

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Jepang adalah negara kepulauan yang dikenal sebagai negeri Sakura atau negeri matahari terbit. Jepang berada di Asia Timur dan memiliki sistem pemerintahan dalam bentuk kekaisaran. membahas tentang Jepang, banyak kebudayaan yang lahir dari negara tersebut. Budaya Jepang sudah banyak berkembang mulai dari kebudayaan tradisional hingga kebudayaan modern yang mendapat banyak pengaruh dari bangsa luar seperti Amerika, Eropa, maupun Asia. Budaya luar yang paling melekat pada budaya Jepang adalah budaya dari Cina. Salah satu ciri kebudayaan Cina yang ada pada kebudayaan Jepang adalah huruf *Kanji*. *Kanji* secara harfiah mempunyai arti “Aksara dari Han” yang memiliki arti aksara Cina yang digunakan dalam penulisan Jepang. Pada masa kini, kebudayaan Jepang merupakan salah satu yang paling dikenal oleh seluruh dunia karena semakin berkembangnya media massa dan internet yang membuat masyarakat mudah mendapat akses melalui internet.

Selain budaya tradisional, Jepang juga memiliki kebudayaan modern yang saat ini dikenal sebagai Budaya populer atau *Japanese Pop Culture*. Kebudayaan ini telah diakui, dinikmati, dan di sebarluaskan oleh masyarakat Jepang. Pemerintah Jepang mengeluarkan Kebijakan untuk mempromosikan negara atau *national branding* melalui unsur budaya populer yaitu *Cool Japan*. Proposal *Cool Japan* oleh METI (Kementrian Ekonomi, Perdagangan, & Industri) Diajukan pada Tahun 2011 dan disetujui pada tahun 2013 lalu didirikannya *Cool Japan Promotion Council*. Program *Cool Japan* adalah Melakukan beragam investasi & event international untuk mempromosikan Jepang & budaya Jepang.

*Cool Japan* memiliki strategi untuk memperluas industri kreatif Jepang melalui kekuatan Budaya yang mencakup beberapa bidang pakaian dan fashion, manufaktur dan produk regional, kuliner, *content*, dan pariwisata. Tujuan dari kebijakan *Cool Japan* adalah pertumbuhan pasar global industri content. *Cool*

*Japan* juga memanfaatkan *Soft power* dan *brand state* dalam menegaskan pentingnya pertumbuhan dalam industri kreatif bagi negara tujuan di Asia. industri content yang di sebarakan oleh negara Jepang adalah Drama, *Manga*, dan *Anime*.

漫画 (*manga*) dalam bahasa Indonesia memiliki arti “komik”. *Manga* secara harfiah diartikan “gambar aneh” atau “sketsa spontan”. *Manga* adalah komik yang dibuat oleh *Mangaka* atau seseorang yang menggambar sketsa dan menggabungkannya alur cerita dalam bahasa Jepang. Pada awalnya manga muncul pada majalah yang memiliki 200-850 halaman, *manga* yang di terbitkan pada majalah biasanya memiliki 30 – 40 halaman dalam 1 majalah tersebut. *Manga* yang sudah banyak terbit di majalah, dikumpulkan dan di terbitkan Kembali dalam 1 buku berukuran biasa yang dinamakan dengan *tankoubon* atau yang biasa kita kenal dengan istilah “Volume”.

Buku yang telah diterbitkan Kembali, kemudian disebarakan di berbagai negara diluar Jepang dan diterjemahkan dalam beberapa bahasa seperti Prancis, Portugal, Cina, Korea, Malaysia, Indonesia dan berbagai negara lainnya. Setiap negara biasanya memiliki sebutan sendiri untuk “*Manga*”, Seperti *Manhua* untuk negara Cina, Hongkong, dan Taiwan dan *Manhwa* untuk negara korea. Salah satu manga yang terkenal di beberapa penjuru dunia adalah *One Piece*. *Manga* ini ditulis oleh Eichiro oda pertama kali terbit pada tahun 1997 di majalah *shonen Jump*. *Manga* ini menceritakan tentang Seorang anak muda Bernama Monkey D luffy yang ingin mengarungi lautan dan Menjadi raja bajak laut dengan cara menemukan harta yang bernama one piece. Baru saja manga ini mencetak guinness world record karena terjual lebih dari 500 juta copy di seluruh dunia, hal ini menempatkan *One piece* sebagai penjualan terbanyak kedua setelah komik Superman.

