

**FENOMENA PECINTA ANIME JEPANG TERHADAP  
PERUBAHAN POLA KOMUNIKASI MASYARAKAT  
GAMPONG HAGU TEUNGOH KOTA  
LHOKSEUMAWE**

**SKRIPSI**

**Diajukan Oleh**

**M. Kausar Al Hafiz  
NIM. 180401044**

**Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam**



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2024**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh  
sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana S-1 dalam Ilmu Dakwah  
Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Oleh


**M. KAUSAR AL HAFIZ**

**NIM. 180401044**

Disetujui Oleh:

جامعة الرانيري

Pembimbing I, A R - R A N I R Y Pembimbing II,

  
**Ridwan Muhammad Hasan. Ph.D**  
NIP. 197104132005011002

  
**Syahril Furqany. M.I.Kom**  
NIP. 198904282019031011

SKRIPSI

Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry  
dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan sebagai  
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana S-1 Ilmu Dakwah  
Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Diajukan Oleh

M. Kausar Al Hafiz  
NIM. 180401044

Pada Hari/Tanggal

Jum'at, 23 Agustus 2024 M  
18 Shafar 1446 H

di

Darussalam-Banda Aceh

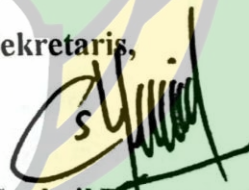
Panitia Sidang Munaqasyah

Ketua,



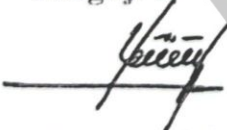
H. Ridwan Muhammad Hasan, Ph.D.  
NIP. 197104132005011002

Sekretaris,



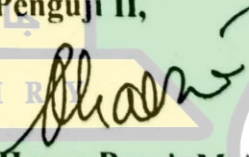
Syahril Furqany, S.I.Kom., M.I.Kom.  
NIP. 198904282019031011

Penguji I,



Drs. Yusri, M.L.I.S.  
NIP. 196712041994031004

Penguji II,



Hasan Basri, M.Ag.  
NIP. 196911221998031002



Mengetahui,

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry

Prof. Dr. Kusmawati Hatta, M.Pd.  
NIP. 196412201984122001

## PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini Saya:

Nama : M. Kausar Al Hafiz  
NIM : 180401044  
Jenjang : Strata Satu (S-1)  
Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam

Dengan adanya pernyataan keaslian ini bahwasannya saya Muhammad Kausar Al Hafiz menyatakan bahwa didalam Skripsi yang telah saya kerjakan saat ini tidak adanya karya penelitian yang sudah pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu Perguruan Tinggi danjuga sejauh pengetahuan saya dalam penelitian ini juga tidak adanya suatu karya atau pendapat yang sudah pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk didalam naskah ini dan juga disebutkan dalam daftar pustaka. Jika nanti dikemudian hari terdapat tuntutan dari pihak-pihak lain atas karya saya ini dan jika memang nanti ternyata telah di temukan bukti-bukti bahwasannya saya telah melanggar tulisan pernyataan ini, maka saya M. Kausar Al Hafiz, siap akan menerima sanksi-sanksi yang ada berdsarkan aturan yang telah berlaku pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UTN Ar-Raniry Banda Aceh.

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

Banda Aceh,

Yang Menyatakan



M. Kausar Al Hafiz  
NIM. 180401044

*M. Kausar Al Hafiz*

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji beserta syukur yang luar biasa saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas seluruh rahmat beserta hidayah- NYA yang tidak ada hentinya dilimpahkan kepada kita semua, tidak kurang ingat pula mengirimkan salam serta shalawat kepada junjungan Nabi Muhammad SAW. Beserta keluarga serta para sahabat yang sudah mengarahkan kepada umatnya guna berkreasi, sehingga penulis bisa menuntaskan tugas akhir dalam menyusun skripsi yang berjudul “ Fenomena Pecinta Anime Jeoang Terhadap Perubahan Pola Komunikasi masyarakat Gampong Hagu Teungoh Lhokseumawe”.

Dalam penataan skripsi ini penulis sudah mengupayakan semaksimal seluruh energi serta upaya, tetapi selaku manusia yang tidak luput dari berbuat kesalahan, pada penyusunan skripsi saat ini masih terdapat banyak kekurangan serta masih sangat jauh dari kesempurnaan. Saya sebagai penulis sangat mengharapkan saran serta anjuran supaya karya ilmiah yang saya teliti mendekati kesempurnaan. Memulai perkataan terima kasih penghargaan yang sangat kepada kedua orangtua yang sangat saya cintai, mereka sudah sejauh ini mengurus, mendidik, serta membesarkan dengan penuh keikhlasan serta rasa cinta kasih yang sangat melimpah juga doa yang tidak ada hentinya dipanjatkan. Serta penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih saya yang sebesar- besarnya pada:

1. Rasa terima kasih yang luarbiasa untunk kedua orang tua saya, umi dan abah yang telah senantiasa selalu mensupport apa yang saya lakukan baik itu secara moral maupun moril.

2. Untuk diri saya sendiri yang sudah berjuang hingga akhir sampai detik ini, menjalani proses yang panjang dan berliku-liku sehingga pada akhirnya saya sudah bertahan dan sampai pada titik ini, menjadikan saya harus tetap semangat dan bisa menebarkan kebaikan nantinya juga insyaAllah bisa berguna kepada sesama, juga harus bisa lebih ikhlas nantinya dalam menerima proses Panjang ini.
3. Terima kasih juga kepada kedua saudari saya yang selalu siap sedia membantu saya dalam pengumpulan data selama masa penelitian.
4. Terimakasih kepada bapak Prof. Dr. Mujiburrahman, M. Ag, sebagai Rektor UIN Ar-Raniry Banda Aceh
5. Kepada Prof. Dr. Kusmawati Hatta, M.Pd.Selaku Dekan Fakultas Dakwah.
6. Terimakasih kepada bapak Syahril Furqany, M.I,Kom, sebagai Ketua prodi Komunikasi Penyiaran Islam dan juga sekaligus menjadi pembimbing kedua saya, selalu orang yang telah memberikan pengarahan sehingga saya bisa menyelesaikan penulisan karya ilmiah skripsi ini.
7. Terimakasih kepada ibuk Hanifah, S.Sos. I, M. Ag, sebagai sekretaris Prodi Komunikasi Penyiaran Islam.
8. Terimakasih kepada bapak Ridwan Muhammad Hasan, Lc., M.Th., Ph.D, sebagai pembimbing pertama saya yang dimana telah berkenan meluangkan sedikit waktunya agar membantu dan memberikan bimbingan serta arahan yang jelas sehinggasaya dapat menyelesaikan skripsi ini.

9. Terimakasih juga tak terhingga kepada seluruh dosen-dosen yang sudah bersusah payah mendidik saya juga memberikan pengalaman serta ilmu yang luar biasa kepada saya, dan juga terimakasih kepada seluruh karyawan/karyawati dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang telah membantu.

10. Terimakasih juga kepada teman teman saya, Adam, Abri, Furqan, Patimura, Ammusri, Anida, Nazly, diki, dan juga teman seperjuangan saya ketika saya berada di perantauan, Fugel, Muji, Ihza, Thoyyib, Topik, Singgi, Iiril, Ajan, fatah, yang sudah mendukung dan meluangkan banyak waktu mereka untuk penulis, dan juga kepada seorang berinisial K.U yang sudah mau susah senang dan selalu menemani dan memberikan saya arahan dalam membuat skripsi ini.

Saya sebagai penulis sadar bahwasannya penelitian skripsi ini sangat jauh dari kata sempurna, hal ini tidak terlepas dar keterbatasan ilmu pengetahuan yang saya miliki. Saya sebagai penulis dengan rendah hati menerima kritik juga saran dari berbagai pihak yang nantinya menjadikan penelitian ini sebagai referensi juga sebagai pembaca penelitian ini sebagai ilmu juga motivasi untuk menulis.

Banda Aceh, 16 juli 2024

M. Kausar Al Hafiz

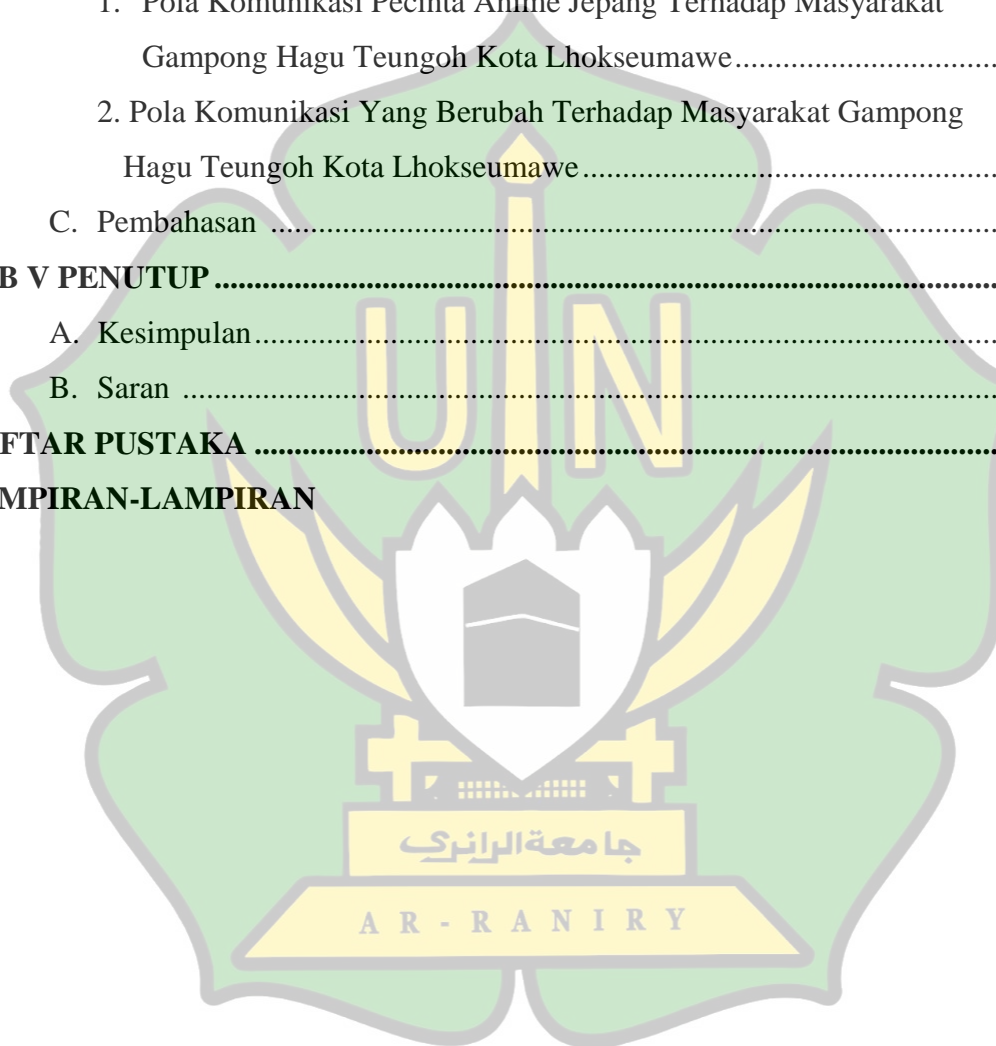
## DAFTAR ISI

<b>LEMBARAN PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBARAN PENGESAHAN SIDANG</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBARAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>x</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Definisi Operasional .....	9
1. Fenomena .....	9
2. Anime Jepang .....	10
3. Pola Komunikasi .....	10
4. Gaya Hidup .....	11
5. Masyarakat .....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	13
B. Landasan Konseptual .....	18
1. Pola Komunikasi .....	18
a. Pengertian Pola Komunikasi .....	18



b. Jenis-jenis Pola Komunikasi .....	19
c. Perubahan Pola Komunikasi.....	21
2. Fenomena Budaya Pecinta Anime Jepang .....	22
a. Fenomena .....	22
b. Budaya.....	23
c. Pecinta Anime Jepang .....	26
3. Mengenal Budaya Populer Jepang .....	29
a. Sejarah Budaya Populer Jepang .....	29
4. Dampak Positif dan Negatif Anime Jepang.....	33
5. Gaya Hidup Remaja .....	36
a. Ciri-Ciri Remaja .....	42
b. Tugas-Tugas Remaja.....	44
C. Landasan Teori.....	45
1. Teori Imperialisme Budaya .....	45
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>49</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	49
1. Pendekatan Penelitian.....	49
2. Jenis Penelitian .....	49
B. lokasi Penelitian .....	50
C. Sumber dan Penelitian .....	50
D. Informan Penelitian.....	51
E. Teknik Pengumpulan Data .....	52
1. Observasi .....	52
2. Wawancara.....	53
3. Dokumentasi .....	54
F. Teknik Analisa Data .....	54
1. Reduksi Data .....	55
2. Penyajian Data .....	55
3. Penarikan Kesimpulan Atau Verifikasi .....	55
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>56</b>

A. Gambaran Umum Penelitian .....	56
1. Sejarah Gampong Hagu Teungoh .....	56
2. Visi dan Misi Gampong Hagu Teungoh.....	57
3. Struktur Organisasi Gampong .....	59
B. Hasil Penelitian.....	63
1. Pola Komunikasi Pecinta Anime Jepang Terhadap Masyarakat Gampong Hagu Teungoh Kota Lhokseumawe.....	63
2. Pola Komunikasi Yang Berubah Terhadap Masyarakat Gampong Hagu Teungoh Kota Lhokseumawe .....	66
C. Pembahasan .....	70
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>73</b>
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran .....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara.

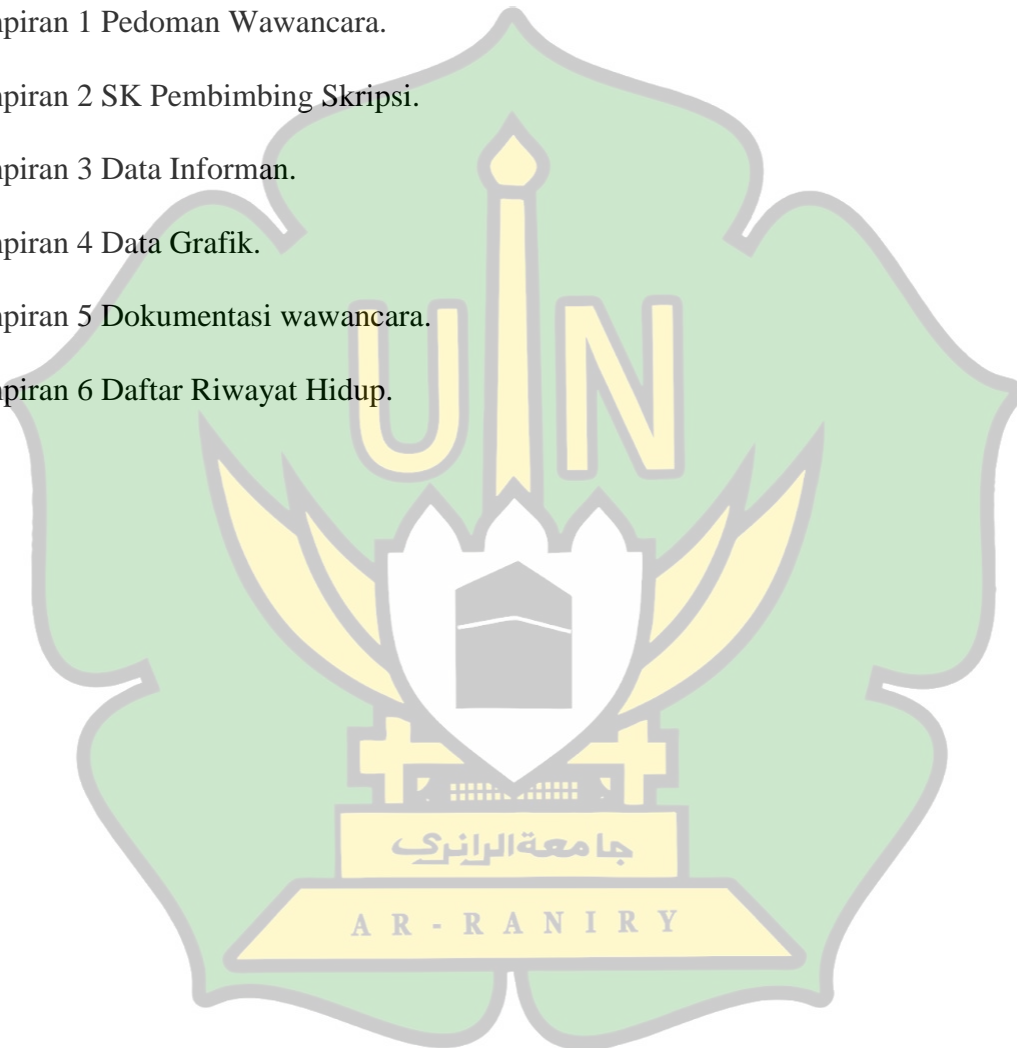
Lampiran 2 SK Pembimbing Skripsi.

Lampiran 3 Data Informan.

Lampiran 4 Data Grafik.

Lampiran 5 Dokumentasi wawancara.

Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup.



## ABSTRAK

Nama : M. Kausar Al Hafiz  
Nim : 180401044  
Fakultas/Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam/Dakwah dan Komunikasi  
Judul Skripsi : Fenomena Pecinta Anime Jepang Terhadap Perubahan Pola Komunikasi gampong Hagu Teungoh Kota Lhokseumawe

Latar belakang didalam penelitian ini merupakan *anime lovers* dimana menjadi sebagai sebuah fenomena yang cepat dalam hal pertumbuhan budaya Jepang lewat media-media, sehingga mulai melahirkan fanatisme juga perubahan gaya hidup seperti gaya *fashion*, karakter, dan aktifitas tingkah laku serta perubahan loyalitas lingkungan masyarakat Gampong Hagu Tengoh. Sebagai konsumen dan telah mempengaruhi beberapa aspek di dalam kehidupan sehingga pola komunikasi dari para penggemar mulai berubah. Penelitian ini lebih difokuskan kepada masyarakat remaja yang tinggal di hagu teungoh. Tujuan dari penelitian ini agar kita dapat mengetahui bagaimana pola dari komunikasi masyarakat yang menjadi pecinta *anime* Jepang dan juga bagaimana pola komunikasi apa saja yang telah berubah dari pecinta *anime* Jepang bagi masyarakat gampong Hagu Teungoh kota Lhokseumawe. Jenis penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, berupa sumber data hasil penelitian berupa informasi data primer hasil berbentuk informasi yang di peroleh langsung dari hasil wawancara langsung Bersama dengan informan. Data sekunder yang didapat berupa jurnal, berita, dan profil para informan. Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan wawancara. Analisis data dilakukan melalui tiga tahap reduksi data, pengumpulan data, penyajian data, dan kesimpulan akhir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pemicu dengan menonton *anime* membuat pola komunikasi bagi beberapa masyarakat berubah, pola komunikasi yang paling dominan yang terjadi oleh pecinta *anime* Jepang adalah pola komunikasi sekunder dan sirkuler, perubahan ini berdampak pada kehidupan sehari-hari yang dimana *anime lovers* lebih dominan berkomunikasi melalui media *handphone*, akan tetapi tidak menutup kemungkinan juga bagi pecinta *anime* Jepang untuk bersosialisasi. Pada dasarnya globalisasi dari budaya Jepang tidak dapat dilepas dari peran media, dimana media memberikan banyak peran dalam menyebarkan nilai-nilai kebudayaannya sehingga hal

ini dapat mempengaruhi pola komunikasi dan juga gaya hidup khususnya bagi masyarakat Gampong Hagu Teungoh.

