

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

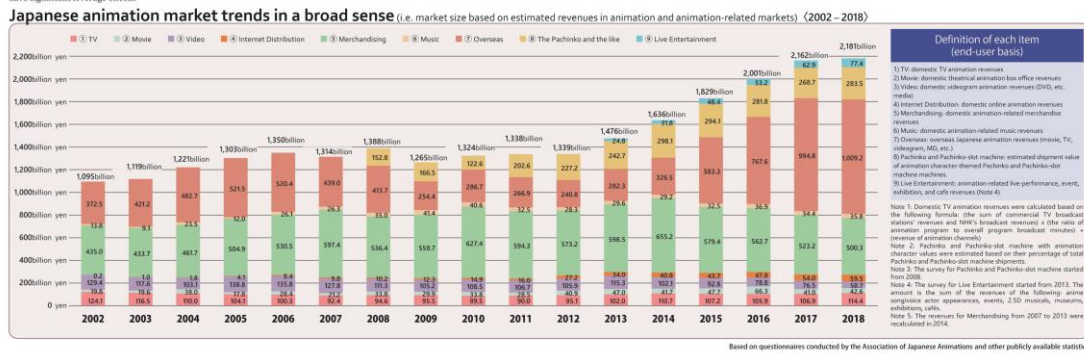
Pada era globalisasi seperti sekarang ini, kehidupan berbudaya setiap negara atau bangsa seperti sudah tercampur. Kehidupan berbudaya yang seolah dipaksa bercampur ketika semakin banyaknya akses suatu masyarakat atau bangsa terhadap bangsa lainnya seperti budaya populer atau *popular culture*. *Popular culture* atau budaya populer sendiri memiliki pengertian yang sering didukung oleh klaim bahwa budaya populer adalah budaya komersial yang diproduksi secara massal. Budaya populer berkembang yang awalnya itu hanyalah sebuah istilah yang dipakai di Amerika Serikat tetapi istilah budaya populer juga sudah sampai di negara-negara lainnya seperti Jepang. Budaya populer Jepang meliputi film, anime, *manga/comic*, *games*, serial tv, musik dan juga cara berpakaian. Dalam mempromosikan budayanya, Jepang memiliki Cool Japan sebagai strategi menyebarkan hal-hal mengenai budaya Jepang dan membuat dunia mengetahui hal unik yang ada di Jepang. Budaya populer Jepang juga sudah sampai di Indonesia, salah satu budaya populer Jepang yang paling tinggi popularitasnya atau memiliki banyak peminat adalah anime, *manga/comic* dan *games*. Kepopuleran mengenai *manga/comic*, *games* dan anime ini diperlihatkan dengan banyaknya komunitas dan juga *event* yang berakitan dengan hal tersebut di Indonesia. Di Indonesia, juga sering mengadakan acara-acara untuk para penggemar hal tersebut. Salah satu *event* nya adalah *Comic Frontier* atau Comifuro. *Event* Comifuro tersebut diadakan untuk seseorang yang memiliki hasil karya *independent* serta bertemu dengan orang-orang yang juga memiliki hobi dan minat yang sama. *Event* tersebut telah diadakan pada tanggal 24 september 2022 di Convention Exhibition (ICE) BSD Hall 10, Tangerang, Banten.



Gambar 1.1 Antusias Comifuro 15

(Sumber: <https://www.ayojakarta.com/gaya-hidup/pr-764912669/otsukare-comifuro-15-telah-usai-ada-suka-dukanya>)

