan, tidak harus menggunakan desain yang telah disusun secara ketat atau kaku, sehingga tidak dapat diubah lagi (Hikmat, 2011:37-38).

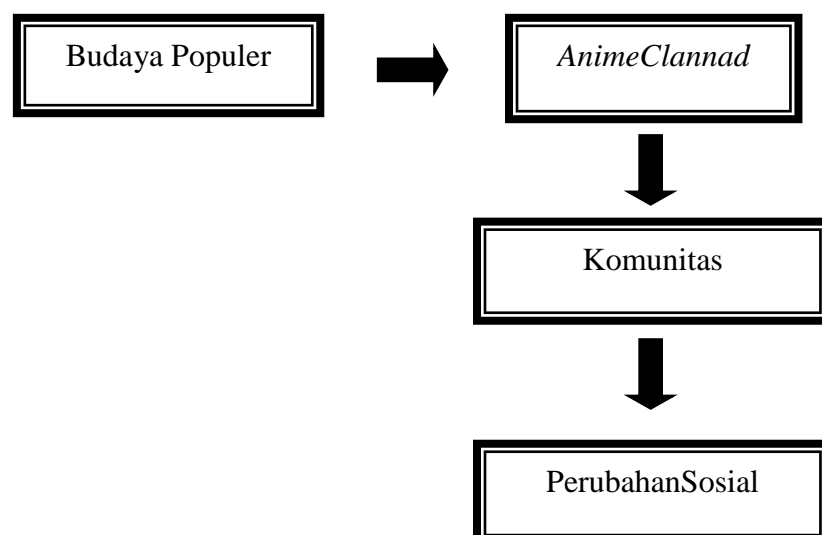
Menurut teori penelitian kualitatif, agar penelitiannya dapat betul – betul berkualitas, data yang dikumpulkan harus lengkap yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data dalam bentuk verbal atau kata – kata yang diucapkan secara lisan, gerak – gerak atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, dalam hal ini subjek penelitian (informan) yang berkenaan dengan variabel yang diteliti. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen – dokumen grafis (table, catatan,), foto – foto, film, rekaman video, benda – benda dan lain – lain yang dapat memperkaya data primer. Dengan

demikian, sumber data penelitian kualitatif adalah tampilan yang berupa kata – kata lisan atau tertulis yang dicermati oleh peneliti, dan benda – benda yang yang diamati sampai detailnya agar dapat ditangkap makna yang tersirat dalam dokumen atau bendanya. Sumber data tersebut seharusnya asli, namun apabila yang asli susah didapat, *fotocopy* atau tiruan tidak terlalu menjadi masalah, selama dapat diperoleh bukti pengesahan yang kuat kedudukannya. Sumber data penelitian yang sudah disebutkan tersebut secara garis besar dapat dibedakan menjadi dua, yaitu manusia atau orang dan yang bukan manusia. Siapa manusia dan apa sumber data yang bukan manusia dipilih sesuai kepentingan penelitian (Arikunto, 2014:22).

3.2 Kerangka Konsep

Konsep merupakan istilah yang mengekspresikan sebuah ide abstrak yang dibentuk dengan menggeneralisasikan objek atau hubungan fakta – fakta yang diperoleh dari pengamatan (Kriyanto, 2012:17). Dari uraian tersebut maka kerangka konsep digambarkan sebagai berikut :

Bagan 3.1 Kerangka Konsep



3.3 Definisi Konsep

Definisi dari kerangka konsep diatas yaitu :

- a. Budaya Populer : yaitu yang berkaitan dengan masalah keseharian yang dapat dinikmati oleh semua orang atau kalangan orang tertentu, seperti pementasan mega bintang, *fashion*, film.
- b. *Anime clannad* : yaitu *anime* yang bergenre *slice of life* yang berunsur kehidupan sehari – hari, yang biasanya di alami dalam kehidupan nyata.
- c. Komunitas : yaitu manusia yang berhubungan satu sama lain dengan membentuk suatu forum yang membahas mengenai minat dan hobi yang sama.
- d. Perubahan sosial : yaitu perubahan yang terjadi sebagai suatu variasi dari cara hidup yang telah diterima karena adanya perubahan kebudayaan ataupun penemuan baru dalam suatu masyarakat.

3.4 Kategorisasi

Kategorisasi yaitu proses yang dikenal sebagai proses membedakan, mengenali, dan dimengerti. Kategorisasi menunjukkan pesan tersirat bahwasannya menentukan sesuatu ke dalam kategori tertentu yang menunjukkan hubungan antara subjek dan objek suatu penelitian (Lubis, Jurnal Interaksi. 2019:29). Kategorisasi dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian

Konsep Teoritis	Indikator
1. Budaya Populer	<ul style="list-style-type: none"> • New Media • Film
2. <i>Anime</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Genre
3. Komunitas	<ul style="list-style-type: none"> • Perkumpulan • Solidaritas • Kesamaan minat dan hobi
4. Perubahan Sosial	<ul style="list-style-type: none"> • Bahasa • Penampilan

3.5 Informan dan Narasumber

Penetapan informan berdasarkan teknik snowball sampling yang dilakukan pada saat penelitian berlangsung dengan jumlah 4 orang informan. Adapun kriteria informannya sebagai berikut :

- a. Mahasiswa program studi sastra jepang USU.
- b. Mahasiswa yang pernah bergabung dalam komunitas *anime* di kota Medan.
- c. Keterlibatan mahasiswa di komunitas *anime* dalam mengekspresikan hobi mereka.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian karena bertujuan untuk mendapatkan data yang sesuai untuk memenuhi standar yang telah ditetapkan. Dalam hal ini peneliti menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi dalam penelitiannya. Selain itu peneliti juga menggunakan metode sampel nonprobabilitas yaitu bola salju (*snowball sampling*) dimana peneliti secara acak menghubungi beberapa responden yang memenuhi kriteria (*qualified volunteer sample*) dan kemudian meminta responden bersangkutan untuk merekomendasikan teman, keluarga, atau kenalan yang mereka ketahui yang memenuhi kriteria untuk dijadikan sebagai responden penelitian. Peneliti kemudian menghubungi orang dimaksud untuk menentukan apakah mereka memenuhi kriteria sebagai responden (Morissan, 2019:444).

a. Wawancara

Menurut Kartono (Gunawan, 2013:160), wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu, ini merupakan proses tanya jawab lisan, dimana dua orang atau lebih berhadapan – hadapan secara fisik. Menurut Arikunto (2014: 271) wawancara harus dilaksanakan dengan efektif, artinya dalam kurun waktu sesingkat – singkatnya dapat diperoleh dari sebanyak – banyaknya. Bahasa harus jelas, terarah. Suasana harus tetap rileks agar data yang diperoleh data yang objektif dan dapat dipercaya.

b. Observasi

Metode observasi yaitu sebuah teknik pengumpulan data yang mengharuskan peneliti turun ke lapangan mengamati hal – hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, benda – benda, waktu, peristiwa, tujuan, dan perasaan (Ghony, dkk. 2014:165). Dalam menggunakan metode observasi cara yang paling efektif adalah melengkapinya dengan format atau blangko pengamatan sebagai instrumen. Format yang disusun berisi item – item tentang kejadian atau tingkah laku yang digambarkan akan terjadi (Arikunto, 2014:272).

c. Dokumentasi

Metode pengumpulan data dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen yang berkaitan dengan masalah penelitian. Dokumen ini dapat berupa hasil penelitian, foto – foto, atau gambar, hasil karya seseorang dan sebagainya. Dapat pula hanya menjadi data penunjang dalam mengeksplorasi masalah penelitian (Martono, 2016:87). Menurut Arikunto (2014: 274), metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal – hal atau variabel yang berupa catatan, majalah, dan sebagainya.

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2011: 338-345), Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah mengacu pada konsep Miles dan Huberman yaitu :

a. Reduksi Data : Berarti merangkum, memilih hal – hal yang pokok, memfokuskan pada hal – hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan

memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

- b. Penyajian Data : Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Penyajian data paling sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.
- c. Penarikan Kesimpulan : Teknik ini diperoleh dari reduksi data dan display data. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal.

