

PERSEPSI TERHADAP TOKOH WANITA DALAM ANIME 2D MENURUT PARA PECINTA ANIME DI INDONESIA

Gadis Puspitasari
Umul Khasanah

Program Studi Sastra Jepang Fakultas Ilmu Budaya
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Email: umulkhasanah@untag-sby.ac.id

Artikel
diterima
bulan Januari
2019

Proses
review bulan
Februari
2019

Diterbitkan
bulan Juli
2019

Abstrak: Penelitian ini membahas tentang persepsi terhadap tokoh wanita dalam anime 2D (animasi 2 dimensi), yaitu apa yang didengar, dilihat, atau dirasakan oleh pecinta anime di Indonesia, sehingga mempengaruhi perilaku dan sikap mereka terhadap tokoh wanita dalam anime 2D yang disukai. Persepsi, mencakup tiga tahap, yaitu seleksi, interpretasi, dan reaksi. Populasi dalam penelitian ini adalah pecinta anime di Indonesia, dengan sample penelitian sebanyak 124 orang yang diperoleh menggunakan teknik purposive sampling. Metode pengumpulan data berupa angket yang disebarakan secara online menggunakan google form. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku dan sikap dari beberapa pecinta anime di Indonesia terpengaruh oleh tokoh wanita dalam anime 2D yang disukai, antara lain membuat mereka beranggapan seolah-olah tokoh wanita 2D tersebut adalah istri / pacar mereka. Hal ini menyebabkan mereka mengoleksi benda-benda yang terkait dengan tokoh wanita 2D yang disukainya, misalnya poster, dakimakura (bantal guling), dsb.

Kata kunci: *persepsi, anime, perilaku, wanita 2D*

Abstract: This study discusses perceptions of female characters in 2D anime (2-dimensional animation), namely what is heard, seen or felt by anime lovers in Indonesia, thus influencing their behavior and attitudes towards the female characters in the preferred 2D anime. Perception, includes three stages, namely selection, interpretation, and reaction. The research sample was 124 people of some anime lovers in Indonesia obtained using purposive sampling. The result of this research showed that the behavior and attitudes of some anime lovers in Indonesia influenced by the female characters in 2D anime that are liked, among others, make them think as if the 2D female characters are their wives / girlfriends. This causes them to collect objects related to 2D female characters they like, such as posters, dakimakura (bolster pillows), etc.

Keywords: perceptions, anime, attitudes, 2D female

PENDAHULUAN

Jepang merupakan negara maju di dunia yang terkenal akan budayanya yang terjaga dan berkembang. Tidak hanya budaya tradisional, Jepang juga mengembangkan Budaya Populernya. Beberapa contoh dari Budaya Populer Jepang adalah *manga*/komik, *anime*/animasi, *game*, *J-Music* dan drama. Meskipun begitu, orang Jepang terkenal akan menjaga norma – norma yang ada. Salah satunya adalah sulit untuk menerima budaya baru. Namun seiring berjalannya waktu, masyarakat Jepang dapat menerima perubahan terhadap lingkungan dan budaya yang ada.

Salah satu Budaya populer di Jepang yang cukup populer di seluruh dunia adalah budaya anime Jepang. Banyaknya budaya populer Jepang yang ada di Indonesia khususnya anime, membuat anime memiliki banyak penggemar dari berbagai kalangan. Tidak hanya dari kalangan anak-anak, pecinta anime Jepang pun juga berasal dari kalangan orang dewasa. Tidak sedikit pula para penggemar anime ini juga menyukai dan mengidolakan karakter yang ada dalam anime tersebut.

Dalam Anime 2D terdapat tokoh wanita dan tokoh pria, tokoh tokoh ini memiliki daya tarik sendiri dalam tiap serial anime. Banyak nya anime yang ada membuat banyak orang menyukai tokoh yang ada. Salah satunya adalah tokoh wanita dalam anime 2D yang memiliki banyak penggemar. Para pecinta anime memiliki tokoh wanita dalam anime 2D yang paling disukai dan tidak sedikit yang menjadikan tokoh tersebut sebagai pacar maupun waifu atau *istri*.