**Kata Kunci:** Fenomena, *anime* Jepang, dan Pola Komunikasi



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Dengan berkembangnya yang sangat pesat teknologi seperti zaman saat ini semakin hari semakin moderen dibuktikan dengan perkembangan teknologi yang muncul diiringi dengan perubahan perkembangan media-media seperti media sosial juga internet yang mana dapat dengan mudah sebagian orang mulai mengakses berbagai informasi, dengan saling berkomunikasi, dan dapat mengakses dunia di luar tanpa harus berkunjung ke negara yang ingin di akses tersebut. Berkembangnya teknologi informasi yang sangat pesat seperti media massa pada saat ini mulai memberikan banyak sekali dampak yang cukup luar biasa di dalam kemajuan berkomunikasi. Teknologi canggih tidak hanya dapat dengan mudah membawa dampak informasi dengan cepat tetapi juga dapat bermanfaat dalam mempermudah menyebarnya informasi mengenai fenomena yang ada di seluruh penjuru dunia.

Menurut informasi yang beredar di media massa seperti, *Kumparan.com*, *Kompas.com*, saat ini justru mulai berkaitan dengan yang namanya fenomena budaya yang sedang populer akhir-akhir ini seperti fenomena budaya *Anime Lovers*. Secara sosiologis fenomena pecinta *anime* Jepang tersebut merupakan budaya yang sedang tren dalam kurun waktu satu dekade, fenomena budaya *Anime Lovers* ini pada dasarnya mempunyai kaitan yang cukup kuat dengan

masalah keseharian yang sering kali dinikmati oleh banyak kalangan, seperti musik, film, drama, *fashion*, dan masih banyak lagi.

Perkembangan budaya dari Jepang saat ini mulai menyebar ke berbagai penjuru dunia dalam kurun waktu satu dekade, Indonesia juga menjadi salah satu negara berkembangnya budaya Jepang. *Anime Lovers* adalah salah satu fenomena yang cepat dalam hal pertumbuhan budaya Jepang lewat media-media. Fenomena tersebut menjelaskan bagaimana perkembangan budaya Jepang mulai masuk ke kanca internasional, keberhasilan negeri matahari terbit ini yang mulai dapat mengeksport banyak produk budayanya dan negara tersebut masuk kedalam sepuluh besar negara pengekspor budaya terbanyak beberapa tahun silam. Sejak awal mulai munculnya *Anime Lovers* di Indonesia hingga sampai saat ini *Anime Lovers* masih tetap bertahan di Negara Indonesia.

*Anime Lovers* banyak memiliki penggemar tersendiri di Indonesia pastinya, budaya tersebut telah memulai mempresentasikan produk budaya populer yang ada di Jepang melalui berbagai media yang berkaitan dengan televisi seperti film, animasi, *games*, *manhwa*, drama, serta musik populer sejak dimulainya ekspor Animasi di televisi.<sup>1</sup> Dan nyatanya dalam mempengaruhi beberapa aspek di dalam kehidupan sehingga pola komunikasi dari para penggemar mulai berubah. khususnya masyarakat Gampong Hagu Teungoh. Fenomena *Anime Lovers* mulai melahirkan fanatisme juga perubahan gaya hidup seperti gaya *fashion*, karakter, dan aktivitas tingkah laku serta perubahan loyalitas lingkungan masyarakat

---

<sup>1</sup> Toi Yamane. Kepopuleran dan Penerimaan Anime Jepang di Indonesia, journal "Jurnal Ayumi", 2020, Vol.7 No.1, hal 69

Gampong Hagu Tengoh sebagai konsumen bahwa telah membuat perubahan dari pola komunikasi antar eksklusif penggemarnya.

Pola komunikasi adalah bagian penting dalam hidup manusia dimana tanpa disadari pola komunikasi merubah gaya hidup dan mulai bergantung dengan zaman juga bagaimana keinginan orang tersebut untuk mengubah pola komunikasi dan gaya hidupnya. Adanya sebuah unsur penting didalam pembentukan dari pola pikir ialah informasi, hal ini berupa pemikiran yang telah dibentuk melalui perkataan orang tua, guru, dan orang-orang lain.<sup>2</sup> Pola pikir komunikasi dapat dilihat dari berbagai aspek seperti cara berpendapat dan kebiasaan. Gaya hidup dan pola pikir juga dapat dinilai secara relatif tergantung dari sudut pandang orang lain. Fenomena *Anime Lovers* tidak akan berhasil dan mendapat kesuksesan yang luar biasa seperti sekarang jika bukan karena basis masyarakat di seluruh dunia yang menggemarnya.

Anime yang sedang populer dikalangan masyarakat khususnya di kalangan remaja saat ini yaitu *One Piece*, *Kimetsu No Yaiba*, *Attack On Titan*, *Black Clover* dan masih banyak lagi, saat ini *anime-anime* tersebut sedang menjadi perbincangan hangat di media seperti tiktok, twitter, Instagram dan media sosial lainnya. Banyak masyarakat yang *exited*, hal ini tentunya mulai sangat erat berkaitan dengan fenomena *Anime Lovers* yang mulai terjadi di Gampong Hagu Teungoh khususnya,

Usia remaja dimulai dari 10 sampai 16 tahun menurut dari peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 25 Tahun 2014 dalam Upaya Kesehatan Anak, usia

---

<sup>2</sup> <https://www.putra-putri-indonesia.com/pola-pikir-terbentuk.html> diakses pada tanggal 27 desember 2022



10 sampai 16 tahun dimana remaja mencari dan menjalani proses pencarian dari jati diri. Perkembangan tersebut membuat remaja gampang untuk dipengaruhi dari yang namanya fenomena budaya yang dapat mengubah sedikit demi sedikit perilaku remaja dalam fanatisme *Anime Lovers* salah satu diantaranya remaja yang mulai membeli *Anime figure* dengan harga yang fantastis serta menggunakan aksesoris yang berhubungan dengan ala *Anime* seperti kaos, poster, majalah, casing hp, kalung, sepatu, dan lain-lain. *Anime* juga memiliki peran yang aktif dan penting dalam perkembangan budaya Jepang, satu dari berbagai *anime* yang terkenal dan *booming* pada tahun 2022 yakni *Chainsaw Man* pada kala itu anime tersebut semakin menarik dan menambah minat yang besar dari remaja terhadap adanya budaya Jepang khususnya didalam ruang lingkup tren *anime Jepang*.

*Anime Lovers* atau yang sering dikenal dengan istilah yang dibuat memiliki sebuah definisi sebuah budaya moderen dari Jepang yang diakui oleh negara-negara lain dan di Indonesia. Dimulai dengan mengemas nilai-nilai di Asia yang dipasarkan dengan metode gaya moderen, istilah ini merujuk pada cerita yang mulai dikemas dengan berbagai nuansa kehidupan yang ada di Asia. Pemasarannya dimulai memakai cara Internasional dengan cara menampilkan Trailer yang membuat masyarakat khususnya pecinta *anime Jepang* sangat kagum dan sangat menanti nanti sehingga upaya tersebut dapat mempengaruhi gaya hidup, *style*, dan cara berpikir orang-orang yang akan dipengaruhi.<sup>3</sup>

*Anime* sendiri membawa berpengaruh besar terhadap dunia *Fashion*. Pada animasi *anime* para tokoh kerap menggunakan kostum dan aksesoris yang aneh,

---

<sup>3</sup>Ulfah Rahmayanti. Pengaruh demam kpop terhadap budaya Indonesia, wordpress,3 February,2013, hal 33.

nyentrik lucu dan menarik, dan pada akhirnya muncul sebuah kegiatan baru yang disebut dengan *Cosplay* atau *Costume Play*. *Cosplay* merupakan sebuah hobi dari orang-orang yang menyukai anime jepang dimana mereka menggunakan busana, aksesoris, dan riasan karakter atau tokoh didalam *anime* yang digemari. Dari rasa cinta dan kegemaran seseorang terhadap *anime* ada kalanya mereka kerap membuat penggemar menunjukkan berbagai jenis perilaku tertentu. Pecinta anime atau yang sering disebut *anime lovers* sering sekali berfantasi seolah mereka mengikuti hingga meniru apa yang telah mereka dapatkan dari tontonan *anime* yang telah mereka lihat.<sup>4</sup>

Kebanyakan dari masyarakat Indonesia seringkali mereka menonton *anime* secara online dengan gampang, apalagi dengan teknologi yang luar biasa seperti saat ini sudah banyak berbagai macam situs web *streaming* dengan bermacam kuantitas dan kualitas yang bagus dan enak dipandang, jika *anime* menunjukkan kualitas yang buruk mereka bisa dapat mencari situs lain dengan mudah untuk mereka tonton. Hal tersebut jika kerap sering sekali dilakukan terus menerus akan memunculkan perasaan terasa seperti candu, seperti menonton *anime* sampai habis dalam jangka waktu pendek ketika rasa itu muncul mereka akan cenderung mulai mencari judul baru dari *anime* lain karna ada rasa penasaran yang besar yang muncul di dalam diri mereka.<sup>5</sup>

Dalam Islam, dijelaskan bahwa manusia diciptakan untuk saling bersosialisasi dan juga menjalin hubungan yang baik antar sesama sehingga timbullah interaksi

---

<sup>4</sup> Venny Zanitri, dkk”pengaruh menonton anime jepang di internet terhadap perilaku imitasi di kalangan komunitas japan club east borneo kota samarinda” hal. 16.

<sup>5</sup> Ida Aisyah, Anime dan gaya hidup mahasiswa, Studi pada Mahasiswa yang Tergabung dalam Komunitas Japan Freak UIN Jakarta, skripsi, 2019, hal. 24.

yang dibentuk dengan adanya komunikasi, sebagaimana yang telah disebutkan didalam Q.S AL-Hujurat ayat 13 yaitu:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ  
 إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ (Q.S AL)

(Hujurat:13)

Artinya: “Wahai manusia! Sungguh, kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan perempuan. Kemudian kami menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sesungguhnya yang paling mulia diantara kamu di sisi Allah adalah orang yang paling bertakwa. Sesungguhnya Allah maha mengetahui lagi maha teliti”.

Dalam ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah menciptakan manusia dengan berbangsa, bersuku-suku, keturunan, kekayaan, kedudukan, agar saling mengenal serta menolong satu sama lain. karna manusia secara fitrah adalah makhluk sosial dan hidup bermasyarakat, mereka cenderung membentuk suatu hubungan yang berdampak pada kehidupan sehari-hari mereka.

Dalam beberapa kurun waktu terakhir banyak media massa dan televisi Indonesia mulai menyuguhkan bermacam hal yang bernuansa Jepang, apa lagi tahun 2022 ini media International gencar-gencaran memakai produk Jepang untuk menjadi *brand ambassador*, selain itu *anime* Jepang, *manga*, musik, *fashion* hingga kosmetik dari Jepang pun sangat digandrungi, diminati dan menjadi target *trand marketing* bagi kalangan mulai dari pria hingga wanita pada saat ini. Apalagi bioskop Indonesia sudah mulai menayangkan *anime* Jepang yang pada saat ini sedang tayang hingga menjadi *booming* di beberapa negara termasuk

Indonesia, yaitu *anime Red One Piece*, *Jujutsu Kaisen* dan *Attack on Titan* saat ini *anime* tersebut sedang menjadi perbincangan hangat di media seperti *twitter*, *Instagram*, *Tiktok* dan masih banyak lagi.

Hal ini tentunya mulai sangat erat berkaitan dengan fenomena *anime Lovers* yang mulai terjadi di Gampong Hagu Teungoh, remaja-remaja ini juga mengikuti *club* penggemar dari komunitas Jepang lainnya agar mereka bisa berkumpul dan berkomunikasi baik dari media online ataupun tatap muka langsung satu sama lain. Saat berkumpul biasanya mereka akan membicarakan hal apapun seputaran Jepang seperti *anime*, *scene epic anime*, *fashion*, ataupun musik *opening* yang mereka sukai dengan begitu mereka bisa saling bertukar informasi dan update terbaru.

Dengan masuknya fenomena pecinta *anime* Jepang ke Indonesia khususnya Aceh Gampong Hagu Teungoh kota Lhokseumawe, perihal ini tentu akan sangat berpengaruh pada beberapa gaya hidup dan pola Komunikasi masyarakat. Bersumber pada latar belakang masalah diatas, penulis mulai tertarik dan mulai melakukan sebuah penelitian baru dan juga menjadi sebuah kajian ilmiah yang baru sekaligus penelitian ini nantinya dapat menjadi pembahasan skripsi yang bertajuk “Fenomena Pecinta *Anime* Jepang Terhadap Perubahan Pola Komunikasi Masyarakat Gampong Hagu Teungoh Lhokseumawe “

## **B. Rumusan Masalah**

Dengan adanya dasar dari latar belakang masalah yang sudah dijelaskan tadi , maka rumusan dari masalah dalam penelitian skripsi ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pola komunikasi pecinta *anime* Jepang masyarakat Gampong Hagu Teungoh kota Lhokseumawe?
2. Pola komunikasi apa saja yang berubah bagi pecinta *anime* Jepang masyarakat Gampong Hagu Teungoh kota Lhokseumawe?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penulisan dari penelitian skripsi ini adalah:

1. Agar mengetahui bagaimana pola komunikasi pecinta *anime* Jepang masyarakat Gampong Hagu Teungoh kota Lhokseumawe
2. Agar mengetahui Pola komunikasi apa saja yang berubah bagi pecinta *anime* Jepang masyarakat Gampong Hagu Teungoh kota Lhokseumawe

### **D. Manfaat Penelitian**

Secara manfaat peneliti mengharapkan pada penelitian ini, antara lain:

1. Secara Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan meningkatkan wawasan bagi penulis juga pembaca dalam mengembangkan pembelajaran budaya baru, bagaimana budaya Jepang dapat mengubah pola komunikasi sehari-hari dikalangan masyarakat terutama dikalangan remaja, juga meningkatkan berbagai pengetahuan tentang budaya populer dalam peran hingga manfaatnya. Selain dari itu manfaat yang didapat dari penelitian ini adalah agar pecinta *anime* Jepang dapat di kaji lebih dalam pengaruhnya untuk masyarakat berdasarkan sikap remaja dari fenomena pecinta *anime* Jepang saat ini.

## 2. Secara Teoris

Penelitian ini secara teoritis diharapkan akan berguna dan menjadi rujukan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan terkait dengan kebudayaan yang berkonteks *International Relation* khususnya bagi fenomena budaya yang telah terjadi di dalam lingkungan remaja Gampog Hagu Teungoh yang mengikuti *trend*. Pecinta *anime* Jepang dapat menarik minat banyak remaja agar mau mengkonsumsi dan menerapkan dalam beberapa gaya hidup mereka.

### E. Definisi Operasional

Agar tidak terjadinya kesalahpahaman atau terhindar dari terjadinya salah penafsiran pada istilah yang penulis gunakan pada judul “**Fenomena Anime Jepang terhadap Perubahan Pola Komunikasi Remaja Gampong Hagu Teungoh Lhokseumawe**” karena itu penulis akan menjelaskan beberapa istilah yang digunakan di dalam judul yaitu:

#### 1. Fenomena

Fenomena dalam kamus besar Bahasa Indonesia adalah sesuatu hal yang dapat dengan mudah dilihat oleh panca indra dan juga dapat diterangkan secara ilmiah melalui peristiwa yang tidak dapat dengan mudah diabaikan<sup>6</sup>. Seperti fenomena pecinta *anime* Jepang saat ini yang sedang merebak dan menjadi tren yang tidak bisa diabaikan dalam beberapa tahun terakhir. Di Indonesia budaya Jepang meninggalkan dampak dan kesan untuk para

---

<sup>6</sup> Departemen Pendidikan Nasional, Kamus besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Gramedia Pustaka Umum, 2008), hal.407.

penggemarnya, yang diakibatkan adanya peran dari media yang telah menghasilkan fenomena populer dari budaya massa.

## 2. *Anime* Jepang

Menurut Gilles Poltras *Anime* mempunyai dua makna yang harus diartikan, baik oleh orang Jepang maupun orang luar Jepang. Pertama, *anime* menurut orang Jepang adalah kata yang digunakan untuk penyebutan film apapun dan tanpa mempedulikan dari mana animasi tersebut berasal. Sedangkan untuk pengertian yang kedua, orang luar Jepang mengartikan kata *anime* tersebut adalah film yang hanya berasal dari Jepang.<sup>7</sup> Jadi pengertian *anime* itu sendiri memiliki dua pandangan yang berbeda yaitu pandangan dari orang Jepang sendiri dan pandangan dari orang luar Jepang, orang Jepang menyebut segala jenis film animasi di dunia dengan sebutan *anime*, sebaliknya orang luar Jepang menyebut *anime* itu adalah animasi yang di buat oleh Jepang.

## 3. Pola Komunikasi A R - R A N I R Y

Pola komunikasi biasanya disebut juga sebagai model yang terdiri dari unsur yang saling berkaitan satu sama lain dengan tujuan memberikan pendidikan kepada masyarakat. Jadi, pola komunikasi adalah sebuah proses yang dirancang untuk mewakili unsur-unsur yang mencakup suatu hal serta keberlangsungannya, hal tersebut digunakan agar mempermudah pemikiran

<sup>7</sup> Nugraha, P. A. (2017). *Anime sebagai budaya populer (Studi pada komunitas anime di Yogyakarta)*. Vol.6, No.3 (2017), hal.27.

secara sistematis dan juga logis. Pola komunikasi terdiri dari beberapa macam, yaitu: Pola Komunikasi Primer, Pola Komunikasi Sekunder, Pola Komunikasi Linear, dan Pola Komunikasi Sirkular.<sup>8</sup>

#### 4. Gaya Hidup

Menurut *Philip Kotler dan Kevin Lane Keller* pola gaya hidup seseorang dapat dilihat dari cara orang tersebut mengekspresikan diri dari aktivitas, minat dan juga opini mereka. Didalam bukunya yang berjudul "*Lifestyle*" *David Chaney*, menjelaskan tentang gaya hidup dalam berbagai aspek, akan tetapi masih saling berkaitan satu sama lain. gaya hidup merupakan bagian dari kehidupan masyarakat sehari-hari dunia modern dan bentuk khusus seperti pengelompokan status modern.<sup>9</sup>

#### 5. Masyarakat

Masyarakat merupakan kumpulan keluarga-keluarga. Awal dari masyarakat dapat kita katakan berasal dari hubungan antar individu, kemudian menjadi suatu kelompok besar yang disebut dengan masyarakat. Masyarakat adalah satu kesatuan yang terbentuk melalui hasil interaksi yang berlanjut antar individu. Di dalam kehidupan masyarakat kita selalu menjumpai hal-hal yang bisa mempengaruhi antar kehidupan individu dengan kehidupan masyarakat.