Data kualitatif dapat dipilih menjadi dua jenis :

- a. Hasil pengamatan : uraian rinci tentang situasi, kejadian, interaksi, dan tingkah laku yang diamati dilapangan.
- b. Hasil pembicaraan : kutipan langsung dari orang – orang tentang pengalaman, sikap, keyakinan dan pemikiran mereka dalam kesempatan wawancara mendalam (Kriyantono, 2012:57).

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan di Universitas Sumatera Utara, tepatnya pada Program Studi Sastra Jepang pada bulan Desember 2019 - Maret 2020.

3.9 Deskripsi Singkat Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk melihat peran *anime* dalam perubahan gaya hidup mahasiswa yang hobi menonton *anime*. Perubahan gaya hidup yang dimaksud yaitu dari segi bahasa dan penampilan mereka. Disini bahasa diartikan dengan gaya bicara tokoh *anime* dan sapaan dengan bahasa Jepang yang biasa di

dengar. Lalu penampilan yang mengikuti karakter *anime* seperti model rambut, pakaian, dan sebagainya. Objek dari penelitian ini yaitu Mahasiswa Program Studi Sastra Jepang USU yang menyukai *anime* dan pernah bergabung dalam komunitas *anime* di kota Medan. Adapun penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *Snowball Sampling* dimana peneliti menghubungi secara acak beberapa responden yang memenuhi kriteria.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Ketertarikan Mahasiswa Terhadap *Anime*

a. Awal Mula Tertarik Dengan *Anime*

Anime disukai oleh berbagai kalangan, termasuk mahasiswa Program Studi Sastra Jepang USU. Dari mahasiswa Sastra Jepang tersebut peneliti melakukan wawancara dengan (4) empat informan yang terdiri dari Gusti Suprianto (Informan I), Muhammad Yasser (Informan II), Muhammad Puja Anhar (Informan III), Nur Anjani (Informan IV).

Dari wawancara yang peneliti lakukan kepada ke empat informan, mereka mengatakan sudah menonton *anime* sejak kecil di umur 5 – 7 tahun. Awal mula menonton *anime* yaitu dari tayangan televisi swasta yang memutar film animasi setiap pagi. Sejak saat itu beberapa informan mengatakan mulai menyukai dan hobi menonton *anime*. Namun karena perkembangan teknologi yang modern, mereka mengatakan memanfaatkan internet untuk menonton. Dibandingkan dengan televisi, internet justru mempermudah karena dapat memilih judul dan genre apa saja yang ingin mereka tonton, jadi tidak hanya menonton film animasi yang ditayangkan di tv.

Meskipun banyaknya film animasi yang ditayangkan di televisi namun para penggemar *anime* sudah jarang menontonnya. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh informan IV sebagai berikut:

“Kalau aku sih uda jarang ya nonton anime dari tv. Soalnya anime di tv itu kebanyakan ulangan, jadi uda tau ceritanya gimana terus endingnya juga gimana. Makanya sekarang lebih suka nonton dari internet ajasih, biasanya aku selalu download dulu anime yang direkomendasikan gitu. Kebanyakan yang ratingnya tinggi – tinggi makanya recommended.”

Dari pernyataan yang diberikan oleh informan IV diatas dapat dilihat bahwa menurutnya film animasi di televisi kebanyakan tayangan ulangan dan sekarang sudah jarang tv menayangkan film animasi baru, oleh sebab itu ia tidak tertarik untuk menontonnya lagi. *Situs web* yang biasa mereka kunjungi juga beragam seperti *Samehadaku*, *Otaku Desu*, *AnimeIndo.Id*, dan sebagainya. Saat ini sudah banyak sekali situs *webonline* yang dapat diakses untuk menonton *anime*. Namun beberapa informan mengaku tidak pernah *men-downloadnya* dari *website* yang belum pernah mereka kunjungi. Selain karena sudah nyaman, mereka tidak ingin mencoba karena berbagai macam alasan, salah satunya takut terkena virus pada perangkatnya.

Sebagian informan menonton dengan cara di *download*, oleh sebab itu adanya kemungkinan terkena virus jika sembarang memilih sumber dari *website online*. Intensitas waktu mereka menonton *anime* juga beragam. Namun tidak ada informan yang menonton dibawah dari 5 jam. Rata – rata mereka menghabiskan waktu menonton di atas 5 jam, bahkan informan IV mengaku biasanya menonton *anime* bisa sampai 12 jam sehari. Hal ini disebut dengan *movie marathon*, dimana informan terus – menerus menonton hingga menghabiskan satu *season* dan

melanjutkan judul yang baru. Namun tidak semua informan menghabiskan waktu seharian dengan menonton *anime*, hal ini seperti ungkapan dari informan III yang mengatakan sebagai berikut :

“Sekarang uda jarang sih kak, dulu yang sering nonton sampai lupa waktu. selalu dikamar aja gak keluar – keluar kaya ansos. Kalau sekarang paling nonton berapa episode aja trus udah. Lagian tugas juga lagi banyak – banyaknya, jadi gak sempat buat marathon.”

Dari hasil wawancara tersebut, informan III mengatakan sekarang ia mengontrol waktunya untuk menonton, karena jika tidak ia bisa melakukannya seharian. Hal itu menurutnya tidak baik, karena seperti mengasingkan diri dari keluarga dan teman – temannya. Selain itu, alasannya sudah jarang menonton *anime* belakangan ini karena banyaknya tugas kuliah yang membuatnya tidak sempat untuk melakukan *movie marathon*.

b. Genre *Anime*

Bukti kecintaan mereka terhadap *anime* dapat dibenarkan dengan beberapa koleksi *anime* yang mereka punya, selain itu banyaknya pengetahuan mereka terhadap berbagai genre dan judul *anime* yang pernah mereka tonton. Melalui wawancara peneliti mengetahui genre apa saja yang paling sering mereka tonton. Kebanyakan dari mereka menyebutkan genre *comedy*, *action*, *adventure*, dan *slice of life*. Namun ada beberapa informan yang menonton genre *romance*, *musical*, *thriller*, *fiction* dan *science fiction*. Masing – masing informan memiliki selera genre yang berbeda walau kebanyakan informan laki – laki memilih genre *action* dan *fiction* sebagai favoritnya. Saat melakukan wawancara semua informan mengetahui genre *slice of life* yang sedang peneliti teliti. Mereka juga mengerti arti dari genre tersebut, tidak hanya tau dan pernah nonton beberapa *anime*

nyasaja. Mereka mengatakan bahwa genre ini membahas mengenai kehidupan sehari – hari yang relevan di kehidupan nyata, baik itu percintaan, persahabatan, kekeluargaan, dan kehidupan perkantoran.

Genre *slice of life* kebanyakan berlatar belakang perkantoran atau sekolah. Dari genre tersebut pecinta *anime* dapat melihat bagaimana kehidupan kantor di negara Jepang. Sama halnya dengan ungkapan oleh informan I sebagai berikut :

“Aku suka genre slice of life, terutama cerita tentang sekolah sama pekerjaan. Menurut aku kelebihan genre ini kaya kita lah misalnya yang gak tau gimana sistem kerjaan orang Jepang jadi tau. Karena kan genre ini kaya menggambarkan kehidupan kita sehari – hari.”

Dari jawaban yang diberikan oleh Informan I mengatakan bahwa ia menyukai genre *slice of life* yang berlatar belakang sekolah dan perkantoran. Karena ia suka melihat bagaimana kehidupan kantor atau sekolah di negara Jepang. Selain itu menurutnya dari menonton *anime slice of life* dapat memberinya pengetahuan dan gambaran kehidupan kantor dan konflik yang biasa terjadi. Begitupun dengan informan II yang mengatakan bahwa ia menyukai genre *slice of life* yang memiliki cerita menarik, karena menurutnya ada beberapa *anime* bergenre *slice of life* itu terkesan monoton. Lain halnya dengan informan III dan IV yang mengatakan tidak terlalu suka genre *slice of life* namun sudah beberapa kali menonton *anime* yang bergenre itu. Mereka memilih genre *slice of life* yang ada unsur komedi dan romansanya, jadi tidak monoton dan bosan.

