

**KOMODIFIKASI ANIME SEBAGAI BUDAYA POPULER
(STUDI PADA KOMUNITAS ANIME ONE PIECE DI KOTA
MEDAN)**

SKRIPSI

Oleh :

MUHAMMAD RIFAN SYUKHORI LUBIS

NPM 1503110059

Program Studi Ilmu Komunikasi



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama Lengkap : MUHAMMAD RIFAN SYUKHORI LUBIS
NPM : 1503110059
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : KOMODIFIKASI ANIME SEBAGAI BUDAYA POPULER (STUDI PADA KOMUNITAS ANIME ONE PIECE DI KOTA MEDAN).

Medan, 18 Maret 2019

Dosen Pembimbing


MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom

Disetujui Oleh

Ketua Program Studi


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



Dekan,


Dr. ARIFKI SALIH, S.Sos., MSP

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama Lengkap : MUHAMMAD RIFAN SYUKHORI LUBIS

N P M : 1503110059

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Waktu : Pukul 07.45 WIB s/d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M. I.Kom (.....)

PENGUJI II : M. SAID HARAHAHAP, S.Sos., M.I.Kom (.....)

PENGUJI III : MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom (.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua,

Dr. ARIFIN SALEH, S.SOS., MSP



Sekretaris,

Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

PERNYATAAN



Dengan ini saya, Muhammad Rifan Syukhori Lubis, NPM 1503110059, 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 kesarjanaaan 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 kesarjanaaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.



Medan, 18 Maret 2019

Yang menyatakan,

Muhammad Rifan Syukhori Lubis

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah rabbil'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 didunia dan akhirat kelak.

Skripsi merupakan salah satu syarat wajib untuk menyelesaikan pendidikan sarjana di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Skripsi ini berisikan **“Komodifikasi Anime Sebagai Budaya Populer (Studi Pada Komunitas Anime One Piece Di Kota Medan)”**, skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena dalam proses penyelesaiannya tidak sedikit kesulitan dan hambatan dalam penyusunan skripsi ini.

Dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada banyak pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak akan mungkin terselesaikan tanpa doa, usaha, bimbingan, dan juga arahan dari berbagai pihak. Untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta . Ayahanda Zulfan Efendi dan Ibunda Masriyani S.P yang telah membesarkan, mendidik, memberi dukungan moral maupun materi, nasehat serta lantunan doa. Sehingga anakmu mampu menyelesaikan skripsi ini.

2. Bapak Dr. Agussani, MAP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Muhammad Thariq S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing dan selaku Dosen Pembimbing yang selalu membimbing, medidik, mendukung, dan memberikan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos.,MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Drs. Zulfahmi M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Abrar Adhani S.Sos., M.I.Kom selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara sekaligus sebagai Dosen Pembimbing Akademik penulis.
7. Ibu Nurhasanah Nasution S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Bapak Akhyar Anshori S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah mendidik saya sampai sekarang ini.
10. Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membantu surat menyurat saya dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Abangda Muhammad Yaseer Qhadafi, Abangda Zulfan Efendi, Kakanda Haula Al-Amri, Abangda Rayhan, dan Abangda Muhammad Suganda serta seluruh

keluarga besar Komunitas One Piece ID Medan, yang tiada henti memberi ilmu pengetahuan kepada penulis, dan bersedia menerima penulis untuk melakukan penelitian.

12. Keluarga besar penulis, yang mendukung dan mendoakan penulis dalam penyelesaian skripsi ini. Adik tersayang Nurul Hafidzah Lubis dan Muhammad Fadhil Syukhori Lubis, terima kasih selalu membangkitkan semangat, tawa kecilmu selalu menghibur ketika rasa putus asa menghampiri.
13. OOPS Squad yaitu Annisa Majlaika, Heni Puspita, Dinayu Maghfira, Umi Syafitri, Irfan Indra Mulyawan, Muhamad Fadil Farizki, Yulia Sari, Bambang Satria, Muhammad Suganda, Reyhan Fahrozi, Syahroni Agustian, Nur Mahdi Sihombing, Abidzar Falesi dan Firdaus Risanto serta teman-teman seperjuangan angkatan 2015 terima kasih juga telah menjadi keluarga di kampus.
14. Meja Legend yaitu Nava Anisa Depari, Meysa Bunga Kasih, Dina Nadhilah, Muhammad Devri Daeng, Shafrian Arizi, Muhammad Ardi Nova Nasution, Muhammad S. Aldy Siregar serta teman-teman sekelas di kelas A Humas Sore 2015.
15. Bayu Sugara, Muhammad Rizki Damanik, Heri Masriono, Wanda Syaputra, Irmayani Purba, Kiki Novriansyah, Nofri Affandi, Fiorentino, Azmi Nuari Ramadhan dan Herdo Melvindo sebagai teman penulis yang selalu menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi.
16. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Walau tidak tertulis, Insya Allah perbuatan kalian menjadi amal baik, Aamiin

Akhir kata, peneliti memohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kesalahan dan kekurangan. Namun, peneliti berharap saran serta kritik dalam rangka perbaikan penulisan skripsi ini, Terima kasih.

Medan, Februari 2019

Penulis,

Muhammad Rifan Syukhori Lubis

ABSTRAK

KOMODIFIKASI *ANIME* SEBAGAI BUDAYA POPULER (STUDI PADA KOMUNITAS *ANIME ONE PIECE* DI KOTA MEDAN)

MUHAMMAD RIFAN SYUKHORI LUBIS
NPM : 1503110059

Perkembangan cepat teknologi dan komunikasi di era sekarang membuat semua hal dapat di akses dengan mudah melalui teknologi. Proses sosial budaya yang terjadi di era revolusi informasi sudah menjadi bahasan yang menarik dalam kaidah ilmu sosial sejak lama. Termasuk pembahasan terkait dengan proses komodifikasi budaya yang merupakan proses perubahan nilai guna menjadi sebuah nilai tukar. Komodifikasi budaya yang merubah budaya sehingga menjadi sebuah budaya populer merupakan hal yang menarik. Peneliti mengambil lokasi penelitian di Komunitas One Piece ID Medan. Penelitian dengan judul “Komodifikasi *Anime* Sebagai Budaya Populer”, memiliki rumusan masalah Bagaimanakah proses komodifikasi *Anime* One Piece sehingga menjadi Budaya Populer yang ada di Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses Komunikasi dan Komodifikasi Budaya *Anime* One Piece pada komunitas *Anime* One Piece. Teori-teori yang digunakan adalah teori komunikasi, teori komodifikasi, proses komodifikasi, tipe komodifikasi, perspektif komodifikasi budaya, teori anime, teori budaya, teori budaya populer, komunitas dan *fan culture*. Jenis penelitian yang diambil peneliti adalah deskriptif kualitatif. Tahap pengumpulan data penelitian yaitu melakukan proses wawancara tatap muka dengan narasumber, observasi serta dokumentasi, hasil pengamatan, dan hasil pembicaraan yang dianalisis peneliti hingga tahap penarikan kesimpulan. Narasumber yang diwawancara oleh peneliti yaitu 5 (lima) orang narasumber terdiri dari Pimpinan, sekretaris dan anggota komunitas One Piece ID Medan dengan mengajukan masing-masing 10 (sepuluh) pertanyaan untuk memenuhi kebutuhan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti menyimpulkan bahwa Proses Komodifikasi *Anime* Sebagai Budaya Populer yang ada di Komunitas One Piece ID Medan sudah berjalan sangat baik. Berdasarkan adanya timbal balik dari arus komunikasi dan tren budaya yang timbul di masyarakat dengan adanya komunitas *anime* One Piece ID Medan yang menjadi wadah bagi para penggemar *anime* One Piece dalam bertukar informasi maupun menyebarkan budaya tersebut. sehingga masyarakat dapat menerima adanya budaya tersebut. Masyarakat juga banyak yang mengikuti tren budaya contohnya meniru gaya menyerupai karakter yang ada dalam *anime*.

Kata Kunci : Komodifikasi, Anime, Budaya Populer, One Piece

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.4.1. Secara Praktis.....	6
1.4.2. Secara Akademis.....	6
1.4.3. Secara Teoretis.....	6
1.5. Sistematika Penulisan	7
BAB II URAIAN TEORITIS	
2.1. Komunikasi	11
2.2. Komodifikasi.....	12
2.2.1. Proses Komodifikasi	13
2.2.2. Tipe Komodifikasi	15
2.2.3. Perspektif Komodifikasi Budaya	16
2.3. <i>Anime</i>	18
2.4. Budaya	19
2.5. Budaya Populer.....	21

2.5.1.Komunitas	24
2.5.2.Fan Culture	25
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian.....	26
3.2. Kerangka Konsep.....	27
3.3. Defenisi Konsep.....	28
3.4. Kategorisasi.....	29
3.5. Informan atau Narasumber	30
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.6.1.Wawancara.....	31
3.6.2.Observasi.....	32
3.6.3.Dokumentasi	32
3.7. Teknik Analisis Data.....	33
3.8. Waktu dan Lokasi Penelitian	33
3.9. Deskripsi Singkat Objek Penelitian	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian	35
4.2. Pembahasan.....	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	59
5.2. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kerangka Konseptual.....	28
Tabel 1.2 Kategorisasi Penelitian.....	30

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan cepat teknologi dan komunikasi di era sekarang membuat semua hal dapat di akses dengan mudah melalui teknologi. Proses sosial budaya yang terjadi di era revolusi informasi sudah menjadi bahasan yang menarik dalam kaidah ilmu sosial sejak lama. Proses komunikasi di era sekarang tidak hanya interaksi antar individu melainkan bisa melalui berbagai cara dengan kecanggihan teknologi yang memperluasnya.

Berbicara tentang komunikasi tidak lepas dari pembahasan kandungan yang ada dalam komunikasi tersebut. Termasuk komodifikasi tren budaya populer yang di ambil dari budaya luar menjadi budaya yang dipakai oleh masyarakat, mulai dari gaya komunikasi, gaya hidup, dan konsep diri. Serta juga perubahan nilai budaya yang ada akibat dari timbulnya budaya populer.

Mempelajari tentang budaya populer tentu tidak lepas dari media hiburan yang menjadi media interaksi sehari-hari yang menjadi kebutuhan masyarakat. Budaya ini mencakup seluruh kegiatan sehari-hari, gaya berpakaian, gaya berkomunikasi serta menjadi media hiburan yang ada sekarang ini. Selain itu perubahan nilai suatu komoditas dalam budaya populer sehingga menjadi salah satu kebutuhan masyarakat.

Budaya populer telah menjadi kebutuhan dalam hal pemenuhan gaya hidup serta konsep diri yang menjadi imitasi dalam diri seseorang untuk mengikuti gaya maupun konsep diri seseorang. Mengutip Rahayu (2016:22-23) pada umumnya, proses pengalihan atau perubahan budaya difasilitasi oleh adanya kontak komunikasi melalui Bahasa. Tanpa bahasa, proses pengalihan kebudayaan tidak akan terjadi.

Tidak bisa disangkal bahwasanya budaya populer Jepang yang tertuang dalam anime itu sangat menarik perhatian dan mencakup berbagai kalangan serta tersebar dengan cepat ke seluruh dunia. *Animator-animator* Jepang sangat memberikan kreativitas dan ide yang tertuang dalam *anime* yang mereka buat serta dengan kualitas yang sangat tinggi.

Mereka membuat tokoh dalam cerita *anime* mereka dengan sangat menarik sehingga penonton sangat tertarik untuk menonton, mereka membuat karakter *anime* dengan detail tinggi sehingga sangat menarik di mata penonton. Selain menarik para *animator* juga membuat para penikmatnya menjadi senang akan adanya hiburan tersebut.

Selain karakter, mereka juga membuat jalan cerita *anime* sangat menarik sehingga menjadi pembahasan dalam berbagai spekulasi alur cerita yang disajikan dalam *anime*. Rasa penasaran menebak nebak alur cerita tersebut selalu menjadi pembahasan oleh sesama penikmat *anime* yang biasanya disebut dengan istilah IMO yaitu singkatan dari kata *In My Opinion*.

Seiring berkembangnya teknologi yang mendukung berkembangnya penyebarluasan informasi dan transaksi media *anime* tersebut. Membuat kreator-kreator *anime* sangat mudah untuk penyebarluaskan *anime* ciptaannya serta mempermudah penggemar *anime* dalam mengakses informasi maupun mendapatkan tontonan *anime* kesukaannya.

Komoditas *anime* ini sangat berkembang dengan semakin banyaknya tercipta komunitas serta ajang festival *manga* dan kontes *cosplay*. Selain itu perkembangan kepopuleran *anime* di Indonesia ditandai dengan semakin banyaknya orang yang ingin belajar tentang Bahasa Jepang yang dipengaruhi oleh *anime*. Oleh karena itu budaya populer yang ada juga membuat perubahan besar yang terjadi dalam nilai sosial di masyarakat.

Namun serial *anime* di televisi mulai jarang kita temui lagi, hal itu dikarenakan terbentur dengan regulasi yang dikeluarkan oleh KPI (Komisi Penyiaran Indonesia). Oleh karena itu penggemar *anime* mulai beralih mencari tayangan *anime* melalui *website* yang khusus menyediakan tayangan *anime* maupun *manga*. Para penikmat *anime* bisa juga mencarinya di berbagai konten seperti konten *YouTube*.

Namun di era modern ini sudah mudah untuk mendapatkan informasi dan tontonan *anime* yang sudah susah di dapatkan melalui tayangan televisi mulai berubah arah melalui media massa. Selain di dukung dengan perkembangan internet dan juga berbagai cabang media yang ikut andil dalam penyebarluaskan berbagai hal tentang *anime* tersebut.