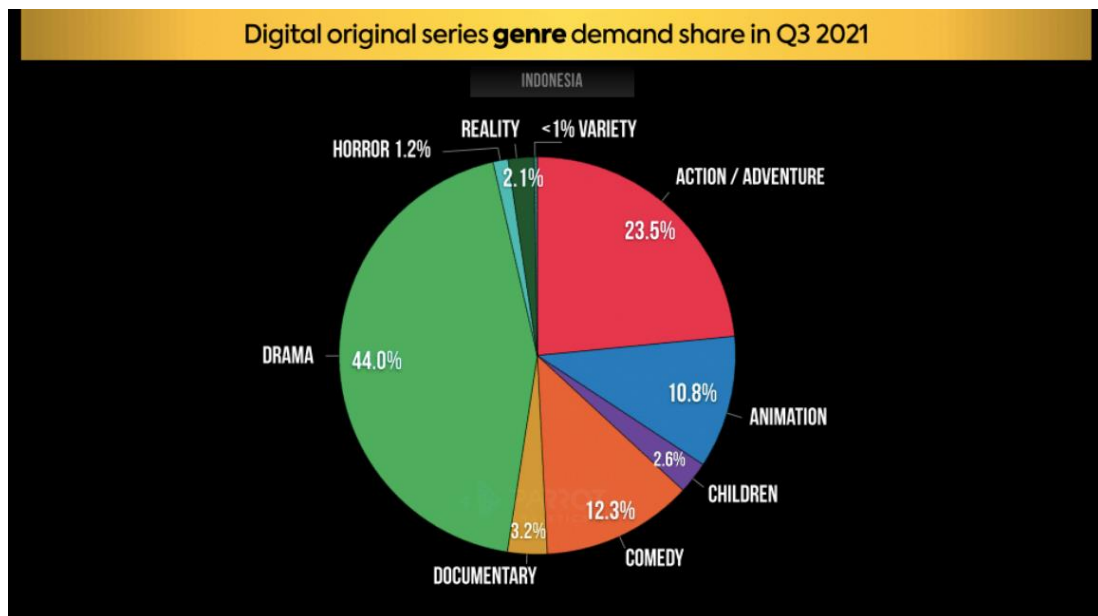
Anime (アニメ) merupakan animasi buatan Jepang yang difilmkan. Sebelum pada akhirnya memutuskan, terdapat perdebatan mengenai pengertian 'anime' dan Clements and McCarthy memutuskan memperluas pengertiannya yaitu "Anime mengacu pada animasi yang berasal dari Jepang" (Suan, 2021). Anime merupakan salah satu *popular culture* Jepang yang banyak diproduksi secara massal dan juga dikonsumsi secara massal. Anime ini juga *popular culture* yang banyak disukai oleh banyak orang di seluruh dunia. Terutama di era globalisasi seperti sekarang *popular culture* Jepang pun lebih mudah tersebar dan dikonsumsi oleh masyarakat dari luar Jepang. Fenomena global terkait dengan sejarah khusus aliran media transnasional dan perkembangan media sosial membuat anime menjadi *popular culture* yang disukai banyak orang di dunia.



Gambar 1.2 Tren di Pasar Animasi Jepang Tahun 2019

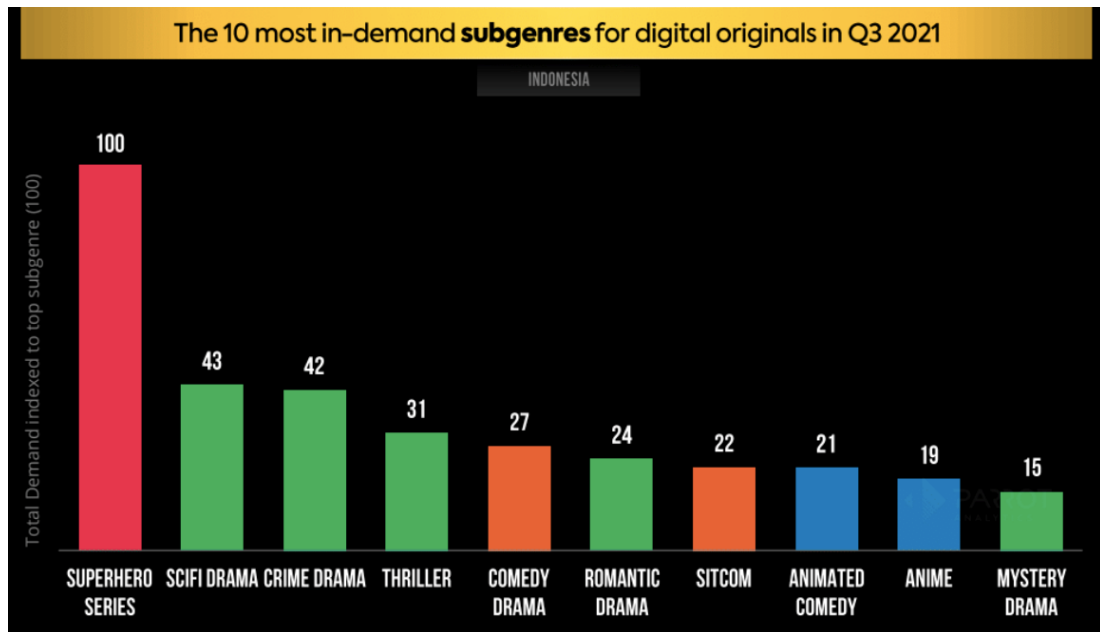
(Sumber: <https://aja.gr.jp/english/japan-anime-data>)