Saat melakukan wawancara peneliti menanyakan judul *anime* bergenre *slice of life* apa saja yang pernah mereka tonton. Jawaban dari mereka pun beragam, seperti yang dikatakan oleh informan I bahwa ia pertama kali menonton *anime* genre *slice of life* berjudul *Shirobako*, *anime* ini bercerita tentang kisah lima

sahabat yang pernah mengikuti *ekstrakulikuler* animasi di masa sekolah dan berhasil bekerja di studio *anime*. Dari *anime* tersebut ia mengatakan langsung menyukai genre *slice of life* setelah menontonnya, menurutnya *anime* ini memberikan banyak pengetahuan bagi dirinya tentang sistem dan keadaan perkantoran di Jepang.

Berbeda dengan informan II, yang mengaku sudah beberapa kali menonton *anime* bergenre *slice of life* tetapi tidak mengingat beberapa judul dari genre tersebut. Namun ia pernah menonton *anime* berjudul *Clannad* yang menurutnya *anime* ini berhasil membuatnya merasakan bagaimana hubungan keluarga yang harmonis dan saling mendukung satu sama lain, Contohnya seperti hubungan Nagisa dalam tokoh tersebut dengan ayah dan ibunya. Mereka mendukung organisasi yang dipilih Nagisa walaupun mengetahui bahwa anaknya mempunyai penyakit yang membuatnya harus berhati – hati dan tidak kelelahan, namun karena itu adalah cita – cita anaknya kedua orang tuanya pun mendukung dengan senang hati.

Lain halnya dengan informan III yang menonton *anime* berjudul *Nichijou*. *Anime* ini termasuk genre *slice of life*, dan sangat asyik di tonton terutama yang menyukai cerita kehidupan sehari – hari dengan *pure comedy*. Menurut informan III, tingkah konyol tiga sahabat inilah yang mewarnai ceritanya. Berbagai bentuk kekonyolan mereka yang terkadang ngeselin, dan menghiburlah yang dapat menghidupkan suasana sekolah maupun keseharian mereka. Apalagi terdapat beberapa kata bahasa Indonesia yang di ucapkan Yukko tokoh dalam *anime* tersebut seperti ucapan “selamat pagi” dan “selamat tinggal”. *Anime* ini juga

termasuk *anime* yang memiliki rating yang tinggi, dan menurutnya drama ini ringan dan santai, cocok untuk di tonton di hari *weekend* bersama keluarga.

Tanaka-kun Wa Itsumo Kedaruge adalah Judul *anime* yang pernah ditonton oleh informan IV. *Anime* ini bercerita tentang pelajar SMA yang selalu lesu, tidak bertenaga dan selalu ingin tidur setiap saat. Walaupun tidak bergenre *slice of life* namun *anime* ini mirip seperti drama, karena menceritakan kehidupan sehari – hari Tanaka si tokoh utama yang pemalas dan hanya ingin tiduran. Genre *anime* ini yaitu *school life* dengan sisi komedi dan romantis. Menurut informan IV *anime* ini menarik dan tidak membosankan, mungkin karena ceritanya lucu dan ada romantisnya. Padahal kalau di bilang tokoh utamanya monoton karena hanya malas – malasan saja di sekolah, namun peran karakter pembantu yang menjadikan *anime* ini hidup.

Selain dari *anime* bergenre *slice of life* yang dijelaskan di atas, rata – rata informan mengetahui *anime Clannad* yang sedang peneliti teliti. Informan I dan II menyukai *anime Clannad* karena jalan ceritanya yang menurut mereka mengena di hubungan keluarga yang hangat antara tokoh utama dengan ayah dan ibunya. Berbeda dengan pendapat informan III dan IV, yang mengatakan tidak terlalu menyukai *anime* ini karena menurut mereka jalan ceritanya terkesan monoton. Berikut pengakuan yang diberikan oleh informan III :

“Engga terlalu sih kak kalau anime itu, soalnya story nya menurut aku terlalu bosan. Kaya tentang sekolah, gitu – gitu aja. trus juga komedinya menurut aku juga kurang kak.”

Hal senada pun di ungkapkan oleh informan IV yang mengatakan :

“Biasa aja sih. Dibilang suka ya engga, dibilang engga suka tapi ada sukanya juga. Kaya dibagian interaksi si Tomoya ke Nagisa gitu aku suka, cuma ceritanya yang monoton jadi bosen nontonnya.”

Dari hasil wawancara tersebut informan III mengatakan kalau *anime Clannad* memiliki cerita yang bosan, dan kurang dari sisi komedinya. Hanya menceritakan tentang kehidupan sekolah dan keseharian mereka saja. Begitu pula dengan tanggapan informan IV yang menurutnya tidak terlalu menyukai *anime* itu, namun ada beberapa *scene* yang menarik. Seperti dibagian interaksi Tomoya si karakter utama kepada Nagisa yang menurutnya manis.

4.1.2 Perubahan Menonton *Anime* Terhadap Mahasiswa

a. Ekspresi Dan Interaksi Yang Berorientasi Pada *Anime*

Dari hobi mereka menonton *anime* telah memberikan perubahan kepada mahasiswa. Perubahan itu seperti dari gaya berkomunikasi dan berpenampilan. Beberapa informan mengaku terkontaminasi dengan bahasa ataupun sapaan yang kerap ia dengar, seperti berbicara kalimat sapaan sehari - hari dengan menggunakan bahasa Jepang. Hal ini seperti ungkapan Informan I yang mengatakan :

“Oh iya, kalau sapaan sehari – hari sering. Bahkan kadang bicara ama orang rumah juga pernah dibawa sih karena keceplosan. Padahal yang dibilang mereka juga gak ngerti.”

Pengakuan dari informan I tersebut mengatakan bahwa ia sering berbicara menggunakan bahasa Jepang dengan teman – temannya. Bahkan terkadang tanpa sadar ia juga berbicara dengan orang – orang yang ada dirumahnya. Bahasa yang

biasa di ucapkannya adalah sapaan sehari – hari seperti “Selamat Pagi” dan “Selamat Malam” dalam bahasa Jepang. Sama halnya dengan informan III dan IV yang juga mengikuti suara atau kalimat – kalimat yang sering mereka dengar dalam tayangan film animasi tersebut. Seperti ungkapan dari informan III yang mengatakan :

“Oh iyaiya, itu pernah tuh waktu SMP lagi main – main ama kawan iseng – iseng ngeluarin suara kaya karakter anime gitu. Dulu sering Naruto sih pas lagi booming – boomingnya soalnya.”

Sama halnya dengan pendapat informan IV yang mengatakan :

“kadang dari anime ada yang dibawa – bawa, misalnya anime kan banyak tuh suara yang anak kecil yang loli – loli itu. Suka niru – niru gitu kalau lagi ngomong ama kawan atau becandaan. Lucu aja.”

Dari pendapat informan III diatas, ia mengatakan pernah mengikuti bahasa yang biasa di ucapkan dalam karakter *anime* saat semasa sekolah. Contohnya seperti suara karakter *Naruto*. Begitu pula dengan Informan IV yang juga terkadang mengikuti karakter *Lolicon* atau suara yang di imutkan seperti anak kecil. Menurutnya suara karakter *anime* itu lucu dan asyik untuk ditiru. Hal itu biasa dilakukannya saat sedang bercanda bersama teman – temannya. Namun berbeda pengakuan dari informan II yang mengatakan bahwa ia tidak pernah merasa terkontaminasi atau mengikuti sapaan yang ada dalam *anime*.

Selain bahasa, penampilan juga salah satu hal yang sering di ikuti oleh pencinta *anime*. Seperti meng-*cosplay* karakter favorit mereka dalam memeriahkan *event – event*. Namun ada beberapa orang yang mengikuti penampilan *anime*, tidak hanya

cosplay tetapi penampilan sehari – hari seperti gaya berpakaian atau gaya rambut.

Sama seperti ungkapan informan I yang mengatakan :

“kalau ngikutin gitu adasih, beberapa karakter yang terinspirasi jadi berubah penampilan. Dari gaya rambut ya kaya sekarang gini, agak panjang trus belah tengah. karena nonton anime Hyouka lah itu.”