Kebanyakan dari mereka lebih suka menganggap dirinya adalah pasangan dari tokoh anime atau manga yang difavoritkan. Fenomena menyukai pasangan 2D ini mulai menyebar dikalangan pencinta anime. Bahkan ada yang sampai benar-benar menikah dengan karakter 2D yang mereka idolakan. Seperti dalam portal berita bombastis (2017) mengabarkan seorang pemuda asal Jepang memilih menikah dengan karakter game kecintaannya. Dan seorang pemuda Korea yang menikah dengan sebuah bantal yang bergambarkan anime kesukaannya.

Banyak penelitian sebelumnya yang meneliti tentang budaya populer Jepang ini yaitu ketertarikan terhadap karakter anime Jepang. Seperti penelitian milik Eduardus dari Universitas Kristen Maranatha dengan judul “*Analisis Tokoh Nijikon dalam Animasi Melalui Teori Psikologi Abnormalitas*” pada tahun 2015.

Dalam penelitian ini membahas tentang perilaku pecinta tokoh wanita dalam anime 2D dalam anime Jepang. Objek yang digunakan kebanyakan dari anime-anime maupun karya sastra Jepang yang ada. Karena banyaknya pecinta anime yang menyukai karakter dalam anime khususnya di Indonesia, oleh karena itu penelitian ini dilakukan dengan objek yang berbeda, untuk mencari tahu alasan dari para pecinta anime menyukai tokoh wanita dan persepsi mereka terhadap tokoh wanita yang ada di dalam anime 2D.

Anime 2D adalah karakter dua dimensi, yang tidak memiliki organ biologis yang fungsional sebagaimana dimiliki oleh manusia sungguhan. Dalam media komik, yang ada sebenarnya hanyalah tinta di atas kertas (McCloud, 2001: 27). Kalau melihat ilustrasi atau animasi melalui komputer, yang ada sebenarnya hanyalah pixel di layar monitor. Secara umum dapat dikatakan, karakter-karakter dua dimensi pada hakikatnya hanyalah kumpulan garis dan warna yang ditampilkan melalui beragam bentuk teknologi media visual.

Sedangkan persepsi adalah proses kognitif yang dipergunakan oleh seseorang untuk mengartikan dan memahami dunia yang ada di sekitarnya. Persepsi mencakup kognisi (pengetahuan). Persepsi mencakup penafsiran objek, tanda, dan orang dari sudut pengalaman yang bersangkutan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan proses perlakuan individu yaitu pemberian tanggapan, arti, gambaran, atau menginterpretasikan terhadap apa yang dilihat, didengar, atau dirasakan oleh indra yang dapat mempengaruhi tingkah laku dan pembentukan sikap, pendapat individu tersebut (Gibson, 1985: 56).

Penelitian ini menggunakan metode campuran (*mixed method*), yaitu deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Metode ini merupakan metodologi

yang memberikan asumsi filosofis dalam menunjukkan arah atau memberi petunjuk cara pengumpulan data dan menganalisis data serta perpaduan pendekatan kualitatif dan kuantitatif melalui beberapa fase proses penelitian. (Cresswell & Plano Clark, 2011).

Menurut Donna (2010) penelitian kombinasi merupakan penelitian, dimana penelitian mengumpulkan dan menganalisis data, mengintegrasikan temuan, dan menarik kesimpulan secara inferensial dengan menggunakan dua pendekatan atau metode penelitian kualitatif dan kuantitatif dalam satu studi. Metode kombinasi digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian pada satu penelitian.

Populasi adalah pecinta anime di Indonesia. Sample penelitian sebanyak 124 orang yang diperoleh menggunakan teknik *purposive sampling*. Data berupa persepsi terhadap tokoh wanita dalam anime 2D. Metode pengumpulan data berupa angket yang disebarakan secara online menggunakan *google form*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Angket

Para pecinta anime ini memiliki pandangan berbeda terhadap tokoh tokoh yang mereka sukai. Di Indonesia juga banyak penggemar budaya Jepang terutama anime yang memiliki tokoh wanita yang mereka sukai. Dalam penelitian ini mereka yang disebut *pecinta anime* adalah anggota komunitas pecinta anime, mahasiswa/pelajar dan masyarakat umum pecinta budaya Jepang di Indonesia. Sebanyak 148 orang pecinta anime di pilih sebagai sample penelitian dengan metode *purposive sampling*.