---

<sup>8</sup> Nabella Rundengan, *Pola Komunikasi Antarpribadi Mahasiswa Papua Di Lingkungan Di Lingkungan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sam Ratulangi*, Journal "Acta Diurna", 2013, Vol.11 No.1, hal 5

<sup>9</sup> David Chaney. *Lifestyle Sebuah Pengantar Komprehensif*. (Yogyakarta: Jalasutra, 2003). hal. 41



Istilah masyarakat juga kadang-kadang digunakan dalam artian “*gasellachafi*” atau sebagai asosiasi manusia yang ingin mencapai tujuan tertentu yang terbatas isinya, sehingga direncanakan pembentukan organisasi-organisasi tertentu. Masyarakat adalah sekelompok manusia yang sengaja dibentuk secara rasional untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Bagaimanapun penggunaan dari definisi masyarakat tidak akan mungkin terlepas dari nilai-nilai, norma-norma tradisi, kepentingan-kepentingan dan lainnya. Oleh karena itu pengertian masyarakat pun tak mungkin di pisahkan dari kebudayaan dan kepribadian.<sup>10</sup>



---

<sup>10</sup> Ayu Senja Mayangsari, *Kajiankesejahteraan masyarakat*. FKIP UMP, 2017 hal 4-5

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Kajian Terdahulu

Kajian terdahulu adalah kajian hasil penelitian yang sudah relevan dengan masalah yang akan diteliti sehingga dapat membedakan penelitian yang akan diteliti dengan penelitian sejenisnya. Penulis menjadikan penelitian-penelitian sebelumnya sebagai referensi dan panduan penelitian hasil dari penelusuran pustaka yang telah dilakukan, penulis juga menemukan beberapa skripsi yang telah membahas hal yang berkaitan dengan fenomena budaya pecinta *Anime* Jepang. Beberapa penelitian yang berkaitan dengan penelitian yang diteliti yaitu:

Penelitian yang sudah dilakukan oleh Rizkita Putri Balqis pada tahun 2021 dengan judul “Fenomena Budaya Korean wave Terhadap Perubahan Gaya hidup Remaja Gampong Hagu Teungoh Kota Lhokseumawe” objek judul ini memang berbeda dibandingkan dengan judul yang peneliti punya akan tetapi gambaran besarnya sama. Dengan hasil penelitian. Adanya budaya Korean Wave di mata remaja gampong Hagu Teungoh, yaitu visual, konsep, dan pengemasan. Remaja-remaja yang dilibatkan dalam penelitian ini merupakan penggemar K-Wave, banyak yang tidak menyadari bahwa secara tidak langsung, Korean Wave menjadi panggung terbentuknya gaya hidup remaja tersebut. bisa dilihat dari sisi dampak positif dan negatif dari perubahan gaya hidup remaja Hagu Teungoh Lhokseumawe pada budaya Korean wave bahwa 1) remaja-remaja mulai belajar budaya Negara lain termasuk korea. 2) menarik kesimpulan dan

meniru cara bagaimana idola yang di idolakan meraih kesuksesan. 3) mulai aktif di media online seperti media social hingga mendapatkan teman baru dari berbagai provinsi hingga dunia. 4) Wawasan dari remaja menjadi luas. Dampak negatifnya adalah 1) cenderung mulai mengidolakan dan menirukan idolanya secara berlebihan dari budaya Korea sehingga melupakan budaya lokal adat dan jauh dari nilai-nilai keagamaan. 2) Menjadi penggemar yang mulai fanatik hingga berdampak pada menurunnya rasa nasionalisme dan cinta remaja kepada negara dan daerahnya sendiri. 3) Fashion, gaya dan sikap bisa terpengaruhi. 4) budaya Korean Wave menjadikan remaja boros, dan konsumtif.<sup>11</sup>

Penelitian ini telah dilakukan oleh Ida Aisyah di tahun 2019 dengan judul “*Anime dan Gaya Hidup Mahasiswa*”. Dijelaskan dalam penelitian tersebut memperlihatkan dan menghasilkan hasil bahwasannya *anime* sering sekali mempengaruhi dengan mudah gaya hidup dari seseorang mahasiswa pada aktivitas belajar dan aktifitas kegiatan yang telah dilakukan sehari-hari biasanya dalam hal berpakaian, belajar, makan, hobi, serta berbicara, dan bersosialisasi. Bukan itu saja ternyata dari hasil penelitian ini *Anime* dapat dengan mudah mempengaruhi pandangan mahasiswa dalam hal pekerjaan, kriteria pasangan, bangsa Jepang, dan hubungan pertemanan. Dan juga saat ini *Anime* membuat mahasiswa- mahasiswa ini memiliki rasa minat yang sangat besar dan lebih luas terhadap budaya dari negara Jepang itu sendiri seperti dalam hal menikmati dan menyukai makanan khas dari Jepang, mendapatkan hobi baru, bahasa baru, tarian baru, serta kebiasaan-kebiasaan dari masyarakat *Jepang* yang telah diinisiasi dari serial *anime*.

---

<sup>11</sup> Rizkita Putri Blaqis, *Fenomena Budaya Korean Wave Terhadap Perubahan Gaya Hidup Remaja Gampong Hagu Teungoh Lhokseumawe*, IAIN Lhokseumawe, 2021, hal.28.

Hasil dari penelitian ini juga dapat dengan mudah kita pahami bahwasannya munculnya penyebab dari rasa ketertarikan yang besar mahasiswa terhadap budaya populer *anime* Jepang dikarenakan mudahnya akses dari adanya internet sehingga diperlukan solusi yang kongkrit dalam menghadapi serta menyaring pengaruh-pengaruh buruk yang kan muncul dari budaya tersebut. Disamping itu penelitian ini juga menunjukkan bahwasannya banyak nya mahasiswa yang mulai berminat dan menikmati menonton serial *anime* mereka cenderung meniru kebiasaan-kebiasaan dari budaya yang dilakukan orang-orang Jepang.<sup>12</sup> Walaupun sama-sama membahas tentang *anime*, namun yang membedakan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang saat ini sedang diteliti terdapat pada objek juga pada pola komunikasinya yang telah digunakan oleh peneliti.

Selanjutnya hasil dari penelitian Prista Ardi Nugroho and Grendi Hendrastomo “*Anime* Sebagai Budaya Populer”. Berdasarkan dari penelitian tersebut memaparkan hasil bahwasannya *anime* telah menjadi sebuah budaya yang sangat terkenal dan fenomenal dimana hal itu berawal dari munculnya pengaruh media massa yang sangat berperan penting dalam melakukan difusi inovasi, yang mana prosesnya membawa, mengenalkan dan menanamkan pemahaman dari *anime* kepada khalayak masyarakat berupa gambaran positif. Sehingga dari adanya proses itu yang telah menjadikan anime mwnjadi menarik dan membuat kalangan penggemar merasa kagum yang luar biasa, dari rasa kagum itu menjadikan efek dari hegemoni anime itu sendiri, lalu penggemar seringkali menganggap bahwa banyak berbagai macam hal positif yang bisa diambil dari mengkonsumsi anime sehari-hari. Seperti beberapa faktor-faktor yang

---

<sup>12</sup> Ida Aisyah, *Anime dan gaya hidup mahasiswa*, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2019, hal.31.

melatarbelakangi anime menjadi budaya yang sangat populer yakni: (1) besarnya pengaruh dari media masa, (2) dapat dengan mudah berbagai konten anime melalui berbagai website, (3) pengaruh dari teman-teman dan lingkungan sekitar, (4) anime menjadi hiburan yang mudah, seru, dan murah, (5) terdapat berbagai pilihan dari genre pada anime, (6) banyaknya muncul karakter yang menarik dalam anime, (7) style fashion dalam serial anime, (8) bermacam-macam alur cerita yang unik hingga sangat menarik dalam animasi anime (9) settingan tempat yang ada dalam serial anime terasa realistis.<sup>13</sup> walaupun sama-sama membahas tentang anime namun yang membedakan dengan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan penulis teliti mendapatkan perbedaan pada objek dan juga pola komunikasinya pada penelitian yang telah digunakan oleh peneliti.

Selanjutnya Penelitian yang sudah dilakukan oleh Sisi Ayu Safitri dengan judul yang bertajuk “Pengaruh Anime Terhadap Mahasiswa Sastra Jepang universitas Bung Hatta”. Hasil penelitiannya mengatakan bahwasannya menonton atau mengkonsumsi anime dengan sering dapat menimbulkan berbagai macam pengaruh yang positif terhadap kalangan mahasiswa, seperti halnya dalam ilmu pengetahuan dan pemahaman baru tentang adat istiadat, tradisi, agama, dari nilai dan norma sehingga dapat menjadi bahagian baru terhadap budaya Jepang itu sendiri, juga hal tersebut dapat meningkatkan

---

<sup>13</sup> Prista Ardi Nugroho, *Anime Sebagai Budaya Populer*, Universitas Negeri Yogyakarta, 2017, hal.25.

kemampuan bahasa baru seperti kosa kata bahasa Jepang, percakapan, dan pendengaran.<sup>14</sup>

Dilanjutkan dengan Penelitian yang sudah dilakukan oleh saudara Muhammad Rifan Syukhori Lubis dengan judul yang bertajuk “Komodifikasi Anime Sebagai Budaya Populer (Studi Pada Komunitas Anime One Piece Di Kotamedan)”. Kesimpulan dari hasil penelitiannya yaitu adanya proses dari komodifikasi *Anime* menjadi budaya yang sangat populer, kini mulai ada di Komunitas *One Piece* ID Medan saat ini mereka sudah mulai berjalan dengan baik. dengann adanya timbal balik yang terdapat dari arus komunikasi dan tren budaya yang sudah ditimbulkan oleh masyarakat dengan adanya komunitas-komunitas seperti anime *One Piece* ID Medan yang menjadi wadah baru bagi para penggemar penikmat anime *One Piece* dalam hal bertukar informasi, bercerita maupun menyebarkan budaya tersebut. hingga saat ini masyarakat bisa dengan mudah menerima adanya budaya ini. Berbagai kalangan masyarakat saat ini juga banyak yang mengikuti dan menikmati dari tren budaya ini contohnya seperti meniru-niru gaya ataupun melakukan bebagaimacam pose-pose yang menyerupai karakter-karakter yang terdapat terdapat dalam serial anime.<sup>15</sup>

## B. Landasan Konseptual

---

<sup>14</sup> Sisi Ayu Safitri, Pengaruh Anime Terhadap Mahasiswa Sastra Jepang Universitas Bung Hatta, 2023, hal.15.

<sup>15</sup> Muhammad Rifan Syukhori, Komodifikasi Anime Sebagai Budaya Populer (Studi Pada Komunitas Anime *One Piece* di Kota Medan), 2019, hal.8

## 1. Pola Komunikasi

### a. Pengertian Pola Komunikasi

Dalam buku *Komunikasi Sosial Budaya* yang ditulis oleh AW Suranto menjelaskan tentang pola komunikasi, di mana pola komunikasi tersebut merupakan suatu kecenderungan gejala umum saat melakukan komunikasi yang kerap sekali terjadi pada kaum atau sekelompok orang tertentu.<sup>16</sup> Sebelumnya sudah dijelaskan bahwasannya pola yang ada dari komunikasi merupakan model dari komunikasi tersebut, sehingga sampai saat hari ini telah terbentuk berbagai macam-macam kondisi, model komunikasi hingga sebuah proses komunikasi dapat dengan mudah ditemukan melalui adanya pola-pola yang sesuai dan mudah yang nantinya bisa digunakan pada waktu-waktu tertentu dan juga saat kita berkomunikasi. Adanya proses komunikasi tersebut selanjutnya muncul berbagai macam pola, bentuk, model, dan bagian kecil yang saling berkaitan dengan sebuah proses dari komunikasi itu sendiri.

Dan pola merupakan suatu sistem ataupun cara kerja dari hal sesuatu yang mempunyai bentuk juga struktur tetap. Pola komunikasi dapat dan bisa di artikan sebagai cara dari masyarakat atau suatu hal komunitas dalam melakukan komunikasi sebagai hal yang mempertahankan komunitas itu sendiri, dengan mengadakan pertemuan yang dilakukan secara rutin, hubungan yang dapat menjadi timbal balik antara sesama, ataupun bahkan dapat melakukan komunikasi yang sangat rutin. Orang-orang dengan tempat yang berbeda memiliki berbagai macam cara yang

---

<sup>16</sup> AW Suranto, *Komunikasi Sosial Budaya*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2010, hal.116.

berbeda juga dalam hal berkomunikasi. Ciri-ciri tersebutlah yang menimbulkan sebuah pola komunikasi yang terlihat berbeda antar masyarakat sosial.<sup>17</sup>

## b. Jenis-Jenis Pola Komunikasi

### 1). Pola Komunikasi Primer

Pola dari komunikasi primer yaitu sebuah proses tersampainya pesan atau pikiran komunikator terhadap komunikan dengan cara menggunakan symbol-simbol sebagai media ataupun saluran. pada pola tersebut terbagi menjadi dua lambang, yakni lambang verbal seperti halnya bahasa dan lambang non verbal yakni lambang isyarat, mimik wajah, gerak tubuh, gambar, kode, dan lain lain.<sup>18</sup>

### 2). Pola Komunikasi Sekunder

Pola komunikasi secara sekunder yang merupakan pola komunikasi dilakukan oleh seorang komunikator untuk menyampaikan suatu pesan pada komunikan dengan menggunakan media yang dijadikan alat kedua setelah menggunakan lambang pada media pertama untuk komunikan. Komunikator menggunakan media kedua ini karena yang menjadi sasaran informasi berada di tempat yang jauh atau banyak jumlahnya.<sup>19</sup>

### 3). Pola Komunikasi Linear

---

<sup>17</sup> Naufal Bayutiarno, *pola komunikasi komunitas otaku di kota Surakarta*, Surakarta, 2015, hal 5

<sup>18</sup> Onong Uchjiyana Effendy, *Pengantar Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), 11-14

<sup>19</sup> Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, hal.42



Komunikasi linear ini merupakan sebuah pola berkomunikasi dimana pesan akan disampaikan oleh komunikator langsung ataupun tidak dengan langsung kepada komunikan. Proses komunikasi linear ini hanya berlangsung satu arah sehingga tidak ada *feed back* pada pesan yang sudah disampaikan langsung oleh si komunikator.<sup>20</sup>

#### 4). Pola Komunikasi Sirkuler

Sirkuler mempunyai pola yang berbeda dengan linear, pola dari sirkuler ini yaitu proses komunikasi antara komunikator dengan komunikan yang mendapatkan *feed back* satu sama lain, sehingga pola komunikasi sirkuler ini muncul dari asal kata *Circular* yang berarti bulat. Menjadi satu dari berbagai pola digunakan nantinya untuk menggambarkan proses dari komunikasi.

komunikasi menggambarkan pola tersebut sebagai suatu bentuk yang dinamis, dimana nantinya pesan dapat *ditransmit* ataupun melalui proses pengiriman pesan melalui tahap *encoding* dan *decoding*. *Encoding* merupakan transilasi yang telah dilakukan dari sumber atas sebuah pesan, sedangkan *decoding* merupakan proses transilasi yang dapat dilakukan penerima terhadap pesan-pesan yang berasal dari sumbernya. Jadi lebih tepatnya *encoding* dan *decoding* merupakan hubungan antara sumber dan sipenerima secara simultan hingga bisa saling mempengaruhi antara satu sama lain.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Effendy, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. hal.35

<sup>21</sup> Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. hal.51.

### c. Perubahan Pola Komunikasi

Perubahan pola komunikasi mempunyai efek dimana efek tersebut berbeda pada hubungan interpersonal. Hubungan yang ada antara individu seringkali nyaris melatar belakangi berbagaimacam pola interaksi diantara orang-orang dalam berkomunikasi antar pribadi,<sup>22</sup> adanya perubahan pola komunikasi pada pecinta *anime* menimbulkan hubungan baik yang terjalin dekat antara sesama pecinta *anime*, ketika berkenalan mereka cenderung berhati-hati dalam melakukan komunikasi sebaliknya jika seseorang berjumpa dengan teman akrab ia seringkali cenderung lebih membuka diri atau terbuka terbuka dan menjadi spontan.

Mereka saling melempar berbagaimacam ide dan pendapat dari masing-masing baik itu dalam hal berbentuk formal, ataupun nonformal. Terkadang mereka menunjukkan bahwa munculnya hubungan kedekatan dari seorang teman dengan cara berbagi informasi bersama, edukasi juga saling menghibur, dan juga bisa mempengaruhi antara satu sama lain disaat mereka saling berinteraksi. Sama seperti orang pada umumnya, pecinta *anime* juga membahas topik seputar Jepang, dan isu global. Akan tetapi Bahasa yang mereka lakukan cenderung menyerap beberapa kosa kata bahasa Jepang.<sup>23</sup>

## C. Fenomena Budaya Pecinta Anime Jepang

### 1. Fenomena

<sup>22</sup> Naufal Bayutiarno, *Pola Komunikasi Komunitas Otaku di Kota Surakarta* (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Pola Komunikasi Komunitas Otaku di Kota Surakarta 2015), hal, 8

<sup>23</sup> Sakinah Biiznillah Yulian, dkk, *Perilaku Komunikasi Otaku dalam Interaksi Sosial*, (Studi Fenomenologi Pada Anggota Komunitas Jepang Soshonbu Bandung), hal, 4

Dari bahasa Yunani “*phainomenon*” muncullah bahasa fenomena yang artinya apa yang terlihat juga mempunyai arti lain seperti fakta atau kenyataan, sebuah gejala dari kejadian juga sesuatu hal yang dapat dirasakan melalui panca indra. Seperti hal mistik dan klenik juga dapat dikatakan sebagai fenomena, fenomena berarti “suatu hal yang sangat luar biasa” fenomena berlangsung di seluruh tempat yang dapat diamati oleh manusia, sesuatu peristiwa merupakan sesuatu fenomena, sesuatu barang juga merupakan sebuah fenomena, karena menggambarkan sesuatu hal yang bisa dilihat adanya. Sebuah benda juga menghasilkan kondisi maupun perasaan yang terbentuk dari keberadaannya fenomena serta merupakan rangkaian kejadian dan bentuk keadaan yang bisa diamati serta dilihat melalui kaca mata ilmiah ataupun melalui disiplin dari ilmu tertentu.