Dari pernyataan diatas informan I mengatakan rambutnya yang sekarang adalah model rambut yang ia ikuti dari karakter *anime Hyouka*, dengan sedikit gondrong dan dibelah tengah. Begitu pula dengan informan IV yang mengaku juga pernah mengikuti gaya rambut karakter *anime* seperti poni yang sedikit panjang, kemudian bulatan dua di atas kepala yang mirip dengan ciri khasnya karakter *Sailor Moon*.

Selain terkontaminasi bahasa dan penampilan dari karakter *anime*, adapula perubahan lain yang mereka dapatkan seperti berubahnya pola pikir atau pandangan terhadap jalan cerita *anime*. Informan I mengatakan bahwa dari menonton *anime* merubah cara pikirnya jika menghadapi masalah yang serupa dengan karakter *anime*. Informan IV juga mengatakan perubahan yang ia dapat yaitu lebih mengetahui budaya Jepang dan pola – pola bahasa yang biasa di ucapkan. Begitu juga dengan informan II yang mengatakan bahwa dari menonton *anime* ia mendapatkan motivasi ke diri sendiri agar bisa bermain musik seperti karakter *anime Carole and Tuesday*.

Ada dua sisi yang di dapatkan dari menonton anime, yaitu sisi positif dan sisi negatif. Hal ini seperti yang di ungkapkan oleh Informan III yang mengatakan :

“nonton anime ini ada dampak baiknya ada dampak buruknya juga. Misalnya dampak buruknya itu kaya terlalu menghabiskan waktu menonton anime juga gak baik yakan, kadang mau seharian jadi gak keluar kamar karena asik nonton aja. Makanya perlu juga ngatur waktu biar gak asik nonton aja

kerjanya sih menurut aku kak. Tapi ada juga dampak baiknya kaya nonton anime itu banyak pesan – pesan yang bisa diambil juga tetapi tergantung dari animenya gimana.”

Pendapat yang diungkapkan oleh informan III diatas yaitu ia mengatakan bahwa dari menonton *anime* memberikannya dua sisi, yaitu sisi positif dan negatif. Sisi positifnya dapat merubah cara pandangnya jika menghadapi suatu kejadian yang sama dengan tokoh *anime*, lalu mengambil makna dari setiap cerita. Sisi negatifnya membuat lupa waktu, menjauh dari orang sekitar dan sibuk dengan dunianya sendiri dengan menonton *anime*. Maka dari itu menurutnya penting mengatur intensitas waktu dalam menonton agar tidak terasingkan dengan orang sekitar.

b. Komunitas *Anime*

Tren budaya populer dibuktikan dengan munculnya komunitas *anime* di kota Medan. Dari komunitas tersebut mereka berbagi hobi yang sama seperti *cosplay*, *sharing* mengenai judul *anime*, mengikuti *event – event* yang berhubungan dengan *anime*, dan sebagainya. Mahasiswa Sastra Jepang yang juga sebagai informan peneliti adalah anggota dari komunitas *anime* yang berbeda – beda. Namun kebanyakan dari mereka telah keluar dari komunitas tersebut, karena fokus dengan kegiatan kuliah masing – masing. Informan I mengatakan ia sudah bergabung selama 3 tahun dalam komunitas *anime* di media sosial *Facebook*. Sampai sekarang ia masih bergabung dalam komunitas tersebut, menurutnya tergabung dalam komunitas *online* tidak terlalu merepotkan karena mereka tidak melakukan *gathering* tiap bulannya. Mereka hanya *sharing* mengenai *anime* yang

memiliki rating tinggi dan merekomendasikannya untuk ditonton. Selain itu mereka juga berbagi pendapat mereka terhadap tokoh atau jalan ceritanya.

Informan II juga pernah bergabung dalam KOPKI yang artinya Komunitas *One Piece* Kolektor Indonesia. Ia bergabung selama 6 bulan dengan komunitas tersebut, alasannya bergabung karena menyukai anime *One Piece* dan ingin tahu apa saja kegiatan yang dilakukan dalam komunitas. Selama bergabung ia mengikuti *gathering* yang dilakukan minimal sekali dalam sebulan. Dalam *gathering* itu mereka membahas apa saja *planning* yang akan dilakukan kedepannya, seperti apakah ikut serta dalam memeriahkan suatu *event* atau melakukan pameran *action figure One Piece* sekaligus memperkenalkan komunitas mereka kepada pengunjung.

Begitu pula dengan informan III yang bergabung dalam komunitas Medan *Anime Community*. Ia bergabung dalam komunitas tersebut selama kurang lebih dua tahun. Sama dengan kegiatan komunitas lainnya, yaitu mengikuti *gathering* yang diadakan sebulan sekali, lalu ikut serta dalam *event – event* yang berhubungan dengan *anime* seperti *cosplay* dan kegiatan membagikan takjil di bulan ramadhan. Informan IV juga tergabung dalam komunitas *Otaku Medan*, namun ia hanya bergabung beberapa bulan saja sekitar 4 bulan, karena kesibukan kuliahnya. Ia pernah mengikuti *gathering* beberapa kali dan kegiatan lainnya seperti *sharing* tentang budaya Jepang dan pola bahasa yang di gunakan dalam beberapa film *anime*.

Selain ikut serta dalam komunitas masing - masing, mereka juga ikut mensukseskan acara Bunkasai USU yang diadakan tiap tahunnya. Panitia dari acara tersebut yaitu mahasiswa jurusan Sastra Jepang USU, baik program DIII maupun S1. Setiap tahun ada tiga stambuk yang bertanggung jawab sebagai panitia, yaitu stambuk tertua sebagai panitia inti dan dua stambuk lainnya sebagai anggota. Begitu selanjutnya untuk tahun – tahun berikutnya, maka dari itu semua mahasiswa ikut serta dalam memeriahkan acara tersebut. Bunkasai adalah *festival* budaya Jepang yang diadakan setiap tahun di Fakultas Ilmu Budaya USU. Berbagai macam kegiatan dihadirkan dalam *festival* ini seperti *cosplay*, poster, bazar makanan, lomba kaligrafi Jepang dan menggambar komik. Terkadang mereka juga mengundang bintang tamu dari Jepang untuk memeriahkan acara tersebut. Tahun ini Bunkasai diadakan pada bulan Juni nanti, adanya pengunduran waktu dikarenakan bertepatan dengan bulan suci ramadhan.

4.2 Pembahasan

Berdasarkan teori Budaya Populer yang di asumsikan oleh Rusmin Tumanggor, dkk dalam bukunya yang berjudul Ilmu Sosial dan Budaya Dasar (2010:43), mengatakan bahwa budaya populer juga telah memasuki ruang kesadaran penonton, sehingga meniru atau menduplikasi segala hal yang menjadi tren dalam kehidupan keseharian mereka sebagai suatu yang biasa dan wajar. Karena itu media tidak saja berhasil menjual produknya, tetapi lebih jauh secara sadar atau tidak telah turut mengubah perilaku masyarakat sebagai konsumen.

Ada juga ciri umum budaya populer yang di jelaskan oleh Rusmin Tumanggor dkk (2010 : 41), bahwa tren atau tingkat kesukaan publik yang relatif tinggi memiliki tingkat pemahaman yang mudah diingat, mudah dimengerti, sehingga publik mudah menerimanya dan mudah dinikmati. Karena umumnya budaya populer bersifat masif atau tren, maka ia mudah di adaptasi atau diterima bahkan di jiplak atau menduplikasinya. Budaya umumnya bersifat berkala, durasi, momentum, era tertentu, atau dengan bahasa lain tidak bertahan lama, umumnya mudah dilupakan setelah lamanya menjadi tren. Mengandung unsur nilai keuntungan (profit) dan ini menjadi ciri utama budaya populer.

Dari teori diatas dapat dikatakan bahwa mahasiswa yang hobi menonton *anime* secara sadar atau tidak telah meniru dan menduplikasi tren baik dari cara berpakaian ataupun gaya rambut yang mengikuti karakter *anime* yang mereka idolakan. Seperti informan I yang mengatakan ia mengikuti model rambut seperti karakter *anime* yang gondrong dan belah tengah. Hal itu dilakukannya karena tingkat kesukaannya terhadap *anime* telah mempengaruhi dirinya untuk merubah penampilannya. Begitupula dengan informan IV yang mengikuti gaya rambut seperti karakter *anime Sailor Moon* dengan ciri khasnya dua bulatan diatas kepala.

