

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Media massa merupakan sebuah sarana komunikasi yang dengan bantuan teknologi dapat menyampaikan pesan kepada khalayak dengan jangkauan yang luas dan jumlah yang banyak. Pesan yang disampaikan melalui media komunikasi massa setidaknya berisi satu diantara tiga, yaitu informasi; edukasi; dan hiburan. *Anime* sebagai media komunikasi massa yang berbentuk film animasi dan berasal dari negara Jepang adalah satu dari sekian banyak pilihan hiburan yang digemari oleh masyarakat di berbagai belahan dunia. Kemampuan *anime* dalam menyampaikan pesannya secara *audiovisual* membuat penonton terbawa pada realitas yang ditawarkan di dalamnya. Hal-hal seperti gagasan, ide, serta nilai-nilai sosial dibawakan dengan perpaduan suara dan gambar yang bergerak dimana kedua hal tersebut merupakan sesuatu yang disebut sebagai tanda.

*Anime* yang memiliki sifat seperti halnya sebuah film tentu dapat memberikan porsi tentang bagaimana ia mampu memproduksi makna-makna melalui bentuk naratifnya. Merujuk kepada Stuart Hall, film adalah sebuah bentuk representasi dimana praktik-praktik pemaknaan terlaksana. Teks film memuat berbagai kode tertentu yang berfungsi untuk membangun berbagai makna. Berbagai makna tersebut diproduksi melalui bahasa dengan menggunakan kode atau tanda yang mengarah kepada objek, orang, peristiwa atau berbagai hal lainnya. Maka menjadi penting untuk melakukan sebuah kajian secara mendalam mengenai bagaimana membongkar ideologi dalam sebuah film, khususnya *anime* yang notabene berasal dari negara Jepang dan tentu memiliki ideologinya sendiri.

*Cool Japan* merupakan kebijakan yang dikeluarkan pemerintah Jepang terkait dengan budaya populer yang mereka miliki. Awalnya konsep *Cool Japan* muncul bersamaan dengan konsep *Japan's Gross National Cool* di tahun 2002. Konsep ini kemudian menjadi inspirasi bagi pemerintah dalam mengeluarkan kebijakan *Cool Japan Strategy*, melalui inisiatif serta promosi dari Proposal *Cool*

*Japan Advisory Council* pada Mei 2011. Pada dasarnya, *Cool Japan* memiliki tiga tingkatan, yaitu menciptakan *Japan boom* melalui distribusi dan media penyiaran; membuat *locally profit* berlandaskan logistik dan komersil, hingga akhirnya mendorong terjadinya konsumsi di negara Jepang (Japan Ministry of Economy Trade and Industry, 2012). Berlandaskan strategi tersebut, *anime* termasuk konten yang selain dapat diperdagangkan sebagai komoditi, sifatnya yang menyebar ke seluruh penjuru dunia juga merupakan media yang tepat untuk menciptakan *Japan boom*.

Pada jurnal yang berjudul ‘*Tinjauan Buku: Anime, Cool Japan, dan Globalisasi Budaya Populer Jepang*’, disampaikan bahwa dengan memahami sejarah perkembangan *anime* dari awal kemunculannya hingga masa kini, diketahui bahwa ia bisa berkembang karena adanya sinergitas antara berbagai pihak di Jepang. Mulai dari kreator dan praktisi yang konsisten berkarya, akademisi yang terus mengkaji dan mengajarkan *anime*, serta pemerintah dan sektor swasta yang bersinergi mengemas *anime* dalam industri kreatif hingga bisa diterima masyarakat global (Budianto, 2015). Meski tidak diketahui secara pasti seberapa besar peranan pemerintah Jepang dalam mendukung studio animasi disana baik secara formal maupun material, namun sinergitas tersebut membuat penulis berasumsi bahwa adanya keseimbangan antara pemerintah, studio animasi, dan kreator dalam menyampaikan nilai-nilai ideologis pada sebuah karya *anime* sebagai salah satu nilai jual kebudayaan di dalamnya.

