

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

*Anime* merupakan salah satu pesona Jepang sejak tahun 1963 sampai sekarang. *Anime* Jepang digemari oleh banyak orang di seluruh dunia termasuk Indonesia. Animasi Jepang atau yang lebih dikenal sebagai *anime* menurut Macrovitiz sejatinya memiliki pengertian etimologi yang sama dengan pekerjaan oleh visual dalam salah satu disiplin film yaitu animasi dengan ciri khas penggambaran objek yang terkesan komikal seperti halnya yang selama ini kita kenal dengan sebagai *cartoon*. Namun yang menjadikan *anime* berbeda adalah produk budaya. (Coundry, 2013).

Secara teknis, *anime* mengacu kepada sebuah pekerjaan animasi berupa film maupun acara televisi Jepang dengan dunianya yang memanjang melewati batas semu berupa bingkai di layar (Coundry, 2013). *Anime* juga merupakan karakteristik dari media kontemporer dalam jaringan komersial serta aktivitas budaya yang saling berhubungan dengan cakupan industrial bahkan hingga batas nasional (Coundry, 2013).

Sejarah karya animasi di Jepang diawali dengan dilakukannya eksperimen pertama dalam animasi oleh Shimokawa Bokoten, Koichi Junichi, dan Kitayama Seitaro pada tahun 1913 (Coundry, 2013). Kemudian diikuti film pendek hanya berdurasi sekitar 5 menit karya Oten Shimokawa yang berjudul *Imokawa Mukuzo Genkanban no Maki* tahun 1917 (Coundry, 2013). Pada saat itu Oten membutuhkan waktu 6 bulan hanya untuk mengerjakan animasi sepanjang 5 menit tersebut dan masih berupa “film bisu”. Karya Oten itu kemudian disusul dengan *anime* berjudul *Saru Kani Kassen* dan Momotaro hasil karya Seitaro Kitayama pada tahun 1918, yang dibuat untuk perusahaan film bernama *Nihon Katsudo Shashin* Nikatsu (Coundry, 2013). Pada tahun 1927, Amerika Serikat lewat *Disney* telah berhasil membuat animasi dengan menggunakan suara yang pada saat itu hanya menggunakan musik sebagai latarnya (Coundry, 2013).

Jepang kemudian mengikuti langkah itu dan *anime* pertama dengan menggunakan suara musik adalah *Kujira* pada tahun 1927 karya Noburo Ofuji. (Coundry, 2013). Sedangkan *anime* pertama yang “berbicara” adalah karya Ofuji yang berjudul *Kuro Nyago* pada tahun 1930 dan durasi 90 detik (Coundry, 2013). Salah satu *anime* yang tercatat sebelum meletus Perang Dunia II dan merupakan *anime* pertama dengan menggunakan *optic track* seperti yang digunakan pada masa sekarang adalah *Chikara To Onna No Yononaka* pada tahun 1932 karya Kenzo Masaoka (Coundry, 2013). Dalam tahun 1943 Masaoka bersama dengan seorang muridnya, Senoo Kosei, membuat kurang lebih lima episode *anime* berjudul *Momotaro no Umiwashi (Momotaro, the Sea Eagle)* (Coundry, 2013).

Mendekati akhir dari Perang Pasifik, yaitu pada bulan April 1945, Senoo telah membuat dan menampilkan kurang lebih sembilan episode *anime* yang merupakan karya besarnya, *Momotaro: Umi no Shinpei (Momotaro: Devine Soldier of the Sea)* (Coundry, 2013). *Anime* ini merupakan *anime* Jepang pertama yang berdurasi panjang, yaitu sekitar 72 menit. Keduanya adalah *anime* propaganda yang mengadaptasi dari cerita legenda terkenal Jepang, Momotaro, dan merupakan salah satu dari *anime* terpopuler pada masa tersebut (Coundry, 2013). Setelah Perang Dunia II, industri *anime* dan manga bangkit kembali berkat Osamu Tezuka (Coundry, 2013). Ia yang pada saat itu baru berusia sekitar 20 tahun membuat *Shin Takarajima (New Treasure Island)* yang muncul pada tahun 1947 (Coundry, 2013). Hanya dalam beberapa tahun saja, Tezuka kemudian menjadi sangat terkenal. Ketika habis masa kontraknya dengan Toei pada tahun 1962, ia kemudian mendirikan *Osamu Tezuka Production Animation Departement*, yang kemudian dikenal sebagai *Mushi Productions* dengan produksi pertamanya film pendek berjudul *Aru Machi Kado no Monogatari* pada tahun 1962. Produk *Mushi Production* yang terkenal adalah *Tetsuwan Atom (Astro Boy)* (Coundry, 2013).