Selain *Manga*, *Anime* atau アニメ juga menjadi salah satu faktor berkembangnya budaya modern Jepang hingga saat ini, *Anime* adalah animasi Khas Jepang yang dicirikan melalui penggambaran visual yang menampilkan tokoh-tokoh dalam berbagai macam lokasi dan cerita yang ditujukan kepada penonton yang berbeda. *Anime* merupakan film berjenis animasi yang dapat dinikmati oleh anak-anak, remaja, maupun dewasa. Salah satu *anime* yang terkenal di dunia adalah

*Yu-Gi-Oh! Yu-Gi-Oh!* adalah seri Manga tentang *Trading Card Game* yang ditulis dan di ilustrasikan oleh Kazuki Takahashi dan di terbitkan pada majalah *Shueisha's Weekly Shounen Jump*. Saat divisualisasikan menjadi *anime*, *Yu-Gi-Oh!* bergenre *adventure, fiction, dan fantasy*. seri awal yang berjudul *Yu-Gi-Oh! duel monster*, menceritakan tentang seorang anak SMA bernama Yugi Mutou yang sangat menyukai bermain kartu bernama *Duel Monster* yang mendapatkan hadiah kepingan artifak yang dikenal sebagai *Millenium Puzzle*. Saat Yugi Berhasil menyelesaikan *Puzzle* tersebut, Yugi dirasuki oleh roh *Ancient Pharaoh* yang menyelesaikan semua masalahnya melalui permainan kartu yang bernama *Duel Monster*. Seiring berjalannya waktu *Yu-Gi-Oh!* memiliki beberapa yang memiliki perbedaan alur tetapi tetap memiliki Cerita tentang *Duel Monster*.

*Yu-Gi-Oh!* Trading Card Game adalah permainan kartu yang dikembangkan dan diterbitkan oleh Konami. Permainan kartu tersebut berdasarkan pada permainan fiksi *Duel Monster* yang diciptakan oleh Kazuki Takahashi, yang muncul pada seri *Manga dan Anime Yu-Gi-Oh!*. *Yu-Gi-Oh!* Trading Card Game memiliki Komunitas yang tersebar di berbagai daerah di Indonesia dan memiliki beberapa Event dan Turnament seperti BOSS (*Bekasi Open Super Series*), Fairians Arena Semarang, YIC (*Yu-Gi-Oh! Indonesia Championship*) dan beberapa turnamen yang diadakan pada event Jejepangan.

*Prodigy* sendiri adalah komunitas permainan kartu *Yu-Gi-Oh!* di kota Bekasi, dengan mengikuti aturan OCG atau *Official Card Game* yang berbahasa Jepang karena mereka mengikuti negara asia lain yang menggunakan Kartu berbahasa Jepang karena telah diakui atau dianggap *Official* oleh pihak Konami Jepang. Berbeda dengan beberapa Komunitas di Jakarta yang lebih dominan menggunakan TCG atau *Trading Card Game* yang kartunya menggunakan bahasa inggris. Hal ini tentu membuat beberapa *Duelist* yang berlokasi di kota Bekasi lebih memilih berkumpul dengan komunitas yang ada di Jakarta. Hal tersebut dikarenakan mereka lebih mudah memahami teks kartu & peraturan yang berbahasa inggris daripada kartu yang berbahasa Jepang.

Penulis mengambil Perkembangan Komunitas *Prodigy* sebagai pusat Budaya populer permainan Kartu *Yu-Gi-Oh* di Kota Bekasi karena Penulis merasa

tidak banyak Pemain kartu *Yu-Gi-Oh* yang mengetahui bahwa permainan kartu *Yu-Gi-Oh* tersebut termasuk dalam Budaya Populer Jepang. Penulis Juga pernah tergabung dalam komunitas *Prodigy* dan Lokasi berkumpulnya dekat dengan tempat tinggal penulis, sehingga hal tersebut membuat pengumpulan data menjadi lebih mudah untuk dilakukan.

Kota Bekasi merupakan salah satu kota yang berasal dari provinsi Jawa Barat. Kota Bekasi terbagi menjadi 5 daerah yaitu Bekasi Utara, Bekasi Timur, Bekasi Selatan, Bekasi Barat, dan Kabupaten Bekasi. *Prodigy* adalah salah satu dari berbagai jenis Komunitas. Pada awalnya *Prodigy* hanyalah kumpulan 4 orang dan berkumpul di salah satu rumah anggotanya di Kawasan Bekasi Utara. Komunitas *Prodigy* mulai terbentuk saat diadakannya sebuah turnamen *Yu-Gi-Oh* oleh penyelenggara event Jepang di salah satu SMA kota Bekasi.