Sebuah contoh dari upaya penggunaan komunikasi massa untuk memberikan informasi bagi orang yang kurang beruntung adalah acara televisi. Acara televisi adalah sebuah upaya untuk mencapai sebagian dari tujuan program dijalankan oleh oknum maupun lembaga untuk anak-anak usia pra-sekolah yang kurang beruntung melalui media massa televisi sebagai media hiburan maupun media pendidikan yang murah.

Merujuk pada di atas bahwasanya budaya dari luar masuk ke Indonesia dikarenakan faktor media massa yang mencapai khalayak dengan ide-ide serta mempengaruhi mereka memanfaatkan inovasi-inovasi yang ada dalam *anime* sehingga *anime* mudah dengan pesat tersebar di Indonesia sehingga menjadi budaya populer yang masuk ke semua kalangan dan mungkin juga sebagai program yang dijalankan oleh lembaga maupun oknum.

Mengutip dari Castells dalam (Sugihartati, 2014:39-40), kekhasan teknologi informasi (IT) bukan terletak pada kemampuannya mengimbas realitas maya ke dunia nyata, melainkan kemampuannya membangun kemayaan yang nyata atau *real virtuality*. Dengan kata lain, kehadiran teknologi informasi terbukti mampu menghadirkan efek suatu peristiwa atau entitas secara aktual, padahal peristiwa atau entitas itu sendiri riil. Dengan kata lain, di era masyarakat *post-industrial*, realitas sosial bahkan boleh dibilang telah mati, untuk kemudian diambil alih oleh realitas-realitas yang bersifat virtual, realitas *cyberspace*. Dunia baru yang dimediasi oleh hadirnya teknologi informasi yang makin maju dan supercanggih telah melahirkan hal-hal yang serba virtual: kebudayaan virtual dan komunitas virtual (*virtual community*).

Selain itu mengutip dari Tamburaka (2013:63) film seperti pabrik mimpi, yang membuat orang menonton agar dapat merasakan dan mencari-cari apakah ada kesesuaian antara pengalaman pribadi dengan cerita film, dengan itu banyak pelajaran penting didalamnya. Sehingga film dapat membentuk budaya khalayak dalam kehidupan sehari-hari, kita dapat meniru cara bicara, gaya, mode para aktris di dalamnya, bahkan penonton dapat memperoleh pengetahuan baru di dalamnya yang tidak pernah terlintas di benak sebelumnya.

Penulis melihat dari perspektif bahwasanya banyak fenomena budaya luar yang masuk ke Indonesia sehingga menjadi Budaya Populer. Mulai dari komoditas yang kecil hingga besar seperti *anime* One Piece. Mulai dari alur cerita yang bisa menghanyutkan penonton hingga membuat mereka berada di alam cerita *anime* One Piece tersebut. Oleh karena itu penulis ingin meneliti proses-proses komodifikasi yang ada sehingga menjadikan Budaya Populer *anime* One Piece di Indonesia sangat laris dan sangat diminati oleh masyarakat.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini ialah sebagai berikut : “Bagaimanakah proses komodifikasi *Anime* One Piece sehingga menjadi Budaya Populer yang ada di Indonesia?”

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses Komunikasi dan Komodifikasi Budaya *Anime* One Piece pada komunitas *Anime*

One Piece. Khususnya yang berada di Kota Medan yang belakangan ini semakin banyak menjamur di berbagai kalangan dari anak-anak hingga dewasa.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.4.1. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan menghasilkan manfaat dalam dunia komunikasi serta menambah wawasan dan kajian keilmuan untuk mengetahui proses-proses yang ada dalam masuknya budaya sehingga menjadi budaya yang dipakai masyarakat dalam hal kehidupan bermasyarakat.

1.4.2. Secara Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan ajar dalam kajian keilmuan yang ada sekarang. Khususnya dalam kajian ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

1.4.3. Secara Teoretis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi literatur dalam kajian ilmu komunikasi serta menambah pengetahuan teoritis tentang budaya populer yang berkembang khususnya dalam bidang perkembangan Budaya Populer melalui *Anime*.

1.5. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari beberapa sub-bab dengan uraian masing-masing dengan substansi sebagai berikut:

1.1. Latar Belakang Masalah

1.2. Rumusan Masalah

1.3. Tujuan Penelitian

1.4. Manfaat Penelitian

1.5. Sistematika Penulisan

BAB II : URAIAN TEORITIS

Bab ini menjelaskan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti. Pada bab ini pula dimungkinkan mengajukan lebih dari satu teori atau data sekunder/tertier untuk membahas permasalahan yang menjadi topik skripsi, sepanjang teori-teori dan/atau data sekunder/tertier itu berkaitan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini mengungkapkan rancangan penelitian, prosedur penelitian, sampel/unit analisis/narasumber penelitian, teknik pengumpulan dan analisis data, dan metode ujinya. Adapun sistematika untuk bab ini sebagai berikut:

3.1. Jenis Penelitian

3.2. Kerangka Konsep

3.3. Defenisi Konsep

3.4. Kategorisasi

3.5. Informan atau Narasumber

3.6. Teknik Pengumpulan Data

3.7. Teknik Analisis Data

3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian

3.9. Deskripsi Ringkas Objek Penelitian

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang :

4.1. Hasil Penelitian

Hasil penelitian adalah bagian yang menyajikan hasil dari penelitian dalam bentuk data. Selain dengan uraian, data penelitian dapat juga disajikan sebagai ilustrasi (gambar, foto, diagram, grafik, tabel, dll). Dalam menyajikan tabel atau grafik, hendaknya tabel dan grafik tersebut berupa *self explanatory*. Artinya, semua keterangan harus ada pada tabel dan grafik tersebut sehingga pembaca dapat memahaminya tanpa harus mengacu ke teks atau naskah.

4.2. Pembahasan

Pembahasan bukanlah mengulang data yang ditampilkan dalam bentuk uraian kalimat, melainkan berupa arti (*meaning*) data yang diperoleh. Pembahasan berarti membandingkan hasil yang diperoleh dengan data pengetahuan (hasil riset orang

lain) yang sudah dipublikasikan, kemudian menjelaskan implikasi data yang diperoleh bagi ilmu pengetahuan atau pemanfaatannya. Temuan atau informasi yang diperoleh dapat dikaitkan dengan tujuan penelitian (implikasi hasil penelitian) atau dibandingkan dengan hasil penelitian orang lain yang telah dipublikasikan, sebagaimana diuraikan dalam bagian tinjauan pustaka. Dalam pembahasan ini sebaiknya diutarakan pula kelemahan dan keterbatasan penelitian. Kesalahan umum dalam membahas hasil penelitian adalah menyajikan data hasil penelitian sekaligus sebagai tabel dan grafik.

BAB V: PENUTUP

Bab penutup terdiri dari simpulan dan saran. Beberapa hal perlu diperhatikan dalam penyusunan simpulan dan saran antara lain:

5.1. Simpulan.

Simpulan ini harus terlebih dahulu dibahas dalam bagian Pembahasan sehingga apa yang dikemukakan dalam bagian Simpulan tidak merupakan pernyataan yang muncul secara tiba-tiba. Penulisan dirumuskan dalam bentuk pernyataan secara padat sehingga tidak menimbulkan penafsiran lain. Informasi dalam simpulan bisa berupa pendapat baru, koreksi atas pendapat lama, pengukuhan pendapat lama, atau menumbangkan pendapat lama sebagai jawaban atas tujuan.

5.2. Saran

Saran tidak merupakan pernyataan yang muncul tiba-tiba akan tetapi merupakan kelanjutan dari simpulan, sering berupa anjuran yang dapat menyangkut aspek

operasional, kebijakan, ataupun konseptual. Saran hendaknya bersifat konkret, realistis, bernilai keilmuan dan/atau praktis, serta terarah (disebut saran tindak).

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1. Komunikasi

Komunikasi atau "*communication*" berasal dari bahasa Latin "*communis*". *Communis* atau dalam bahasa Inggris yaitu "*common*" berarti sama. Apabila kita berkomunikasi "*to commune*", ini berarti bahwa kita berada dalam keadaan berusaha untuk menimbulkan suatu persamaan "*commonness*" dalam hal sikap dengan seseorang. Jadi, pengertian komunikasi adalah sebagai proses "menghubungi" atau "mengadakan perhubungan" (Rosmawati, 2010: 17).

Menurut Wood (2013:3) komunikasi adalah proses, yang artinya sedang berlangsung dan selalu bergerak, bergerak semakin maju dan berubah secara terus-menerus. Sulit mengatakan kapan komunikasi dimulai dan berhenti karena apa yang terjadi jauh sebelum kita berbicara dengan seseorang bisa memengaruhi interaksi, dan apa yang muncul di dalam sebuah pertemuan tertentu bisa berkelanjutan di masa depan. Kita tidak dapat membekukan komunikasi kapan pun.

Wood (2013:4) definisi kita mengenai komunikasi juga menekankan peran serta simbol (*symbol*), yang mencakup Bahasa dan perilaku nonverbal, serta seni dan musik. Sesuatu yang abstrak manandakan sesuatu yang lain bisa menjadi *symbol*.

Menurut Lasswell proses komunikasi dapat dijelaskan dengan sangat baik oleh pernyataan sederhana : “siapa mengatakan apa kepada siapa didalam dengan saluran apa dengan dampak apa” (Rosmawati, 2010: 17).

Menurut Hermawan komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, gagasan) dari suatu pihak kepada pihak lain agar terjadi saling memengaruhi diantara keduanya (Rosmawati, 2010: 17).

2.2. Komodifikasi

Ibrahim dan Akhmad (2014:17-18) komodifikasi adalah proses transformasi barang dan jasa yang semula dinilai karena nilai gunanya (misalnya, nilai guna minuman untuk menghilangkan dahaga, cerita untuk berkomunikasi atau berbagi pengalaman), menjadi komoditas yang bernilai karena ia bisa mendatangkan keuntungan di pasar setelah dikemas menjadi minuman dalam botol dan buku novel, ataupun misalnya, komersialisasi pertanian untuk menjual makanan dan produksi drama untuk penyiaran komersial. Adam Smith dan penganjur ekonomi politik klasik telah membedakan antara produk yang nilainya muncul dari pemuasan keinginan dan kebutuhan khusus manusia, yakni “nilai guna” (*use value*), dan produk yang nilainya didasarkan atas apa yang bisa ia berikan dalam pertukaran, yakni “nilai tukar” (*exchange value*). Komoditas adalah bentuk tertentu dari produk ketika produksinya terutama diorganisasikan melalui proses pertukaran. Komodifikasi adalah proses perubahan nilai guna menjadi nilai tukar.

Ibrahim dan Akhmad (2014:18) komoditas mungkin muncul dari rentang kebutuhan sosial, termasuk pemuasan rasa lapar fisik dan bertemu atau

bertentangan dengan kode-kode status dari kelompok social tertentu. Selain itu, bertentangan dengan beberapa interpretasi, nilai guna tidak terbatas untuk memenuhi kebutuhan bertahan hidup tetapi meluas ke rentang penggunaan yang dibentuk secara sosial. Singkatnya, nilai guna juga adalah hasil konstruksi sosial.

2.2.1. Proses Komodifikasi

Vincent Mosco (Ibrahim dan Akhmad, 2014:19) mengupas kembali apa yang disebut oleh Marx sebagai “kulit bawang” (*onion skin*) penampilan komoditas yang menyingkap system produksi. Dalam pandangan Mosco, proses komodifikasi memiliki dua arti penting bagi penelitian komunikasi.

Pertama, proses dan teknologi komunikasi telah berkontribusi pada proses umum komodifikasi dalam ekonomi secara keseluruhan. Misalnya, perbaikan saluran komunikasi dalam bisnis pakaian, khususnya dengan pengenalan teknologi komputer dan telekomunikasi global, telah memperluas informasi mengenai seluruh sirkuit produksi, distribusi, dan penjualan pakaian (Ibrahim dan Akhmad, 2014:19).

Praktik dan teknologi komunikasi juga berkontribusi pada proses komodifikasi secara umum dalam masyarakat. Misalnya, pengenalan komunikasi komputer memungkinkan semua perusahaan, tidak hanya perusahaan komunikasi, memegang kendali lebih besar terhadap seluruh proses produksi, distribusi, dan pertukaran, sehingga memungkinkan para pedagang eceran untuk memonitor tingkatan penjualan dan ketersediaan dengan ketepatan yang belum pernah dicapai sebelumnya (Ibrahim dan Akhmad, 2014:19).

Kedua, proses komodifikasi yang bekerja dalam masyarakat secara keseluruhan mempenetrasi proses komunikasi dan institusi, sehingga perbaikan dan kontradiksi dalam proses komodifikasi sosial memengaruhi komunikasi sebagai suatu praktik sosial. Misalnya, kecenderungan internasional untuk melakukan liberalisasi dan privatisasi usaha, telah mengubah institusi telekomunikasi dan media publik serta media yang digerakkan negara di seluruh dunia menjadi usaha privat. Hal ini telah mengubah komunikasi layanan publik dengan komitmen sosial untuk akses universal dan konten yang merefleksikan masyarakat luas menjadi komunikasi komersial yang menyediakan akses bagi mereka yang bisa membukanya dan konten yang menyerahkan khalayak ke para pengiklan (Ibrahim dan Akhmad, 2014:19-20).