Dari Kamus Besar Bahasa Indonesia kata fenomena itu sendiri merupakan suatu hal dimana hal tersebut bisa dilihat dengan pancaindra serta bisa diterangkan secara ilmiah ataupun kejadian yang tidak bisa diabaikan. Diterangkan jika persamaan kata fenomena merupakan gejala-gejala dimana mempunyai arti dari keadaan juga peristiwa ataupun kondisi yang harus diperhatikan dan adakalanya menunjukkan sesuatu yang akan terjadi. Karena itu dari pengertian tersebut bisa diartikan bahwasannya fenomena merupakan sesuatu kejadian yang tidak lumrah terjadi di lingkungan masyarakat yang dapat diamati dan dilihat juga dirasakan oleh manusia itu sendiri sehingga menarik untuk diteliti serta dikaji kondisinya secara ilmiah

## 2. budaya

Dari bahasa sansekerta munculnya kata budaya “*budhhayah*” merupakan bentuk dari kata jamak *budhhi*, dapat diartikan juga sebagai suatu hal yang berhubungan dengan budi ataupun akal yang dimiliki oleh manusia, sedangkan dalam Bahasa Inggris kebudayaan di sebut dengan *Culture* berasal dari kata *Colore* yang berarti mengolah ataupun mengerjakan dapat di artikan juga sebagai mengolah tanah atau bertani, kata *culture* juga kadang sering disebut “kultur” dalam Bahasa Indonesia.<sup>24</sup>

Budaya merupakan cara dari hidup dan berkembang yang telah dimiliki secara bersamaan dari masyarakat yang telah diwariskan melalui generasi ke generasi. Seorang ahli antropologi Ralph Linton, mengatakan bahwasanya sebuah kebudayaan bisa mempengaruhi perilaku dari suatu masyarakat yang disebutnya sebagai “*way of life*”. Dari penafsiran tersebut bagaimana metode yang digunakan oleh orang untuk dapat hidup melainkan juga bagaimana mereka memakai cara metode berfikir “*way of thinking*”, cara untuk berbuat “*way of doing*” serta cara merasakan “*way of feeling*”.

Karena itu dijelaskan jika budaya dijadikan fenomena oleh banyak individu maupun masyarakat kedalam bentuk gaya hidup atau perilaku. Bentuk dari kebudayaan juga menjadi dua macam yakni kebudayaan elit atau kebudayaan tinggi dan kebudayaan populer alias *pop culture*. Kebudayaan elit merupakan budaya yang dihasilkan dari pemikiran kaum elit, menyangkut pengetahuan dari pola pikir, serta nilai-nilai yang membentuk sikap manusia. Budaya populer menjadi budaya yang lahir karena kehendak dari media-media yang mempunyai kemampuan dan keahlian

---

<sup>24</sup> Koentjaraningrat, *Kebudayaan, Mentalitas dan Pembangunan*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1993), hal 153

bagaimana memproduksi masyarakat juga budaya supaya dapat menyerap budaya itu menjadi budayanya sendiri.

a. Unsur budaya

Koendjaraningrat menyebutkan bahwa ada 7 unsur dari kebudayaan yang universal. Kata universal ditunjukkan bagaimana unsur dari sebuah kebudayaan tersebut bersifat universal (luas/umum) juga bisa ditentukan kedalam kebudayaan dari seluruh bangsa yang tersebar dari berbagai penjuru dunia ke tujuh unsur budaya yakni:<sup>25</sup>

1). Kesenian

Manusia memerlukan sebuah hal yang bisa mencukupi kebutuhan dari psikis mereka hingga timbullah kesenian dimana mampu memuaskan unsur dari seni kebudayaan dari manusia juga mengarah kepada tekniknya, dan juga proses dari pembuatan benda seni tersebut.

2). Sistem Teknologi dan Peralatan

Sistem tersebut hadir dikarenakan manusia sering kali dapat menciptakan benda-benda serta berbagai hal baru untuk bisa mencukupi kebutuhan hidup serta membedakan antara manusia dengan makhluk-mahluk lainnya.

3). Sistem Organisasi Masyarakat

---

<sup>25</sup> Koendjaraningrat, *Antropologi Budaya*, Cet. I, (Jakarta: Rineka Cipta, 1990), hal.181.

Sistem tersebut dapat muncul dikarenakan kesadaran dari manusia itu sendiri walaupun dihadirkan dengan berbagai bentuk yang sempurna tetapi pasti memiliki kekurangan serta kelebihan dari masing-masing individu hingga timbulnya rasa agar membuat struktur organisasi dari masyarakat.

#### 4). Bahasa

Berasal dari metode serta tulisan hingga berubah menjadi lisan agar dipermudah komunikasi antara sesama manusia, koentjaraningrat mendeskripsi bahasa menjadi ciri-ciri terpenting bahasa yang sering diucapkan dan digunakan dari suku-suku maupun suatu bangsa dimana mereka bersangkutan serta memiliki variasi dari bahasa itu sendiri.

#### 5). Sistem Pecaharian Hidup dan Sistem Ekonomi

Konjoningkrat mendalami dan mengatakan dimanaa cara dari mata pencaharian dari sebuah kumpulan masyarakat dan individu ataupun system perekonomian mereka dalam memenuhi berbagai kebutuhan hidup serta bagaimana sistem dari ekonomi atas masyarakat tradisional diantaranya seperti bercocok tanam, berburu, memancing dan berternak.

#### 6). Sistem Pengetahuan

Sistem tersebut ada dikarenakan manusia mempunyai akal sehat juga pikiran yang berbeda-beda hingga dapat muncul sesuatu pengetahuan yang berbeda yang digunakan dalam kehidupan.

#### 7). Sistem Religi

Manusia mempunyai kepercayaan dari hadirnya Sang Pencipta dikarenakan adanya kesadaran dari sesuatu yang dianggap baik juga hal seperti supernatural yang dianggap lebih tinggi dari kekuatan manusia

#### 3. Pecinta Anime Jepang

Di antara banyaknya Negara republik Indonesia adalah satu dari beberapa negara yang lain yang sedang terkena demam *anime lovers* pada kurun waktu satu dekade terakhir, dimana dapat dibuktikan dan dilihat dari tayangan televisi, media, internet dan majalah di Indonesia yang sekarang sedang berlomba untuk menarik minat serta rating acara dengan cara menampilkan atau menginformasikan seputar berita-berita yang berkaitan dengan Negara gingseng tersebut. Di televisi Indonesia sudah banyak tayangan yang menayangkan berbagai jenis tayangan hiburan disetiap harinya seputar dengan *anime*, seperti, film, iklan, dan musik, dasarnya globalisasi dari budaya negara Jepang takkan bisa melepaskan dari peran-peran media yang ada, karena media mengangkut nilai-nilai dari budaya yang ada di Negara Jepang melalui berbagai penjuru dunia hingga dapat menjadi salah satu penunjang utama keberhasilannya di dunia kanca Internasional. Media merupakan jenis wadah yang sangat berperan besar dari tersebarnya nilai budaya Jepang, pada mulanya adalah televisi dimana mulai

menayangkan animasi-animasi seperti *Naruto*, *One Piece* dan lain lain dari negara Jepang, adapun jenis media yang ikut mengantarkan nilai produk-produk budaya Jepang ke tangan khalayak Indonesia itu pun semakin bermacam-macam, yakni VCD, DVD, dan yang Paling fenomenal, tentu saja, internet.

Orang Jepang menggunakan *anime* menyamakan seperti *animation*, kata *animation* sendiri didalam Bahasa Indonesia yakni animasi, yang mempunyai arti bahwasanya animasi adalah salah satu usaha agar membuat presentasi dari statis dapat menjadi lebih hidup. Hal tersebut di tuliskan oleh Vaughan dalam buku Ni Wayan Eka Putri Suantri, bahkan ia juga menjelaskan bahwasannya pembuatan dari animasi itu dapat terbentuk dari adanya perubahan-perubahan visual sampai terus-menerus.<sup>26</sup>

Zeembry juga berpendapat mengenai animasi, menurutnya animasi itu lebih mengacu bagaimana pembuatan dari gambar dan bentuk yang berbeda pada *frame* nya, kemudian baru dijalankan dengan rangkaian-rangkaian *frame* itu sehingga dapat menjadi sebuah gerakan yg di sebut *motion* sehingga mejadi suatu gambar yang bergerak dan menjadi animasi seperti sebuah tayangan film.<sup>27</sup>

tetapi Bustaman mempunyai pendapat lain seperti animasi itu merupakan sebuah proses untuk terciptanya sebuah efek dari gerakan ataupun perubahan warna, sehingga perubahan dari bentuk satu objek kepada objek lainnya dalam jangka kurun waktu

---

<sup>26</sup> Ni Wayan Eka Putri Suantri, Ebook: *Dunia Animasi*, (Denpasar Timur: Mii Art, 2016), hal. 21

<sup>27</sup> *Ibid.* hal.23



tertentu.<sup>28</sup> Sederhananya animasi dapat muncul juga bisa tercipta dikarenakan timbulnya perbedaan dari tampilan sebuah objek yang tersambung antara satu sama lainnya.

*Anime Lovers* bisa disebut juga dengan pecinta *anime*, istilah ini bisa dikaitkan dengan *otaku* yang berarti mereka yang memiliki hobi dan kecintaan berdasarkan karakter dan mengarah kepada kualitas aktor yang di perankan didalam *anime* itu sendiri. Lain hal nya dengan *wibu*, adalah sebutan untuk orang-orang yang berada diluar Jepang yang terlalu obsesi atau fanatik terhadap budaya Jepang khususnya *anime* dan terkadang mereka bisa berdebat akibat topik yang mereka bahas tentang *anime* yang mereka tonton.<sup>29</sup> Jepang sendiri memberikan sentuhan pada produk budayanya karena mereka mencampurkan berbagai sifat asli lewat cara asing dimana dilakukan secara unik juga inovatif, dari sisi genre, musik dan film Jepang mereka mempunyai keunggulan yang cukup komparatif menjadikannya secara inspiratif juga unik dibandingkan dengan seri produk Asia Timur lainnya.

#### **D. Mengenal Budaya Populer Jepang**

Budaya populer Jepang disebut juga dengan *japanese Pop Culture* adalah budaya populer dari negara matahari terbit. Jepang telah menarik banyak peminat dari berbagai lapisan masyarakat terutama dari lapisan remaja yang ada dari berbagai penjuru dunia hingga sudah berkembang. Ada banyak macam budaya yang populer dari Jepang yang telah hadir di Indonesia meliputi banyaknya bentuk-bentuk budaya populer dimulai dari

---

<sup>28</sup> *Ibid.* hal.25

<sup>29</sup> <https://www.kompasiana.com/lanjartriyono7459/61ced06606310e3649099a94/apa-itu-anime-anime-lovers-dan-wibu> di akses pada tanggal: 31 Desember 2022.

adanya musik, anime, manga/komik, dan juga *fashion* / cara gaya berpakaian. Untuk bisa dipahami oleh banyak khalayak, penulis akan menjelaskan lebih rinci lagi dalam mengenal budaya populer Jepang.

#### a. Sejarah Budaya Populer Jepang

Budaya populer Jepang ini dimulai sejak zaman Edo yang ketika itu Jepang sedang berada dibawah kekuasaan Tokugawa saat Jepang sedang melakukan kebijakan *sakoku* yaitu menutupi diri dari dunia luar. Pada saat itu Jepang sedang berada dalam kondisi yang bisa dibilang sangat relative aman sehingga masyarakat Jepang lebih memfokuskan kepada aspek ekonomi, seni, budaya, dan sosial.<sup>30</sup>

Budaya Pop Jepang saat ini sedang memiliki hubungan yang sangat dekat dengan perkembangan budaya dari Pop Jepang pada zamannya Edo. Oleh karena itu, Budaya pop Jepang juga harus dipahami sebagai sebuah tradisi budaya yang sudah berkembang sejak Jepang berada dibawah kekuasaan Tokugawa.<sup>31</sup>

Pasca perang dunia ke II, demi meningkatkan ekonomi mereka Jepang mencampurkan budaya mereka dengan budaya Amerika, dan Eropa. Pada masa itu negara Jepang menggunakan Teknik *low profile* maksudnya adalah Jepang tidak menggunakan pendekatan politik akan tetapi Jepang mendekati dengan menggunakan pendekatan ekonomi menjadi media pendekatan dari Jepang,<sup>32</sup> dengan

---

<sup>30</sup><http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:6cF2QBiKNPUJ:repository.unsada.ac.id/1849/2/BAB%2520II.pdf&cd=17&hl=id&ct=clnk&gl=id> diakses 4 Januari 2023

<sup>31</sup> Universitas Darma Persada. *Budaya popule Jepang*, hal.13.

<sup>32</sup> Soesastro, Hadi. 1980. *Perkembangan Ekonomi dan Militer Jepang dan Pengaruhnya di Asia Tenggara*. Makassar; Lontara. hal 43

dilakukannya cara itu negara Jepang dapat meningkatkan system ekonominya tanpa harus mengganggu negara-negara lain. Ini dilakukannya karena adanya dua kota yang sangat penting di Jepang yaitu Hiroshima dan Nagasaki hancur lebur akibat serangan nuklir.

Setelah berakhirnya perang dunia kedua, Jepang memulai melakukan sistem import budaya-nudaya dari barat seperti, *film, comic, cartoon*, juga produk lainnya yang berhubungan dengan budaya barat. Tidak hanya itu saja, Jepang juga mulai membangun pabrik mainan untuk anak-anak dan sangat diminati pada masanya. Pada saat perang dunia kedua berlangsung banyak sekali pekerja-pekerja dari pabrik yang mulai kehilangan pekerjaan. Akhirnya mereka mulai memakai sampah sampai limbah-limbah yang sudah tak terpakai lagi untuk mendapatkan berbagai *miniature* seperti mobil, pesawat, kereta, dan lain sebagainya, hasil miniatur mainan tersebut di eksport ke Amerika Serika oleh Jepang.<sup>33</sup>

Ditahun1954 negara Jepang memulai langkah baru dalam memproduksi film pertamanya yang berjudul *Gojira* atau *Godzilla*. Munculnya film tersebut menjadi sangat populer dikalangan masyarakat jepang setelah selesainya perang dunia kedua bahkan hingga saat ini masih di kenal. Film *Godzilla* ini menceritakan tentang monster yang keluar dari laut kemudian menyerang Jepang, memiliki ciri-ciri seperti reptil raksasa yang sedang berdiri dengan kaki dan tangan. Film ini juga mengandung

---

<sup>33</sup> M. Tsutsui, William. hal 11

isi tentang kampanye bebas nuklir di mana *Godzilla* muncul di akibatkan karena radiasi dari nuklir.<sup>34</sup>

Untuk perkembangan *anime* Jepang dimulai dari perkembangan *manga* yang mana disaat itu ditengah adanya krisis akibat dari munculnya perang dunia ke dua. *Manga* merupakan salah satu media yang bisa untuk mencurahkan, mengungkapkan isi pikiran atau mengekspresikan diri kita dalam sebuah cerita sehingga mereka mengadaptasikannya menjadi serial *anime*.

Tahun 1917 merupakan pertama kali *anime* dibuat, animasi tersebut dibuat sebatas animasi yang berdurasi pendek. Animasi tersebut mulai menceritakan cerita rakyat yang terjadi disaat itu. Seiring berjalannya waktu saat itu *anime* terus menerus berkembang adanya pengaruh pada gaya konteks politik dimasa itu. Sehingga mulai terproduksi berbagai judul *anime* Jepang, seperti *anime* propaganda perang *Momotaro No Umiwashi* (Momotaro's Sea Eagle) dilatarbelakangi cerita bagaimana jepang mulai menyerang daerah Pearl Harbour ditanggal 8 Desember tahun 1941.

Pertama kalinya *anime* ditayangkan ditahun 1917 dikaryai oleh Oten Shimokawa dengan judul *anime Imokawa Mukuo Genkanban* dan tayang di bioskop sebagai film penyeling serta mempunyai durasi yang pendek. Pada tahun selanjutnya yaitu 1945, mereka mulai menerbitkan anime dengan judul *Momotaro Umi no Shinpei Umi no Shinpei* yang digunakan sebagai alat untuk semangat anak muda Jepang. Film *anime* tersebut menceritakan tentang perkembangan media televisi.

---

<sup>34</sup> <https://www.telegraph.co.uk/films/0/godzilla-incendiary-serioushistory-japans-original-king/>  
diakses 4 Januari 2023

Sementara itu, Jepang juga mulai memproduksi *anime* dengan serial pertama tayang sekitaran tahun 1960-an. Kemudian, ditahun 1962 Jepang mulai merilis kembali *anime* yang berjudul *Otogo Manga Calender* sebanyak 312 episode. Pada tahun 1963 Jepang mengeluarkan *anime* dengan judul *Tetsuwa Atomu (Atro Boy)*, *Tetsuji 28 Go (Gigantaro)* dan *8man* berhasil meraih kesuksesan dalam tingkat internasional seperti Eropa, Amerika Serikat, dan Asia dalam perkembangan *anime* sehingga mempunyai banyak penggemar di seluruh dunia.

Menjadi *anime* yang cukup populer pada saat itu di dunia internasional yakni *Anime Tetsuwa Atomu* sebagai *Astro Boy*. Dan *anime* ini merupakan *anime* serial pertama yang ditayangkan di Tv Jepang ditahun 1963 sampai 1966 sehingga menjadikannya *anime* yang terpenting pada perkembangan *anime* pada saat itu di Jepang dan juga sekitarnya. Saat ini, *Astro Boy* sering kali dikaitkan dengan memori kelam Jepang terhadap bom atom, namun jika dilihat dari sudut pandang yang lain *Astro Boy* menjadi symbol optimis akan kebangkitan sains dan teknologi di Jepang setelah perang.

#### **E. Dampak Positif dan Negatif dari pecinta anime Jepang**

Banyaknya orang-orang awam sering beranggapan bahwa pecinta *anime* Jepang sangat kekanak-kanakan, meskipun Jepang memang membuat *anime* untuk anak-anak. Akan tetapi, jika dilihat pada beberapa tahun terakhir, tidak pantas rasanya jika kita melebelkan *anime* Jepang sebagai kartun animasi anak dibawah umur secara general. Karena banyak dari *anime* terkadang selalu menambahkan cerita berat, seperti *twisted*

terkadang juga penuh dengan persoalan yang berbau *ecchi* atau unsur pornografi juga kekerasan yang seringkali tidak disensor.<sup>35</sup> Maka dari itu penulis ingin menjelaskan apa-apa saja dampak positif dan negatif terhadap pecinta *anime* Jepang.