Tahun 2015 Para anggota komunitas *Prodigy* Bekasi berkumpul pada *Toy City Summarecon Mall* Bekasi dikawasan Bekasi Utara namun pihak *Toy City* Hanya menjual Kartu *Yu-Gi-Oh!* yang berbahasa Inggris dan para anggota komunitas *Prodigy* terpaksa harus mencari tempat baru karena mereka dianggap hanya menggunakan tempat dengan Minimnya pembelian oleh pihak *Toy City*. pada 2016 hingga 2019, para anggota komunitas *Prodigy* berkumpul dan bermain di *outdoor FoodHall* Mall Mega Bekasi di Kawasan Bekasi Barat, saat berlokasi di tempat ini tidak jarang jika masyarakat umum ikut melihat turnamen mingguan yang diadakan *Prodigy* dan tidak sedikit juga yang berkomentar tentang hanya permainan anak anak ataupun termasuk judi atau tidak. di negara Jepang sendiri, tidak menggunakan sistem komunitas per daerah seperti di Indonesia tetapi mereka berkumpul pada toko mainan terdekat dan pihak Konami pun juga memberi dukungan pada toko-toko mainan yang ada di jepang melalui programnya yaitu program *Friendly Shop*, pihak Konami Jepang memberlakukan program “*friendly Shop*” untuk menyelenggarakan event di setiap toko yang tergabung di program *Friendly Shop*. Dikutip dari halaman web [Konami.com/games/card/Friendly\\_shop/](http://Konami.com/games/card/Friendly_shop/).

“快適にイベント参加ができる十分なスペースを準備して、毎月のイベント開催数も特に多いコナミフレンドリーショップを2021年5月1日より「優良店」として皆様にご案内いたします！「優良店」はこれか

らもどんどん増えていきますので皆様の近くの「優良店」を探してみよう！

#### Terjemahan

“mulai dari 1 mei 2021, kami memperkenalkan *Konami Friendly Shop*, yang akan memiliki jumlah event bulanan yang sangat banyak. Sebagai Toko yang tergabung, akan menyiapkan ruang yang cukup agar nyaman saat berpartisipasi dalam event tersebut!. jumlah toko yang tergabung akan ditingkatkan, jadi ayo cari toko terdekat dengan mu!”.

「遊戯王カードゲーム公認イベントマスター」とは、遊戯王カードゲームのイベント運営方法を正しく理解している店舗スタッフを認定する資格です。遊戯王カードゲーム公認イベントマスター」が在籍する店舗では、より快適にイベントへ参加することができます。

#### Terjemahan

“*Yu-Gi-Oh! Card Game Official Event Master* adalah kualifikasi untuk sertifikasi staff toko yang sangat mengerti tentang cara mengatur event untuk *Yu-Gi-Oh! Card Game*. Pada toko dimana *Yu-Gi-Oh! Card Game Official Event Master* diadakan, kalian bisa berpartisipasi dengan lebih nyaman.

Berdasarkan 2 kutipan diatas, para *duelist* sendiri sangat terbantu dengan adanya program “*Friendly Shop*” yang di adakan oleh pihak Konami karena mereka mampu mengakses *Event* atau Turnamen bulanan yang berlokasi pada toko-toko mainan terdekat dari tempat tinggal mereka.

Penelitian tentang perkembangan dan kondisi komunitas *Prodigy* sebagai pusat permainan kartu *Yu-Gi-Oh!* Di Bekasi yang merupakan salah satu Budaya populer Jepang yang berkembang di kalangan anak-anak, Remaja, Dewasa di Indonesia. Oleh karena itu , Penulis merasa penting untuk diteliti agar dapat memahami ada berbagai budaya populer jepang selain *Anime, Drama, dan Manga*.

#### 1.2. Penelitan yang relevan

Penelitian ini mengenai perkembangan komunitas *Prodigy* sebagai pusat permainan kartu *Yu-Gi-Oh!* di Bekasi. Ditemukan beberapa penelitian terkait yaitu

Pertama adalah Skripsi oleh Willy Fitrianto yang berjudul “Register of *Yu-Gi-Oh!* Content creators on Youtube, skripsi ini membahas tentang penggunaan tentang kata kata yang digunakan pada permainan *Yu-Gi-Oh!*..yang masih tergolong kata Register. Hasil Penelitian menyatakan setelah Willy Fitrianto menganalisis data dari 8 *Channel YugiTuber* & turnamen Komunitas Emperias duelist semarang,Kata kata yang sering diucapkan saat bermain & tergolong