Kisah kepahlawanan dalam berbagai cerita *anime* biasa digambarkan dengan penuh perjuangan dan kejayaan, dimana hal tersebut merupakan sebuah *mainstream* dalam anime dengan demografi *shonen* yang ditunjukkan untuk anak-anak dan remaja laki-laki. Sebagai contoh adalah tiga *anime mainstream* yaitu Dragon Ball; One Piece; dan Naruto. Pada Dragon Ball, Son Goku sebagai karakter utama dari bangsa Saiyan harus berlatih keras untuk menjadi yang terkuat di jagadnya sehingga dia dapat melindungi warga bumi dari kemunculan makhluk yang mampu membinasakan mereka. Pada One Piece, Luffy sebagai karakter utama pemakan buah setan yang telah merubah dirinya menjadi manusia karet harus terus mengasah kemampuannya untuk menjadi raja bajak laut yang kuat dan mampu menegakkan keadilan. Sedangkan Naruto adalah seorang ninja dengan

kekuatan siluman musang berekor sembilan yang harus berlatih mengendalikan kekuatan jahatnya dan mengembangkan potensi sesungguhnya dalam dirinya agar suatu hari dia bisa menjadi *hokage* –pemimpin desa ninja– dan melindungi rakyatnya. Ketiga cerita *mainstream* tersebut memiliki sebuah kesamaan yaitu butuh usaha keras untuk mencapai sebuah cita-cita yang membanggakan.

Dan di tengah-tengah cerita tersebut, muncul sebuah *anime* yang menarik perhatian penulis yaitu *One-Punch Man* yang merupakan parodi dari kisah-kisah heroik *mainstream anime*. Cerita ini berkisah tentang Saitama yang menjadi pahlawan karena hobi dan mampu mengalahkan setiap musuhnya hanya dengan satu pukulan, perasaan bosan karena dirinya sudah terlalu kuat membuat ia berharap bertemu dengan musuh yang sepadan suatu hari nanti. Terdapat penggambaran tokoh utama yang bertolak belakang dengan stereotip yaitu tokoh yang sudah menjadi sangat kuat di awal cerita dan perasaan negatif –bosan– karena telah mencapai sebuah cita-cita. Dan jika dibandingkan dengan cerita *mainstream anime* yang memiliki jumlah episode yang banyak, *One-Punch Man* hingga saat ini hanya memiliki 12 episode yang terangkum dalam 1 *season* sebagai inti dari cerita –tidak termasuk 6 OVA–, sehingga lebih mudah diikuti oleh khalayak yang awam dengan *anime*.

Saitama yang merupakan tokoh utama dalam *anime* tersebut berbeda dengan kebanyakan tokoh-tokoh utama dalam kisah kepahlawanan terutama *anime mainstream*. Meskipun sangat kuat, penampilannya yang tidak meyakinkan membuat orang lain meragukan dirinya. Bahkan kontribusi kepahlawanan yang telah ia lakukan selama tiga tahun tidak diakui karena dirinya tidak mendaftar ke Asosiasi Pahlawan. Setelah mendaftar ke Asosiasi Pahlawan pun, dia tetap dianggap pahlawan gadungan karena peringkatnya melesat dengan cepat. Namun dengan adanya semua penyangkalan itu, dia tetap gigih dan tidak berhenti menjadi pahlawan karena itu adalah cita-cita dan keinginan hatinya. Nilai moral tersebutlah yang dapat menjadi panutan bagi orang-orang yang telah menonton kisah kepahlawannya.



Gambar 1.1. Desain Karakter Saitama

Sumber: duniaku.net (2015)

Adalah *bushido* yang merupakan nilai-nilai moral dalam budaya Jepang yang muncul pada era samurai, dimana kemudian dalam kondisi modern ini, nilai-nilai tersebut telah terimplementasikan secara baik dan sudah menjadi sistem kepribadian bagi setiap masyarakat Jepang (Agustian, 2001, h 40). Dalam sebuah jurnal dengan judul '*Mengenal Etos Kerja Bangsa Jepang: Langkah Menggali Nilai-Nilai Moral Bushido Bangsa Jepang*', disampaikan bahwa Jepang dikenal dunia sebagai bangsa yang memiliki kedisiplinan dan tingkat produktivitas kerja yang tinggi. Nilai-nilai moral tersebut sudah tertanam dalam cara berfikir, bersikap dan bertindak dalam menghadapi pekerjaan, sehingga membentuk karakter bangsa Jepang. Profil etos kerja yang dimiliki bangsa Jepang yaitu: integritas; keberanian; murah hati; hormat dan santun kepada orang lain; jujur dan tulus ikhlas; menjaga nama baik dan kehormatan; kesetiaan pada pemimpin dan peduli (Widikuseno, 2017).