Pada awal tahun 1980 film *anime* mulai masuk ke Indonesia. Salah satu film animasi yang mengawali kesuksesan tersebut adalah *Tetsuwan Atom* atau yang lebih dikenal sebagai *Astro Boy* (Roroputri, 2017). Film ini disutradarai Ozamu Tezuka yang dikatakan sebagai God of Manga. Pada era 90-an muncullah *anime Doraemon* bergenre komedi dan fiksi ilmiah di RCTI pada tahun 1991 karya Fujiko F. Fujio. Serial ini mampu bertahan hingga lebih dari 20 tahun sejak pertama kali

penayangannya (Roroputri, 2017). Kemudian, muncul *Sailor Moon* bergenre romantis, *Crayon Shinchan* yang bergenre komedi, *Pokemon* yang bergenre fantasi/petualangan, dan lain-lain. Lalu, pada tahun 2000-an, muncul *Dragon Ball* yang dikarang Akira Toriyama pada tahun 1984 yang bergenre aksi dan petualangan, kemudian *Rurouni Kenshin* atau *Samurai X* yang bergenre *chanbara* atau pertarungan pedang, dan *Naruto* yang bergenre aksi petualangan dan fantasi (Roroputri, 2017). Keragaman genre pada *anime* sekarang jika dibandingkan dengan *anime-anime* yang masuk pada periode 1980-an membuat peminat *anime* semakin meningkat. Selain televisi, *anime* mencoba merambah bioskop. Beberapa *anime* yang diangkat di layar lebar antara lain *Doraemon the Movie* hingga *Naruto the Movie* (Roroputri, 2017).

Pada *anime*, perempuan adalah tokoh yang sering kali diperlihatkan apabila hal itu berhubungan dengan *fan service*. *Fan service* adalah salah satu bagian dari *anime* maupun *manga* yang memperlihatkan sensualitas dengan tujuan agar menyenangkan pembaca atau penonton dengan cara menampilkan karakter perempuan yang berpakaian seksi (Amar, 2022). Dimana pembuat *anime* mempunyai tujuan supaya karyanya memiliki reputasi dalam masyarakat (Amar, 2022). Apabila karya-karyanya tersebut berada pada posisi menjadi suatu kebutuhan dan sebagai elemen orientasi bisnis, maka kedudukan perempuan akan menjadi lebih potensial untuk dikomersilkan maupun di eksploitasi sebab pada posisi ini perempuan dianggap menjadi sumber inspirasi sekaligus ditempatkan menjadi ladang keuntungan yang tidak memiliki batasannya. (Amar, 2022). *Anime* direpresentasikan seperti *waifu*, yaitu karakter yang disukai dari salah satu *anime* yang ditonton. (Amar, 2022). *Waifu* itu sendiri berasal dari frasa bahasa Inggris yang berarti *wife*. *Waifu* ini merupakan karakter perempuan yang ada dalam *anime* yang akhirnya disukai karena keunikan dan karakteristik yang diperlihatkan sepanjang serial *anime* maupun *manga* (Bastin, 2020).