Tren budaya populer *anime* semakin banyak di gemari, tidak hanya anak – anak tetapi orang dewasa juga menyukainya. Dari adanya tren budaya populer ini banyak *event – event* yang mengadakan *cosplay* di berbagai tempat seperti *mall*, pameran koleksi *anime*, maupun acara Bunkasai yang di adakan tiap tahun.

Kegiatan dari acara ini beragam seperti bazar makanan, lomba kaligrafi Jepang dan menggambar komik.

Selain itu dari ketertarikan mereka terhadap *anime* juga merubah bahasa mereka ketika berbicara dengan teman yang memiliki minat yang sama. Bahasa yang mereka ucapkan biasanya adalah kalimat yang biasa mereka dengar dalam *anime* tersebut. Seperti informan I yang mengatakan sering berbicara bahasa Jepang kepada temannya, bahkan tanpa sadar juga berbicara kepada orangtuanya saat dirumah. Kemudian begitu pula dengan informan III yang mengaku dulu sering mengikuti suara karakter *Naruto* saat di masa sekolah. Sama dengan informan IV yang mengikuti suara karakter *Lolicon* atau suara yang di imutkan seperti anak kecil. Hal itu dilakukannya saat bercanda dengan temannya, menurutnya meniru suara seperti itu asyik dan menyenangkan. Hal ini sesuai dengan teori budaya menurut Sihabudin (2013:19-20), yang mengatakan bahwa budaya menampakkan diri dalam pola – pola bahasa dan bentuk – bentuk kegiatan dan perilaku, gaya berkomunikasi, dan sebagainya.

Anime memiliki berbagai macam genre yang banyak disukai oleh mahasiswa Sastra Jepang. Genre *anime* yang mereka tonton juga berbeda – beda. Namun kebanyakan dari mereka menyebutkan genre *comedy*, *slice of life*, *action*, dan *adventure*. Dari jawaban para informan mereka mengatakan pernah menonton genre *slice of life* yang akan peneliti teliti. Menurut mereka genre ini menceritakan kehidupan seorang remaja baik dari kisah asmara, persahabatan, keluarga, maupun perkantoran. Biasanya genre ini sering berlatar belakang sekolah dan

perkantoran yang akan memberikan pengetahuan dan gambaran kehidupan kantor dan konflik yang biasa terjadi.

Genre *slice of life* secara emosional berdampak pada cara pandang mereka terhadap sesuatu. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Informan I dan II. *Anime* yang berjudul *Clannad* menceritakan pengalaman yang sama dengan informan I yaitu cinlok dengan teman sekelasnya karena memiliki hobi yang sama. Begitu pula dengan informan II yang mengatakan *anime Clannad* berhasil membuatnya merasakan kekeluargaan yang harmonis seperti hubungan Nagisa tokoh utama dalam *anime Clannad* kepada orangtuanya yang selalu mendukung Nagisa dalam mengembangkan bakat di organisasi sekolah. Hubungan secara emosional ini datang karena mereka merasa pernah merasakan kejadian yang sama, atau ingin mempunyai keluarga yang sama dengan tokoh tersebut.

Hal ini sesuai dengan teori gaya hidup yang dipengaruhi oleh dua faktor yaitu internal maupun eksternal yang dijelaskan dalam jurnal Angga Sandy Susanto. Salah satu faktor internal yaitu pengalaman dan pengamatan. Dalam jurnal tersebut mengatakan bahwa pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya dimasa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar orang akan dapat memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.

Dari menonton *anime* memberikannya dua sisi kepada para pecintanya, yaitu dari sisi negatif dan sisi positif. Seperti yang informan III katakan bahwa sisi positif menonton *anime* dapat merubah cara pandangnya terhadap suatu kejadian

yang relevan dengan kehidupan nyata, dan mengambil makna dari setiap cerita tersebut. Namun dari sisi negatifnya yaitu menjauh dari orang sekitar dan sibuk dengan dunianya sendiri dengan menonton *anime*. Sama halnya dengan informan IV yang mengatakan dari menonton *anime* memberikannya pengetahuan mengenai budaya Jepang dan pola bahasa yang biasa mereka ucapkan. Adapun kekukarangan dari genre *slice of life* yaitu ceritanya yang monoton dan kurang dari sisi komedinya. Sehingga akan bosan jika menonton dengan waktu yang lama.

Awal mula mereka menonton *anime* yaitu dari tayangan televisi swasta. Namun sekarang mereka memanfaatkan internet untuk mengakses *anime*. dengan internet mereka bisa memilih genre dan judul *anime* yang mereka suka. Keberadaan internet ini disebut juga sebagai media baru atau *new media*. Hal ini sama seperti dengan pendapat Liliweri (2015: 284), yang mengatakan bahwa media baru adalah konsep yang menjelaskan kemampuan media dengan *perangkat digital* dapat mengakses konten kapan saja, dimana saja sehingga memberikan kesempatan bagi siapa saja baik penerima / pengguna berpartisipasi aktif, interaktif, dan kreatif terhadap umpan balik pesan yang pada gilirannya membentuk komunitas / masyarakat “baru” melalui media.

Dari adanya media baru atau *new media* ini dapat membentuk sebuah komunitas secara *online*, seperti komunitas *anime* di *facebook* ataupun *Whatsapp*. Informan I adalah salah satu anggota komunitas *online* di *facebook*, yang bernama KAI atau Komunitas *Anime* Indonesia. Ia telah bergabung selama tiga tahun dalam komunitas tersebut, menurutnya bergabung dengan komunitas *online* lebih

mudah untuk berbagi informasi mengenai hobi mereka. Karena komunitas ini diisi dengan berbagai anggota yang berbeda – beda kota, jadi mereka tidak pernah melakukan *gathering* tetapi hanya berkomunikasi secara *online*.

Selain komunitas *online*, beberapa dari informan peneliti juga pernah bergabung dalam komunitas *anime* yang ada di kota Medan. Salah satunya adalah Informan II yang pernah menjadi anggota KOPKI yang artinya Komunitas *One Piece* Kolektor Indonesia. Ia bergabung selama 6 bulan dengan komunitas tersebut. Kemudian informan III yang pernah bergabung dalam komunitas Medan *Anime Community* selama kurang lebih dua tahun. Begitu pula dengan informan IV yang bergabung dalam komunitas *Otaku Medan*, namun hanya 4 bulan saja karena kesibukan kuliahnya. Kegiatan yang mereka lakukan sama dengan komunitas – komunitas lainnya, yaitu mengadakan *gathering* minimal sekali dalam sebulan dan membahas mengenai *planning* mereka kedepannya. Berbagai komunitas *animedi* kota Medan pernah ikut berpartisipasi dalam memeriahkan *event* seperti lomba *cosplay*, menggambar karakter *anime*, ataupun *mabar game online*.

Komunitas muncul karena para anggota memiliki kepentingan dan hobi yang sama. Dari komunitas tersebut mereka membagikan pengalaman dan pandangannya terhadap cerita dalam *anime*. Selain itu mereka juga dapat *sharing* mengenai budaya Jepang dan pola bahasa yang mereka gunakan. Hal ini sesuai dengan teorinya Stewart E. Perry dalam CED Definition and Terminology yang memandang ada dua makna komunitas. Pertama, komunitas sebagai kategori yang mengacu pada orang yang saling berhubungan berdasarkan nilai – nilai dan

kepentingan bersama yang khusus seperti komunitas. Kedua, secara khusus menunjuk pada satu kategori manusia yang berhubungan satu sama lain karena di dasarkan pada lokalitas tertentu yang sama karena kesamaan lokalitas itu secara tak langsung membantu mereka mengacu pada kepentingan dan nilai – nilai yang sama (Iriantara, 2007: 24).

Selain itu adanya komunitas juga membangun komunikasi dan hubungan antar sesama anggota, dimana mereka saling bertukar pendapat mengenai *anime* dan meningkatkan ikatan solidaritas dengan komunitas lain yang memiliki hobi dan minat yang sama. Hal ini sama dengan definisi yang disebutkan oleh Rogers bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam. lain halnya dengan Steven, yang mengajukan definisi lebih luas bahwa komunikasi adalah suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang – orang mengatur lingkungannya dengan membangun hubungan antar sesama manusia, melalui pertukaran informasi, untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain serta berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu (Cangara: 2014: 21-22).