1. Dampak Negatif pecinta *anime* Jepang.

- a. ketergantungan, seolah menjadikan *anime* sebagai satu kebutuhan yang harus terpenuhi dalam hidup.
- b. Seseorang yang fanatik dengan *anime* sering berhalusinasi seakan mempunyai anggapan bahwa tokoh yang berada pada serial *anime* tersebut hidup juga menganggap seakan-akan dirinya berada didalam cerita dan juga menjadi tokoh utama dalam *anime* yang ditonton.
- c. Untuk beberapa kasus anime dapat membuat penikmatnya menjadi lebih malas dalam melakukan aktivitasnya sehari-hari.
- d. Mudah terpengaruh dalam hal sosialisasi bagi mereka yang sama-sama penggemar *anime*, sedangkan bagi mereka yang bukan penggemar *anime* sulit untuk bersosialisasi.
- e. Orang yang menjadi *wibu* lebih sering berdiam diri dirumah, membaca *manga* menonton *anime* sehingga menolak berpergian keluar karna tidak suka keramaian dan faktor sulit bersosialisasi.
- f. Bagi penggemar *anime* mereka akan cintai budaya Jepang di bandingkan budaya mereka sendiri.

---

<sup>35</sup> <https://www.kapanlagi.com/korea/anime-dan-imej-negatif-awam-tentang-tontonan-anak-anak-3392c0.html> diakses 4 Januari 2023

- g. Biasanya budaya luar sering ada yang tidak sesuai dengan budaya negara kita sendiri, ada beberapa kebiasaan dapat bisa diterima dan juga tidak diterima oleh masyarakat kita yang dibiasakan oleh penggemar *anime* (hal ini hanya untuk orang-orang yang tidak mampu memfilter seharusnya apa yang harus di serap)
- h. Untuk masyarakat yang terjerumus menjadi *wibu*, mereka kurang minat dan peka terhadap keadaan yang ada di sekitar terlebih dengan kelangsungan masa depan nantinya. Mereka akan selalu memenuhi kebutuhan pikirannya dan kesenangannya dengan menonton *anime*.
- i. Hanya tertarik dengan hal-hal yang berkaitan dengan *anime* Jepang.

## 2. Dampak positif pecinta *anime* Jepang.

- a. Bisa mengetahui budaya dari luar khususnya budaya dari negeri matahari terbit yang telah di resapi melalui *anime*.
- b. menggunakan budaya dan adat-istiadat dari negara tersebut yang dapat dinilai secara positif dari cara disiplin hingga budaya pekerja keras ke dalam kehidupan sehari-hari salah satunya seperti mengucapkan kata maaf dan juga terima kasih.
- c. Bisa menambah imajinasi masyarakat terhadap hal-hal yang ingin mereka ciptakan.

- d. Menjadi kreatif dan bertambahnya wawasan akibat menonton *anime*.
- e. Membuat seseorang mempunyai cita-cita dan keinginan supaya dapat menjadi sukses di masa depan (seperti halnya *anime* dan budaya Jepang).
- f. Karna faktor negatife dimana terkadang membuat seseorang sangat sulit bersosialisasi di lingkungan masyarakat, dibandingkan orang yang tidak memiliki hobi yang sama maka orang tersebut dapat lebih memilih berdiam diri dirumah, oleh karna itu mereka tidak terjerumus yang namanya pergaulan bebas.
- g. Dengan mengangkat nilai-nilai positif dimana telah terkandung didalam serial *anime* seseorang bisa megubah pola pikirnya untuk bisa lebih berani dan bisa befikir dengan luas.<sup>36</sup>

## **F. Gaya Hidup Remaja**

### **1. Gaya hidup**

Secara universal gaya hidup dapat diartikan seperti cara hidup yang didefinisikan dari seseorang dimana biasanya remaja mulai menghabiskan waktu, dan apapun yang dianggap penting dari dalam lingkungan sekitar mereka, dan apa yang telah mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya.

Menurut Sustina gaya hidup merupakan persoalan yang berbeda antara satu masyarakat dengan masyarakat lainnya, baik individu, kelompok atau bahkan masyarakat

---

<sup>36</sup> <https://mahasiswa.ung.ac.id/921413038/home/2013/10/24/dampak-positif-dan-negatif-pada-animemanga.html> diakses 4 Januari 2023.



tertentu secara dinamis dari masa ke masa. Namun, perlu diketahui bahkan gaya hidup tidak mudah berubah-ubah, dikarenakan gaya hidup seseorang cenderung permanen.<sup>37</sup>

Bentuk dari gaya hidup antara lain:

- 1) Gaya hidup mandiri, yaitu gaya hidup tanpa bergantung pada suatu hal, artinya semua yang dilakukan dengan kemandirian masing-masing individu. Oleh sebab itu, gaya hidup mandiri diperlukan strategi untuk kelebihan dan kekurangan individu untuk mencapai suatu tujuan. Gaya hidup konsumerisme merupakan gaya hidup dengan perilaku yang berlebihan terhadap barang-barang yang sedang trend.<sup>38</sup> Gaya hidup dari manusia bisa dilihat dari segi perilaku yang sering ditunjukkan dan dilakukan oleh individu itu sendiri seperti kegiatan yang dilakukan sehari-hari.
- 2). Gaya hidup dapat di pengaruhi dari beberapa faktor seperti gaya hidup dari individu serta internal sendiri maupun faktor eksternal. Dapat dilihat dari bagaimana sikap pengamatan serta pengalaman kepribadian dari konsep diri dan motif seperti penjelasannya yaitu:

a. sikap

Dapat diartikan sikap merupakan sebuah keadaan di mana jiwa serta fikiran yang sudah dipersiapkan agar menyampaikan tanggapan dari suatu objek yang di

<sup>37</sup> Sutisna, "Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran", (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2008), hal.145

<sup>38</sup> Angga sandy susanto, *Membuat Segmentasi Berdasarkan Gaya Hidup*, (malang: univ ma chung malang, 2015), hal 45.

organisasi melalui sebuah pengalaman dan dapat terpengaruhi secara langsung pada dua perilaku seperti pengalaman dan pengamatan, pengalaman dapat mempengaruhi berbagai pengamatan dari social yang ada didalam tingkah laku dimana sebuah pengalaman dapat diperoleh dari berbagai hal dan beberapa tindakannya yang telah terjadi di masa lampau juga dapat menjadi sebuah pelajaran pengalaman sendiri dan pengalaman orang lain bagaimana untuk bersikap.

#### b. kepribadian

kepribadian merupakan suatu konfigurasi yang berkarakteristik secara individual dengan cara berperilaku yang menentukan suatu perbedaan perilaku dari setiap orang/ individu. Munculnya perilaku dari individu akan muncul dikarenakan adanya suatu motif kebutuhan yang besar untuk merasa aman, contohnya seperti seseorang kebutuhannya cenderung berlebihan dan besar maka akan membentuk kepribadian gaya hidup cenderung mengarah kepada gaya hidup yang mulai hedonis.

#### c. persepsi

Presepsi merupakan proses yangmana seseorang dapat memilih dan mengatur serta dapat menginterpretasikan informasi yang ada untuk membentuk sebuah gambaran tentang dunia. Factor-factor internal yang dapat diuraikan dan dapat disimpulkan adalah sikap pengalaman kepribadian, persepsi dan motif merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi juga berpengaruh atas pembentukan gaya

hidup, yangmana faktor tersebut mulai saling mempengaruhi antara satu dan lainnya.<sup>39</sup> Beberapa faktor-faktor eksternal yang telah dijelaskan oleh Nugraheni yaitu:

a). kelompok referensi

Merupakan salah satu kelompok yang mulai memberikan beberapa pengaruh secara langsung atau tidak langsung dari sikap perilaku individu tersebut.

b). Keluarga

Sebuah peranan yang besar dalam membentuk sikap hingga prilaku dari seorang individu yaitu keluarga, dimana hal tersebut dapat dilihat dan dibuktikan dari pola asuh kedua orang tua yang tanpa disadari dapat membentuk pola pikir dan kebiasaan seorang anak.

c). Kebudayaan

Kebudayaan meliputi berbagai macam unsur seperti kesenian, moral, kepercayaan, pengetahuan, hukum, kebiasaan yang dihasilkan dari individu sebagai anggota masyarakat yang menjunjung tinggi nilai kebudayaan hingga hukum adat istiadat, kebudayaan itu sendiri terdiri dari hal yang telah di pelajari seperti pola-pola prilaku yang cenderung normatif hingga meliputi dari ciri-ciri pola pikir dan tindakan dari berbagai factor eksternal yang telah

---

<sup>39</sup> Sriw ningsih. "Perbedaan kecenderungan gaya hidup hedonis pada remaja di pecan baru", jurnal psikologi, 2 tahun 2019, hal.112-116.

diuraikan dan dapat disimpulkan bahwa factor kebudayaan, keluarga, hingga kelas social tak kalah penting dalam hal mempengaruhi gaya hidup dari seseorang, oleh sebab itu faktor eksternal adalah factor yang dapat membentuk gaya hidup seseorang hingga membentuk gaya hidup seseorang melalui pembawaan pengaruh terhadap kebiasaan yang ada sehingga secara tidak langsung dapat membentuk gaya hidup seorang individu tersebut.

Berdasarkan penelitian Yusuf beliau menyampaikan bahwa fase dari remaja adalah suatu perkembangan yang sangat penting individu tersebut, yang diawali dari kematangan organ-organ fisik orang tersebut sehingga mampu untuk berkembang sedangkan menurut *hurlock* masa remaja merupakan masa dari peralihan diri dari kanak-kanak hingga menuju usia dewasa yang dapat mencakup kematang mental, emosi sosial hingga fisik.<sup>40</sup>

## **2. Remaja**

### **a. Pengertian masa remaja**

*Adolescence* yang berarti masa remaja dimana masa yang sangat penting untuk keselarasan kehidupan manusia, yang dimana masa transisi atau peralihan dari masa anak-anak menuju usia dewasa. Adapun pengertian remaja menurut beberapa para tokoh: menurut *Elizabeth B. Hurlock* remaja berasal dari kata latin yaitu (*adolescene*), yang artinya ‘remaja’ yang berarti “tumbuh” atau “tumbuh menjadi

---

<sup>40</sup>Yusuf, Syamsu. 2004. *Psikologi Anak dan Remaja*. (Bandung. PT Remaja Rosdakarya). hal, 148.

dewasa” pada zaman purbakala orang-orang biasa memandang masa puber dan masa dari remaja tidak bisa dengan priode lainnya.

Anak dapat dikatakan sudah menjadi dewasa apabila mereka telah mampu bereproduksi, istilah kata *adolescence* yang di gunakan mempunyai sebuah arti yang cukup luas saat ini dimana hal tersebut mencakup dari kematangan mental, sosial, emosional, bagaimana seseorang berpandangan, hal tersebut dikatakan oleh *Piaget* yang mengatakan, masa remaja secara psikologis merupakan usia yang mulai berintegrasi dengan masyarakat luas dan akan mencapai umur, usia dimana anak-anak tidak lagi merasa di bawah tingkat orang-orang dewasa melainkan berada dalam tingkat yang sama, setidaknya dalam masalah integrasi masyarakat dewasa mempunyai aspek yang efektif, kurang lebih berhubungan dengan masa puber, termasuk dengan perubahan intelektual yang mencolok. Transformasi intelektual yang khas dari cara berpikir remaja memungkinkan mereka untuk mencapai integrasi didalam hubungan sosial orang-orang dewasa, dimana kenyataannya merupakan ciri khas yang umum dari periode perkembangan tersebut.<sup>41</sup>

Hal tersebut juga di katakan oleh *Jhon W* dan *Santrock*, dimana masa remaja adalah masa periode perkembangan transisi antara masa kanak-kanak hingga menjadi *dewasa* yang meliputi perubahan-perubahan dari biologis, kognitif, sosial hingga emosional.<sup>42</sup> Begitupun pendapat yang di keluarkan dari (*World Health Organization*) WHO tahun 1974 remaja merupakan masa dimana individu mulai

---

<sup>41</sup>Elizabeth B. Hurlock, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: Erlangga,2003), hal.206

<sup>42</sup>Jhon W. Santrock, *Adolescence Perkembangan Remaja*, (Jakarta: Erlangga,2002), hal.23

berkembang dari saat pertama kali saat ia menunjukkan tanda-tanda seksualitas sampai saat ia mencapai kematangan seksualitasnya, individu dapat mengalami perkembangan psikologi dan pola identifikasi dari anak-anak hingga menjadi dewasa, dan terjadinya peralihan dari ketergantungan sosial yang penuh untuk keadaan yang cenderung relatif dan lebih mandiri.<sup>43</sup>

#### b. Tahun-Tahun Masa Remaja

Pada masa awal remaja berlangsung di mulai dari umur 13 sampai 17 tahun, dari akhir masa dari remaja dimulai usia 16 atau 17 tahun sampai di 18 tahun, merupakan usia matang dari remaja secara hukum. Dengan begitu akhir dari masa periode yang sangat singkat dari remaja, menurut tokoh-tokoh psikologi secara umum masa remaja di bagi menjadi 3 fase batasan umur. Fase awal dari remaja dapat dilihat dari rentang usia 12 hingga 15 tahun. Fase dari remaja madya dimulai dari usia 15 sampai 18 tahun. Akhir dari fase remaja di mulai pada usia 18 sampai 21 tahun.

### 3. Ciri-Ciri masa remaja

Masa remaja merupakan masa perubahan, saat terjadinya perubahan yang cukup besar dan pesat secara fisik maupun psikologis ada beberapa perubahan yang akan terjadi pada masa remaja. Diantaranya seperti:

- a). Peningkatan secara emosional yang sering terjadi pada awal remaja yang sering dikenal sebagai masa yang kuat dan masa yang cukup setres. Secara

<sup>43</sup> Sarwono Sarlito W, *Psikologi Remaja*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), hal .9

peningkatan yang emosional hal tersebut merupakan hasil dari perubahan fisik dan hormone yang sering terjadi pada masa remaja, secara kondisi sosial peningkatan emosi adalah tanda bahwa remaja tersebut mulai berada didalam kondisi baru yang sangat berbeda dari masa sebelumnya.

Di masa seperti saat ini banyak tuntutan hingga tekanan yang ditunjukkan dari remaja seperti mereka yang diuntut dan diharap untuk tidak lagi bertingkah seperti anak-anak, harus lebih mandiri dan punya rasa tanggung jawab. Tanggung jawab dan kemandirian akan terbentuk seiring dengan berjalannya waktu dan akan mulai terlihat jelas pada remaja akhir dimana hal tersebut biasanya remaja sedang duduk di bangku sekolah.<sup>44</sup>

b). Perubahan cepat dari fisik yang di sertai dengan kematangan seksual. Perubahan ini terkadang membuat remaja mulai merasa tidak yakin tentang diri dan kemampuan mereka sendiri, perubahan fisik sering terjadi secara cepat mulai dari perubahan internal maupun eksternal. Perubahan internal dapat dilihat seperti sistem sirkulasi pencernaan dan sistem respirasi sedangkan perubahan eksternal lebih mirip seperti tinggi badan, serta berat badan yang sangat berpengaruh terhadap konsep diri remaja.

c). Transformasi yang menarik untuk mereka serta ikatan dengan orang lain. Sepanjang masa saat menjadi remaja banyak hal- hal yang menarik untuk dirinya dari masa anak-anak digantikan dengan perihal menarik yang baru serta lebih

---

<sup>44</sup> *Ibid, hal, 11.*

menantang. Perihal ini pula disebabkan terdapatnya tanggung jawab yang lebih besar pada masa remaja, hingga remaja diharapkan dapat lebih bisa memusatkan ketertarikan mereka pada hal-hal yang lebih berarti. Pergantian pula terjalin dalam ikatan dengan orang lain, anak remaja tidak lagi berhungan dengan hanya orang-orang dari tipe gender yang sama namun juga dengan lawan jenis, serta dengan orang yang berusia.

d). Pergantian nilai, terkadang apa yang mereka anggap berarti dan penting pada masa anak-anak jadi kurang berarti sebab telah mendekati masa dewasa

#### **4. Tugas-tugas masa remaja**

a. Masa perkembangan dari remaja terfokus pada upaya sikap yang di tinggalkan dan perilaku yang cenderung seperti anak-anak agar mampu mencapai cara bersikap dan berperilaku dewasa. Menurut *Elizabeth B. Hurlock* tugas-tugas perkembangan masa remaja.<sup>45</sup> Yaitu:

- 1) Dapat terima bagaimana keadaan dari fisiknya.
- 2) Dapat memahami dan menerima Pengaruh seks diusia dewasa.
- 3) Dapat membina hubungan yang baik dengan masyarakat dan lawan jenisnya.
- 4) memenuhi kemandirian dari emosional diri dan ekonomi.
- 5) Mengembangkan keterampilan yang intelektual dan yang diperlukan sebagai pengaruh dari anggota masyarakat.

---

<sup>45</sup>Kathryn Geldarrd, *Konseling Remaja*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hal. 217



- 6) Membangun perilaku tanggung jawab sosial untuk memasuki dunia dewasa.
- 7) Mematangkan dan mempersiapkan diri memasuki masa perkawinan.
- 8) Mempersiapkan dan memahami berbagai tanggung jawab dalam kehidupan keluarga.

## B. Teori Imperialisme Budaya

Teori yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teori imperialisme budaya yang dimana korelasi teori imperialisme budaya pada penelitian ini saling berkaitan dengan yang namanya media, karna media massa saat ini adalah salah satu sarana yang berfungsi dalam pengenalan budaya- budaya dari luar khususnya budaya Jepang.

### 1. Gejala dan perkembangan Imperialisme Budaya.

Pada tahun 1960 adalah tahun munculnya teori imperialisme budaya dan sering menjadi topic yang dibahas diberbagai kalangan elit politik di era tahun 1970. Pembahasan tersebut lahirlah kata istilah dari “imperialisme” media, structural, singkromisasi budaya, ketergantungan budaya, imperialisme ideologis, kolonialisme elektronik dan imperialisme ekonomi.

Pada tahun 2003 *Rauschen berger* mengemukakan *cultural imperialism* (imperialisme budaya muncul pertama kali pada era perang dunia ke II dengan berbagai macam nama, kemudian beberapa tahun setelah itu berubah karena mendapat pembenaran dari berbagai ahli hingga berubah menjadi imperialisme

media, struktural, singkromisasi budaya, ketergantungan budaya, imperialisme ideologis kolonialisme elektronik dan imperialisme ekonomi (2003) pada awalnya menyatakan bahwa *cultural imperialism* muncul pertama kali pasca perang dunia ke II dengan berbagai macam nama pada saat itu, seperti a *neo-colonialisme, soft imperialism, dan economic imperialism*. Istilah tersebut mulai berubah setelah beberapa tahun kemudian setelah beberapa ahli melakukan pembenaran dan berubah menjadi media *imperialism, electronic colonialism, structural imperialism, and synchronization, ideological imperialism, dan communication imperialism*.