Berdasarkan data tersebut kita mengetahui bahwa penyebaran melalui online streaming selalu naik setiap tahunnya sampai di titik terakhir pada diagram di tahun 2018. Minat penonton online dalam serial anime pada tahun 2020 akibat pandemi Covid 19 meningkat sebanyak 33 persen di Amerika Serikat dan tidak hanya animasi nya tetapi juga “Live Action” juga meningkat dua kali lipat (Safitri, 2021).



Gambar 1.3 Data Genre Seri Asli menuntut pasangsa di Q3 2021

(Sumber: <https://www.parrotanalytics.com/insights/streaming-wars-who-is-winning-indonesia-q3-2021/>)



Gambar 1.4 Sepuluh Besar *Subgenre* Digital Original Paling Banyak Diminati

(Sumber: <https://www.parrotanalytics.com/insights/streaming-wars-who-is-winning-indonesia-q3-2021/>)

Tingginya data penonton secara online yang telah di rekam dan selalu naik setiap tahunnya, salah satu negara yang mengonsumsi konten anime secara online tersebut adalah negara Indonesia. Tingginya permintaan konten animasi di Indonesia disebabkan oleh *subgenre* anime dan animasi komedi. Anime dan animasi komedi, keduanya sama-sama diminati dan menempati peringkat kedelapan dan kesembilan sebagai *subgenre* terlaris kuartal ketiga 2021 di Indonesia ini. Tingginya data tersebut dapat dibilang anime memasuki sepuluh pasar *subgenre* digital di Indonesia. Layanan konten digital yang terdapat konten mengenai anime di dalamnya, yaitu Crunchyroll, Iflix, Netflix, Hulu, Amazon Prime, Funimation, WeTV, iQIYI, Viu dan masih banyak layanan yang menyediakan konten anime. Adanya layanan konten digital tersebut membuat anime ditonton sehingga banyak digemari oleh penonton dari seluruh dunia termasuk Indonesia.

Dalam serial anime juga tidak jauh berbeda dengan film atau sejenisnya yang memiliki banyak *genre*. Terdapat perbedaan *genre* pada anime dan film pada umumnya, yaitu *genre* dalam serial anime memiliki *subgenre* dan *subgenre* tersebut biasanya menggunakan istilah dalam bahasa Jepang. *Genre* mengkategorikan anime

kurang lebih sebanyak 17 jenis dan 16 jenis *subgenre*. Dalam jenis tersebut terdapat *action, adventure, avant garde, boys love (yaoi), comedy, drama, fantasy, girls love (yuri), gourmet, horror, mystery, romance, sci-fi, slice of life, sports, supernatural* dan *suspense* (Tim, 2022). Semakin bertambahnya tahun atau semakin berkembangnya kehidupan manusia juga berpengaruh kepada *genre*, dimana akan semakin banyak dan berkembangnya macam macam *genre* tersebut. *Subgenre* adalah pengembangan atau turunan dari *genre* tertentu yang bertujuan untuk menciptakan jenis *genre* lain, namun memiliki ciri khas tersendiri. Macam-macam *subgenre* dalam anime, yaitu *mecha, school life, harem, reverse harem, shoujo, josei, seinen, shounen, shoujo ai, shounen ai, ecchi, hentai, yuri, yaoi, netore (NTR)* dan *isekai*. Sebenarnya sama halnya dengan film pada umumnya dimana di serial anime juga terdapat *top genre* yang banyak diminati ataupun disukai oleh para penonton.



Gambar 1.5 *Action, Fantasy dan Adventure are amongst the top trending sub-genres for anime content*

(Sumber: <https://insights.parrotanalytics.com/anime-the-inexorable-rise-of-the-genre>)

Dari data tersebut menunjukkan 10 top trending *subgenre* untuk konten anime di seluruh dunia. Salah satu *genre* anime yaitu *action* yang selalu mengundang pasar dunia untuk mengikuti fenomena global mengenai serial anime. Dalam dunia per anime-an ini penggemar anime sendiri memiliki julukan untuk tiga anime terbesar

sepanjang sejarah atau biasa disebut “*The Big Three Anime*”, yaitu One Piece, Naruto, dan juga Bleach. *The Big Three Anime* ini adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan seri paling populer pada masanya. One Piece, Naruto, dan juga Bleach merupakan anime dengan *genre action*, dimana itu menjadi salah satu bukti bahwa anime dengan *genre action* menjadi nomor satu di dalam serial anime.