Dari definisi tersebut dapat dikatakan bahwa dengan adanya kesamaan hobi dan minat menjadikan mereka membangun hubungan antar sesama manusia melalui pertukaran informasi dari masing – masing anggota komunitas. Seperti berbagi pengalaman yang dilakukan salah satu anggota saat mengikuti lomba *cosplay* ataupun menggambar *anime*. Selain itu hubungan tersebut dapat

ditingkatkan dengan sikap dan tingkah laku yang akur sesama anggota, agar tidak menimbulkan perpecahan dan *miss communication* dalam komunitas.

Seorang penggemar *anime* atau gabung dalam komunitas biasanya lebih peka terhadap seseorang yang memiliki hobi yang sama dengannya. Seperti melihat seseorang yang hobi mengganti warna rambutnya atau suka mengoleksi pernik – pernik berbau Jepang. Hal tersebut termasuk dalam komunikasi non verbal, dimana seseorang tidak perlu menjelaskan siapa dirinya tetapi sudah tercerminkan oleh gaya berpakaian maupun kebiasaannya. Menurut Kusumawati (2016: 88–92), dalam jurnalnya yang berjudul komunikasi verbal dan non verbal yaitu bahwa bentuk komunikasi nonverbal sendiri diantaranya adalah, bahasa isyarat, simbol – simbol, pakaian seragam, dan warna.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, didapati bahwa adanya perubahan gaya hidup yang terjadi pada mahasiswa Sastra Jepang di Universitas Sumatera Utara dari menonton *anime* bergenre *slice of life*. Berikut tabel hasil pengkategorisasian berdasarkan temuan dari hasil penelitian yang penulis lakukan:

Tabel 4.1 Peran *Anime Slice Of Life*

No	Nama	Intensitas menonton	Sarana	Perubahan Pada Mahasiswa
1	Gusti Suprianto	6 Jam / hari	Media Internet	<ul style="list-style-type: none"> - Berbicara menggunakan bahasa Jepang dengan teman - Mengikuti gaya rambut karakter <i>anime</i> - Perubahan dari cara berpikir jika menghadapi kejadian yang sama
2	Muhammad Yasser	7 Jam / hari	Media Internet	<ul style="list-style-type: none"> - Memotivasi diri untuk bisa menjadi seperti karakter dalam <i>anime</i>
3	Muhammad Puja Anhar	5 Jam / hari	Media Internet	<ul style="list-style-type: none"> - Mengikuti gaya bicara karakter <i>anime</i> - Mengambil pesan atau makna dari cerita tersebut
4	Nur Anjani	12 Jam / hari	Media Internet	<ul style="list-style-type: none"> - Mengikuti gaya bicara karakter <i>Lolicon</i> - Perubahan dari gaya rambut seperti karakter <i>anime Sailor Moon</i> - Mengetahui budaya Jepang dan pola bahasanya

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data penelitian yang diuraikan di atas, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. *Animeslice of life* berperan dalam perubahan gaya hidup mahasiswa Sastra Jepang USU. Perubahan itu meliputi penampilan mahasiswa yang mengikuti karakter *anime*, baik dalam berpakaian maupun gaya rambut sehari - hari.
2. Selain penampilan, bahasa juga salah satu perubahan yang terjadi pada mahasiswa. Mereka mengatakan sering mengikuti gaya bicara karakter *anime* seperti karakter *Lolicon* dan *Naruto*. Hal itu dilakukan saat berbicara ataupun bercanda dengan teman.
3. Perubahan lain yang ditimbulkan dari menonton *anime* yaitu dari cara pandang mereka terhadap sistem perkerjaan di sana. Dari genre *slice of life* yang sering berlatar belakang perkantoran membuat mereka ingin bekerja atau mempunyai pekerjaan yang sama dengan si tokoh. Kemudian dari kisah asmara yang berkeinginan untuk mencari tipe pasangan yang memiliki kriteria seperti tokoh favorit mereka, baik dari wajah, penampilan, ataupun sifatnya.
4. *Slice of life* juga termasuk salah satu genre favorit mahasiswa. Rata – rata informan menonton genre ini karena relavan dan sering terjadi di dunia nyata. Kelebihan genre ini menurut informan memberikan gambaran bagaimana sistem pekerjaan di Jepang dan kehidupan kantor yang mungkin akan

dialaminya. lalu setiap cerita menurut informan memberikan motivasi diri dan makna yang tersampaikan seperti hubungan persahabatan dan keluarga. Namun kebanyakan genre ini kurang menampilkan adegan komedi dan romantis, sehingga terkadang ceritanya monoton dan membosankan.

5. Adanya dampak positif dan negatif dari menonton *anime*. Dampak positifnya menambah wawasan dan pengetahuan terhadap budaya Jepang. lalu mengetahui bagaimana gambaran kehidupan perkantoran dan konflik yang sering terjadi di sana. Selain itu juga mengetahui pola bahasa yang biasa mereka gunakan. Dampak negatif dari menonton *anime* yaitu menjadi malas untuk bersosialisasi dan lupa waktu, mereka sibuk dengan dunianya sendiri dan menjauh dari orang sekitar. Intensitas mereka menonton *anime* termasuk lama, dengan rata – rata waktu diatas 5 jam perhari.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan, peneliti membuktikan bahwa adanya perubahan gaya hidup mahasiswa yang hobi menonton *anime*, oleh sebab itu peneliti memberikan saran dan masukan sebagai berikut :

1. *Anime* adalah salah satu budaya populer yang terkenal di Indonesia, banyak masyarakat Indonesia yang sudah mengetahui film animasi Jepang ini dari kecil. Oleh sebab itu, alangkah baiknya untuk mendukung komunitas – komunitas yang menampilkan budaya Jepang dan ketertarikan mereka terhadap *anime*. Selain berekspresi dalam *event cosplay*, mereka juga berpartisipasi dalam berbagai kegiatan positif lainnya seperti kegiatan sosial.

2. Mahasiswa harus bersikap bijak dalam mengekspresikan hobi mereka terhadap *anime*, agar tidak terjerumus pada pengaruh yang merusak diri sendiri dan orang lain. Intensitas dalam menonton sebaiknya tidak terlalu lama, selain menjadi malas bersosialisasi dengan orang sekitar juga akan merusak kesehatan.
3. Peneliti juga berharap agar mahasiswa tidak melupakan budaya sendiri, karena terlalu menyukai film animasi yang di produksi oleh negara Jepang tersebut.
4. Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini masih banyak kekurangan. Dan diharapkan peneliti selanjutnya yang ingin meneliti perubahan gaya hidup mahasiswa sastra Jepang di Universitas Sumatera Utara melakukan observasi terlebih dahulu dan memfokuskan lagi tema yang akan diambil dalam penelitian, sehingga hasil yang didapatkan akan lebih memuaskan.
5. Penelitian ini dapat digunakan dalam mengembangkan wawasan dan pengetahuan di bidang budaya dan perubahan gaya hidup mahasiswa yang hobi menonton *anime*. Selain itu penelitian ini juga dapat menjadi referensi pembelajaran khususnya pada bidang budaya populer.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, Ida. 2019. *Anime dan Gaya Hidup Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa yang Tergabung dalam Komunitas Japan Freak UIN Jakarta)*. Skripsi: UIN Jakarta. Hal 22
- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi Teori Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana
- Cangara, Harfied. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Chaney, David. 2017. *Lifestyle Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra
- Ghony, M. Djunaidi & Almanshur Fauzan. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar – Ruzz media
- Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Heryanto, Ariel (ed). 2012. *Budaya Populer Indonesia Mencairnya Identitas Pasca-Orde Baru*. Yogyakarta: Jalasutra
- Hikmat, Mahi M. 2011. *Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Iriantara, Yosol. 2007. *Community Relations Konsep dan Aplikasinya*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Kusumawati, Tri Indah. 2016. *Komunikasi Verbal dan Non Verbal*. Jurnal Pendidikan dan Konseling. Vol.6, No.2. Hal 88-92