Pecinta Budaya Jepang di Indonesia berimbang antara laki laki dan perempuan. Dari 148 orang, hanya 124 orang yang menjadi sample penelitian sesuai metode *purposive sampling*. Ada 80 orang laki laki dan 44 orang perempuan. Dari segi usia juga beragam, tidak hanya remaja melainkan juga orang dewasa, namun demikian remaja yang berusia 16-20 tahun adalah yang paling banyak dalam penelitian ini sebanyak 67

orang, sedangkan yang berusia 21-25 tahun ada 49 orang, dan yang berusia 26-30 tahun ada 6 orang.

Dari penelitian ini, juga tampak bahwa sedikit sekali pecinta budaya Jepang yang berusia diatas 30 tahun (1 orang) dan berusia 10-15 tahun sebanyak 1 orang. Hampir semua pecinta budaya Jepang mengetahui tokoh wanita dalam anime 2D (123 orang), dan banyak pecinta budaya Jepang yang memiliki tokoh wanita 2D yang disukai (106 orang). Pada bab ini akan dibahas mengenai persepsi tokoh wanita dalam anime 2D dan faktor yang melatar belakangi para pecinta anime menyukai tokoh tersebut.

B. Persepsi Terhadap Tokoh Wanita Dalam Anime 2D

Persepsi terhadap tokoh wanita dalam anime 2D berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan akan dianalisis sesuai dengan rumusan masalah berdasarkan tiga tahapan persepsi yaitu *Seleksi*, *Interpretasi* dan *Reaksi*.

1. Seleksi

Pada tahap seleksi terdapat 2 item penelitian, yaitu informasi tentang media yang paling banyak diakses untuk mengenal tokoh wanita dalam anime 2D dan tentang jumlah tokoh wanita dalam anime 2D yang diketahui oleh para pecinta budaya Jepang.

2. Interpretasi

Pada tahap interpretasi terdapat 7 item penelitian, yaitu tentang jumlah tokoh wanita yang disukai, jumlah jenis karakter yang disukai, tokoh yang paling disukai, perasaan yang dirasakan oleh para pecinta anime ketika melihat tokoh yang disukai, anggapan tokoh yang disukai oleh para pecinta anime, tokoh yang diinginkan untuk hidup di dunia nyata, dan wanita yang lebih menarik menurut para pecinta anime.

3. Reaksi

Pada tahap reaksi terdapat 4 item penelitian, yaitu cara mengungkapkan rasa suka terhadap tokoh wanita yang disukai, hal yang dilakukan ketika tokoh wanita yang disukai dianggap buruk oleh orang lain, barang yang dimiliki yang terkait dengan tokoh wanita yang disukai, dan keinginan bersama tokoh yang disukai.

Berdasarkan hasil angket, didapati fakta *persepsi*. Persepsi yaitu proses perlakuan inividu dalam penafsiran obyek, memberi tanggapan, arti, gambaran/menginterpretasikan apa yang dilihat dan didengar/dirasakan seseorang yang dapat mempengaruhi tingkah laku/reaksi dan pembentukan sikap seseorang. Dari penjabaran hasil penelitian menunjukkan bahwa yang dilakukan oleh para pecinta anime merupakan penafsiran obyek/ seleksi dalam tahapan persepsi. Mereka mengetahui tokoh wanita 2D dari berbagai media sehingga membuat para pecinta anime memiliki tokoh kesukaan dalam anime 2D Gibson (1985:56).

Para pecinta anime memberi tanggapan, arti/ menginterpretasikan tokoh tersebut sesuai dengan harapan/keinginan mereka seperti, menganggap tokoh wanita 2D tersebut memiliki arti tersendiri dalam hidup mereka, sehingga muncul keinginan untuk tokoh yang disukai tersebut hidup di dunia nyata.

Adapun hal yang dilakukan oleh para pecinta anime, menunjukkan bahwa perilaku mereka ini merupakan suatu reaksi seseorang setelah menginterpretasikan obyek. Mereka akan merasakan hal-hal yang berbeda ketika melihat tokoh wanita 2D yang disukai, sehingga mereka memiliki keinginan tersendiri dengan tokoh tersebut dan akan membeli / mengoleksi benda benda yang terkait dengan tokoh yang disukai.

Walaupun mereka sangat menyukai tokoh tersebut, tetapi mereka cukup rasional yaitu dengan tidak bersikap berlebihan walaupun tokoh yang disukai dianggap buruk oleh orang lain. Hal ini merupakan fakta persepsi berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.