Sebagai sebuah pesan, *anime* ini terdiri dari berbagai tanda dan simbol. Salah satu metode penulisan yang mengulas tentang tanda adalah metode semiotika. Proses pemaknaan simbol dan tanda tersebut tentu saja sangat tergantung dari referensi dan kemampuan pikir setiap individu dalam hal ini adalah penulis. Dan karena nya analisis semiotika sangat berperan. Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda tanda adalah

perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah manusia dan bersama sama manusia. Semiotika, atau dalam istilah Barthes, semiologi, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan – *humanity*– memaknai hal-hal –*things*–. Memaknai –*to signify*– dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan –*to communicate*–. Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda (Sobur, 2009). Semiotika menunjukkan bahwa tanda dan simbol dianalisa dengan kaidah-kaidah berdasarkan pengkodean yang berlaku, selanjutnya proses interpretasi akan menemukan sebuah kebenaran makna dalam masyarakat. Oleh karena itu penulis akan menganalisis film ini dengan menggunakan analisis semiotika. Walau demikian, studi representasi *bushido* dalam analisis semiotika memang bukanlah hal yang baru. Setidaknya penulis telah mengumpulkan tiga rujukan penelitian terdahulu sebagai pertimbangan.

Rujukan pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh Jatu Arrumurti Mursito –Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga, Surabaya, 2006– yang berjudul “Representasi Nilai-Nilai *Bushido* dalam Film Produksi Hollywood –Studi Semiotik Tentang Representasi Nilai-Nilai *Bushido* dalam Film *The Last Samurai*–”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif semiotika dengan model semiotika Charles Sanders Peirce dan John Fiske. Kesimpulan dalam penelitian ini yaitu terdapat enam nilai *bushido* –kehormatan, kesetiaan, keberanian, kedisiplinan, kejujuran, dan kesopansantunan– yang terepresentasi melalui tiga level semiotik –level realitas, representasi, dan ideologi–.

Rujukan kedua adalah penelitian yang dilakukan oleh R. Nanda Putra Pratama –Fakultas Ilmu Budaya: Bahasa dan Sastra, Universitas Brawijaya, Malang, 2014– yang berjudul “Nilai-Nilai *Bushido* pada Samurai yang Tercermin dalam Film *Rurouni Kenshin* Karya Sutradara Keishi Ohtomo”. Penelitian ini dilakukan dengan cara menganalisis para tokoh *samurai* pada setiap adegan yang menunjukkan konsep *bushido* pada film, dan juga menggunakan teori pendukung yaitu teori tokoh penokohan dan *Mise-En-scene*. Kesimpulan dalam penelitian ini yaitu film *Rurouni Kenshin* mencerminkan semua nilai-nilai dari konsep *bushido*. Karakter tokoh *Kenshin* yang merupakan seorang *rounin* memiliki konsep

*bushido Konfusianisme* mencerminkan nilai *Gi*, *Yuuki*, *Jin*, *Reigi*, *Shinjitsu* dan *Seijitsu*. Karakter tokoh Goro Saito yang merupakan seorang *samurai* sejati memiliki konsep *bushido Shintoisme* mencerminkan nilai *Reigi* dan *Chugi*. Dan karakter tokoh Jinne yang merupakan seorang *ashigaru* memiliki konsep *bushido Buddhism Zen* mencerminkan nilai *Gi* dan *Meiyo*.

Rujukan ketiga adalah penelitian yang dilakukan oleh Mela Kurnia Septiani –Fakultas Ilmu Budaya: Sastra Jepang, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, 2016– yang berjudul “Konsep *Giri* dalam Film 47 Rounin –Analisis Semiotik Roland Barthes–”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis semiotika Roland Barthes. Hasil penelitian ini menunjukkan konsep *Giri* yang kuat sebagai bagian dari nilai *bushido* yang dalam pandangan masyarakat Jepang diartikan sebagai hutang yang harus dilunasi. Mitos dalam film ini dianggap ada pada alur cerita dimana *rounin* melakukan balas dendam.