- Liliweri, Alo. 2015. *Komunikasi Antarpersonal*. Jakarta: Kencana
- Lubis, Muhammad Rifan Syukhori. 2019. *Komodifikasi Anime Sebagai Budaya Populer Pada Komunitas One Piece di Kota Medan*. Jurnal Interaksi. Vol.3, No.2. Hal 29
- Martono, Nanang. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: PT. Grafindo Persada
- Millah, Isma. 2018. *Psikologi Anime (Studi Deskriptif Pada Komunitas Anime UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)*. Skripsi: UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Hal 19
- Morissan. 2019. *Riset Kualitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group
-
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana
- Nugroho, PristaArdi. GrendiHendrastomo. 2016. *Anime sebagai Budaya Populer*. Jurnal Pendidikan Psikologi. Hal 5
- Otaku Desu Anime Subtitle Indonesia. 2019. *Clannad*. Diakses pada tanggal 29 Desember 2019 dari <https://otakudesu.org/>
- Sarwono, Sarlito Wirawan. 2015. *Teori – Teori Psikologi Sosial*. Jakarta: Rajawali Pers
- Setiadi, Elly M. dkk. 2006. *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Sihabudin, Ahmad. 2013. *Komunikasi Antara Budaya Satu Perspektif Multidimensi*. Jakarta: PT. BumiAksara
- Subiakto, Henry danRachmah Ida. 2012. *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D)*. Bandung: CV. Alfabeta

Susanto, Angga Sandi. 2013. *Membuat Segmentasi Berdasarkan Life Style (Gaya Hidup)*. Jurnal Jibeka. Vol.7, No.2. Hal 1-3

Tumanggor, Rusmin. dkk. 2010. *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar*. Jakarta: Prenadamedia Group

Wikipedia. *Anime*. Diakses pada tanggal 29 Desember 2019 dari <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Anime>

Wikipedia. 2012. *Genre*. Diakses pada tanggal 1 Januari 2020 dari <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Genre>

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Dhitari Putri
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat / Tanggal Lahir : Belawan, 06 Desember 1998
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jl. Jalak XI Perumnas Mandala
Anak ke : 1 (satu) dari 2 (dua) Bersaudara

Nama Orang Tua

Ayah : Nasri Rubama
Pekerjaan : Wiraswasta
Ibu : Dewi Hamidah
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Jl. Jalak XI Perumnas Mandala

Pendidikan Formal

2004 - 2010 : SD Muhammadiyah – 04 Belawan
2010 - 2013 : SMP Hangtuah 01 Belwan
2013 – 2016 : SMA Negeri 16 Medan

DATA INFORMAN

a. Informan I

Nama : Gusti Suprianto
Jenis Kelamin : Laki - Laki
Agama : Islam
Usia : 20 Tahun
Komunitas : Anime Indonesia (KAI)

b. Informan II

Nama : Muhammad Yasser
Jenis Kelamin : Laki - Laki
Agama : Islam
Usia : 22 Tahun
Komunitas : One Piece Kolektor Indonesia (KOPKI)

c. Informan III

Nama : Muhammad Puja Anhar
Jenis Kelamin : Laki - Laki
Agama : Islam
Usia : 22 Tahun
Komunitas : Medan Anime Community

d. Informan IV

Nama : Nur Anjani
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Usia : 22 Tahun
Komunitas : Otaku Medan

DOKUMENTASI



Wawancara dengan Informan I



Wawancara dengan Informan II



Wawancara dengan Informan III



Wawancara dengan Informan IV

Gathering Medan Anime Community



PEDOMAN WAWANCARA

Judul Penelitian : PERAN *ANIME* “*SLICE OF LIFE*” DALAM PERUBAHAN GAYA HIDUP MAHASISWA SASTRA JEPANG UNIVERSITAS SUMATERA UTARA

Nama Peneliti : Dhitari Putri

NPM : 1603110140

Jurusan : Ilmu Komunikasi (Humas)

Tempat Penelitian : Program Studi Sastra Jepang USU

Waktu Wawancara :

A. Identitas Informan

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Agama :
4. Usia :
5. Komunitas :

B. Daftar Pertanyaan

1. Apakah anda termasuk salah satu orang yang menonton *anime*?
2. Sejak usia berapa anda menonton *anime*?
3. Dari mana anda biasa menonton *anime*?
4. Situs *web online* apa yang biasa anda kunjungi?
5. Berapa jam anda menghabiskan waktu menonton *anime*?
6. *Anime* ber-*genre* apa yang paling anda sukai?
7. Apakah anda menyukai *anime* ber-*genre slice of life*?
8. Menurut anda apa kekurangan dan kelebihan dari *genre slice of life*?
9. Apa judul *anime* bergenre *slice of life* yang pernah anda tonton?
10. Apakah anda menyukai *anime Clannad*?
11. Mengapa anda menyukai *anime Clannad*?

12. Apakah anda pernah mengalami pengalaman yang sama dengan tokoh *anime Clannad*?
13. Apakah anda mengikuti gaya bicara atau sapaan dalam *anime* tersebut?
14. Pernahkah anda mengikuti *style* atau penampilan dari salah satu karakter *anime Clannad*?
15. Apakah *anime Clannad* berperan dalam perubahan gaya hidup anda?
16. Apakah anda masuk dalam komunitas *anime* di Kota Medan?
17. Sudah berapa lama anda tergabung dalam komunitas tersebut?
18. Kegiatan apa saja yang telah anda lakukan dalam komunitas tersebut?
19. Pernahkah anda cosplay tokoh *anime Clannad* di *event* Bunkasai USU?
20. Karakter *anime* apa yang pernah anda *cosplay*?

009.16-311



Unggul, Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan: Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: http://www.umsu.ac.id E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 27 Desember 2019.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Dhitari putri
N P M : 160310140
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Tabungan sks : 127 sks, IP Kumulatif 3,57

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No.	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Peran anime slice of life terhadap gaya hidup mahasiswa sastra jepang universitas sumatera utara	✓ 27/12-2019
2	Analisis mahasiswa terhadap kesetaraan gender (feminisme) di universitas sumatera utara.	
3	Peran dan strategi public relations melalui corporate social responsibility di PT. Pegadaian Kantor wilayah Medan	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang dikeluarkan oleh Dekan.
3. Tanda bukti Lunas Uang/Biaya Seminar Proposal;*)

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Rekomendasi Ketua Jurusan :
Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tgl. 27 Desember 2019

Ketua,

(.....)

Pemohon,

(Dhitari putri)

PB: Dr. Feylia Khairani

*) dilampirkan setelah judul ditandatangani oleh Ketua Jurusan

Kepada : Yth. Dekan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Di Tempat
Perihal : **Permohonan Perubahan Judul Skripsi**

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dhitari Putri

NPM : 1603110140

Jurusan: Ilmu Komunikasi

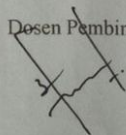
Mengajukan permohonan perubahan judul skripsi, sebagai berikut:

PERAN *ANIME SLICE OF LIFE* DALAM PERUBAHAN GAYA HIDUP MAHASISWA
SASTRA JEPANG UNIVERSITAS SUMATERA UTARA

Menjadi:

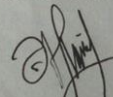
PERAN *ANIME "SLICE OF LIFE"* DALAM PERUBAHAN GAYA HIDUP MAHASISWA
SASTRA JEPANG UNIVERSITAS SUMATERA UTARA

Dosen Pembimbing



(Dr. Leylia Khairani., M.Si.)

Hormat Pemohon



(Dhitari Putri)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom.)



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING

Nomor : 009.16.311/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2019

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Nomor: 975/SK/IL3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018 dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **27 Desember 2019** dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **DHITARI PUTRI**
N P M : 1603110140
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2019/2020
Judul Skripsi : **PERAN ANIME "SLICE OF LIFE" DALAM PERUBAHAN GAYA HIDUP MAHASISWA SASTRA JEPANG UNIVERSITAS SUMATERA UTARA**
Pembimbing : Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si.

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 975/SK/IL3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018.
2. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 27 Desember 2020.

Ditetapkan di Medan,

Medan, 20 Jumadil Akhir 1441 H
14 Februari 2020 M



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.