*Anime* ini sendiri mendapatkan sambutan yang cukup baik di Indonesia. Hampir di setiap situs internet dan media sosial terdapat berbagai grup *fans anime* dan *manga*, Fenomena komunitas virtual ini sudah mudah dilihat oleh masyarakat global demikian juga dengan adanya komunitas virtual penggemar (*fandom*) *anime* (Roroputri, 2017). Sebagai sebuah karya seni maupun komoditi komersil, animasi

dari Jepang telah sangat sukses dalam menancapkan pengaruhnya ke industri hiburan di berbagai belahan dunia termasuk Indonesia, tidak berlebihan jika film animasi dari Jepang (*anime*) telah menjadi bagian dari budaya populer (*popular culture*) di dalam masyarakat bahkan telah melahirkan penggemar *anime* dan kelompok penggemar *anime* di dunia bahkan di Indonesia (Rohmawatin, 2018).

Adanya fenomena komunitas *anime*-pun semakin terekspansi dengan adanya internet yang membentuk komunitas virtual di mana jagad maya menjadi dunia baru bagi komunitas penggemar *anime* (Rohmawatin, 2018), contoh komunitas virtual penggemar *anime* seperti, @otaku\_anime\_indonesia, @animsdaily, @animedistrict.id yang terdapat beberapa postingan seputar *anime* dan *manga*. Namun pada akun @otaku\_anime\_indonesia ini lebih sering membagikan sebuah konten yang membahas seputar karakter perempuan *anime*.

**Tabel 1. 1 Komunitas Penggemar Anime**

Akun Instagram	Jumlah Pengikut	Tampilan Feed
@otaku_anime_indonesia	358 K	

<p>@animsdaily</p>	<p>196 K</p>	
<p>@animedistrict.id</p>	<p>123 K</p>	

Maka dari itu penulis memilih akun @otaku\_anime\_indonesia untuk melakukan sebuah penelitian dikarenakan akun ini memiliki jumlah *followers* lebih banyak sekitar 358 ribu, dibandingkan dengan akun *fan base anime* yang lain maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian analisis fenomena berkomentar pada akun @otaku\_anime\_indonesia pada postingan *Waifu Saturday* dalam komentar akun *Instagram* @otaku\_anime\_indonesia.

Berdasarkan dari hasil observasi yang penulis lakukan sebelum penelitian, penulis menemukan beberapa komentar dari para *followers* akun *Instagram* @otaku\_anime\_indonesia ini pada postingannya yang membahas karakter perempuan *anime*.



Gambar 1. 1 Postingan *Waifu Saturday*

Sumber: *Instagram @otaku\_anime\_indonesia*

Dalam postingan tersebut penulis melakukan observasi data salah satu contoh “sudah sedihmu marilah melonte bersamaku” komentar tersebut merupakan komentar yang di unggah pengguna akun @\_renata\_bumel12, lalu terdapat lagi komentar dari salah satu pengguna akun @\_andpm80 berkomentar “Lacur”.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian: Karakter Perempuan *Anime* Dalam Komentar Akun *Instagram @otaku\_anime\_indonesia*.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah penulis jelaskan rumusan masalah pada penelitian ini sesuai dengan tujuan penelitian. rumusan masalah pada penelitian ini bagaimana karakter perempuan *anime* diperbincangkan oleh *followers @otaku\_anime\_indonesia*?

### 1.3 Fokus Penelitian

Fokus pada penelitian ini ingin menganalisis bagaimana karakter perempuan diperbincangkan oleh *followers* akun media sosial *Instagram* @otaku *anime* Indonesia pada postingan yang bertemakan *Waifu Saturday*.

### 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

Mendeskripsikan tentang bagaimana karakter perempuan *anime* pada postingan dengan kategori *Waifu Saturday* diperbincangkan oleh *followers* @otaku\_anime\_indonesia.

### 1.5 Manfaat Penelitian

#### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan pengetahuan dan dapat menjadi bahan pustaka bagi perkembangan analisis tematik di bidang Ilmu Komunikasi

#### 2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat diterapkan kepada mahasiswa ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta raya tentang analisis tematik pada postingan media sosial.
- b. Untuk memberikan *feedback* pada akun @otaku\_anime\_indonesia.