Khiabany dalam (Ibrahim dan Akhmad, 2014:20) komodifikasi juga merupakan titik masuk untuk memahami praktik-praktik dan institusi-institusi komunikasi yang spesifik. Misalnya, ekspansi komodifikasi yang umum dan mendunia pada 1980-an, sebagian dalam menanggapi atas kemerosotan pertumbuhan ekonomi global, membawa pada peningkatan komersialisasi program media, privatisasi institusi-institusi telekomunikasi dan media publik, dan liberalisasi pasar komunikasi, termasuk tempat-tempat yang semula dipandang sebagai wilayah rezim yang tertutup, seperti Timur Tengah, yang komodifikasinya dibatasi.

2.2.2. Tipe Komodifikasi

Menurut Mosco dalam (Ibrahim dan Akhmad, 2014:20) secara umum, ada tiga tipe komodifikasi yang penting bagi komunikasi: komodifikasi isi, komodifikasi khalayak, komodifikasi tenaga kerja.

Pertama, “komodifikasi isi” menjadi pusat perhatian kajian ekonomi politik media dan komunikasi. Ketika pesan atau isi komunikasi diperlakukan sebagai komoditas, ekonomi politik cenderung memusatkan kajian pada konten media dan kurang pada khalayak media dan tenaga kerja yang terlibat dalam produksi media. Tekanan pada struktur dan konten media ini bisa dipahami terutama bila dilihat dari kepentingan perusahaan media global dan pertumbuhan dalam nilai konten media (Ibrahim dan Akhmad, 2014:20).

Kedua, “komodifikasi khalayak”. Selain pada isi, komodifikasi juga diterapkan pada khalayak. Ekonomi politik menaruh beberapa perhatian pada khalayak, khususnya dalam upaya untuk memahami praktik umum dengan cara pengiklan membayar untuk ukuran dan kualitas (kecendrungan untuk konsumsi) khalayak yang dapat diraih surat kabar, majalah, *website*, radio, atau program televisi. Penelitian ekonomi politik akhir-akhir ini telah memperluas analisis penelitian khalayak untuk mengkaji sejarah khalayak dan hubungan kompleks khalayak dengan produser budaya komersial. Ini juga telah memperluas perdebatan tentang khalayak yang bekerja untuk internet, yang mencakup proses membuat *website*, memodifikasi perangkat lunak, memainkan game *online*, dan berpartisipasi dalam komunitas *online* menyerupai dan sekaligus berbeda dari

tenaga kerja khalayak yang telah dideskripsikan Smythe (Ibrahim dan Akhmad, 2014:20-21).

Ketiga, “komodifikasi tenaga kerja”. Selanjutnya untuk mengkaji proses komodifikasi isi dan khalayak media, penting untuk mempertimbangkan komodifikasi tenaga kerja media. Tenaga pekerja komunikasi yang juga dikomodifikasi sebagai buruh upahan telah tumbuh secara signifikan dalam pasar kerja media. Dalam menghadapi komodifikasi ini, para pekerja media telah menanggapi dengan orang-orang dari media berbeda, termasuk jurnalis, profesional penyiaran, dan spesialis teknis dalam film, video, telekomunikasi, dan sector jasa komputer, untuk bergabung ke dalam serikat pekerja dan organisasi-organisasi pekerja lain yang di klaim merepresentasikan segmen terbesar dari tenaga kerja komunikasi (Ibrahim dan Akhmad, 2014:21).

2.2.3. Perspektif Komodifikasi Budaya

Menurut penganjur teori komoditas budaya, dibandingkan komunitas-komunitas yang terisolasi secara geografis dan sosial seperti di era-era tumbuhnya tatanan masyarakat tradisional awal, tatanan masyarakat modern memiliki elite yang mulai mengembangkan bentuk subversif dari budaya massa yang mampu memaksakan dan mengganggu budaya kehidupan sehari-hari. Bentuk baru ini berfungsi secara amat halus tetapi cara berpikir yang efektif, menyebabkan orang keliru menafsirkan pengalaman mereka dan bertindak melawan kepentingan mereka sendiri (Ibrahim dan Akhmad, 2014:25-26).

Para ahli teori komodifikasi budaya berpendapat bahwa strategi industri budaya terutama sukses di Amerika Serikat, karena para *entrepreneur* media relatif tetap independen dari lembaga-lembaga politik. Budaya massa meraih popularitas terus-menerus, menelurkan industri-industri besar yang sukses berkompetisi untuk merebut perhatian dan minat kebanyakan orang Amerika. Mungkin itulah sebabnya, dibandingkan dengan apa yang terjadi di Eropa, kritik terhadap budaya massa di Amerika Serikat cenderung membisu. Kebanyakan orang Amerika menerima komoditas budaya yang muncul dari New York dan Hollywood entah bagaimana pun sebagai milik mereka. Tetapi, komoditas-komoditas budaya yang sama ini telah memunculkan kontroversi yang luar biasa ketika para *entrepreneur* media AS mengeksponnya ke negara lain. Kekuatan komoditas ini untuk membentuk kembali kehidupan sehari-hari lebih jelas di kebanyakan negara Dunia Ketiga, dan bahkan dianggap lebih berbahaya dan merusak. Inilah yang kemudian melahirkan isu-isu seperti Amerikanisasi, kolonialisasi baru, atau imperialisme media dan budaya yang juga telah menimbulkan perdebatan di kalangan pengkaji budaya dan media (Ibrahim dan Akhmad, 2014:26-27).

Dalam perkembangan kemudian, pandangan pendukung imperialisme budaya telah dikritik, misalnya, oleh pandangan yang lebih cenderung melihat bahwa globalisasi juga menciptakan adaptasi dan akomodasi budaya lewat proses “globalisasi”, yang gilirannya melahirkan corak budaya yang disebut oleh Garcia Caclini sebagai “budaya hibrida” (*hybrid cultures*), atau sebagai logika budaya globalisasi yang disebut oleh M. Kraidy sebagai “hibriditas” (*hybridity*), atau

kami menyebutnya “budaya global”, karena globalisasi itu sendiri adalah proses ‘hibridasi’, sebagaimana juga ditegaskan oleh Nederveen Pieterse (Ibrahim dan Akhmad, 2014:27).

2.3. *Anime*

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*, sebaliknya dengan orang luar Jepang mengatakan bahwa *anime* merupakan film animasi yang hanya dibuat oleh Jepang saja (Nugroho, Jurnal Pendidikan Psikologi, 27, Oktober 2016:5).

Menurut Wulansuci (Skripsi, 2010:15-16) *anime* merupakan abreviasi dari kata *animation* dalam Bahasa Inggris yang digunakan oleh orang Jepang untuk menyebut tayangan animasi. Saat ini *anime* menjadi sebuah kata yang dikenal di luar Jepang untuk mendeskripsikan animasi buatan Jepang atau kartun Jepang. Animasi pertama kali dikenal di Jepang pada abad 19 yaitu para era Meiji (1868-1912). Pada masa itu Jepang menjalin hubungan dengan Amerika Serikat dan negara-negara di Eropa, sehingga ilmu pengetahuan baru termasuk di bidang seni dan media masuk ke Jepang.

Mengutip Wikipedia (https://id.wikipedia.org/wiki/Anime#cite_note-webster-3, akses 13 Desember 2018), *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. Di luar Jepang, istilah ini digunakan secara spesifik untuk menyebutkan segala animasi yang diproduksi di Jepang. Meskipun demikian, tidak menutup kemungkinan bahwa *anime* dapat diproduksi di luar Jepang. Beberapa ahli berpendapat bahwa *anime* merupakan bentuk baru dari orientalisme.

2.4. Budaya

Menurut Sihabudin (2013:19-20) budaya 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; objek materi, seperti rumah, alat dan mesin yang digunakan dalam industri dan pertanian, jenis transportasi, dan alat-alat perang.

Budaya berkesinambungan dan hadir dimana-mana; budaya juga berkenaan dengan bentuk fisik serta lingkungan sosial yang mempengaruhi hidup kita. Budaya kita, secara pasti mempengaruhi kita sejak dalam kandungan hingga mati dan bahkan setelah kita mati, kita dikuburkan dengan cara-cara yang sesuai dengan budaya kita. Budaya dipelajari tidak diwariskan secara genetis, budaya

juga berubah ketika orang-orang berhubungan antara yang satu dengan lainnya (Sihabudin, 2013:19-20).

Artinya budaya dan komunikasi tidak dapat dipisahkan, oleh karena budaya tidak hanya menentukan siapa bicara siapa, tentang apa, dan bagaimana komunikasi berlangsung, tetapi budaya juga turut menentukan orang menyandi pesan, makna yang ia miliki untuk pesan dan kondisi-kondisinya untuk mengirim, memperhatikan, dan menafsirkan pesan. Sebenarnya, seluruh perbendaharaan perilaku kita sangat tergantung pada budaya kita dibesarkan. Konsekuensinya, budaya merupakan landasan komunikasi. Bila budaya beraneka ragam, maka beragam pula praktik-praktik komunikasi (Sihabudin, 2013:20).

Menurut Nasrullah (2012:15) budaya pada dasarnya merupakan nilai-nilai yang muncul dari proses interaksi antar-individu. Nilai-nilai ini diakui, baik secara langsung maupun tidak, seiring dengan waktu yang dilalui dalam interaksi tersebut. Bahkan terkadang sebuah nilai tersebut berlangsung di dalam alam bawah sadar individu dan diwariskan pada generasi berikutnya.

Menurut Budyatna (2012:34) budaya merupakan sebuah kata yang umum dikenal orang, tetapi arti yang tepat mengenai kata ini sulit untuk dimengerti atau sulit untuk dipahami. Sebuah definisi yang bermanfaat seperti yang dikemukakan oleh Geert Hofstede (2005) bahwa budaya itu terdiri dari program mental bersama yang menentukan respons-respons individu terhadap lingkungannya. Setiap orang memiliki dalam dirinya pola-pola berpikir, berperasaan, dan bertindak secara potensial yang dipelajari sepanjang hidupnya. Kebanyakan hal tersebut telah

diperolehnya sejak kecil, karena pada saat umur itu seseorang mudah terpengaruh untuk belajar dan berasimilasi. Begitu pola-pola tertentu mengenai berpikir, berperasaan, dan bertindak telah terbentuk di dalam pikiran manusia, ia harus belajar melupakannya sebelum dapat belajar sesuatu yang berbeda, dan belajar melupakan lebih sulit daripada belajar untuk pertama kalinya.

2.5. Budaya Populer

Menurut Subiakto dan Ida (2012:150) budaya populer merupakan seperangkat ide, perspektif, sikap, gambaran, dan fenomena lain, yang menurut konsensus umum berada dalam lingkaran *mainstream* (arus utama) dari budaya yang ada (*given culture*). Budaya populer mulai dikenal dalam konteks budaya Barat di awal pertengahan abad ke-20, ketika kemunculan budaya *mainstream* global yang begitu marak di abad ke-20 hingga 21. Budaya populer menjadi hadir di mana-mana, dipengaruhi oleh kehadiran media massa. Budaya populer kini telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat di dunia.

Budaya populer sering kali dianggap sebagai budaya pada umumnya yang mempunyai selera rendah para penikmatnya, namun lebih mudah diterima secara luas oleh masyarakat. Terminologi ‘budaya populer’ sendiri berkembang pada abad ke-19 atau lebih awal untuk menunjukkan konsep ‘*culturedness*’ atau kurang berbudaya, kelas rendah, dan yang melekat dengan budaya kelas bawah. Budaya populer awalnya berkembang di Eropa, lebih banyak diasumsikan dengan budaya yang melekat dengan kelas sosial bawah yang membedakannya dengan budaya tinggi (*high culture*) dari kelas yang elite (Subiakto dan Ida, 2012:150).

Ciri umum budaya populer adalah di antaranya (1) adanya tren atau tingkat kesukaan publik yang relatif tinggi. Memiliki (2) tingkat pemahaman yang mudah diingat, mudah dimengerti, sehingga publik mudah menerimanya dan mudah dinikmati. Karena umumnya budaya populer bersifat massif atau tren, maka (3) ia mudah diadaptasi atau diterima bahkan dijiplak atau menduplikasinya. Berikutnya adalah (4) umumnya bersifat berkala, durasi momentum, era tertentu, atau dengan bahasa lain tidak bertahan lama, umumnya mudah dilupakan setelah sekian lamanya menjadi tren. Hanya beberapa budaya tertentu saja yang tetap bertahan dengan keunikannya dan tetap diadaptasi seperti Coca Cola atau *jeans*. Ciri pokok lainnya adalah (5) mengandung unsur nilai keuntungan (*profit*), dan ini merupakan ciri utama dari budaya populer (Tumanggor, et al., 2010:41).

Berdasarkan ciri di atas, budaya populer dapat disimpulkan cenderung dibangun atas eksplorasi tentang kesenangan, selera pasar, hiburan atau sesuatu yang dinilai kurang substansial tetapi menjadi selera banyak orang. Umumnya hasil industri, maka produk karya yang dibuat bersifat instan atau dibuat singkat sesuai tuntutan pasar dengan prinsip keuntungan yang sebesar-besarnya. Dengan konteks itu keberadaan budaya populer dipandang mampu merusak atau mengancam budaya tradisional. Terlebih ideologi di balik budaya populer-kapitalisme global-yang oleh sebagian kalangan dinilai sangat membahayakan identitas komunitas, bangsa, dan agama. Pandangan lain menyebutkan budaya populer adalah budaya ciptaan, yaitu meretas dari atas ke bawah. Ia semakin menguat dengan setelah media massa digunakan sebagai alat penyebaran pengaruh ke masyarakat (Tumanggor, et al., 2010:42).