KESIMPULAN

Persepsi para pecinta anime di Indonesia terhadap tokoh wanita dalam anime 2D serta faktor – faktor yang melatar belakangi mereka menyukai tokoh wanita dalam anime 2D adalah sebagai berikut.

1. Hampir seluruh pecinta anime *mengetahui* tokoh wanita dalam anime 2D, yakni sebanyak 99%, dan ada 1% menyatakan *tidak mengetahui* tokoh wanita dalam anime 2D. Pecinta anime yang mengetahui tokoh wanita dalam anime 2D tersebut, sebanyak 85,5% *menyukai* tokoh wanita dalam anime 2D. Jadi, tidak seluruh pecinta anime yang mengetahui tokoh wanita 2D, menyukai tokoh wanitanya.
2. Media yang paling banyak diakses untuk mengetahui dan mengenal tokoh wanita 2D adalah *anime* yaitu sejumlah 83,9%.
3. Sebagian besar pecinta anime *mengetahui lebih dari 3* tokoh wanita dalam anime 2D (90,3%), dan *memiliki lebih dari 3* tokoh wanita dalam anime 2D yang disukai (53,2%).
4. Dalam hal jenis karakter tokoh wanita dalam anime 2D, karakter *kawaii* adalah yang paling banyak diminati (34,4%), dan selanjtnya adalah *Hyuuga Hinata* (17,6%).
5. Para pecinta anime merasa *senang* ketika melihat tokoh yang disukai, namun juga cukup rasionalitas dengan *tidak melakukan apa-apa* (%) ketika tokoh yang disukai dianggap buruk oleh orang lain.
6. Mereka mengungkapkan rasa suka terhadap tokoh wanita yang disukai adalah dengan cara *membeli pernak pernik karakter* (20,8%). *Pernak pernik karakter* ini memang paling banyak dimiliki oleh pecinta anime.
7. Ada beberapa tokoh karakter wanita dalam anime 2D yang diinginkan untuk berada di dunia nyata seperti *Kosaki Onodera* (11,2%), *Yuuki Asuna* (11,2%). Walaupun demikian, sebagian besar pecinta anime *tidak menginginkan* tokoh wanita siapapun untuk berada di dunia nyata (40%).

8. Para pecinta anime di Indonesia menganggap tokoh wanita dalam anime 2D sebagai *idola* (28,2%), sebagai *waifu/istri* (11,3%), dan sebagian besar *tidak menganggap sebagai apapun* meski menyukai tokoh wanita dalam anime 2D tersebut (58,9%).
9. Alasan terbesar para pecinta anime menyukai tokoh wanita dalam anime 2D adalah karena *sifat dari sang tokoh* (68%), *kecantikan wajahnya* (45,6%), dan *suaranya yang khas* (37,4%).
10. Sebagian wanita 2D dianggap lebih sempurna oleh pecinta anime di Indonesia (20,2%), namun sebagian besar dari mereka menilai bahwa wanita nyata *lebih menarik* daripada tokoh wanita dalam anime 2D (79,8%).
11. Alasan para pecinta anime yang lebih memilih tokoh wanita dalam anime 2D adalah karena wanita 2D dianggap *lebih menarik* (36%) dan *lebih sesuai kriteria* (24%) mereka.
12. Sejumlah 33% dari mereka yang lebih menyukai tokoh wanita dalam anime 2D memiliki pengalaman tertentu sebagai alasannya. Sedangkan 76 % tidak memiliki pengalaman apapun.

DAFTAR PUSTAKA

- Cresswell&Plano Clark. 2011. *Designing and Conducting Mixed Methods Research*. Lincoln :SAGE.
- Gibson. 1989. *Organisasi Dan Manajemen Perilaku, Struktur*. Jakarta: Erlangga.
- Mc.Cloud, Scott. 2001. *Memahami Komik Understanding (The Invisible Art)*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia(KPG).
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Eduardus. 2015. *Analisis Tokoh Nijikon dalam Animasi Melalui Teori Psikologi Abnormalitas*. Undergraduate thesis, Universitas Kristen Maranatha.
- JepangNet. (2010). Orang korea menikah dengan guling. Diakses dari <http://www.jepang.net/2010/03/orang-korea-menikah-dengan-guling.html> pada tanggal 26 Mei 2019 pukul 20.55 WIB