Teori imperialism budaya menurut Nuruddin pertama kali ditemukan oleh Herb Schiller pada tahun 1973. Pada saat itu, Schiller baru pertama kali mulai menulis dan dijadikannya dasar sebagai munculnya teori *Communication and Cultural domination*. Teori imperialism ini mendominasi seluruh media dari negara barat, hal tersebut menjadi alasan bahwa media massa barat memberikan efek yang kuat untuk mempengaruhi media pada masa dunia ketiga.<sup>46</sup>

Sementara itu, perspektif mengenai teori ini terjadi peniruan dari negara berkembang menjadi negara maju, sehingga menyebabkan penghancuran budaya asli di negara ketiga. Dan budaya barat hampir memproduksi media massa yang ada di dunia mulai dari film, komik, foto, berita, dan sebagainya.<sup>47</sup>

## 2. Media dan Imperialisme Budaya

---

<sup>46</sup> Dedy Djamaluddin Malik, *Globalisasi dan Imperialisme Budaya di Indonesia*, hal, 2

<sup>47</sup> Noviana Sari, *Imperialisme Budaya Dalam Media, Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat*, hal, 4

Media massa mulai sangat dikenal sebagai jalan kehidupan social yang mampu melewati batas-batasan dari negara. tidak dipungkiri bahwa media massa berperan penting untuk tercapainya sebuah arus informasi dimana salah satu kepentingan di dunia daerah barat mendominasi dunia.<sup>48</sup> *McQuail* mengatakan terdapat enam perspektif untuk melihat peran media, hal tersebut disebutkannya didalam bukunya yang berjudul *Mass Communication Theories*:

- a. Media massa dilihat sebagai metode yang sangat memungkinkan agar dapat melihat bagaimana peristiwa yang sedang terjadi di luar, serta pula sebagai objek pembelajaran agar mengerti dan mengetahui bagaimana bermacam peristiwa dapat muncul.
- b. dianggap sebagai cermin dari bermacam fenomena yang muncul, begitulah Media massa di pandang masyarakat disegala belahan dunia. disebabkan oleh para pengelola media tidak mau menjadi pihak yang sangat disalahkan dan dirugikan karena isi dari media penuh dengan kekerasan pornografi konflik, dan keburukan media lainnya, karena sudah semestinya seperti itu berdasarkan kenyataanya media sangat berperan sebagai refleksi fakta.
- c. dilihat sebagai filter ataupun *gate keeper* dari media massa yang bertugas bagaimana menyeleksi dan menentukan hal-hal yang hendak diberi atensi ataupun tidak sama sekali. Media sering berupaya menuangkan sekian banyak

---

<sup>48</sup>Heldi Yunan Ardian, *Komunikasi Dalam Perspektif ImperialismeKebudayaan, Jurnal perspektif Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi dan Magister (Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jakarta)*, Vol. 1 No. 1 Januari - Juni 2011, hal 1-14

issu hangat mengandung informasi, seperti subjek yang didasari standar dari pengelola media tersebut.

- d. dipandang sebagai (*guide*)/ *interpreter* atau penunjuk jalan, yang bertugas memberi terjemahan hingga arahan dari berbagai ketidak pastian ataupun alternatif yang beragam
- e. Dilihat sebagai forum agar mempresentasikan berbagai hal tentang informasi dan ide-ide seharusnya yang memunculkan tanggapan dan umpan balik.
- f. Disebut sebagai *interlocutor* Media massa sebagai jalan dan tempat dari berjalannya informasi, dan sebagai partner komunikasi yang memungkinkan munculnya komunikasi yang interaktif.

### 3. Perkembangan Imperialisme Budaya di Indonesia

Dikarenakan munculnya globalisasi, imperilisme budaya menciptakan hegemoni budaya melalui proses imperialisme budaya. Oleh sebab itu, terjadinya penjajahan dari berbagai aspek kehidupan. Sehingga manusia dapat merasakan diminasi budaya dalam mempresentasikan kekuatan yang mana budaya mereka merupakan adiluhur dunia. Kemudian, juga dapat dilihat dari negara yang berkembang dipaksa untuk menjadi bagian dari budaya tersebut, seperti pendekatan yang dilakukan oleh stasiun televisi Indonesia yang menaynagkan budaya asing dan masyarakat tidak menyadari bahwa hal tersebut merupakan proses dari imperialisme.<sup>49</sup>

---

<sup>49</sup> Widodo Muktiyo, *Globalisasi Media: Pusaran Imperialisme Budaya di Indonesia*, hal, 8.

Fenomena budaya *anime lovers*, mulai dari *anime*, drama, dan *manga* mulai tersusun rapi secara sosial dan juga budaya. Sebagaimana contoh dari susunan sosial yaitu dibesar-besarkan, dan untuk membentuk identitas dari suatu bangsa atau negara maka film sering dimainkan berdasarkan fakta yang dikonstruksikan.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan penelitian

##### 1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menciptakan data berupa tulisan, tingkah laku yang dapat diamati dan dianalisis. Menurut Taylor serta Bogdan dalam buku “metodologi penelitian kualitatif”, penelitian kualitatif itu sendiri yaitu penelitian yang bertujuan untuk memahami tentang suatu fenomena yang terjadi kemudian memahami subjek dari penelitian yang diteliti, seperti persepsi, motivasi, tindakan, perilaku, sehingga di deskripsikan dalam bentuk kalimat, maupun bahasa.<sup>50</sup>

Adapun alasan peneliti memilih prosedur metode ini karena dari pengamatan dan observasi yang dilakukan sebagian besar laporan riset dicoba melalui tahapan deskriptif, dan tata cara riset kualitatif deskriptif sangat bermanfaat untuk memperoleh alterasi kasus yang berkaitan dengan bidang pembelajaran ataupun tingkah laku manusia. Fenomena pecinta *anime* Jepang sangat berkaitan dengan perubahan sikap, pola pikir, dan perubahan gaya hidup, maka dari itu peneliti menggunakan metode ini agar bisa menjelaskan kepada pembaca bahwasanya pecinta *anime* Jepang mempunyai kepekaan serta energi penyesuaian diri dengan banyak pengaruh yang mencuat dari pola-pola yang dialami.

---

<sup>50</sup> Lexy J. Moeloeng, “*Metodologi Penelitian Kualitatif*”, (Bandung Remaja Roskaday:2009). hal.6

## B. Lokasi Penelitian

Riset penelitian dilakukan pada remaja baik perempuan maupun lelaki maka lokasi dalam penelitian ini terdapat pada Gampong Hagu Teungoh yang terletak di kecamatan Banda Sakti Kota Lhokseumawe, lokasi dipilih sebagai objek penelitian yang cocok bagi penulis dan juga beberapa teman penulis yang tinggal di Gampong Hagu Teungoh memiliki beberapa informasi tentang adanya remaja ataupun masyarakat yang mengikuti tren pecinta *anime* Jepang serta ketertarikan pada fenomena budaya *Jepang* sehingga penulis memutuskan mengambil penelitian yang cocok ini untuk diteliti masyarakatnya.

## C. Sumber dan Penelitian

*Moleong, Lofland, lexy J* mereka mengemukakan, data utama dari sumber penelitian kualitatif merupakan data yang telah diolah dari kata-kata, serta tindakan dari narasumber selain itu data tambahan berupa dokumen. Hasil dari data dibagi menjadi dua, yakni primer dan sekunder

### 1. Data primer

Merupakan keterangan yang telah diperoleh dari peneliti secara langsung dari informan dan sumber yang hasilnya dijadikan data yang abasah, dimana data primer berkaitan langsung dengan permasalahan yang sedang dibahas kedalam skripsi tersebut. Hasil yang diperoleh dari wawancara secara langsung dengan informan yang dianggap bersangkutan-paut. Informan yang dimaksud disini adalah bahwa peneliti telah melakukan

wawancara secara langsung dari beberapa remaja Hagu Teungoh Lhokseumawe, terdiri dari 4 remaja dan 5 dewasa, 3 remaja berjenis kelamin laki-laki dan 5 dewasa berjenis kelamin perempuan, dan laki-laki yang tinggal di gampong Hagu Teungoh.

## 2. Data sekunder

Merupakan keterangan yang bersumber data sekunder yang telah diperoleh dari pihak kedua, seperti buku, catatan, laporan, koleksi album, foto *card* dan majalah yang bersifat dokumentasi, dalam penelitian tersebut diantaranya merupakan berbagai jenis tulisan yang sudah relevan dengan tema penelitian artikel, buku-buku dan berupa jurnal.<sup>51</sup>

### **D. Informan Penelitian**

Informan adalah orang yang memberikan pernyataan langsung tentang sesuatu yang berkenaan dirinya sendiri, responden yang peneliti maksud disini adalah anak remaja Gampong Hagu Teungoh Kota Lhokseumawe dari kemukiman Kecamatan Banda Sakti. Informan adalah orang-orang yang memberikan keterangan sesuatu yang berkenaan dengan pihak lain, informan yang dimaksud disini adalah masyarakat gampong Hagu Teungoh di kota Lhokseumawe. Antara lain:

1. Berjenis kelamin laki-laki dan perempuan.
2. Mayoritas usia yakni 18-30 tahun.
3. Tingkat Pendidikan mayoritas pelajar dan Mahasiswa.

---

<sup>51</sup>Lofland, lexy. Moleong, *Metodelogi penelitian kualitatjif*, (Bandung, 2009) hal,157.



Menggunakan teknik *judgmental sampling* atau *Purposive Sampling*, dari penelitian ini peneliti mengambil sampel dengan cara *purposive* dimana cara penarikan sampel yang telah dilakukan menggunakan dan memilih subjek berdasarkan kriteria spesifik yang telah peneliti tetapkan.<sup>52</sup>

### E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik dari metode pengumpulan data merupakan cara yang bisa digunakan oleh penulis agar menyatukan sebuah data serta instrumen pengumpulan data yang merupakan alat bantu yang telah dipilih dan digunakan oleh para peneliti dalam kegiatan mengumpulkan data yang valid supaya kegiatan tersebut menjadi sistematis dan lebih mudah.<sup>53</sup> Di dalam Penelitian ini peneliti akan bertindak sebagai instrumen yang sekaligus menjadi pengumpul data dari prosedur yang dipakai didalam pengumpulan data yakni:

#### 1. Observasi

Observasi yaitu cara pengumpulan data yang bisa dilakukan dengan cara pengamatan dengan disertai dengan pendataan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran.<sup>54</sup> Dalam hal ini peneliti akan melakukan pengamatan langsung berkaitan dengan fenomena Pecinta *anime* Jepang, dari hal tersebut peneliti mengkaji tentang

<sup>52</sup> Tabel Data Informan dapat dilihat pada halaman lampiran

<sup>53</sup> Ridwan, *Statiska Untuk Lembaga dan Instansi Pemerintah/swasta*, (Bandung: Alfabeta,2004). hal. 137.

<sup>54</sup> Fatoni Abdurrahman, *Metodologi penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT. Rinekha cipta, 2006), hal.104-105

fenomena pecinta *anime* Jepang serta perubahan gaya hidup masyarakat dalam keadaan sehari-hari.

a. Observasi Partisipatif

Observasi Partisipatif atau bisa juga disebut dengan observasi partisipan adalah observasi yang dilakukan untuk penelitian yang bersifat eksploratif. Menyelidiki tingkah laku suatu individu dalam kondisi sosial seperti gaya hidup, hubungan sosial kepada masyarakat, dan lain-lain.

2. Wawancara

Wawancara ialah tata cara informasi yang di kumpulkan dengan metode interaksi tanya jawab secara langsung kepada responden. Didalam wawancara ada proses berupa interaksi antara pewawancara dengan responden.<sup>55</sup> Wawancara di bagi menjadi dua yaitu wawancara tidak terstruktur dan wawancara yang terstruktur, wawancara tidak terstruktur kerap disebut sebagai wawancara yang mendalam, wawancara kualitatif, wawancara intensif, serta wawancara terbuka (*open ended interview*) wawancara *etnografis*.

Sebaliknya wawancara terstruktur kerap disebut sebagai wawancara yang baku (*Standardized interview*) yang pertanyaannya sudah ditetapkan biasanya sebagai tertulis dengan opsi-opsi jawaban yang telah disediakan.<sup>56</sup> Wawancara tersebut ditunjukkan guna

---

<sup>55</sup> *Ibid*, hal,92.

<sup>56</sup> Dedi Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Rosda), hal. 120.

menggali fenomena budaya pecinta *anime* Jepang terhadap masyarakat yang tinggal di Gampong Hagu Teungoh.

### 3. Dokumentasi

Metode dokumentasi dipergunakan guna memenuhi sekaligus menaikkan keakuratan dan kebenaran dari informasi maupun data yang dikumpulkan dari bahan dokumentasi yang terdapat di lapangan dan bisa dijadikan sebagai bahan dalam pengecekan keabsahan informasi data, dilakukannya analisis dokumentasi agar mengumpulkan berbagai informasi yang bersumber dari dokumen serta arsip yang terletak di tempat riset penelitian maupun yang terletak diluar tempat penelitian yang ada kaitannya dengan riset penelitian tersebut.<sup>57</sup>

### F. Teknik Analisa Data

Analisis informasi dari data merupakan upaya mencari ataupun menata secara sistematis dengan catatan untuk menambah pemahaman dari peneliti tentang permasalahan yang sedang diteliti serta menyajikannya sebagai temuan untuk orang lain.<sup>58</sup> Dilakukannya analisis kualitatif terhadap informasi data yang berbentuk data, pemahaman wujud bahasa prosa setelah itu dikaitkan dengan informasi yang lain untuk memperoleh kejelasan terhadap suatu kebenaran ataupun sebaliknya, sehingga mendapatkan gambaran ataupun menggunakan hal yang sudah ada dan sebaliknya.

---

<sup>57</sup>*Ibid.*, hal,134.

<sup>58</sup>Neong Muhajir, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Bayu Indra Grafika, 1996), hal. 104

Analisis data yang digunakan merupakan analisis kualitatif-interaktif, yang terdiri dari 3 alur aktivitas yang berjalan secara simultan, yakni pengambilan data reduksi informasi data, analisis data, atau penyajian data.

### 1. Reduksi data

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok yang memfokuskan pada hal-hal yang penting seperti pengumpulan data dari beberapa sumber baik dari pada seseorang maupun dalam lingkup seseorang, dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas serta akan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Setelah data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya sudah mencukupi, maka langkah selanjutnya yang dilakukan peneliti adalah mengelompokkan data-data tersebut berdasarkan kategorisasi, wawancara, kalimat, dan dokumentasi.

### 2. Penyajian data

Penyajian data, yaitu membuat data dalam bentuk pengumpulan informasi yang berbentuk teks naratif, grafik, matriks, bagan, dan jaringan. Dengan cara penyajian data akan mempermudah untuk memahami apa yang terjadi di dalam penelitian tersebut.

### 3. Penarikan kesimpulan atau verifikasi

Kesimpulan yang diambil dari informasi data yang terkumpul butuh untuk divertifikasi nonstop selama masa penelitian berlangsung supaya informasi data yang mampu terjamin keobjektivasnya dan keabsahan sehingga kesimpulan akhir bisa

dipertanggung jawabkan. Analisis informasi dari data kualitatif menggambarkan upaya yang berlanjut, dan berulang terus-menerus, serta terjalinnya sebuah hubungan saling terkait antara kegiatan dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai hasil penelitian tentang fenomena pecinta *anime* Jepang terhadap perubahan pola komunikasi masyarakat Gampong Hagu Teungoh kota Lhokseumawe, hasil penelitian akan dijabarkan berdasarkan hasil wawancara, dokumentasi, dan observasi. Dan didalam hasil penelitian dan pembahasan pada bab ini akan menjawab rumusan masalah yang ada pada bab satu.

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

##### 1. Sejarah Gampong Hagu Teungoh

Desa Hagu Teungoh berdiri pada tahun 1959 yang dipimpin oleh bapak Ramli selaku kepala desa Hagu Teungoh yang pertama, lokasi desa Hagu Teungoh terletak diketinggian 0 meter di atas permukaan laut dengan luas wilayah adalah 80 hektar serta berada pada koordinat 96.184928 bujur timur, dan koordinat 2.536828 bintang selatan. Batas wilayah dari desa Hagu Teungoh, di sebelah utara berbatasan dengan desa Hagu Barat laut, dari sebelah selatan berbatasan dengan desa Hagu Selatan, sebelah timur dari laut selat malaka, dan sebelah barat dari desa Tumpok Teungoh.

Mengingat keadaan geografis desa yang berada di daerah pesisir maka sebagian besar penduduknya berprofesi sebagai nelayan dengan menggunakan alat tangkap ikan tradisional yang di kenal dengan nama *pukat lham*. berlokasi di jalan pramukan no 35 Hagu Tengoh kecamatan Banda Sakti kota Lhokseumawe. Kode pos 24351 dengan email [haguteungoh@gmail.com](mailto:haguteungoh@gmail.com).

## **2. Visi dan Misi Gampong Hagu Teungoh**

Adapun visi dan misi Gampong hagu Teungoh kota Lhokseumawe sebagai berikut:

### **a. Visi Gampong Hagu Teungoh**

Visi Gampong adalah gambaran dan kondisi yang ingin dicapai pada masa yang akan datang, baik jangka panjang maupun jangka pendek. Visi tersebut dapat di artikan pula sebagai sebuah harapan gemilang yang ingin diraih di masa depan yang akan datang, maka ditetapkan visi Gampong Hagu Teungoh 2015 - 2021 adalah membangun persatuan dan kesatuan yang bernuansa Islami di Gampong Hagu Teungoh. Visi ini selanjutnya diharapkan menjadi pedoman pemerintahan Gampong Hagu Teungoh dalam melaksanakan pembangunan yang lebih terarah.

### **b. Misi Gampong Hagu Teungoh**

Untuk mewujudkan visi pembangunan Gampong Hagu Teungoh Tahun 2015-2021 diperlukan adanya kerjasama antar aparatur gampong, *Tuha Peut* dan tokoh

masyarakat. Landasan dalam mewujudkan visi tersebut tertuang dalam 4 (empat) misi Gampong Hagu Teungoh yang akan dicapai tahun 2015-2021 sebagai berikut:

1) Pelayanan umum

Mewujudkan penyelenggaraan pemerintahan Gampong yang bersih dan amanah, dengan meningkatkan aparatur Gampong yang profesional, berdedikasi tinggi serta peduli kepada tugas dan kewajibannya.

2) Pembangunan dan pemeliharaan infrastruktur

Menciptakan lingkungan dan pemukiman yang bersih dan teratur melalui pembangunan dan pemeliharaan infrastruktur yang berbasis daerah, revisi sistem serta jaringan fasilitas dan prasarana umum.

3) Peningkatan ekonomi Gampong

Meningkatkan kerangka ekonomi lewat kenaikan kemampuan gampong dalam upaya membangun mutu hidup masyarakat, meningkatnya kesejahteraan sosial dari masyarakat dengan menggunakan potensi sumber energi alam.

4) Sosial dan Budaya

Peningkatan kualitas pendidikan serta penerapan Syariat Islam dengan digalakkan kepada masyarakat diawali dari kanak-kanak, anak muda, serta yang dewasa berusia rangka mengarahkan hidup sejahtera dunia dan juga akhirat.