Sedangkan menurut Ben Agger (Bungin, 2006:100) dapat dikelompokkan pada empat aliran (a) budaya dibangun berdasarkan kesenangan namun tidak substansial dan mengentaskan orang dari kejenuhan kerja sepanjang hari; (b) Kebudayaan populer menghancurkan nilai budaya tradisional; (c) kebudayaan menjadi masalah besar dalam pandangan ekonomi Karl Marx kapitalis; dan (d) 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 sebagainya (Bungin, 2006:100).

Sedangkan menurut Heryanto (2012:11) budaya pop seringkali dipahami terutama sebagai barang hiburan dan barang dagangan untuk meraup laba, meski ada kasus budaya (pop atau lainnya) yang terang-terangan dirancang untuk membuahkann pernyataan politik, dan kemudian jadi terkenal, atau dicekal karena alasan politik.

Bungin (2006:101) budaya populer juga menjadi bagian dari budaya elit dalam masyarakat tertentu. Sejauh itu pula budaya populer dipertanyakan konsepnya konkret, serta pengaruhnya yang lebih dirasakan seperti umpamanya apa perbedaan antara modernisasi dan posmodernisasi. Begitu pula pertarungan antara kebudayaan tinggi dan kebudayaan pop.

Dalam hal ini akibat adanya budaya populer hingga membentuk suatu tatanan dalam dunia populer berupa komunitas dan juga *fan culture* yang menunjang

penyebarluasan informasi dan teknologi serta perkembangan budaya populer yang ada di masyarakat.

2.5.1. Komunitas

Komunitas merupakan istilah yang sering digunakan dalam percakapan sehari-hari pada berbagai kalangan. Seperti halnya kebanyakan istilah yang populer, maka maknanya pun bisa beragam bergantung pada konteks kalimatnya. Kita biasa mendengar ada orang mengatakan, “komunitas ilmuwan yang mendukung teori evolusi”. Dalam pemberitaan media sering juga muncul ungkapan “komunitas Muslim di Kashmir”. Sedangkan para mahasiswa PR tentu juga akrab dengan istilah “membina hubungan baik dengan komunitas” atau terlibat dalam “program pengembangan komunitas (*community development*) yang dilakukan satu organisasi” (Iriantara, 2007:21).

Komunitas menurut Stewart E. Perry (Iriantara, 2007:24) dalam *CED Definitions 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 para 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 yang karena kesamaan lokalitas itu secara tak langsung membuat mereka mengacu pada kepentingan dan nilai-nilai yang sama. Dengan demikian, apa yang diungkapkan Perry ini sama dengan

pengenalan kita atas konsep komunitas sebagai istilah yang menunjukkan pada lokalitas atau struktur.

2.5.2. *Fan Culture*

Fan Culture Menurut Nasrullah (2017:136) penggemar atau *fan (fandom)* merupakan realitas yang sebelumnya banyak dijumpai di dunia *offline*. Acara televisi, film di bisokop, bahkan klub olahraga sampai grup musik bisa menjadi pemicu munculnya sekelompok orang sebagai pemuja. Mereka tidak hanya mengumpulkan kartu para pemain *football*, memajang poster penyanyi idola di dinding kamar, tetapi bahkan seolah-olah menjadi tokoh yang mereka gemari mulai dari gaya berbicara, cara berjalan, sampai berpakaian.

Dapat diartikan bahwasanya Komunitas dan *Fan Culture* adalah sebuah wadah dimana para penggemar dapat saling berinteraksi serta saling menunjukkan identitas mereka sebagai seorang penggemar *anime* yang mereka gemari. Di Indonesia tepatnya di Kota Medan terdapat komunitas *anime*, dan biasanya mereka sering bertemu dan berkumpul dengan sesama penggemar lain dengan cara menggelar *gathering* ataupun berkumpul di suatu tempat dan saling bertukar informasi tentang *anime*. Ada juga selain bertemu secara langsung ataupun hanya berkomunikasi melalui internet maupun grup-grup sosial media seperti LINE, Facebook, maupun Whatsapp.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Hikmat (2011:37-38) 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 peneliti dengan responden. Ketiga, metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama dan terhadap pola-pola nilai yang dihadapi. Penelitian kualitatif menyusun desain yang secara terus menerus disesuaikan dengan kenyataan di lapangan; tidak harus menggunakan desain yang telah disusun secara ketat atau kaku, sehingga tidak dapat diubah lagi.

Pendekatan kualitatif memusatkan perhatian pada prinsip-prinsip umum yang mendasari perwujudan sebuah makna dari gejala-gejala sosial di dalam masyarakat. Objek analisis dalam pendekatan kualitatif adalah makna dari gejala-gejala sosial dan budaya dengan menggunakan kebudayaan dari masyarakat bersangkutan untuk memperoleh gambaran mengenai kategorisasi tertentu (Bungin, 2006:306).

Sararan kajian dari pendekatan kualitatif adalah pola-pola yang berlaku sebagai prinsip-prinsip umum yang hidup dalam masyarakat. Gejala-gejala tersebut dilihat dari satuan yang berdiri sendiri dalam kesatuan yang bulat dan menyeluruh. Sehingga pendekatan kualitatif sering disebut sebagai pendekatan holistic terhadap suatu gejala sosial (Bungin, 2006:306).

Menurut Bogdan dan Taylor dalam (Moeleong, 2007:7) penelitian deskriptif kualitatif akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Menurut Kriyantono (2006:63) penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan menggunakan pernyataan-pernyataan dan data yang sifatnya hanya menggolongkan. Kesimpulan dari pernyataan diatas bahwasanya metode penelitian kualitatif merupakan sebuah prosedur yang didasari oleh pengamatan manusia dan faktor lainnya, serta orang-orang yang berada di lingkungan tersebut dengan menghasilkan data yang bersifat menggambarkan sesuatu dengan apa adanya, berupa pernyataan-pernyataan lisan maupun tertulis.

3.2. Kerangka Konsep

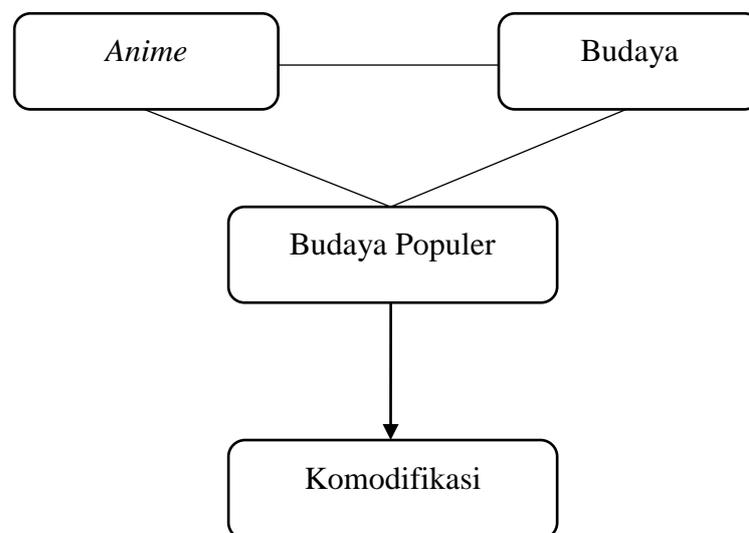
Menurut Kriyantono (2012:17) konsep merupakan istilah yang mengekspresikan sebuah ide abstrak yang dibentuk dengan menggeneralisasikan objek atau hubungan fakta-fakta yang diperoleh dari pengamatan.

Konsep dimaksudkan untuk menjelaskan sebuah hal makna dan teori yang ada di dalam suatu penelitian, dengan tujuan menjelaskan hal hal yang masih

bersifat abstrak. Dari uraian diatas maka kerangka konsep dapat digambarkan sebagai berikut :

Tabel 1.1

Kerangka Konseptual



Sumber: Hasil Olahan, 2018

3.3. Definisi Konsep

Kerlinger menyebut konsep sebagai abstraksi yang dibentuk dengan menggeneralisasikan hal-hal khusus. Jadi konsep merupakan sejumlah ciri atau standar umum suatu objek (Kriyantono, 2006:17). Adapun yang menjadi definisi konsep dalam kerangka konsep di atas adalah :

- a. *Anime* adalah sebutan orang Jepang untuk tayangan animasi.
- b. Budaya adalah nilai-nilai yang muncul dari proses interaksi antar-individu yang membentuk tatanan dalam masyarakat.

- c. Budaya populer merupakan seperangkat ide, perspektif, sikap, gambaran, dan fenomena lain, yang menurut konsensus umum berada dalam lingkaran *mainstream* atau arus utama dari budaya yang ada atau *given culture* (Subiakto dan Ida, 2012:150).
- d. Komodifikasi adalah proses sosial yang terjadi pada nilai suatu budaya atau komoditi yang berubah dari yang tidak bernilai menjadi bernilai ataupun sebaliknya.

3.4. Kategorisasi

Kategorisasi merupakan proses yang dikenal sebagai proses membedakan, mengenali, dan dimengerti. Kategorisasi menunjukkan pesan tersirat bahwasanya menentukan sesuatu ke dalam kategori tertentu yang menunjukkan hubungan antara subjek dan objek suatu penelitian.

Kategorisasi menunjukkan bagaimana caranya mengukur suatu variabel penelitian sehingga diketahui dengan jelas apa yang menjadi kategorisasi penelitian pendukung untuk analisis dari variabel tersebut. Kategorisasi dalam penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 1.2 Kategorisasi Penelitian

Konsep Teoritis	Indikator
Proses Komodifikasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Praktik dan Teknologi Komunikasi 2. Penetrasi Proses Komodifikasi dan Institusi
Budaya Populer	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tren atau tingkat kesukaan publik 2. Mudah dimengerti 3. Adaptabilitas 4. Durabilitas 5. Profitabilitas

Sumber : Hasil Olahan, 2018

3.5. Informan atau Narasumber

Narasumber dalam penelitian ini adalah anggota komunitas *Anime One Piece* yang ada di Kota Medan. Yang terdiri dari beberapa narasumber seperti pimpinan dari One Piece ID Medan, Sekretaris One Piece ID Medan serta juga beberapa anggota yang tergabung di dalam komunitas One Piece ID Medan.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara-cara yang penulis gunakan untuk mengumpulkan data. Sebagai salah satu cara penulis untuk menunjukkan suatu hal metode yang dipakai untuk mendapatkan data serta hasil yang di dapat dalam penelitian.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu :

3.6.1. 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 berhadap-hadapan secara fisik.

Menurut Martono (2016:85) wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara peneliti mengajukan pertanyaan secara lisan kepada seseorang (informan atau responden). Selama melakukan wawancara peneliti dapat menggunakan pedoman yang berupa pedoman wawancara atau menggunakan kuesioner (dalam penelitian survei). Ada kalanya seorang peneliti melakukan proses wawancara secara sembunyi-sembunyi sehingga orang yang diwawancarai tidak menyadari bahwa ia sedang menjadi objek sebuah penelitian.

3.6.2. Observasi

Menurut Ghony dan Almanshur (2014:165) metode observasi (pengamatan) merupakan 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.

Menurut Nasution (Sugiyono, 2017:226) menyatakan bahwa, observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Data itu dikumpulkan dan sering dengan bantuan berbagai alat yang sangat canggih, sehingga benda-benda yang sangat kecil (*proton* dan *electron*) maupun yang sangat jauh (benda ruang angkasa) dapat diobservasi dengan jelas.

3.6.3. Dokumentasi

Menurut Arikunto (2014:274) tidak kalah penting dari metode-metode lain, adalah metode dokumentasi, yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya.

Menurut Martono (2016:87) dokumentasi merupakan sebuah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen yang berkaitan dengan masalah penelitian. Dokumen ini dapat berupa hasil penelitian, foto-foto atau gambar, buku harian, undang-undang, hasil karya

seseorang dan sebagainya. Dapat pula hanya menjadi data penunjang dalam mengeksplorasi masalah penelitian.

3.7. Teknik Analisis Data

Menurut Kriyantono (2012:57) dalam metode kualitatif, penelitian adalah bagian integral dari data, artinya peneliti ikut aktif dalam menentukan jenis data yang diinginkan. Dengan demikian, peneliti menjadi instrumen riset yang harus terjun langsung dilapangan. Karena itu riset ini bersifat subjektif, dan hasilnya lebih kasuistik bukan untuk digeneralisasikan.

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.

3.8. Waktu dan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini berlokasi di Cozy Coffe and Kitchen Jalan Puri No 141 Medan dimana tempat tersebut dijadikan tempat berkumpulnya komunitas *anime* One Piece tersebut melakukan acara berkumpul atau *Gathering*. Penelitian akan dilakukan pada bulan Januari hingga Februari 2019.

3.9. Deskripsi Singkat Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah anggota dari komunitas *anime* One Piece. Mereka adalah komunitas yang terbentuk karena dasar kesukaan mereka dengan *anime* One Piece tersebut. Komunitas ini dibentuk pada bulan Juni 2016 yang diawali oleh beberapa orang yang bertemu di sosial media sehingga timbul ide untuk membentuk sebuah komunitas *anime*.

Selama beberapa tahun berdiri, komunitas ini sudah banyak melakukan *event*, *gathering*, pameran, maupun kompetisi *anime* yang ada di Kota Medan khususnya. Komunitas ini juga melakukan aksi sosial dengan mengadakan bakti sosial maupun acara positif lain seperti futsal bersama dengan anggota komunitas maupun dengan komunitas lainnya yang ada.