Dalam buku Patrick W. Galbraith “otaku” merupakan label yang digunakan untuk menanggapi pergerakan penggemar *manga/anime*, paling sering itu tergerak oleh interaksi dan hubungan dengan karakter (W. Galbraith, 2019). Otaku adalah penggemar yang fanatik dengan *manga, anime* ataupun *video game* Jepang. Otaku memiliki bagian-bagiannya lagi seperti, Cotaku (*Cosplay Otaku*), Getaku (*Game Otaku*), Fitaku (*Figure Otaku*), Ataku (*Anime/Manga Otaku*), dan sebutan lainnya. Seorang penggemar atau otaku yang menunjukkan rasa suka mereka terhadap sesuatu secara berlebihan seperti salah satu penggemar Hatsune Miku yaitu Akihiko Kondo.



Gambar 1.6 Akihiko Kondo menikah dengan Hatsune Miku

(Sumber: <https://www.inews.id/news/internasional/trauma-dengan-perempuan-pria-ini-nikahi-boneka-hatsune-miku>)

Berdasarkan sumber, penggemar yang bernama Akihiko Kondo dengan sikap/perilaku menikahi karakter favoritnya menunjukkan bahwa dirinya adalah penggemar yang termasuk melakukan tindakan yang tidak awam di mata masyarakat. Perilaku tersebut menjadi salah satu menandakan sebuah tanda-tanda yang terkait dengan otaku. Identitas seorang otaku menyesuaikan bergantung dengan siapa otaku tersebut berbicara, karena mereka dapat menyembunyikan identitas otaku mereka kepada orang-orang yang tidak mereka inginkan.

Fenomena sosial di seluruh dunia mengenai komunitas LGBT. LGBT adalah berbagai identitas seksualitas. LGBT ini ada untuk seseorang yang tidak membedakan orientasi atau identitas seseorang. Walaupun tidak resmi diperbolehkan di Indonesia, tetapi banyak komunitas LGBT di Indonesia sendiri. Banyak negara yang sudah *pro* terhadap komunitas LGBT ini, yaitu Perancis, Belgia, Malta, Selandia Baru dan Australia (Tim Litbang MPI, 2022). Homoseksual merupakan salah satu jenis identitas seksualitas dimana yang berarti ketertarikan secara romantis atau seksual kepada sesama jenis. Di dalam serial anime ini terdapat suatu *genre* yang berkaitan dengan komunitas LGBT. *Genre* tersebut adalah *Yaoi (Boys Love)* dan *Yuri (Girls Love)*. *Fandom* atau penggemar dari *genre* tersebut memiliki sebutannya sendiri, yaitu seperti "*Fujoshi*" dan "*Fudanshi*". *Fujoshi* yang berarti "gadis busuk" dan *fudanshi* yang berarti "anak busuk". Istilah *fujoshi* dan *fudanshi* digunakan dalam menyebutkan penggemar *manga*, novel dan anime yang menunjukkan hubungan romantis dan cinta antara sesama pria. *Fujoshi* bukan hanya sebutan untuk penyuka sesama pria untuk berbagai macam negara dan salah satunya Thailand. *Fujoshi* sendiri memiliki berbagai komunitas di media sosial dari Twitter, Instagram, Whatsapp dan bahkan Telegram.

Anime yang dibahas dalam penelitian ini merupakan anime dengan *genre romance comedy* dan memiliki kaitan erat dengan Otaku maupun *Fujoshi*. *Romance comedy* merupakan salah satu jenis dari *genre* serial anime. *Genre romance comedy* merupakan kisah romantis yang juga di penuhi oleh hal-hal konyol. Tidak sepopuler *genre action, adventure* dan *Fantasy* tetapi *genre romance comedy* menjadi salah satu dari banyaknya *genre* yang disukai oleh para laki-laki maupun perempuan.