### 3. Struktur Organisasi Gampong

Dapat digambarkan dengan jelas bagai mana struktur organisasi melakukan pembelahan aktivitas pekerjaan antara yang satu dengan yang lain serta bagai mana jalinan wewenang yang menerima laporan serta memberi laporan. Struktur organisasi juga merupakan suatu kerangka dalam menjalankan suatu wewenang dan tanggung jawab terhadap tiap anggota organisasi pada sebuah lembaga, sehingga fungsi dan tugas menjadi tanggung jawab dari masing-masing pegawai dan dapat dilihat dengan jelas dalam rangka menggapai hasil kerja yang maksimal.

Tujuan yang hendak dicapai dalam pembentukan struktur organisasi adalah untuk menciptakan efisien kerja, mengurangi pemborosan dan sebagai pengontrol setiap kegiatan unit kerja masing-masing. Struktur organisasi yang lain yang mempunyai sebuah struktur yang mengaitkan segala sumber energi yang terdapat serta bertanggung jawab terhadap maju dan mundurnya organisasi yang mampu tercapai sebagaimana yang telah diharapkan, organisasi menggambarkan kumpulan dari bermacam-macam



pekerjaan yang sudah terbagi serta terpesialisasi yang dicoba dan dilakukan oleh berbagai orang yang berbeda-beda menurut kapasitas yang telah dimiliki oleh masing-masing orang.

Adapun sturuktur organisasi yang ada pada Gampong Hagu Teungoh yaitu sebagai berikut:

a. Keuchik

Keuchik yang bertanggung jawab dalam hal pemerintahan desa dan mengelola penyelenggaraan pemerintahan desa, serta melaksanakan pembinaan kemasyarakatan, pembangunan, dan pemberdayaan penduduk.

b. Sekretaris Gampong

Sekretaris Gampong bertanggung jawab sebagai unsur pimpinan sekretariat di desa, yang mempunyai tugas dalam bidang administrasi di pemerintahan juga membantu kepala desa untuk melaksanakan dan mempersiapkan bahan penyusun laporan penyelenggaraan pemerintah yang ada di desa.

c. Kaur Keuangan

Menatausahakan Keuangan Desa yang meliputi menerima, menyimpan, menyetorkan, melakukan penatausahaan, serta mempertanggung jawabkan pemasukan dan pengeluaran desa.

d. Kaur umum dan Tata usaha

Bagian dari perangkat desa yang menduduki sebagai unsur staf di sekretariat gampong yang membidangi segala hal yang berkaitan dengan ketatausahaan.

e. Kaur Perencanaan

Menjadi fungsi dalam mengkoordinasikan urusan perencanaan berupa menginventarisir data yang ada dalam rangka pembangunan juga menyusun rencana anggaran dan pendapatan belanja desa.

f. Kasi Pemerintahan

Berkedudukan sebagai unsur pelaksanaan tugas operasional, dan tugas lain yang diberikan oleh perbekel.

g. Kasi Kesejahteraan

Merupakan perangkat desa yang bekerja sebagai pelaksanaan teknis yang menjalani tugas PPKD.

h. Kasi Pelayanan

Mempunyai tugas yang membantu keuchik dan berkedudukan sebagai pelaksana dari tugas operasional juga bertugas menyusun DPA, DPPA dan DPAL serta menyusun anggaran kegiatan sesuai dengan bidangnya.

i. Kadus Pln

Kadus bertugas membantu keuchik dalam melaksanakan tugasnya. Memiliki fungsi sebagai pembina, ketertiban, dan ketentraman dalam pelaksanaan upaya perlindungan kepada masyarakat yang ada di Dusun Pln.

j. Kadus Masjid

Kadus bertugas membantu keuchik dalam melaksanakan tugasnya, memiliki fungsi sebagai pembina, ketertiban, dan ketentraman dalam pelaksanaan upaya perlindungan kepada masyarakat yang ada di Dusun Masjid.

k. Kadus Pemda

Kadus bertugas membantu keuchik dalam melaksanakan tugasnya, memiliki fungsi sebagai pembina, ketertiban, dan ketentraman dalam pelaksanaan upaya perlindungan kepada masyarakat yang ada di Dusun Pemda.

### 1. Kadis Pertamina

Kadus bertugas membantu Keuchik dalam melaksanakan tugasnya, memiliki fungsi sebagai pembina, ketertiban, dan ketentraman dalam pelaksanaan upaya perlindungan kepada masyarakat yang ada di Dusun pertama.

## B. Hasil Penelitian

### 1. Pola komunikasi Pecinta *Anime* Jepang Terhadap Masyarakat Gampong Hagu Teungoh Kota Lhokseumawe

Munculnya *anime lovers* atau biasa di sebut dengan pecinta *anime* memiliki tiga macam hal yakni visual, konsep, dan pengemasan. Pecinta *anime* Jepang merupakan sebutan yang di telah diberikan dari tersebarnya budaya Jepang secara global diseluruh dunia, seperti hal nya masyarakat Gampong Hagu Teungoh adanya ketertarikan dari budaya Jepang ini khususnya *anime lovers* dimata masyarakat, yaitu visual, konsep, dan nilai cara pengemasan sehingga terbentuklah pola komunikasi yang menimbulkan hubungan yang terjalin dekat dengan sesama pecinta *anime*.

Pola komunikasi yang paling dominan yang digunakan oleh pecinta *anime* Jepang adalah:

a. Pola komunikasi sekunder

Para pecinta *anime* menggunakan pola komunikasi sekunder ini dikarenakan adanya keterbatasan waktu dan tempat untuk saling bertatap muka secara langsung.

Muhammad Furqan atau bisa di panggil Furqan salah satu masyarakat Gampong Hagu Teungoh yang berusia 18 tahun, Furqan memiliki banyak teman online itu semua berawal dari ketertarikannya pada *anime* Jepang sehingga tidak disengaja Furqan menemukan komunitas yang di lampirkan oleh orang-orang di media sosial dan dari situ mereka sering menyampaikan informasi terbaru seputar *anime* Jepang.

Menggunakan media *hendphone* sebagai sarana dalam berkomunikasi mereka menggunakan media sosial seperti *Instagram*, *whatsap*, *twitter*, maupun *tiktok* menjadi pilihan dalam penyampaian informasi mereka yang tentunya akan membuat hubungan antar pecinta *anime* menjadi erat dan solid.

b. Pola komunikasi sirkuler

Menggunakan pola komunikasi sirkuler ini dikarenakan adanya *feedback* atau umpan balik antara pengirim dan penerima pesan sehingga pesan yang dikirim tidak hanya diterima dan didengarkan saja akan tetapi pesan yang dikirim akan ditanggapi sesuai dengan apa yang telah diterima. Adanya umpan balik ketika para sesama pecinta *anime* menyampaikan pendapat mereka terhadap *anime* yang mereka tonton.

Hairil Muria panggilan nama Iril, salah satu masyarakat yang tinggal di Gampong Hagu Teungoh kompleks Pinus, Iril mulai mengenali *anime* dari sebuah *website* pada tahun 2019 yaitu pada masa pandemi *Covid-19*. Ketertarikan Iril menonton *anime* dikarenakan adanya sebuah *scene* yang menampilkan sebuah pertarungan antar karakter, sehingga sampai saat ini ketertarikan dia terhadap *anime* sangatlah besar. Bahkan dia sering juga membeli atribut-atribut yang bergambar *anime* seperti, baju, *casing*, dan juga *action figure*.<sup>59</sup>

Mubaraq seorang remaja laki-laki yang mengikuti budaya *anime Lovers* menurutnya saat ini *anime* serta produk Jepang bisa menambah wawasan tentang bagaimana cara dari negara lain berkembang dan maju, dan bagaimana budaya luar selain Indonesia tercipta. Mubaraq mengatakan selama dia mengikuti trend *anime* ini dia lebih mengetahui bagaimana budaya negara Jepang dan mulai mendapatkan banyak teman dari dunia maya yang sama-sama menyukai *anime* ini.<sup>60</sup>

Pengemasan Jepang mempunyai trik yang sangat baik dalam mengemas produk budayanya supaya lebih komersil, konten yang disajikan membuat identitas dari *anime lovers* tidak cukup berbeda dengan produk budaya hiburan dari negara lain. budaya Jepang dikemas sedemikian rupa dengan memusatkan perhatian kepada para penggemar seperti *anime*, drama, musik, komik dan lain-lain.

Adanya budaya *anime* Jepang ini membuat para pecinta *anime* mengetahui kultur budaya yang sebelumnya mereka tidak ketahui, penambahan wawasan yang ditampilkan

---

<sup>59</sup> Hasil wawancara bersama Hairil Muria, masyarakat Gampong Hagu Teungoh, Kota Lhokseumawe, tanggal 18 Juli 2023

<sup>60</sup> Mubaraq, Remaja Gampong Hagu Teungoh, wawancara, kota Lhokseumawe, tanggal 23 Juli 2023

melalui *anime* membuat komunikasi para penggemarnya berubah. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pemuda Gampong Hagu Teungoh yang bernama Azan Anshari berusia 21 tahun awalnya ia menggemari *anime* hanya sebatas mengisi kekosongan dikarnakan pandemi, namun lama-kelamaan muncul lah ketertarikan nya terhadap Bahasa Jepang yang ada didalam *anime* tersebut, sehingga terkadang ketika dia berbicara dengan orang lain dia melontarkan beberapa kosa kata Bahasa Jepang.<sup>61</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut peneliti menyimpulkan bahwa hal yang paling melekat pada para pecinta *anime* Jepang salah satunya adalah adanya penambahan kosa kata baru didalam kehidupan mereka. Sehingga adanya penambahan wawasan terhadap budaya luar untuk di aplikasikan ke dalam kehidupan sehari-hari.<sup>62</sup>

## **2. Pola komunikasi yang berubah bagi para pecinta anime Jepang oleh masyarakat Gampong Hagu Teungoh**

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu masyarakat Gampong Hagu Teungoh yang bernama Ahmad Fuad panggilan Fuad berusia 20 tahun. biasanya dia menonton *anime* tidak terlalu lama, karna episode *anime* yang di tonton itu hanya masuk satu minggu sekali. Fuad hanya menonton dua atau tiga *anime* saja.<sup>63</sup>

---

<sup>61</sup> Hasil wawancara bersama Azan Anshari, masyarakat Gampong Hagu Teungoh, Kota Lhokseumawe. tanggal 18 Juli 2023

<sup>62</sup> Tabel Grafik bisa dilihat pada halama lampiran

<sup>63</sup> Hasil wawancara bersama Ahmad Fuad, masyarakat Gampong Hagu Teungoh, Kota Lhokseumawe. Tanggal 18 Juli 2023

Taufiq Hidayat panggilan Topik berusia 19 tahun. Biasanya topik menonton *anime* bisa 2 sampai 3 jam karna dia menonton *anime* dari episode satu sampai dengan habis kemudian dia mencari *anime* lain yang mau dia tonton.<sup>64</sup>

Bedasarkan penelitian yang telah peneliti teliti para pecinta *anime* Jepang biasanya menghabiskan waktu untuk menonton *anime* antara 20 sampai 40 menit jika hanya satu episode saja, biasanya mereka mencari *anime* lain yang belum mereka tonton sehingga waktu yang mereka habiskan bisa 2 sampai 3 jam lamanya. Banyak yang tidak menyadari bahwa secara tidak langsung, sebenarnya budaya Jepang menjadi salah satu arena bagaimana membentuk gaya hidup maupun pola komunikasi mereka karna seringnya berkomunikasi menggunakan media online dengan sesama pecinta *anime* sehingga ketertarikan dari budaya Jepang di mata mereka menjadi lebih bagus yaitu dari segi visual, konsep serta pengemasannya.

Fanatis merupakan landasan yang menjadikan *anime* Jepang sebagai arena untuk membentuk gaya hidup dan pola komunikasi penggemarnya. Tergambar dengan bagaimana perspektif masyarakat dalam melihat serta menilai budaya Jepang, bagaimana ekspresi serta antusiasme mereka dalam menanggapi hal hal yang berkaitan dengan *anime* Jepang maupun Budaya Jepang, dan bagaimana mereka menceritakan kisah mereka menjadi seorang *anime Lovers* seperti hasil wawancara oleh beberapa masyarakat Gampong Hagu Teungoh Kota Lhokseumawe sebagai berikut:

Abdul Fatta Isra biasa di panggil alfat berusia 21 tahun adalah remaja Gampong Hagu Teungoh yang menyukai budaya Jepang, dia salah satu penikmat *anime* Jepang dan

---

<sup>64</sup> Hasil wawancara bersama Taufiq Hidayat, masyarakat Gampong Hagu Teungoh, Kota Lhokseumawe. Tanggal 20 Juli 2023



serial drama Jepang.<sup>65</sup> bahkan bukan itu saja dia juga membuat sebuah grup di media sosial, menurutnya media online sangat membantunya untuk berkomunikasi dengan teman-temannya yang berada di berbagai kota, bahkan Negara. Bahkan sering sekali ketika berkomunikasi ia dan teman-temannya akan menambah beberapa kalimat Bahasa Jepang dalam percakapan. alfat juga mulai terobsesi bagaimana caranya mempelajari bahasa Jepang yang dimana baginya efek ini sangat baik untuk kedepannya, dengan mempelajari bahasa Jepang ia menganggap dapat menambah pertemanan yang baik karena satu frekuensi.

Mujiburrizal nama panggilan Muji tertarik dengan budaya Jepang karna menonton *anime* Jepang, setelah menonton *anime* Jepang dia menjadi tertarik dan mulai mencari tahu lebih banyak tentang budaya Jepang, dia mulai menyukai drama dan musik Jepang yang muncul di media sosial.<sup>66</sup>

Muksalmina biasa di panggil Balver 18 tahun ia adalah salah satu penikmat *anime*, drama, *manga*. Dia juga fanatik ketika menonton *anime* dan drama Jepang dia menyaksikan keseruannya di depan laptop 3-4 jam perhari dan biasanya semua kegiatannya itu selalu di kontenin, ketika menonton *anime* Jepang di kontenin, mendengarkan musik di kontenin.<sup>67</sup>

Bintang Rafli berpendapat bahwa, *anime* membawa dampak positif, yang mana media hiburan menjadi tujuan akhir untuk melepaskan rasa lelahnya setelah bersekolah

---

<sup>65</sup> Hasil wawancara bersama Abdul Fatta Isra, masyarakat Gampong Hagu Teungoh, Kota Lhokseumawe. Tanggal 20 Juli 2023

<sup>66</sup> Hasil wawancara bersama Mujiburrizal, masyarakat Gampong Hagu Teungoh, Kota Lhokseumawe. Tanggal 21 Juli 2023

<sup>67</sup> Hasil Wawancara bersama Muksalmina, masyarakat Gampong Hagu Teungoh, Kota Lhokseumawe. Tanggal 23 Juli 2023

seharian. Dimana refreshing otak sangat di perlukan baginya karna ia terus di paksa untuk belajar hal tersebut membuatnya stres, letih. Menurut Bintang dengan dia menonton *anime*, atau mendengarkan musik Jepang yang disukainya maka hal tersebut dapat meningkatkan semangatnya dalam belajar dan dia mendapatkan energinya kembali lagi setelah pulang sekolah. Seperti yang dikatakan Bintang “setiap hari saya selalu *streaming* menonton *anime* Jepang, selain daripada itu saya juga suka dengan musik dan *manga* dari Jepang. Saya juga mengikuti akun-akun yang berbau Jepang di sosial media jadi saya bisa tau dan bisa melihat perkembangan apa saja yang sudah di *publish*”.<sup>68</sup>

Hasil wawancara dengan salah satu masyarakat Gampong Hagu Teungoh, Rahmat mengatakan, mengenal *anime* Jepang dapat menambah wawasan baru dari budaya Jepang, diikuti dengan informasi yang berkaitan langsung dengan *anime* itu sendiri ia menjadi mengerti dan lebih mengenal bagaimana kebudayaan Jepang itu sendiri dan bisa belajar bahasa baru, ia juga menonton *anime* versi *live action* yang menampilkan idolanya, adegan-adegan dan visualisasi yang ditampilkan hampir sama persis dengan versi *anime* nya sehingga minatnya terhadap budaya Jepang semakin besar.<sup>69</sup>

Disini, peneliti dapat mengaitkan hal tersebut dikarenakan apa yang sudah peneliti temukan itu sama dengan yang dikemukakan oleh *Mike Featherstone* (2011), bahwa gaya hidup dari seseorang merupakan hal yang meliputi tubuh, busana, cara bicara,

---

<sup>68</sup> Hasil Wawancara Bersama Bintang Rafli, masyarakat Gampong Hagu Teungoh, Kota Lhokseumawe. Tanggal 23 Juli 2023

<sup>69</sup> Hasil wawancara bersama Rahmat Mubaraq, masyarakat Gampong Hagu Teungoh, Kota Lhokseumawe. Tanggal 23 Juli 2023

hiburan, dan lain-lain yang mana dapat dipandang sebagai indikator dari individualitas selera dan rasa gaya dari konsumen tersebut.

Berdasarkan dengan hasil paparan dari seluruh informan, peneliti menyimpulkan bahwa pola komunikasi adalah hal yang sangat mudah untuk dirubah bahkan bisa berubah dalam hitungan detik adapun gaya hidup itu adalah selera, selera disini adalah suatu fenomena sosial yang ada akibat pergaulan antar kelompok. Sekian banyak pilihan dari hiburan yang telah ditawarkan, mereka cenderung memilih *anime* dan budaya dari Jepang. Memilih Jepang sebagai hiburan pembelajaran tentu menggambarkan bagaimana selera dan gaya hidup dari informan dapat dilihat melalui selera dan gaya hidup mereka masing-masing terutama para masyarakat Gampong Hagu Teungoh Lhokseumawe.<sup>70</sup>

### C. Analisis dan Pembahasan

Setelah peneliti melakukan penyajian data pada bab sebelumnya, peneliti menemukan beberapa temuan terkait adanya perubahan gaya hidup dan pola komunikasi pecinta *anime* Jepang terhadap masyarakat Gampong Hagu Teungoh kota Lhokseumawe.

Budaya Jepang bisa memberikan perubahan yang signifikan dalam kehidupan sehari-hari bagi pecinta *anime* Jepang di Gampong Hagu Teungoh Kota Lhokseumawe, salah satu produk budaya dari Jepang yang sudah melekat di hati masyarakat adalah *anime*. Bukan hanya sekedar menonton, beberapa orang banyak belajar dan menambahkan beberapa kosa kata baru dalam menonton *anime* itu sendiri, dan bukan

---

<sup>70</sup> Tabel Grafik bisa dilihat pada halama lampiran

hanya itu saja adanya pengenalan budaya Jepang dalam menonton *anime* memberikan perubahan gaya hidup bagi masyarakat Gampong Hagu Teungoh.