Komunitas ini sering melakukan *gathering* atau temu ramah antar anggota komunitas yang menyukai *anime* One Piece tersebut di sebuah café yang berada di Jalan Puri No 141. Yaitu Cozy Coffe and Kitchen, mereka sering melakukan acara seperti membahas cerita tentang *anime* One Piece setiap ada episode yang keluar dan mereka menjadikan tempat tersebut sebagai *basecamp* berkumpul antar orang-orang yang menyukai *anime* One Piece tersebut

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

Pengumpulan data yang diambil peneliti adalah melakukan wawancara dengan proses tanya jawab secara langsung atau tatap muka pertemuan satu pewawancara dengan satu responden. Untuk proses wawancara tersebut, peneliti membuat (10) sepuluh pertanyaan untuk masing-masing narasumber yang diangkat dari (5) lima indikator penelitian. Selain wawancara penulis juga memakai metode observasi dan metode dokumentasi dalam melakukan penelitian guna membantu penulis untuk mendapatkan data yang efektif dalam penelitian.

Peneliti menetapkan (5) lima narasumber yaitu : Muhammad Yaseer Qhadafi (laki-laki) selaku Pimpinan Komunitas One Piece ID Medan, Haula Al-Amri (perempuan) selaku Sekretaris Komunitas One Piece ID Medan, Zulfan Efendi (laki-laki) selaku Anggota Komunitas One Piece ID Medan, Rayhan (laki-laki) selaku Anggota Komunitas One Piece ID Medan, dan Muhammad Suganda (laki-laki) selaku Anggota Komunitas One Piece ID Medan.

Berikut adalah data dari hasil wawancara dari narasumber :

(a) Nama : Muhammad Yaseer Qhadafi (Pimpinan Komunitas One Piece ID Medan)
Jenis Kelamin : Laki-laki
Umur : 23 tahun
Profesi : Mahasiswa

(1) Tren atau tingkat kesukaan publik

Menurut Yaseer sebagai Pimpinan Komunitas One Piece ID Medan, banyak tren budaya yang selama 20 tahun ini terjadi. Dia menjelaskan contohnya sebagai tren musik, cara berpakaian, serta pemikiran tentang pengaruh yang diciptakan dari *anime* tersebut. Dia menyebutkan kalau *anime* memiliki cerita yang dalam, di dalam ceritanya memiliki cerita seorang tokoh, ceritanya tentang petualangan dan di dalam cerita itu ada pengaruh pemerintahan dan itulah yang ada di pikiran pemuda-pemuda tentang bagaimana pemerintah dan seperti apa pemerintah, serta ada juga cerita yang di angkat dari kisah nyata.

Yaseer mengatakan dalam tanggapannya tentang tingkat kesukaan publik terhadap *anime* One Piece. Menurutnya cukup ramai peminat dari *anime* One Piece dilihat dari banyaknya orang yang membeli *action figure* dari karakter-karakter *anime* One Piece tersebut, dia menambahkan bahwa harga *action figure* itu lumayan mahal tetapi tetap orang mau membelinya karena kesukaannya terhadap *action figure* dari karakter *anime* One Piece tersebut. Disebutkannya juga bahwasanya itu merupakan bagian dari minat seorang penggemar terhadap apa yang digemarinya.

(2) Mudah dimengerti

Yaseer menjelaskan tentang tingkat kemudahan *anime* One Piece dimengerti oleh publik bahwa *anime* One Piece cukup mudah dimengerti karena cerita yang disajikan *anime* One Piece tersebut ditujukan untuk orang-orang yang berumur 15 tahun keatas atau remaja khususnya pria menurutnya cukup mudah dimengerti.

Selain itu, Yaseer melanjutkan tentang kalangan apa saja yang mengerti dengan *anime* One Piece tersebut, dia mengatakan bahwa kalangan yang mudah mengerti dengan *anime* One Piece tersebut ialah kalangan remaja dengan usia diatas 15 tahun serta dia mengatakan juga bahwa *anime* One Piece tersebut bisa dimengerti oleh semua kalangan *gender* yang berarti semua kalangan baik laki-laki maupun perempuan bisa mengerti dengan *anime* One Piece tersebut.

(3) Adaptabilitas

Yaseer menjawab tentang tayangan *anime* One Piece mudah diadaptasi oleh penggemar *anime* One Piece, dia mengatakan bahwa bisa diadaptasi karena sudah banyak contoh yang ada seperti timbulnya *cosplay* yang menandakan bahwa banyak penggemar *anime* One Piece yang mengadaptasi gaya berpakaian karakter-karakter yang ada dalam *anime* One Piece tersebut.

Selanjutnya Yaseer juga mengatakan bahwa *anime* One Piece tersebut kurang diterima publik, kalau pun diterima *anime* One Piece memiliki batasan umur untuk cukup menerima tayangan tersebut, sehingga tidak

mudah ditayangkan di televisi Indonesia, alasannya karena mungkin ceritanya jika untuk kalangan anak-anak belum cukup bisa untuk memahami alur ceritanya maupun maksud yang ada di dalam tayangan *anime* One Piece tersebut. Dilanjutkan lagi olehnya karena tayangan *anime* One Piece tersebut mengandung unsur-unsur kekerasan juga mengandung unsur dewasa di dalam tayangan tersebut.

(4) Durabilitas

Yaseer menjelaskan tentang durabilitas dari *anime* One Piece tersebut bahwa *anime* One Piece tersebut dipastikan sangat bertahan lama karena *anime* One Piece tersebut dikatakan olehnya sebagai *manga* nomor satu terbaik di Jepang. Bahkan ditambahkan olehnya juga bahwa mungkin *anime* One Piece tersebut menjadi nomor satu di dunia karena *anime* ini sudah 20 tahun lebih jadi dipastikan cukup bertahan lama.

Dikatakan olehnya bahwa *anime* One Piece tersebut tidak mudah dilupakan oleh penggemar karena dalam setiap episode-episode ceritanya sangat dipengaruhi, bagaimana *flashback* cerita kebelakang dan sangat berkaitan dengan cerita selanjutnya sehingga sangat tidak mudah dilupakan oleh penggemar anime One Piece.

(5) Profitabilitas

Yaseer menjelaskan tentang banyak keuntungan yang dihasilkan dari *anime* One Piece, menurutnya banyak hal yang berperan, bisa dari segi komunikasi dengan cara penggemar yang membagikan tayangan-tayangan

atau istilah lainnya dengan cara *share*, kemudian membagikan cerita-cerita tentang One Piece atau segala macam bentuknya. Ada juga dijelaskan olehnya dengan cara membuat blog pribadi tentang pembahasan *anime* One Piece tersebut dengan cara itu banyak yang membaca blog yang dibuat sehingga si pembuat blog mendapat keuntungan dari blog yang ia buat.

Selain itu dia mengatakan juga bahwa bentuk lain dari keuntungan yang di dapat seperti membuka toko, contohnya toko buku yang menjual *manga* atau komik *anime* One Piece tersebut yang laris dibeli oleh pembaca yang pastinya membuat keuntungan bagi si pemilik toko, dan ada juga toko baju yang menjual segala aksesoris dan pakaian yang berkaitan dengan *anime* One Piece tersebut.

(b) Nama : Haula Al-Amri (Sekretaris Komunitas One Piece ID

Medan)

Jenis Kelamin : Perempuan

Umur : 22 tahun

Profesi : Mahasiswi

(1) Tren atau tingkat kesukaan publik

Haula mengatakan bahwa tren budaya yang ditimbulkan setelah menonton *anime* One Piece ini banyak yang mengikuti gaya-gaya yang ada dari *anime* One Piece tersebut yang ia tonton. Contohnya seperti *cosplay*,

gaya rambut dan serta gaya pakaian yang mengikuti karakter dari *anime* One Piece tersebut.

Ditambahkan lagi olehnya bahwa menurut dirinya sangat banyak peminat *anime* One Piece tersebut karena menurutnya setelah dia menonton *anime* One Piece tersebut, dia menularkan ke teman-temannya setelah dia menonton *anime* One Piece tersebut, dia katakan bahwa dia menunjukan ke teman-temannya dan teman-temannya tersebut ikut menjadi suka menonton *anime* One Piece tersebut.

(2) Mudah dimengerti

Haula menjawab perihal *anime* One Piece mudah dimengerti dari segi alur cerita, menurutnya sangat mudah dimengerti karena banyak yang menceritakan tentang sejarah, dan ditambahkan olehnya bahwa bukan hal itu saja yang menjadi nilai tambah *anime* One Piece melainkan alur ceritanya yang tidak berbelit-belit sehingga menjadi jelas dan membuat penonton menjadi mudah mengerti dengan alur cerita *anime* One Piece tersebut.

Haula kemudian menjelaskan tentang kalangan yang mengerti dengan *anime* One Piece tersebut. Disebutkan olehnya bahwa kalangan remaja hingga dewasa yang merupakan kalangan yang mengerti dengan alur cerita One Piece tersebut. Dicontohkan olehnya bahwa kalangan yang mengerti dengan *anime* One Piece tersebut adalah kalangan yang seperti dirinya.

(3) Adaptabilitas

Haula menjelaskan tentang kemudahan *anime* One Piece diadaptasi oleh penggemar *anime*. Disebutkan olehnya bahwa *anime* One Piece ini sangat mudah diadaptasi karena fakta yang ada dicontohkan olehnya bahwa banyak orang yang memakai *cosplay* yang menandakan bahwa *anime* One Piece tersebut mudah untuk ditiru atau lebih tepatnya di imitasi oleh para penggemar. Serta ada juga dicontohkan olehnya dengan banyaknya orang-orang yang meniru gaya-gaya fashion *anime* tersebut.

(4) Durabilitas

Terkait dengan durabilitas *anime* One Piece dalam persaingan dunia *anime*. Haula menjelaskan bahwa *anime* One Piece sangat berkala dan sangat bertahan lama karena *anime* One Piece merupakan *anime* paling tua yang ada saat ini dan merupakan *anime* paling panjang yang sudah sekitar 20 tahun ada dan masih tetap bertahan dalam persaingan *anime*.

Kemudian ia menjelaskan bahwa *anime* One Piece tidak mudah dilupakan oleh publik karena dari setiap episode per episode selalu tetap dibahas oleh para penontonnya, khususnya bagi para penggemarnya sendiri. Dan dijelaskan olehnya bahwa *anime* One Piece ini memakai alur maju dan alur mundur sehingga penontonnya selalu bertanya tanya tentang ceritanya akan seperti apa dan bagaimana kelanjutannya.

(5) Profitabilitas

Terkait dengan keuntungan yang dihasilkan dari *anime* One Piece tersebut, Haula menjelaskan bahwa baginya dan komunitasnya banyak keuntungan yang didapat, diantaranya yaitu semakin banyak *event-event* tentang *anime* One Piece khususnya dan menambah pengetahuan tentang *anime* yang ada di Jepang, termasuk juga pengetahuan tentang budaya-budaya Jepang.

Kemudian Haula juga menjelaskan keuntungan seperti apa saja yang dihasilkan dari adanya *anime* One Piece tersebut. Dia mengatakan banyak sekali keuntungan yang dihasilkan dari adanya *anime* One Piece tersebut, baginya dan komunitasnya keuntungan yang di dapat berupa banyaknya souvenir tentang *anime* yang terjual, selain itu ada juga *action figure*, kemudian baju-baju yang bertema One Piece yang banyak disukai oleh penggemar *anime* One Piece tersebut.

(c) Nama : Zulfan Efendi (Anggota Komunitas One Piece ID Medan)

Jenis Kelamin : Laki-laki

Umur : 20 tahun

Profesi : Mahasiswa

(1) Tren atau tingkat kesukaan publik

Menurut Zulfan, tren budaya yang timbul dari *anime* One Piece ini seperti *fashion cosplay* serta adanya bazar kegiatan dari acara *anime* tersebut,

tetapi lebih besar lagi seperti acara *cosplay* karakter *anime* dan acara berkumpulnya para pecinta *anime* One Piece tersebut.

Kemudian Zulfan juga mengatakan bahwa publik rata-rata menyukai *anime* karena alur ceritanya, karena One Piece menceritakan karakternya masing-masing, seperti dicontohkan olehnya yaitu cerita karakter utamanya yaitu Luffy sampai juga ke karakter-karakter lainnya.

(2) Mudah dimengerti

Zulfan selaku anggota komunitas One Piece ID Medan menjelaskan bahwa *anime* One Piece sangat dimengerti karena dari *anime* One Piece sendiri sudah diceritakan latar belakang setiap karakternya masing-masing, kemudian dimasukan serta disajikan menjadi satu di dalam cerita One Piece sehingga penonton mengetahui karakter dari masing-masing karakter yang ada di dalam One Piece.

Selanjutnya dijelaskan oleh Zulfan bahwa kalangan yang mengerti *anime* One Piece ini rata-rata merupakan kalangan remaja, ada juga kalangan anak-anak mengerti dengan *anime* One Piece melalui karakter-karakter yang memiliki gaya khas ilmu bertarung nya. Untuk kalangan remaja, mereka bisa mengerti dari karakter tokoh-tokohnya serta sifat dari karakternya sendiri, tetapi kalau untuk anak-anak tidak seperti remaja, kalangan orang dewasa pun menurutnya mungkin mengerti dari segi alur cerita saja, begitu menurutnya bagi kalangan orang dewasa.

(3) Adaptabilitas

Menurut Zulfan dalam penjelasannya mengenai adaptasi tayangan *anime* One Piece tersebut menurutnya sangat mudah diadaptasi karena karakternya diangkat dari berbagai suku seperti suku samurai, serta karakter suku lokal dalam budaya Jepang itu sendiri.

Lebih lanjut Zulfan mengatakan menurutnya *anime* One Piece tersebut kurang diterima oleh publik karena ada konten yang mengandung unsur dewasa di dalam konten *anime* tersebut. Akan tetapi jika dilihat dari segi alur ceritanya dapat diterima publik dengan batasan-batasan yang ada di dalam konteks gambar-gambar yang ditampilkan.