Gambar 1.7 Kabakura, Narumi, Hirotaka, dan Koyanagi dalam Anime *Wotaku Ni Koi Wa Muzukashii*

(Sumber : <https://wotakoi-anime.com/>)

Salah satu anime dengan *genre romance comedy* yaitu *Wotaku Ni Koi Wa Muzukashii* (*Wotakoi: Love is Hard for Otaku*). Anime ini mengisahkan mengenai pasangan otaku yang bekerja di perkantoran. Anime merupakan serial yang memiliki jumlah episode sebanyak 11 episode yang menceritakan tentang tokoh wanita bernama Narumi Momose, Narumi merupakan seorang wanita kantor yang menyembunyikan fakta bahwa dia adalah penggemar *yaoi*, berganti pekerjaan, dia bertemu kembali dengan Hirotaka Nifuji, teman masa kecilnya yang menarik dan berbakat tetapi kecanduan *game hardcore*. Mereka memutuskan untuk berkencan sementara, tetapi sebagai otaku, keduanya canggung, jadi hubungan romantis yang serius sangat sulit bagi mereka. Di dalam anime ini juga banyak disuguhkan dengan hal-hal positif ditambah dengan kekonyolan pasangan otaku ini menambah kesan cerita yang menarik untuk di tonton oleh semua kalangan. *Wotaku Ni Koi Wa Muzukashii* (*Wotakoi: Love is Hard for Otaku*) mendapatkan *awards* atau penghargaan pada Festival Film Internasional Fantasia yang diadakan secara *online* edisi ke-24 dan penghargaan yang diraih, yaitu *Meilleure bande originale* (soundtrack terbaik) dan penghargaan “*sandro forte*” untuk *best motion picture score* (skor gambar gerak

terbaik) (Tim, 2020). Dalam suatu awards bagi penulis, produser dan lain sebagainya memasuki *nominee* dan bersaing dengan para pesaingnya yang banyak pada tahun tersebut. *Wotaku Ni Koi Wa Muzukashii* memasuki *nominee* dengan *best opening* di Crunchyroll *The Anime Awards* dan *best general manga* pada *41st Annual Kodansha Manga Awards*. Tidak hanya sampai situ ternyata anime, *manga* ataupun live action dari serial ini, tetapi juga serial *manga Wotaku Ni Koi Wa Muzukashii* sampai 12 juni 2021 telah berhasil menjual sebanyak 12 juta kopi berdasarkan Ichijinsha sebagai salah satu perusahaan penerbitan di Jepang yang berfokus pada publikasi terkait *manga* (PR, 2022). Pada *Spring 2018 Anime Awards*, *Wotaku Ni Koi Wa Muzukashii* juga berhasil mendapatkan banyak nominasi dan memenangkan banyak *awards*, yaitu *best slice of life*, *best romance*, *best female character*, *best couple/ship*, *best overall cast*, *best female va* dan *best OP*.

Penggambaran *fujoshi* yang ditampilkan sangat menarik untuk dilihat, seperti aktivitas komunikasi yang dilakukan, interaksi dengan *fujoshi* lain atau hubungan komunikasi dengan seseorang yang bukan *fujoshi*, dan reaksi orang-orang di sekitar *fujoshi* tergambar jelas dalam anime tersebut. Terdapat empat tokoh otaku dan diantar keempatnya juga terdapat dua *fujoshi*, yaitu Narumi Momose dan Hanako Koyanagi. Dua wanita tersebut tidak berhasil menyembunyikan identitas otaku dan *fujoshi* mereka satu sama lainnya. Setelah identitas mereka diketahui satu sama lainnya mereka merasa terkejut karena ada seseorang yang memiliki kesamaan atas suatu hal yang disukai. Walaupun terkejut, dua wanita tersebut pada akhirnya memiliki seseorang yang akan di jadikan teman sefrekuensi mereka. Narumi Momose dan Hanako Koyanagi menunjukkan perilaku *fujoshi* pada tokoh ataupun cerita dengan *genre* yang mereka suka, sampai kedua pacarnya dijadikan bahas untuk memuaskan Hasrat mereka akan *genre yaoi* tersebut. Perilaku *enthusiast* juga ditunjukkan ketika Hanako Koyanagi melakukan cosplay tokoh dua dimensi tersebut di dalam suatu *event* dan Narumi Momose mengambil gambar dengan penuh semangat.