Dari ketiga rujukan penelitian di atas, ketiga-tiganya membahas tentang bagaimana sebuah nilai budaya Jepang yaitu *bushido* terepresentasikan pada sebuah film dengan berbagai pendekatan. Namun ketiga objek penelitian di atas merupakan film bertemakan *samurai*. Disini penulis hadir dengan objek penelitian yaitu One-Punch Man yang merupakan *anime* bergenre *superhero*, aksi, parodi, dan komedi. Modern ini, *bushido* tidak melulu berkaitan dengan *samurai* meskipun kita tidak bisa mengabaikan faktor sejarah. Namun nilai budaya yang melekat akan selalu bertransmisi melalui produk budaya dari masyarakat tersebut. Yang kemudian memunculkan asumsi bahwa nilai-nilai *bushido* akan terus ada pada segala produk budaya yang berbau jejepegangan atau diproduksi di negara Jepang, dimana dalam kasus ini adalah *anime*. Sehingga One-Punch Man sebagai objek dalam penelitian ini memiliki unsur pembaharuan –*novelty*–, yaitu tokoh utama non-samurai.

Dalam analisisnya, penulis menggunakan metode semiotika John Fiske. Dalam hal ini, John Fiske mengungkapkan sebuah teori *The Codes of Television*, dimana sebuah peristiwa di dalam dunia televisi telah dikodekan menjadi tiga level yaitu level realitas meliputi penampilan –*appearance*–, pakaian –*dress*–, tata rias –*make up*–, lingkungan –*environment*–, perilaku –*behavior*–, ucapan –

*speech*-, gerakan *-gesture*-, dan ekspresi *-expression*-. Level representasi meliputi dua kode yaitu kode teknik diantaranya kamera *-camera*-, tata cahaya *-lighting*-, penyuntingan *-editing*-, music dan suara *-music and sound*- dan kode representasional yaitu naratif *-narrative*-, konflik *-conflict*-, karakter *-character*-, aksi *-action*-, dialog *-dialogue*-. Dan level ideologi seperti individualisme, liberalisme, sosialisme, patriarki, ras, kelas, materialisme, kapitalisme, dan sebagainya. Penulis menggunakan analisis semiotika John Fiske karena penelitian ini berangkat dari asumsi ideologis yang juga merupakan sebuah hipotesis yaitu *bushido* sebagai nilai moral bangsa Jepang yang terkandung dalam film animasi buatan Jepang.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan, penulis melakukan penelitian dengan menganalisis sebuah film serial *anime* berjudul One-Punch Man dan menggunakan analisis semiotika John Fiske berdasarkan teori kode-kode televisi yang mengacu kepada tiga level yaitu level realitas, level representasi, dan level ideologi. Penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini, yaitu bagaimana pengkajian nilai-nilai *bushido* yang terkandung dan direpresentasikan dalam film serial *anime* One-Punch Man pada tokoh Saitama.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang, penulis menetapkan sebuah rumusan masalah yaitu “bagaimana representasi nilai-nilai *bushido* pada tokoh Saitama dalam serial *anime* One-Punch Man?”.

## 1.3 Identifikasi Masalah

Merujuk kepada rumusan masalah di atas, maka identifikasi masalah yang dapat dikemukakan oleh penulis sebagai berikut :

1. Bagaimana Level Realitas dalam serial *anime* One-Punch Man ?
2. Bagaimana Level Representasi dalam serial *anime* One-Punch Man ?
3. Bagaimana Level Ideologi dalam serial *anime* One-Punch Man ?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian bermaksud untuk mendapatkan jawaban dari munculnya identifikasi masalah, yaitu :

1. Mengetahui Level Realitas dalam serial *anime* One-Punch Man
2. Mengetahui Level Representasi dalam serial *anime* One-Punch Man
3. Mengetahui Level Ideologi dalam serial *anime* One-Punch Man

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Kegunaan Penelitian Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang cukup komprehensif mengenai nilai-nilai budaya yang terdapat dalam sebuah *anime* sesuai dengan kajian semiotika, sehingga kedepannya para pelaku industri kreatif terutama di bidang animasi dapat menciptakan sebuah karya yang sarat akan kepentingan budaya dalam pemaknaannya.

### **1.5.2 Kegunaan Penelitian Teoritis**

Hasil penelitiann ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi para pembaca khususnya untuk penulis dalam melihat *anime* dengan sudut pandang semiotika. Bahwasanya analisis semiotika dapat digunakan untuk dapat mengetahui nilai-nilai pada makna dalam sebuah karya film terutama film animasi khususnya *anime* sebagai produk budaya Jepang.