(4) Durabilitas

Zulfan mengatakan tentang akan bertahan atau tidaknya *anime* One Piece tersebut dalam persaingan *anime* bahwa menurutnya *anime* One Piece tersebut sifatnya berkala karena *anime* One Piece tersebut masih menjadi yang teratas dalam persaingan *anime* karena *anime* One Piece tersebut memiliki cerita yang semakin hari semakin baik menurutnya.

Selanjutnya Zulfan juga mengatakan bahwa *anime* One Piece memiliki cerita yang sangat susah dilupakan karena setiap karakternya itu membuat penonton yang menonton semakin ingin tahu setiap kelanjutan ceritanya, dan walaupun sudah tamat *anime* One Piece tersebut masih menjadi bahan cerita yang akan ditanyakan orang-orang kenapa alur ceritanya harus tamat.

(5) Profitabilitas

Menurut Zulfan keuntungan yang bisa didapat dari *anime* One Piece tersebut. Banyak keuntungan yang bisa didapatkan seperti *merchandise* dari One Piece, dan mungkin acara-acara yang bertema One Piece merupakan sebuah keuntungan menurutnya karena *anime* One Piece ini sudah menjadi *anime* dengan skala internasional dalam segi ceritanya.

Selanjutnya dia mencontohkan keuntungan yang didapat dari *anime* One Piece tersebut berupa *merchandise*, acara kontes *cosplay*, acara seperti temu ramah atau *meet and greet* antar pencipta dengan penggemar *anime* One Piece. Serta ditambahkan olehnya bahwa *anime* One Piece sangat mudah diterima masyarakat dikarenakan ceritanya bisa membawa masyarakat ikut terbawa suasana dengan cerita yang disajikan di dalam alur cerita.

(d) Nama : Rayhan
Jenis Kelamin : Laki-laki
Umur : 21 tahun
Profesi : Mahasiswa

(1) Tren atau tingkat kesukaan publik

Menurut Rayhan tentang tren budaya yang ada dalam *anime* One Piece tersebut seperti tren budaya *anime* yang timbul dari segi *fashion* karena banyak tren *fashion* yang diikuti oleh para penggemar dari setiap karakter *anime* yang ada di dalam alur cerita *anime* tersebut.

Dijelaskan lagi olehnya terkait dengan tingkat kesukaan publik terhadap *anime* One Piece bahwa peminat dari *anime* One Piece semakin bertambah dan semakin banyak karena mereka suka dengan alur cerita yang ada disajikan dalam alur cerita *anime* tersebut.

(2) Mudah dimengerti

Diejelaskan oleh Rayhan mengenai alur cerita *anime* One Piece bahwa alur cerita *anime* One Piece mudah dimengerti dan banyak terdapat misteri yang tidak bisa di duga-duga untuk setiap kelanjutan cerita yang ada di episode-episode selanjutnya.

Ditambahkan olehnya bahwa *anime* One Piece ini mudah dimengerti oleh kalangan pecinta *anime* terkait dengan alur ceritanya yang tidak mudah ditebak dalam setiap episode nya hingga membuat para penonton tertarik dan semakin merasa penasaran dengan alur cerita yang disajikan.

(3) Adaptabilitas

Rayhan menjelaskan bahwa *anime* One Piece tersebut sangat mudah dimengerti karena alur ceritanya tidak terlalu berat untuk dicerna oleh penonton, dan juga bagi penonton yang baru saja mulai menonton *anime* One Piece mudah mengerti alur ceritanya walaupun ceritanya memiliki alur mundur tentang kisah setiap karakter yang ada di dalamnya.

Mengenai tayangan yang mudah diterima oleh publik Rayhan menjelaskan bahwa *anime* One Piece bisa diterima dengan mudah oleh publik dikarenakan *anime* One Piece ini merupakan sebuah *anime* yang sudah cukup

tua atau sudah lama ada menurutnya. Sudah 20 tahun kurang lebih *anime* One Piece ini ada di kalangan penikmat kartun Jepang tersebut.

(4) Durabilitas

Dijelaskan oleh Rayhan bahwa *anime* One Piece tersebut akan bertahan lama karena seperti yang diketahui bahwa *anime* One Piece ini sudah ada sejak tahun 1997 dan sampai saat ini masih berjalan menghibur para penikmat kartun Jepang dengan mengeluarkan episode-episode baru setiap minggunya, serta mengeluarkan komik atau *manga* setiap minggu juga.

Ditambahkan lagi oleh Rayhan bahwa *anime* One Piece tidak mudah dilupakan karena karakter-karakternya yang banyak memberikan pesan moral yang positif bagi penonton serta motivasi hidup dalam setiap momen yang ada dalam episode-episode yang ditayangkan oleh *anime* One Piece tersebut.

(5) Profitabilitas

Rayhan mengatakan tentang keuntungan yang didapat dari *anime* One piece tersebut yaitu keuntungan yang didapat pastinya ada, contohnya dari segi penjualan *merchandise* dan berbagai macam bentuk acara yang diselenggarakan seperti bazar dengan menjual komik, kaset film, serta baju-baju dan kontes-kontes *cosplay* yang ada diselenggarakan.

Kemudian dia juga menjelaskan contoh keuntungan yang didapat dari *anime* tersebut seperti yang dijelaskan sebelumnya contohnya seperti penjualan *merchandise*, *action figure*, baju-baju, aksesoris yang berkaitan serta berbagai macam bentuk lainnya.

(e) Nama : Muhammad Suganda

Jenis Kelamin : Laki-laki

Umur : 21 tahun

Profesi : Mahasiswa

(1) Tren atau tingkat kesukaan publik

Ganda selaku anggota komunitas One Piece ID Medan menjelaskan tren budaya yang ditimbulkan oleh adanya *anime* One Piece tersebut bahwa tren budaya yang dimana bisa dilihat sendiri banyak anak-anak milenial yang mengikuti gaya-gaya dari *anime* One Piece tersebut contohnya seperti meniru dan mengikuti gaya dari karakter-karakter dengan sifat-sifat yang ada didalam *anime* One Piece tersebut.

Dijelaskan lagi olehnya bahwa tingkat kesukaan publik terhadap *anime* One Piece dari generasi sekarang yang ada ini tingkat kesukaan publik terhadap *anime* One Piece ini lumayan tinggi karena One Piece sudah lama ada di dalam dunia *anime* sekitar 20 tahun menurutnya.

(2) Mudah dimengerti

Ganda juga menjelaskan bahwa *anime* One Piece ini mudah dimengerti dari segi alur cerita, menurutnya *anime* One Piece ini sangat mudah dimengerti karena alur ceritanya memiliki alur mundur tetapi berkaitan dengan alur maju dimana ceritanya semua saling terkait. Selain itu dia juga mengatakan bahwa *anime* One Piece tersebut asik untuk diikuti ceritanya.

Selanjutnya Ganda juga menjelaskan tentang kalangan yang mengerti dengan *anime* One Piece ini contohnya seperti kalangan yang seperti dirinya yaitu kalangan umur remaja yang menuju dewasa tepatnya kalangan umur 20 tahunan yang lahir sekitar tahun 1997 dan sekitar tahun 1998 menurutnya.

(3) Adaptabilitas

Ganda juga menjelaskan tentang bagaimana *anime* One Piece tersebut mudah diadaptasi oleh penonton, menurutnya *anime* One Piece sangat mudah diadaptasi karena contohnya saja bisa dilihat bahwa jaman sekarang ini orang-orang dengan mudahnya meniru gaya-gaya tentang apa yang disukainya. Tepatnya orang-orang suka mengimitasi gaya dari apa yang digemari dan disukai olehnya.

Kemudian Ganda juga menjelaskan bahwa *anime* One Piece ini kurang diterima oleh publik karena tayangan *anime* One Piece yang ia tonton sendiri tidak melalui televisi melainkan dari *website* di internet karena menurutnya lembaga sensor film atau Komisi Penyiaran Indonesia sendiri tidak mengizinkan *anime* tersebut tayang di televisi, terkait dengan banyaknya opini yang menganggap bahwa tayangan tersebut ada mengandung unsur dewasa di dalamnya.

(4) Durabilitas

Menurut Ganda *anime* One Piece ini bersifat berkala kerana buktinya hingga sekarang masih ada dan berjalan terus. Selain itu dia juga mengatakan bahwa komik yang sudah keluar sudah sekitar 900an dan juga video tayangan

anime One Piece tersebut sudah ada sekitar 800an episode yang dikeluarkan oleh pencipta *anime* One Piece tersebut. Dia juga berharap bahwa semoga *anime* ini bisa mengeluarkan sampai 1000an lebih episode terkait karena sudah 20 tahun lebih *anime* ini ada di dunia. Menurutnya sudah sangat hebat *anime* tersebut ada di dunia sebagai hiburan penonton.

Selanjutnya Ganda menjelaskan bahwa *anime* One Piece ini susah untuk dilupakan karena contohnya dia saja menyukai *anime* One Piece ini karena ceritanya sangat menyentuh perasaan menurutnya. Ditambahkan lagi olehnya bahwas ketika dia menonton episode dari One Piece tersebut dimana episode tersebut menceritakan tentang terbunuhnya kakak dari si aktor utama dalam cerita tersebut membuatnya sangat tersentuh dengan *anime* One Piece tersebut. Disebutkan juga olehnya bahwa *anime* ini susah dilupakan karena dari setiap momen-momen yang ada di setiap episode-episode yang ada di dalam *anime* One Piece tersebut menurutnya tidak mudah dilupakan.

(5) Profitabilitas

Ganda menjelaskan bagaimana keuntungan yang ada dari sebuah *anime* One Piece tersebut bahwa dilihatnya sekarang ini penggagas ataupun kreator dari *anime* One Piece tersebut membuat *merchandise* baju, souvenir gantungan kunci dan serta membuat *event-event* tentang One Piece tersebut. Dicontohkan olehnya bahwa dia yang membeli souvenir gantungan kunci serta *action figure* merupakan bagaimana keuntungan yang dihasilkan dari adanya *anime* One Piece tersebut.

Selanjutnya Ganda menjelaskan tentang bentuk keuntungan yang ada karena *anime* One Piece bahwa menurutnya ada contoh seperti dengan meraup keuntungan dengan cara berjualan *merchandise* yang bertema *anime* One Piece dan *action figure* serta hal-hal lain sebagainya yang bertema tentang *anime* One Piece tersebut.

4.2. Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara yang diuraikan peneliti diatas, membuktikan bahwa penelitian yang dilaksanakan berjalan dengan lancar. Informasi yang diberikan oleh narasumber yang terdiri dari : Pimpinan Komunitas One Piece ID Medan, Sekretaris Komunitas One Piece ID Medan, dan Anggota dari Komunitas One Piece ID Medan tiga (3) orang, sangat jelas sehingga membantu memudahkan pelaksanaan penelitian.

Hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa perilaku anggota komunitas One Piece ID Medan dalam menyebarkan budaya yang timbul dari *anime* One Piece dengan sesama penggemar sangat baik sehingga membuat proses komodifikasi yang terjadi dengan budaya *anime* One Piece ini sangat terasa. Dari segi budaya banyak anggota komunitas tersebut yang mengadaptasi *fashion* yang ada dari *anime* One Piece tersebut. Penulis melihat ada anggota komunitas yang memakai baju bertema *anime* tersebut, selain itu ada juga anggota komunitas tersebut yang memakai pernak pernik dari *anime* tersebut, ada yang berupa gantungan kunci maupun setelan jaket yang bergambar lambang dari bajak laut Mugiwara Luffy yang menjadi aktor utama dalam cerita *anime* One Piece tersebut.

Selain itu kegiatan yang dilakukan anggota komunitas tersebut dalam hal mengikuti *event-event* yang berkaitan dengan *anime* One Piece tersebut, mereka juga terkadang melakukan kegiatan positif lain berupa bakti sosial, seperti bakti sosial mengumpulkan sumbangan untuk korban bencana, contohnya kemarin ada bencana alam berupa gempa bumi yang terjadi di Palu, Sigi dan Donggala dan mereka melakukan kegiatan bakti sosial tersebut.

Sebagai komunitas yang berorientasi membahas segala hal berkaitan dengan *anime* One Piece tersebut. Mereka sering melakukan pembahasan mengenai *anime* tersebut terkait dengan membahas bagaimana cerita *anime* tersebut berlangsung maupun juga membahas bagaimana karakter-karakter yang ada di dalam *anime* tersebut, selain itu juga mereka terus memperkenalkan diri di masyarakat bahwasanya komunitas *anime* tersebut bukan hanya sekedar membahas *anime* melainkan juga sebagai pemersatu antar penggemar *anime* One Piece dan juga sebagai wadah positif antar penggemar meluangkan pemikirannya.

Komunitas yang merupakan wadah pemersatu penggemar *anime* One Piece tersebut juga melakukan hal-hal lain diantaranya adalah menyebarkan budaya Jepang serta juga menjadi wadah pembelajaran bahasa Jepang diantara penggemar *anime* One Piece tersebut. Mereka sangat membantu dalam hal penyebaran tren budaya yang timbul di kalangan penggemar *anime*, mereka menyebarkan berbagai hal tersebut dengan dibantu oleh perkembangan teknologi yang sangat cepat di jaman ini.

Selain itu di era milenial ini para peminat juga sudah mudah mendapatkan informasi terkait dengan *anime* One Piece tersebut, ada diantaranya dengan banyak tersebar *website* ataupun blog yang membahas atau hanya sekedar sebagai wadah bagi penggemar *anime* untuk mudah mengakses berbagai tayangan dan bacaan dari *anime* dan *manga*. Sehingga membuat para penggemar semakin tertarik dengan adanya *anime* tersebut. Sebagai anggota komunitas One Piece ID Medan penulis mendapatkan beberapa hal yang menjadi faktor pendukung mudahnya penyebaran maupun komodifikasi yang terjadi terhadap budaya populer *anime* One Piece tersebut.