Tembusan :

1. Ketua P.S. Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pertinggal.



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

Nomor : 192/KET/IL.3-AU/UMSU-03/F/2020
Lampiran : --
Hal : *Mohon Diberikan izin Penelitian Mahasiswa*

Medan, 25 Jumadil Akhir 1441 H
19 Februari 2020 M

Kepada Yth : **Dekan Fakultas Ilmu Budaya**
Universitas Sumatera Utara
di-
Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr.Wb

Teriring salam semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan

Untuk memperoleh data penulisan skripsi dalam rangka penyelesaian program studi jenjang Strata Satu (S1), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami :

Nama Mahasiswa : **DHITARI PUTRI**
N P M : 1603110140
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) / Tahun Akademik 2019/2020
Judul Skripsi : **PERAN ANIME "SLICE OF LIFE" DALAM PERUBAHAN GAYA HIDUP MAHASISWA SASTRA JEPANG UNIVERSITAS SUMATERA UTARA**

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.
Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.

Dekan

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.

Cc : File.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU BUDAYA

Jalan Universitas Nomor 19 Kampus USU Medan - 20155
Telepon : (061) 8215956, Fax. : (061) 8215956
Laman: www.fib.usu.ac.id ; Email: fib.usu.ac.id

Nomor : 61 /UN5.2.1.7/PPM/2020
Lamp. :
Hal : Izin Penelitian Mahasiswa

03 MAR 2020

Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Medan

Dengan hormat, sehubungan dengan surat Saudara No. 192/KET/II.3-AU/UMSU-03/F/2020 tanggal 19 Pebruari 2020 perihal Mohon Diberikan izin Penelitian Mahasiswa, atas nama mahasiswa yang tersebut di bawah ini :

Nama : Dhita Putri
NIM : 1603110140
Judul Penelitian : Peran Anime "Slice of Life" Dalam Perubahan Gaya Hidup Mahasiswa Sastra Jepang Universitas Sumatera Utara

Kami memberikan izin kepada mahasiswa tersebut untuk melakukan Penelitian di lingkungan Program Studi Sastra Jepang Fakultas Ilmu Budaya yang berkaitan dengan penelitian skripsi mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.



Wakil Dekan,
Wakil Dekan III,

Prof. Dr. Ikhwanuddin Nasution, M.Si
NIP.196209251989031017

Tembusan:

1. Dekan sebagai laporan
2. Ketua Program Studi Bahasa Jepang
3. Arsip



Unggul, Cerdas & Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Medan, 17 Januari 2020

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Dhitani putri
N P M : 1603110140
Jurusan : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. 009.16.31/SK/II.3/UMSU-03/F/20.19.. tanggal .. dengan judul sebagai berikut :

Peran anime slice of life terhadap gaya hidup mahasiswa Sastra Jepang universitas Sumatera utara.

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proopsal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap -3)

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Menyetujui :
Pembimbing

(Dr. Leylia Khairani, M.Si)

Pemohon,

(Dhitani putri)

UNDANGAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 049/KEP/III.3-AU/UMSU-03/1/2020

Program studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Selasa, 28 Januari 2020
 Waktu : 09.00 WIB s/d Selesai
 Tempat : Ruang 306 Gedung C UMSU
 Pemimpin Seminar : NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom

No.	Nama Mahasiswa Penyaji	Nomor Pokok Mahasiswa	Dosen Penanggung	Dosen Pembimbing	Judul Proposal Skripsi
6	AULLA HANDAYANI	1603110149	Dr. IRWAN SYARI TJG, S.Sos., M.AP.	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP	PERAN E-LEARNING BERBASIS WEB DALAM MENINGKATKAN MINAT BELAJAR DAN PERESTASI MAHASISWA PROGRAM STUDI SASTRA INGGRES FAKULTAS BAHASA DAN SENI UNIVERSITAS NEGERI MEDAN
7	DWI LESTARI	1603110148	CORRY NOVIRICA AP SINAGA, S.Sos., M.S.	Dr. IRWAN SYARI TJG, S.Sos., M.AP.	POLA KOMUNIKASI ANTARPRIBADI DALAM MEMPERTAHANKAN SOLIDARITAS ANGGOTA KOMUNITAS SCORPIO Z 225 MEDAN
8	GUNAWAN PRATAMA	1603110167	CORRY NOVIRICA AP SINAGA, S.Sos., M.S.	Dr. PUJI SANTOSO, S.S., M.SP	ANALISIS ISI PESAN MORAL FILM "GUNDALA" KARYA JOKO ANWAR
9	SYARAH FITRIA INDIRWAN	1603110027	Dr. PUJI SANTOSO, S.S., M.SP	CORRY NOVIRICA AP SINAGA, S.Sos., M.S.	ANALISIS ISI PESAN PROGRAM JANGGAN BAPER DI MNC TV
10	DHITARI PUTRI	1603110140	Drs. BAHRUM JAMIL, M.AP.	Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.SI.	PERAN ANIME SLICE OF LIFE TERHADAP GAYA HIDUP MAHASISWA SASTRA JEPANG UNIVERSITAS SUMATERA UTARA

Medan, 02 Januari Akhir 1441 H
 27 Januari 2020 M

 Dekan
 Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.



Unggul, Cerdas & Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : Dhitari putri
N P M : 1603110140
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Peran anime "Slice of life" dalam perubahan gaya hidup Mahasiswa sastra Jepang Universitas Sumatera Utara

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	27/12/19	Konsultasi judul skripsi	
2.	11/1/20	Bimbingan proposal skripsi	
3.	14/1/20	Bimbingan proposal skripsi	
4.	20/1/20	Bimbingan proposal skripsi dan acc proposal	
5.	4/2/20	Konsultasi perubahan judul	
6.	11/2/20	Bimbingan daftar wawancara	
7.	2/3/20	Bimbingan hasil penelitian dan pembahasan	
8.	3/3/20	Acc Skripsi.	

Medan, 3 Maret 2020.

Dekan,

Dr. Anjin Suh, S.Sos, M.Pd

Ketua Program Studi,

Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.Hum, Dr. Leylla Khairani, M.Si.

Pembimbing ke :



UMSU
Unggul! Cerdas! Berprestasi!

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Slc-10

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI
Nomor : 243/UND/II.3-A/UMSU-03/F/2020

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Rabu, 11 Maret 2020
Waktu : 07.30 s.d. Selesai
Tempat : Ruang LAB. FISIP UMSU

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJII			Judul Skripsi
			PENGUJII I	PENGUJII II	PENGUJII III	
11	EDJANSYAH	1503110266	Dr. LEYLIA KHARANI, M.SI	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A	Dr. PUJI SANTOSO, S.S, M.SP	STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA DALAM MEMROMOSIKAN PARIWISATA DI ACEH SINGKIL
12	FACHRURRAZI	1503110295	IRWAN SYARI TANJUNGG, S.Sos, MAP	TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A	KOMUNIKASI POLITIK EMAK EMAK DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI PEMILIH PILPRES 2019 DI KABUPATEN ACEH BARAT DAYA
13	M. RIFANDY SYAHPUTRA UTARA	1503110199	IRWAN SYARI TANJUNGG, S.Sos, MAP	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A	TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	KOMUNIKASI PEMASARAN RADIO MOST FM DALAM MENARIK MINAT PEMASANG IKLAN
14	DWI ASTARI	1603110148	Dr. ARIFIN SALEH, M.SP	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	RIWAN SYARI TANJUNGG, S.Sos, MAP	POLA KOMUNIKASI ANTARPRIBADI DALAM MEMPERTAHANKAN SOLIDARITAS ANGGOTA KOMUNITAS SCORPIO MEDAN 225
15	DHITARI PUTRI	1603110140	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	Dr. LEYLIA KHARANI, M.SI	PERAN ANIME "SLICE OF LIFE" DALAM PERUBAHAN GAYA HIDUP MAHASISWA SASSTRA JEPANG UNIVERSITAS SUMATERA UTARA

Idulis Sidang :

Medan, 12 Ralab 1441 H
07 Maret 2020 M

Ditandatangani oleh :

Rektor
Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum

Ketua
Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, MSP.

Panitia Ujian

Sekretaris
Drs. ZUL FAHMI, M.I.Kom