Adanya perilaku nonverbal bagi pecinta *anime* Jepang menimbulkan hubungan yang terjalin dekat antara *anime lovers*, mereka lebih interaktif ketika berkomunikasi satu sama lain dengan saling berbagi pendapat ataupun ide masing-masing, adanya kedekatan seperti seorang teman dengan saling membagikan informasi, menghibur, dan mempengaruhi satu sama lain ketika berinteraksi.<sup>71</sup>

Wawasan remaja saat ini sangatlah luas dengan didorongnya keinginan mereka untuk mempelajari hal-hal baru dan mengaplikasikannya ke dalam hidup mereka. Seperti yang ada pada rumusan masalah pertama adanya keterbatasan tempat dan waktu dengan hanya bermodalkan sebuah *smartphone*, *anime lovers* saling bertukar informasi membuat hubungan pertemanan mereka menjadi lebih solid mereka juga membuat komunitas mereka sendiri di sosial media. Hal ini bisa membawa dampak positif bagi kehidupan mereka,

Hasil penelitian yang sudah penulis temukan adanya pemicu dengan menonton *anime* membuat pola komunikasi bagi beberapa masyarakat berubah, salah satunya adalah jaranganya berinteraksi sosial, pada dasarnya beberapa orang yang menggemari *anime* Jepang sering menghabiskan waktu mereka untuk menonton *anime* dan mereka hanya berkomunikasi lewat media sosial akan tetapi hal ini bukan hanya membawa dampak negatif saja ada juga sisi positifnya yaitu banyak dari mereka memiliki teman yang berasal dari Jepang walaupun mereka tidak bertemu langsung akan tetapi mereka

---

<sup>71</sup> Sakinah Biiznilla Yulian, dkk, *Perilaku Komunikasi Otaku dalam Interaksi Sosial (Studi Fenomenologi Pada Anggota Komunitas Jepang Soshonbu Bandung)*, hal.193

mempelajari dan mendapatkan kosa kata baru sehingga mereka menggunakannya di kehidupan sehari-hari mereka, adanya penambahan wawasan baru dari budaya Jepang ini sangat berpengaruh bagi pola komunikasi pecinta *anime* Jepang terhadap perubahan gaya hidup bagi masyarakat Gampong Hagu Teungoh Kota Lhokseumawe.

Hasil analisis yang sudah peneliti teliti memiliki korelasi dengan teori Imperialisme budaya pertama, Saat ini media sangat mendominasi atau berperan besar dalam membawa produk budaya suatu negara, budaya Jepang juga berperan penting dalam perubahan gaya hidup pecinta *anime* Jepang mengetahui adanya hal ini mudah bagi banyak masyarakat bisa mempelajari budaya dari luar dengan begitu adanya penambahan wawasan bagi masyarakat dan bisa digunakan kedalam kehidupan sehari-hari. Kedua, media massa yang menjadi *interlocutor*, sebagai tempat berjalannya arus informasi, dan juga sebagai partner komunikasi yang memungkinkan munculnya komunikasi yang interaktif.

## BAB V

### PENUTUP

Setelah peneliti memaparkan dari bab I sampai bab IV, bab V ini adalah bab terakhir dari semua yang berisi kesimpulan dan saran yang di harapkan dapat memberikan manfaat ataupun kontribusi terhadap fenomena pecinta *anime* Jepang terhadap perubahan pola komunikasi masyarakat Gampong Hagu Teungoh kota Lhokseumawe

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penulisan tentang fenomena pecinta *anime* Jepang terhadap perubahan pola komunikasi masyarakat Gampong Hagu Teungoh kota Lhokseumawe, maka penulis mengambil kesimpulan yaitu:

Pertama, pola komunikasi yang di gunakan oleh pecinta *anime* Jepang adalah pola komunikasi primer, sekunder, linear, sirkuler. Yang dimana dengan keempat pola komunikasi ini hubungan antara pecinta *anime* bisa menjadi solid dan ini membahas tentang sekelompok orang yang saling berbagi perhatian dan saling belajar akan budaya luar khususnya budaya Jepang, adapun membentuk gaya hidup baru di kehidupan mereka yang awalnya hanya sedikit tertarik terhadap budaya dari Jepang dan berakhir memasuki sebuah proses dalam pembentukan jati diri mereka menjadi pecinta *anime* Jepang.

Kedua, bahwa adanya perubahan pola komunikasi bagi masyarakat Gampong Hagu Teungoh berdampak pada kehidupan sehari-hari yang dimana *anime lovers* lebih dominan berkomunikasi melalui media *handphone*, akan tetapi tidak menutup kemungkinan bagi para pecinta *anime* Jepang untuk bersosialisasi karna pada dasarnya mereka hanya sekedar menggemarinya saja. Pada dasarnya globalisasi dari budaya Jepang tidak dapat dilepas dari peran media, dimana media memberikan banyak peran dalam menyebarkan nilai-nilai kebudayaannya sehingga hal ini dapat mempengaruhi pola komunikasi dan juga gaya hidup khususnya bagi masyarakat Gampong Hagu Teungoh. *Anime Lovers* merupakan sebutan yang di berikan bagi para pecinta animasi Jepang sehingga hal ini tersebar secara singkat yang meracu pada globalisasi dari budaya Jepang.

## B. Saran

Dari hasil kesimpulan yang telah di peroleh dari hasil wawancara penulis di lapangan, maka penulis memberikan saran-saran seperti:

1. Kepada orang tua agar selalu membimbing serta memperhatikan kepada anaknya dengan baik dan mengarahkan anak agar memfilter berbagai bentuk fenomena yang terjadi dan muncul. Selain dari itu dapat memberikan teladan akhlak yang baik agar anak memiliki karakter yang baik.
2. Untuk para masyarakat khususnya remaja, dapat lebih sedikit mengurangi yang sangat berlebihan dari fenomena yang sedang marak ini agar waktu belajar tidak terganggu, supaya bisa lebih meluangkan waktunya untuk membaca buku yang lebih berwawasan dari pada menonton *anime* Jepang.



### A. BUKU

Angga sandy susanto, Membuat Segmentasi Berdasarkan Gaya Hidup, (malang: univ ma chung malang, 2015)

AW Suranto, *Komunikasi Sosial Budaya*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2010

Ayu Senja Mayangsari, *Kajian kesejahteraan masyarakat*. FKIP UMP, 2017

- Cangara, Hafied. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Kedua*, Jakarta: Rajawali Pers
- Dapartemen Pendidikan Nasional, Kamus besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Gramedia Pustaka Umum, 2008)
- Dedy Djamaluddin Malik, *Globalisasi dan Imperialisme Budaya di Indonesia*.
- Effendy, Onong Uchjana. 2017. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Elizabeth B. Hurlock, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: Erlangga, 2003)
- Fatoni Abdurrahman, *Metodologi penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT. Rineka cipta, 2006)
- Ida Aisyah, *Anime dan gaya hidup mahasiswa*, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2019
- Ida Aisyah, *Anime dan gaya hidup mahasiswa, Studi pada Mahasiswa yang Tergabung dalam Komunitas Japan Freak UIN Jakarta 2019*
- Jhon W. Santrock, *Adolescence Perkembangan Remaja*, (Jakarta: Erlangga, 2002)
- Kathryn Geldarrd, *Konseling Remaja*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009)
- Koentjaraningrat, *Kebudayaan, Mentalitas dan Pembangunan*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1993)
- Koendjaraningrat, *Antropologi Budaya, Cet. I*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1990)
- Lexy J. Moeloeng, *“Metodologi Penelitian Kualitatif”*, (Bandung Remaja Roskadaya: 2009)
- Lofland, lexy. Moleong, *Metodelogi penelitian kualitatjif*, (Bandung, 2009)
- Ni Wayan Eka Putri Suantari, *Ebook: Dunia Animasi*, (Denpasar Timur: Miia Art, 2016)
- Neong Muhajir, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Bayu Indra Grafika, 1996)
- Onong Uchjiyana Effendy, *Pengantar Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006)



Ridwan, Statiska Untuk Lembaga dan Instansi Pemerintah/swasta, (Bandung: Alfabeta,2004)

Sarwono Sarlito W, Psikologi Remaja, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2004)

Soesastro, Hadi. 1980. *Perkembangan Ekonomi dan Militer Jepang dan Pengaruhnya di Asia Tenggara*. Makassar; Lontara.

Widodo Muktiyo, Globalisasi Media: Pusaran Imperialisme Budaya di Indonesia

Yusuf, Syamsu. 2004. *Psikologi Anak dan Remaja*. (Bandung. PT Remaja Rosdakarya).

## **B. JURNAL**

Heldi Yunan Ardian, *Komunikasi Dalam Perspektif ImperialismeKebudayaan, Jurnal perspektif Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi dan Magister (Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu PolitikUniversitas Muhammadiyah Jakarta)*, Vol. 1 No. 1 Januari - Juni 2011

Muhammad Rifan Syukhori, *Komodifikasi Anime Sebagai Budaya Populer (Studi Pada Komunitas Anime One Piece di Kota Medan)*, 2019

Nugraha, P. A. (2017). *Anime sebagai budaya populer (Studi pada komunitas anime di Yogyakarta)*. Vol.6, No.3 (2017)

Nabella Rundengan, *Pola Komunikasi Antarpribadi Mahasiswa Papua Di Lingkungan Di Lingkungan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sam Ratulangi*, Journal "Acta Diurna", 2013

Naufal Bayutiarno, *pola komunikasi komunitas otaku di kota Surakarta*, Surakarta, 2015

Naufal Bayutiarno, *Pola Komunikasi Komunitas Otaku di Kota Surakarta (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Pola Komunikasi Komunitas Otaku diKota Surakarta 2015)*

Noviana Sari, *Imperialisme Budaya Dalam Media, Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat*

Prista Ardi Nugroho, *Anime Sebagai Budaya Populer*, Universitas Negeri Yogyakarta, 2017

Rizkita Putri Blaqis, *Fenomena Budaya Korean Wave Terhadap Perubahan Gaya Hidup Remaja Gampong Hagu Teungoh Lhokseumawe*, IAIN Lhokseumawe, 2021

Sakinah BiiznillaYulian, dkk, *Perilaku Komunikasi Otaku dalam Interaksi Sosial (Studi Fenomenologi Pada Anggota Komunitas Jepang Soshonbu Bandung)*

Sriw ningsih,” *Perbedaan kecenderungan gaya hidup hedonis pada remaja di pecan baru*”, jurnal psikologi, 2 tahun 2019

Sutisna, “*Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*”, (Bandung: Remaja Rosda Karya,2008)

Sisi Ayu Safitri, *Pengaruh Anime Terhadap Mahasiswa Sastra Jepang Universitas Bung Hatta*, 2023

Toi Yamane. *Kepopuleran dan Penerimaan Anime Jepang di Indonesia*, journal “Jurnal Ayumi”, 2020

#### **D. INTERNET**

<https://www.kompasiana.com/lanjartriyono7459/61ced06606310e3649099a94/apa-itu-anime-anime-lovers-dan-wibu> Di akses pada tanggal: 31 Desember 2022.

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:6cF2QBiKNPUJ:repository.unsada.ac.id/1849/2/BAB%2520II.pdf&cd=17&hl=id&ct=clnk&gl=id> diakses 4 Januari 2023

<https://www.telegraph.co.uk/films/0/godzilla-incendiary-serioushistory-japans-original-king/> Diakses 4 Januari 2023

<https://www.kapanlagi.com/korea/anime-dan-imej-negatif-awam-tentang-tontonan-anak-anak-3392c0.html>. Di akses 4 januari 2023

<https://mahasiswa.ung.ac.id/921413038/home/2013/10/24/dampak-positif-dan-negatif-pada-animemanga.html> diakses 4 Januari 2023

## **LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara

1. Sejak kapan mengenal *anime* Jepang dan apa saja yang dirasakan sebelum dan sesudah mengenal *anime* Jepang?
2. Sejak mengenal *anime* Jepang hal apa yang melekat dalam diri masyarakat Gampong Hagu Teungoh?
3. Ketertarikan dari segi apakah yang membuat masyarakat Gampong Hagu Teungoh menyukai *anime* Jepang?
4. Apakah masyarakat menyukai *anime* Jepang?
5. Apa jenis budaya Jepang yang disukai masyarakat Gampong Hagu Teungoh?
6. Apakah masyarakat Gampong Hagu Teungoh mengenal budaya Jepang melalui media sosial dan media massa?
7. Berapa jam para masyarakat menonton atau mengkonsumsi *anime* dan budaya Jepang dalam sehari?
8. Apa visual yang membuat masyarakat tertarik dalam budaya Jepang?
9. Apa konsep yang membuat masyarakat Gampong Hagu Teungoh tertarik dari budaya Jepang?
10. Pengemasan budaya Jepang apa yang membuat ketertarikan pada masyarakat Gampong Hagu Teungoh
11. Dimana mereka menonton/mendapatkan sebuah tayangan film, musik, *anime*, drama Jepang?
12. Bagaimana tren *anime* Jepang terhadap perubahan gaya hidup dan perubahan pola komunikasi masyarakat Gampong Hagu Teungoh?

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH

Nomor: B.583/Un.08/FDK/KP.00.4/06/2024

Tentang

Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Semester Genap Tahun Akademik 2023/2024

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi.  
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi.

Mengingat : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;  
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen,  
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;  
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;  
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;  
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;  
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;  
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;  
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;  
10. Keputusan Menteri Agama No.89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry,  
11. Keputusan Menteri Agama No. 153 Tahun 1968, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry,  
12. Keputusan Menteri Agama Nomor 21 tahun 2015 tentang Statuta UIN Ar-Raniry;  
13. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam lingkungan UIN Ar-Raniry  
14. DIPA UIN Ar-Raniry Nomor: 025.04.2.423925/2024, Tanggal 24 November 2023

MEMUTUSKAN

Menetapkan : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.  
Pertama : Menunjuk Sdr. 1) Ridwan Muhammad Hasan, M.Th.,Ph.D. PEMBIMBING UTAMA (Subtansi Penelitian)  
2) Syahril Furqany, M.I.Kom. PEMBIMBING KEDUA (Teknik Penulisan)

Untuk membimbing KKK Skripsi:

Nama : M. Kausar Al Hafis  
NIM/Jurusan : 180401044/Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)  
Judul : Fenomena Pecinta Anime Jepang Terhadap Perubahan Pola Komunikasi Masyarakat Gampong Hagu Teungoh Kota Lhokseumawe

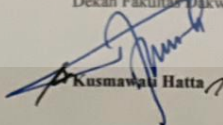
Kedua : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku,

Ketiga : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2024;  
Keempat : Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini.

Kutipan : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh  
Pada Tanggal : 19 Juli 2024 M M  
13 Muharam 1446 H

a.n. Rektor UIN Ar-Raniry,  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi,

  
Kusmawati Hatta

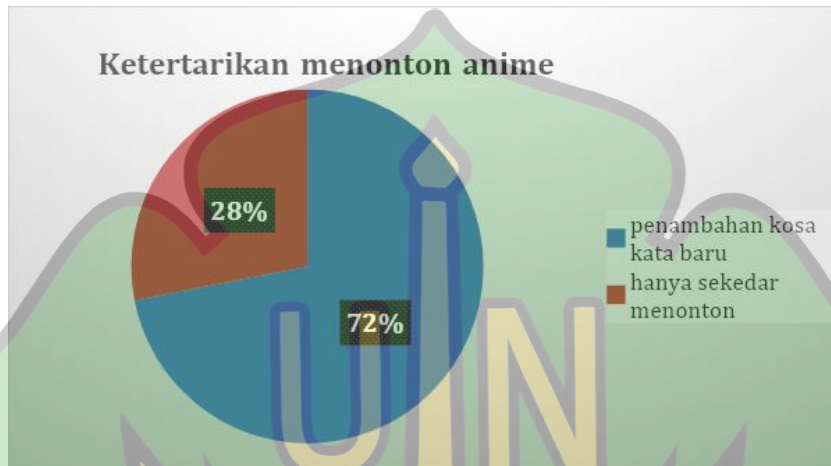
Tembusan:  
1. Rektor UIN Ar-Raniry.

Lampiran 2 : SK Skripsi

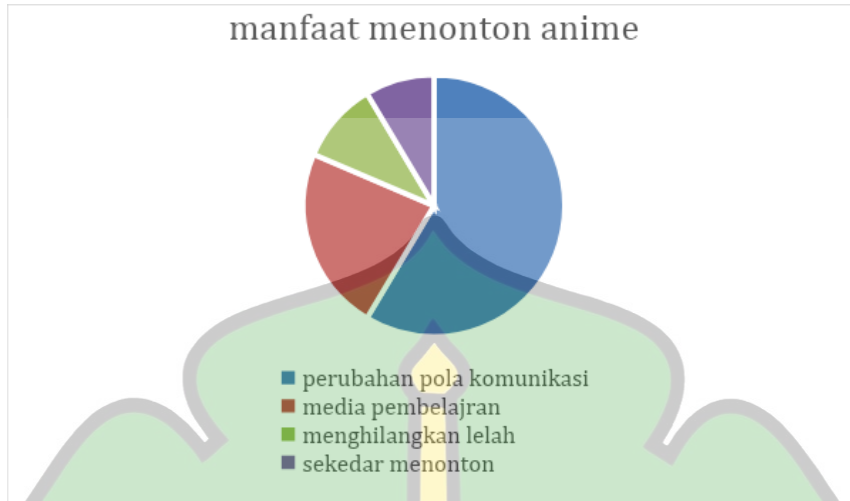
Lampiran 3 : Tabel 3.1. Data Informan.

No	Nama	Usia	Pekerjaan	Alamat
1	Hairil Muria	23 <sup>th</sup>	Mahasiswa	Jl. Listrik Gg. Pinus Dsn PLN
2	Azan Anshari	21 <sup>th</sup>	Mahasiswa	JL Darussalam Dsn PLN
3	Ahmad Fuad	20 <sup>th</sup>	Mahasiswa	JL. Darussalam, Besi Tua Dsn PLN
4	Abdul Fatta Isra	21 <sup>th</sup>	Mahasiswa	JL. Darussalam, Besi Tua Dsn PLN
5	Taufiq Hidayat	19 <sup>th</sup>	Pelajar	JL. Listrik Gg, Barona Dsn PLN
6	Julia Savana	27 <sup>th</sup>	Karyawan	JL. Listrik Gg, Kelapa Gading
7	Muhammad Furqan	18 <sup>th</sup>	Pelajar	JL. Listrik Gg Pinang Merah Dsn PLN
8	Ranti Anggraini	19 <sup>th</sup>	Mahasiswa	JL. Listrik Gg, Impres Dsn PLN
9	Thoyyib Al Farabi	22 <sup>th</sup>	Mahasiswa	JL. Listrik Gg Pallem
10	Rahmat Mubaraq	26 <sup>th</sup>	Guru	JL. Listrik Gg, Kelapa Gading

Lampiran 4 : Tabel Grafik



Tabel Grafik 4.1.



Tabel Grafik 4.2





Lampiran 5 : Foto wawancara

### Wawancara Dengan Remaja Anime Lovers



### Wawancara Dengan Remaja Anime Lover







Wawancara Bersama Anime Lovers (Masyarakat Gampong Hagu Teungoh)