Tren budaya yang timbul akibat adanya *anime* One Piece tersebut membuat semakin mudah penyebaran budaya *anime* One Piece tersebut sehingga banyak publik yang menyukai *anime* serta juga banyak yang mengikuti tren *fashion* maupun tren lain yang timbul dari adanya *anime* tersebut. Sebagai anggota komunitas *anime* One Piece tersebut mereka banyak yang memakai pernak pernik yang berkaitan dengan *anime* tersebut, sehingga publik melihat dan menilai serta juga menjadi tahu bahwa yang mereka pakai adalah bagian dari tren budaya yang timbul karena adanya *anime* One Piece tersebut.

Mereka juga menyebarkan tren budaya yang timbul dari *anime* tersebut sebagai hobby yang mereka sukai tanpa adanya norma yang dilanggar di masyarakat sehingga masyarakat menyambut baik dengan adanya komunitas tersebut, masyarakat melihat komunitas tersebut sebagai wadah positif yang ada di masyarakat. Dengan adanya kegiatan positif yang dilakukan oleh komunitas tersebut.

Penulis juga mendapatkan bahwa alur cerita yang ada di dalam *anime* One Piece mudah dimengerti oleh para penonton sehingga para penonton tidak bosan dengan alur cerita yang ada serta juga menjadikan penonton tertarik dengan alur cerita yang ada di dalam *anime* tersebut. Selain itu masyarakat yang melihat tayangan *anime* tersebut merasa tertarik dengan budaya yang ada dipertontonkan didalam *anime* tersebut.

Berdasarkan uraian sebelumnya penulis mendapatkan hal menarik terkait dengan komodifikasi budaya yang ada di dalam *anime* One Piece di masyarakat, contohnya Ganda yang mengatakan bahwa tren budaya yang ada di masyarakat sangat cepat berkembang dengan adanya orang-orang yang mengikuti tren *fashion* yang diangkat dari *anime* tersebut serta dia juga mengatakan bahwa jaman sekarang ini publik lumayan menyukai *anime* tersebut walaupun tidak semua kalangan yang mudah mengerti dengan alur cerita *anime* One Piece tersebut.

Selain itu fakta yang di dapat dari Haula bahwa ia setelah menonton tayangan *anime* tersebut, ia membagikan tayangan tersebut kepada teman-temannya sehingga temannya ikut menyukai *anime* One Piece tersebut. Dia mengatakan bahwa faktor pendukung *anime* tersebut mudah tersebar seperti mudahnya alur cerita *anime* tersebut dipahami oleh kalangan umur yang seperti dirinya.

Ketertarikan informan dengan adanya budaya populer *anime* One Piece tersebut banyak dipengaruhi oleh lingkungan seperti teman. Semakin sering dan semakin mendalamnya teman-temannya membahas tentang *anime* One Piece

tersebut membuat mereka semakin tertarik dengan cerita maupun budaya yang timbul dari adanya *anime* One Piece tersebut.

Keunikan serta originalitas dari *anime* One Piece membuat para penggemar semakin mengimitasi budaya yang ada serta semakin tertarik dengan mengoleksi berbagai hal terkait dengan *anime* One Piece tersebut. Contohnya saja seperti semakin banyaknya penggemar memakai aksesoris yang bertema *anime* One Piece tersebut. Ada juga yang mengadaptasi tren *fashion* yang diangkat dari gaya berpakaian maupun gaya rambut yang ada pada karakter-karakter *anime* One Piece tersebut.

Selain itu observasi yang ditemukan oleh penulis dengan komunitas tersebut adalah para anggota komunitas *anime* One Piece tersebut selalu menjaga kesopanan dan juga tutur kata yang baik terhadap sesama, hal tersebut menjadi salah satu faktor pendukung diterimanya budaya *anime* mereka bawa tersebar di masyarakat.

Kemudian para anggota yang tergabung dengan komunitas tersebut, mereka lebih merasa kreativitas yang mereka miliki sangat terdukung dibalik adanya komunitas tersebut, dengan cara adanya salah satu anggota komunitas yang berkreasi dengan mengolah limbah bekas yang ia buat menjadi sebuah souvenir yang bertema *anime* One Piece tersebut. Selain itu ada juga anggota komunitas yang suka menggambar sketsa, ia memanfaatkan bakatnya itu dengan menggambar sketsa tokoh *anime* tersebut sehingga kemudian ia jual dan

menjadikannya sebagai komoditi yang menguntungkan bagi dirinya maupun bagi komunitasnya.

Komunitas tersebut juga selalu mengikuti *event-event* seperti *event cosplay* serta *event* kompetisi menggambar sketsa dari tokoh *anime* yang ada di dalam cerita *anime* One Piece tersebut. Dengan mereka mengikuti acara seperti itu keuntungan lain yang mereka dapat seperti mereka lebih dikenal oleh masyarakat dengan adanya komunitas yang mereka dirikan.

Mereka juga menggunakan kesempatan tersebut untuk membuka *stand* penjualan maupun *stand* pameran yang bisa mereka tampilkan terkait dengan *anime* One Piece tersebut. Baik mereka memamerkan hasil kreasi gambar maupun mereka menjual berbagai souvenir serta pakaian yang berkaitan dengan *anime* One Piece.

Semua data hasil penelitian tersebut banyak menampilkan tentang penyebaran serta proses komodifikasi yang ada dari *anime* One Piece tersebut. Mereka menjelaskannya baik melalui hasil wawancara maupun hasil observasi yang dilihat langsung oleh penulis dengan adanya kreasi yang mereka buat, baik kreasi gambar sketsa tokoh *anime* One Piece tersebut maupun kreasi dari olahan berbagai hal yang terbuat dari barang bekas yang diubah menjadi berbagai aksesoris yang bertema *anime* One Piece.

Dengan adanya tayangan tersebut menimbulkan aspek psikologis yang terjadi karena adanya tayangan *anime* One Piece adalah candu dengan tayangan *anime* One Piece tersebut membuat diri dari si penonton menjadi lupa dengan situasi

sekitar atau menjadi tidak peduli dengan lingkungan sekitar yang ada. Juga menimbulkan sikap negatif oleh adanya tayangan *anime* tersebut contohnya dengan kecanduan yang ditimbulkan oleh tayangan tersebut membuat penonton sanggup menonton tayangan tersebut dengan seharian seperti dalam sehari mereka bisa menghabiskan waktu sampai berjam-jam untuk menonton *anime* One Piece tersebut. Sehingga membuat para penonton mengantuk keesokan harinya dan membuat dirinya tidak produktif dalam hal beraktifitas maupun berkegiatan.

Kemudian dengan adanya tayangan *anime* One Piece tersebut budaya lokal yang ada di Indonesia mulai tergerus dengan adanya budaya Jepang yang masuk ke negara Indonesia yang banyak diikuti oleh para penonton. Contohnya dengan adanya budaya Jepang yang dibawa oleh *anime* One Piece tersebut membuat para penonton *anime* meniru atau mengimitasi budaya yang ada dalam tayangan *anime* tersebut. Oleh karena itu budaya yang ditimbulkan dengan adanya budaya Jepang yang masuk ke Indonesia membuat masyarakat Indonesia sendiri lupa dengan adanya budaya lokal yang ada di Indonesia.

Selain itu mereka juga menunjukkan budaya yang ada tersebut dengan tren budaya yang mereka adaptasi contohnya dengan *cosplay* maupun gaya berpakaian yang mereka pakai bertema *anime* One Piece. Dengan dibantu oleh perkembangan teknologi yang sangat cepat membuat masyarakat lebih mudah mengakses berbagai hal mengenai *anime* One Piece tersebut, contohnya saja seperti akses *website* yang menyediakan tayangan-tayangan *anime* dan *website* yang menyediakan bacaan komik atau manga dari *anime* One Piece tersebut, serta ada

juga seperti *official account* di media sosial LINE yang menjadi akun utama bagi orang yang mencari tahu info tentang *anime* maupun *manga* One Piece tersebut.

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

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

1. Tren budaya yang ditimbulkan oleh adanya *anime* One Piece tersebut membuat masyarakat yang mengikuti tren fashion yang diangkat dari tokoh atau karakter yang ada dalam *anime* One Piece tersebut. Tingkat kesukaan publik terhadap *anime* One Piece tersebut sangat meningkat dikarenakan mudahnya akses untuk mendapatkan berbagai informasi terkait dengan tren budaya sehingga meningkatkan minat penggemar dalam hal mempelajari maupun mengadaptasi tren tersebut.
2. *Anime* One Piece mudah dimengerti oleh publik dengan kalangan umur tertentu. Kalangan yang mudah mengerti dengan *anime* One Piece tersebut adalah kalangan umur 15 tahun ke atas atau bisa disebut kalangan remaja.
3. *Anime* One Piece sangat mudah diadaptasi oleh penggemar karena banyak penggemar yang mengikuti dan meniru berbagai hal contohnya seperti semakin banyak gaya berpakaian atau *cosplay* yang digunakan oleh penggemar.
4. *Anime* One Piece bersifat tahan lama dikarenakan faktor pendukung yaitu *anime* tersebut merupakan *anime* yang paling tua dan juga *anime* dengan

seri cerita terbanyak. Baik seri *manga* atau komik maupun seri video atau disebut *anime* serta merupakan *anime* yang sudah kurang lebih 20 tahun ada di dunia *anime* yang membuatnya menjadi tayangan yang paling diminati oleh penonton.

5. Banyak keuntungan yang diperoleh dari adanya *anime* One Piece tersebut contohnya dari adanya penjualan *merchandise* serta aksesoris dan pakaian yang bertema *anime* One Piece tersebut dan ada juga keuntungan lain seperti semakin banyaknya kontes maupun *event-event* yang dilakukan bertema tentang *anime*.
6. Sisi negatif yang timbul dari adanya *anime* One Piece dari psikologis adalah dengan adanya candu dengan tayangan *anime* tersebut membuat para peminat atau penonton kurang produktif dalam beraktifitas dengan timbulnya sifat tak acuh dengan lingkungan atau tidak peduli dengan lingkungan sekitar karena kecanduan tayangan *anime* tersebut yang membuat penontonnya bisa menghabiskan waktu seharian menonton tayangan tersebut hingga menjadi tidak peduli dengan lingkungan sekitar yang ada.
7. Semakin tergerusnya budaya lokal yang ada di Indonesia dengan adanya budaya Jepang yang masuk melalui tayangan *anime* One Piece tersebut dengan banyak budaya Jepang yang ditiru atau di imitasi oleh peminat atau penonton tayangan *anime* tersebut.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan, maka peneliti memberikan saran dan masukan sebagai berikut:

1. *Anime* sangat banyak menarik penggemar dalam masyarakat, masyarakat hendaknya selalu mendukung adanya komunitas yang menjadi wadah untuk meluangkan kreatifitas dan bakat bagi para penggemar *anime*.
2. Komunitas terbentuk karena adanya tren budaya yang muncul dari *anime* One Piece. Kedepannya kreator *anime* One Piece semakin banyak mengeluarkan episode-episode maupun seri *manga* atau komik terus menjadikan *anime* One Piece menjadi *anime* terbaik yang ada di dunia.
3. Tetap menjadi komunitas yang bergerak positif dalam menebarkan budaya positif serta menjadi wadah dan ajang kreativitas bagi pemuda dalam menerapkan bakat serta pemikirannya.
4. Peneliti menyadari jika dalam penelitian masih banyak kekurangan. Kelemahan peneliti terletak pada kurangnya hal yang bisa dikaji oleh peneliti dalam melakukan penelitian. Diharapkan akan ada penelitian selanjutnya yang membahas lebih dalam tentang komodifikasi *anime* sebagai budaya populer.

DAFTAR PUSTAKA

- 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 Prenada Media Group.
- Budyatna, Muhammad. 2012. *Komunikasi Bisnis Silang Budaya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Ghony, M. Djunaidi & Almanshur Fauzan. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Heryanto, Ariel. 2012. *Budaya Populer di 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.
- Ibrahim, Idi Subandy, Bachruddin Ali Akhmad. 2014. *Komunikasi dan Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Tenik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- , 2012. *Tenik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Martono, Nanang. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Moeleong, Lexy. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Remaja Karya.
- Nasrullah, Rulli. 2012. *Komunikasi Antarbudaya Di Era Budaya Siber*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- , 2017. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Prista Ardi Nugroho. 2016. Anime Sebagai Budaya Populer. *Jurnal Pendidikan Psikologi*.:5.
- Rahayu, Ani Sri. 2016. *ISBD Perspektif Baru Membangun Kesadaran Global Melalui Revolusi Mental*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Rosmawati, H.P. 2010. *Mengenal Ilmu Komunikasi: Metacommunication Ubiquitous*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Severin, Werner J, James W. Tankard, Jr. 2011. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, & Terapan Di Dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sihabudin, Ahmad. 2013. *Komunikasi Antarbudaya Satu Perspektif Multidimensi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Subiakto, Henry dan Rachmah Ida. 2012. *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Sugihartati, Rahma, 2014. *Perkembangan Masyarakat Informasi dan Teori Sosial Kontemporer*. Jakarta: PT. Fajar Interpretama Mandiri.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tamburaka, Apriadi, 2013. *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Perkasa.

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

Wood, Julia T. 2013. *Komunikasi: Teori dan Praktik (Komunikasi dalam Kehidupan Kita)*. Jakarta: Salemba Humanika.