Penelitian ini dilakukan untuk mengungkapkan tanda-tanda *fujoshi* yang terdapat pada serial anime *Wotaku Ni Koi Wa Muzukashii* sebagai salah satu budaya populer yang memberikan pengaruh di masyarakat terkait dengan *fujoshi*. Dari fenomena anime *Boys Love/yaoi/shounen ai* sedang naik dan juga banyak masuk di Indonesia, juga *genre romance* masuk dalam 10 besar *subgenre* digital original paling banyak diminati dan ditunjukkan dengan jumlah *fujoshi* yang terdapat dalam Grup Telegram

dengan nama "World Of Yaoi" yang memiliki pengikut sebanyak 81.163 anggota maka menjadi menarik dan penting untuk memahami representasi *fujoshi* dalam anime *Wotaku Ni Koi Wa Muzukashii*. Dalam serial anime *Wotaku Ni Koi Wa Muzukashii* ini merupakan media populer yang dapat menyampaikan pesan dan menampilkan tanda-tanda fenomena sosial, yaitu *fujoshi*, dimana tanda-tanda tersebut terdapat dalam dunia *fujoshi* melalui adegan-adegan di dalam serial anime *Wotaku Ni Koi Wa Muzukashii*. Maka, dalam penelitian ini penulis akan menggunakan kajian semiotika untuk dapat menemukan makna yang memperlihatkan fenomena *fujoshi* dalam serial anime *Wotaku Ni Koi Wa Muzukashii*. Melalui tanda-tanda tersebut Kajian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah kajian semiotika milik Charles Sanders Peirce. Charles Sanders Peirce dalam kajiannya yaitu, trikonomi tanda. Trikonomi tanda yang terdiri dari *representamen (qualisign, sinsign, legisign)*, *object (Icon, an Index, or a symbol)*, *Interpretant (a Rheme, a Dicent Sign, or an Argument.)*. Peneliti menggunakan kajian semiotika Charles Sanders Peirce, agar peneliti dapat mengamati dan menjelaskan mengenai perilaku sosial yang dilakukan oleh *fujoshi* melalui tanda-tanda *fujoshi* dalam anime *Wotaku Ni Koi Wa Muzukashii* berdasarkan teori kajian semiotika. Charles Sanders Peirce dalam penelitian yang berjudul "Representasi *Fujoshi* Dalam Anime *Wotaku Ni Koi Wa Muzukashii* (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)".

1.2. Pertanyaan Penelitian

Dari latar belakang diatas, maka peneliti menetapkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana objek tanda *fujoshi* yang terdapat pada anime *Wotaku Ni Koi Wa Muzukashii* ?
2. Bagaimana representamen tanda *fujoshi* yang terdapat pada anime *Wotaku Ni Koi Wa Muzukashii* ?
3. Bagaimana *interpretant* atau makna tanda *fujoshi* melalui pada anime *Wotaku Ni Koi Wa Muzukashii* berdasarkan trikotomi tanda Charles Sanders Peirce ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian yang hendak dicapai, yaitu:

1. Untuk mengetahui representasi tanda *fujoshi* yang terdapat pada anime *Wotaku Ni Koi Wa Muzukashii*
2. Untuk mengetahui makna tanda *fujoshi* pada anime *Wotaku Ni Koi Wa Muzukashii* berdasarkan trikotomi tanda Charles Sanders Peirce.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini, peneliti berharap yang menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce yang mengacu pada trikotomi tanda sebagai landasan penelitian mereka untuk lebih mendalami fenomena *fujoshi* pada anime *Wotaku Ni Koi Wa Muzukashii*

1.4.2. Manfaat Praktis

Dengan penelitian ini, peneliti berharap agar membantu pembaca memahami bahwa semua budaya populer atau *pop culture* memiliki pesan yang perlu disampaikan, termasuk fenomena *fujoshi* pada anime *Wotaku Ni Koi Wa Muzukashii*. Teori semiotika Charles Sanders Peirce salah satu teori semiotika yang dapat digunakan untuk mengungkapkan pesan tersebut.

1.5. Waktu dan Lokasi Penelitian

Tabel 1.1 Waktu Penelitian

No.	Kegiatan	2022-2023				
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb
1.	a. Penganjuan Judul	■				
	b. Penyusunan Proposal	■				
	c. Desk Evaluation		■			
2.	a. Pengumpulan Data		■			
	b. Analisis Data			■		
3.	Tahap Penyusunan Hasil Penelitian			■	■	
4.	Sidang Skripsi					■

Sumber: Olahan Peneliti, 2022