Sumber Skripsi :

Yolana Wulansuci. 2010. *Budaya Populer Manga dan Anime Sebagai Soft Power Jepang*. Skripsi: Universitas Indonesia.

Sumber Internet :

Wikipedia. 2018. "Anime", https://id.wikipedia.org/wiki/Anime#cite_note-webster-3, diakses pada 13 Desember 2018 pukul 19.55.

LAMPIRAN



Wawancara dengan Muhammad Suganda



Wawancara dengan Informan Zulfan Efendi



Wawancara dengan Informan Haula Al-Amri



Gathering Komunitas One Piece ID Medan



GATHKOORDNAS (Gathering Koordinasi Nasional)



Komunitas One Piece ID Medan melakukan Siaran di Radio Republik Indonesia



Contoh Merchandise Jaket Anime One Piece



Contoh Merchandise Baju Kaos Anime One Piece



Contoh Merchandise Baju Kaos Anime One Piece

PEDOMAN WAWANCARA

Judul : KOMODIFIKASI ANIME SEBAGAI BUDAYA POPULER
(STUDI PADA KOMUNITAS ANIME ONE PIECE DI KOTA
MEDAN)

Nama Peneliti : Muhammad Rifan Syukhori Lubis

Prodi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Tempat : Cozy Coffe and Kitchen Jalan Puri No 141 Medan

Waktu Wawancara :

1. Identitas Informan :

- a. Nama :
- b. Jenis Kelamin :
- c. Agama :
- d. Usia :
- e. Pendidikan :
- f. Profesi :

2. Daftar Pertanyaan :

1. Seperti apa tren budaya yang ditimbulkan oleh adanya *anime* One Piece tersebut?
2. Bagaimana tingkat kesukaan publik dengan adanya *anime* One Piece tersebut?
3. Menurut anda *anime* One Piece mudah dimengerti dari segi alur cerita?
4. *Anime* One Piece tersebut mudah dimengerti oleh kalangan seperti apa?
5. Apakah tayangan *anime* One Piece tersebut mudah diadaptasi oleh penggemar *anime*?
6. Apakah tayangan *anime* One Piece mudah diterima di publik?
7. Apa *anime* One Piece bersifat berkala atau tidak bertahan lama di dalam persaingan *anime*?
8. Apakah tayangan *anime* One Piece mudah dilupakan setelah sekian lama menjadi tren di dunia *anime*?
9. Bagaimana keuntungan yang dihasilkan dari adanya *anime* One Piece?
10. Keuntungan seperti apa saja yang dihasilkan dari adanya *anime* One Piece?

006-11



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

PERMOHONAN-PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

Sk-1

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

Medan, 30 Oktober 2018

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : Muhammad Rifan Syakhori Lubis
N P M : 1503110059
Jurusan : Ilmu Komunikasi / Hubungan Masyarakat
Tabungan sks : 130 sks, IP Kumulatif 3.72

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Anime Sebagai Budaya Populer (Studi Pada Komunitas Anime one piece di kota Medan)	✓ 30/10-2018
2	Implementasi Corporate Social Responsibility PT. Pacific Palmindo Industri (
3	Pemanfaatan Fitur "Nearby" di Aplikasi LINE sebagai Media Interaksi Remaja (Studi Kasus di Kalimantan Timbang Bai)	

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. 30 Oktober 2018

Ketua,

Pemohon,

(M. Rifan Syakhori Lubis)
PB: M-THORICE

Kepada Yth :
Bapak Dekan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Di –

Tempat

Permohonan Perubahan Judul Skripsi

Assalamu'alaikum wr.wb.

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

Nama lengkap : **MUHAMMAD RIFAN SYUKHORI LUBIS**
NPM : 1503110059
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Humas

Mengajukan permohonan persetujuan perubahan judul skripsi yaitu :

**ANIME SEBAGAI BUDAYA POPULER (STUDI PADA KOMUNITAS
ANIME ONE PIECE DI KOTA MEDAN),**

MENJADI

**KOMODIFIKASI ANIME SEBAGAI BUDAYA POPULER (STUDI PADA
KOMUNITAS ANIME ONE PIECE DI KOTA MEDAN)**

Demikianlah permohonan saya untuk persetujuan perubahan judul skripsi, atas perhatian Ibu Ketua Jurusan saya ucapkan terima kasih. *Wassalam*

Dosen Pembimbing



Muhammad Thariq, S.Sos., M.I.Kom

Pemohon



Muhammad Rifan Syukhori Lubis

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

SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING

Nomor : 11.006/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 Jurusan Ilmu Komunikasi tertanggal : **30 Oktober 2018** dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **MUHAMMAD RIFAN SYUKHORI LUBIS**
N P M : 1503110059
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2018/2019
Judul Skripsi : **KOMODIFIKASI ANIME SEBAGAI BUDAYA POPULER (STUDI PADA KOMUNITAS ANIME ONE PIECE DI KOTA MEDAN)**
Pembimbing : MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.

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 : 30 Oktober 2019.

Ditetapkan di Medan,
Medan, 16 Jumadil Awal 1440 H
22 Januari 2019 M

Dekan



Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP.

Tembusan :

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



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> Email: rektor@umsu.ac.id

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

Nomor : 235/KET/IL3-AU/UMSU-03/F/2019
Lampiran : -,-
Hal : **Mohon Diberikan izin Penelitian Mahasiswa**

Medan, 07 Jumadil Akhir 1440 H
12 Februari 2019 M

Kepada Yth : **Ketua Komunitas Anime One Piece (OPID Medan)**
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 : **MUHAMMAD RIFAN SYUKHORI LUBIS**
N P M : 1503110059
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) / Tahun Akademik 2018/2019
Judul Skripsi : **KOMODIFIKASI ANIME SEBAGAI BUDAYA POPULER (STUDI PADA KOMUNITAS ANIME ONE PIECE DI KOTA MEDAN)**

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.

Hal : *Balasan*

**Kepada Yth:
Dekan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
di Tempat**

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, sehubungan dengan surat Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Nomor : 235/KET/II.3-AU/UMSU-03/F/2019 perihal izin penelitian, dengan ini kami sampaikan bahwasanya :

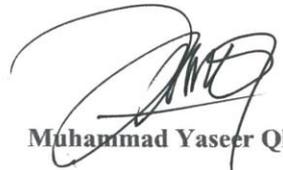
Nama : Muhammad Rifan Syukhori Lubis
NPM : 1503110059
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) / Tahun Akademik 2018/2019 ,

Telah kami setuju untuk mengadakan penelitian di Komunitas One Piece ID Medan dengan permasalahan dan judul :

**KOMODIFIKASI ANIME SEBAGAI BUDAYA POPULER
(STUDI PADA KOMUNITAS ANIME ONE PIECE DI KOTA MEDAN)**

Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerjasamanya kami mengucapkan terima kasih.

**Medan, 14 Februari 2019
Ketua Komunitas One Piece ID Medan**


Muhammad Yaseer Qhadafi



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

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

Sk-3

PERMOHONAN
 SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.

Medan, 20 Desember 2018.

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 : MUHAMMAD RIFAN SUKHORI LUBIS
 N P M : 1503110059
 Jurusan : Ilmu komunikasi - Humas

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. 006.11/SK/IL.3/UMSU-03/F/20.18 tanggal 30 Oktober 2018 dengan judul sebagai berikut :

ANIME SEBAGAI BUDAYA POPULER
 (Studi Pada komunitas Anime One Piece di Kota Medan.)

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. Proopsosal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3)
8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP.

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

Menyetujui :

Pembimbing

Muhammad Thariq Sidiq M. I. Kom

Pemohon,

M. Rifan Sukhori Lubis

UNDANGAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 01/UND/II.3-A/U/UMSU-03/F/2019

Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Selasa, 08 Januari 2019
 Waktu : 14.00 s.d. Selesai
 Tempat : Ruang 207-C FISIP UMSU
 Pemimpin Seminar : Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.I.Kom

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENGUJI	PEMBIMBING	JUDUL SKRIPSI
11	IRHAM KHAIRUDDARAIN RANGKUTI	1503110065	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	IRWAN SYARI TANJUNGG, S.Sos., M.AP.	PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP IKLAN SHOPEE VERSI BLACKPINK DI TELEVISI SWASTA
12	IRMA YUNIS TIRA PASARIBU	1503110106	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos., M.I.Kom.	PERAN JURNALIS PEREMPUAN TERHADAP PEMAHAMAN KESETARAAN GENDER DI MASYARAKAT (Studi Deskriptif Wartawati Pada Pwi Sumut)
13	MUHAMMAD RIFAN SYUKHORI LUBIS	1503110059	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.	ANIME SEBAGAI BUDAYA POPULER (Studi Pada Komunitas Anime One Piece di Kota Medan)
14	RIKY RAHMAD	1503110021	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	PUJI SANTOSO, S.S., MSP	STRATEGI KOMUNIKASI MANAJEMEN PERUSAHAAN TELEVISI DALAM MEREKRUT KARYAWAN (STUDI KASUS SALAM TV DALAM PROSES REKRUTMEN KARYAWAN)
15	ADLINA WAHYUNI	1503110194	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	PUJI SANTOSO, S.S., MSP	PERANAN PRODUSER DALAM MENINGKATKAN KINERJA NEWS ANCHOR PADA PROGRAM ACARA "KOMPAS SUMUT" DI KOMPAS TV MEDAN

Medan, 28 Rabiul Akhir 1440 H

05 Januari 2019 M



DR. ARIEF 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 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-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : Muhammad Rikan Syukhori Lubis
N P M : 1503110059
Jurusan : Ilmu komunikasi
Judul Skripsi : Komodifikasi Anime, sebagai Budaya Populer
(Studi Pada Komunitas Anime One Piece di Kota Medan)

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	15/12/18	BAB I	F. I. I. I. I. I. I. I. I. I.
2.	18/12/18	Revisi	
3.	21/12/18	ACC	
4.	29/01/19	BAB II	
5.	1/02/19	Revisi	
6.	02/02/19	ACC	
7.	14/02/19	BAB III	
8.	19/02/19	Revisi	
9.	26/02/19	BAB IV dan BAB V	
10.	28/02/19	Revisi	
11.	1/03/19	ACC SKRIPSI	

Medan, ... 1 Maret ... 2019 ..

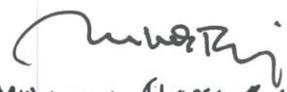
Dekan,

Ketua Program Studi,

Pembimbing ke :


(Drs. ARIFIN SALEH, S.Sos, M.Sp)


(NURHASANAH NST, S.Sos, M. Kom)


(Muhammad Ihsan, S.Sos, M. I. Kom)

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

SR-10



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI
Nomor : 394/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2019

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Jumat, 15 Maret 2019
Waktu : 07.45 Wib s.d. selesai
Tempat : Ruang LAB. FISIP UMSU

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
36	RAUFUDDIN HARAHAP	1503110003	LUTFI BASIT, s.Sos, M.I.Kom	TENERMAN, s.Sos, M.I.Kom	MUHAMMAD SAID HARAHAP, s.Sos, M. I.Kom	OPINI MASYARAKAT DALAM MENINGKATKAN KEMASPADAAN TERKAIT BERITA KRIMINAL DI MEDANHEADLINES.COM
37	MUHAMMAD RIFAN SYUKHORI LUBIS	1503110059	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	MUHAMMAD SAID HARAHAP, s.Sos, M. I.Kom	MUHAMMAD THARIQ, S.Sos, M.I.Kom	KOMODIFIKASI ANIME SEBAGAI BUDAYA POPULER (STUDI PADA KOMUNITAS ANIME ONE PIECE DI KOTA MEDANO
38	MUHAMMAD SUGANDA	1503110010	ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom	Dr. LEYLIA KHARANI, M.Si	TENERMAN, s.Sos, M.I.Kom	OPINI MAHASISWA TENTANG REUNI 212 TAHUN 2018 (STUDI KASUS PADA MAHASISWA STRATA I ILMU KOMUNIKASI UINSU)
39	RAYHAN FAHROZI	1503110057	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	AKHYAR ANSHORI, s.Sos, M.I.Kom	DEWI KURNIAWATI, HJ, Ph.D	PAKAIAN SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI ANTARBUDAYA KOMUNITAS PENYUKA MUSIK ROCK (STUDI DESKRIPTIIF PADA REMAJA KELURAHAN PUJI MULYO KECAMATAN SUNGGAL KABUPATEN DELI SERDANG)
40	SRI RAHAYU	1503110217	Dra. Hj. ASMAWITA, AM, MA	ELVITA YENNI, S.S, M.Hum	Dr. RUDIANTO, M.Si	REPRESENTASI IRASIONAL TAHAYUL DALAM FILM JALANGKUNG (ANALISIS SEMIOTIKA DALAM FILM JALANGKUNG)

Notulis Sidang :

Medan, 06 Rabu 1440 H
13 Maret 2019 M

Ditetapkan oleh :


 Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum
 Ketua


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



Panitia Ujian
Sekretaris


 Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Muhammad Rifan Syukhori Lubis
Jenis Kelamin : Laki – Laki
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 03 November 1997
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jalan Sisingamangaraja KM. 8 No. 188
Anak ke : 1 (satu) dari 3 (tiga) Bersaudara

Nama Orang Tua

Ayah : Zulfan Efendi Lubis
Pekerjaan : Pegawai Swasta
Ibu : Masriyani S.P
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Jalan Sisingamangaraja KM. 8 No. 188

Pendidikan Formal

2003 – 2009 : MIS Al-Mukhlisin
2000 – 2012 : SMP Negeri 6 Medan
2012 – 2015 : SMA Negeri 5 Medan
2015 – 2019 : S1 Ilmu Komunikasi UMSU