*Register* adalah *field, board, graveyard, backrow, summon, set, activate, resolve, pay, chain link, pass, attack, attack mode, spell, trap, monster, scale, level, rank, tuner, normal monster, mandatory effect, optional effect, damage, wipe, nuke, destroy, pop, mill, dump, turn off, dig, tribute, banish, search, unclog, ditch, overlay, chain, hand trap, topdeck, meta, metagame, engine, resource, access, beatstick, body, combo, spam, free, game, burn, misplay, crash, brick, out, back to square one, interruption, miss the timing, playstyle, grind, mirror match, chain-blocking, and floodgate*. Kata ini di bentuk oleh Konami selaku *Official Yu-Gi-Oh!* dan dapat ditemukan pada teks kartu ataupun *Yu-Gi-Oh! Official Rulebook*. Persamaan dengan penelitian yang sedang diteliti adalah memuat bahasan tentang *Yu-Gi-Oh!*, dengan perbedaan skripsi yang ditulis oleh Willy Fitrianto lebih terfokus pada Istilah *Yu-Gi-Oh!* yang digunakan saat bermain para komunitas di semarang, sedangkan penelitian yang diteliti saat ini terfokus pada perkembangan dan kondisi komunitasnya yaitu komunitas *Prodigy*

Kedua adalah penelitian oleh Kendall Nagi dari northern Illinois university yang berjudul “Heart of cards : The underlying social framework of the *Yu-Gi-Oh!* community”. Penelitian ini membahas tentang apa yang mendasari terbentuknya komunitas *Yu-Gi-Oh!*, hal itu mencakup *player ettique, The Acceptable Play and Degenerate Play, Value and Nostalgia*. Hasil penelitian ini adalah hal yang mendasari tentang komunitas *Yu-Gi-Oh!* adalah kompetisi dan kreasi. Tentu saja kedua hal itu sangat berlawanan, tetapi dengan mengerti satu sama lain dan beberapa ekspektasi, para *duelist* bisa menyeimbangkan hal itu satu sama lain. nilai tentang permainan yang dapat diterima dan di hormati mengungkapkan bagaimana kerangka komunitas ini bekerja dan memprioritaskan hal seperti etika pemain yang dapat memperkuat kerangka komunitas *Yu-Gi-Oh!*. Persamaan dengan penelitian yang sedang di teliti oleh penulis saat ini adalah sama-sama membahas tentang komunitas *Yu-Gi-Oh!* nya dengan perbedaan penelitian karya Kendall Nagi lebih terfokus kepada apa yang menjadi dasar Komunitas *Yu-Gi-Oh!* sedangkan penelitian yang sedang di teliti saat ini terfokus kepada perkembangan sebuah Komunitas *Yu-Gi-Oh!*.



Yang ketiga adalah Jurnal ilmiah karya ricco Kurniawan Tanejo dari Fakultas bisnis dan ekonomika, Universitas Surabaya yang berjudul “Studi deskriptif Perilaku Konsumen Trading Card Game di Surabaya”. Jurnal ilmiah ini membahas tentang perilaku konsumen dari berbagai permainan kartu di Surabaya, salah satunya *Yu-Gi-Oh!* seperti dari kalangan mana yang lebih banyak menjadi konsumen dan berapa anggaran yang disiapkan untuk permainan kartu ini. Hasil dari penelitian ini adalah *Yu-Gi-Oh!* berada dalam posisi ketiga dari 4 jenis *Trading Card Game* yang ada di Surabaya, berdasarkan hasil kuesioner, Dijelaskan bahwa konsumen yang sering memainkan dan membeli *Trading Card Game Yu-Gi-Oh* mayoritas berusia 17-25 tahun dengan, berjenis kelamin pria, dan berpendidikan terakhir SMA. Mayoritas responden menyediakan anggaran Rp 500.000-Rp 1.000.000,- hal ini bisa dikarenakan harga *Trading Card Game Yu-Gi-Oh* yang cukup mahal dan pemain yang memainkan *Yu-Gi-Oh* mayoritas memiliki ekonomi yang lebih dari mampu. Alasan terbanyak responden memainkan *Trading Card Game Yu-Gi-Oh* adalah karena suka menonton Anime *Yu-Gi-Oh* , yang dimana memang cukup seru dan secara rutin ditampilkan per minggu hingga sekarang mencapai Season 6, hal ini bisa mempengaruhi keinginan responden untuk memainkan dan membeli produk *Trading Card Game Yu-Gi-Oh*, dan cara responden mengetahui produk *Trading Card Game Yu-Gi-Oh* mayoritas juga berasal dari acara Anime *Yu-Gi-Oh* Responden paling sering memainkan *Trading Card Game Yu-Gi-Oh* di Utopia-Galaxy Mall, karena pada saat Weekend banyak pemain *Yu-Gi-Oh* yang berkumpul di Utopia, dan responden juga mayoritas membeli *Trading Card Game Yu-Gi-Oh* di Utopia-Galaxymall, hal ini bisa disebabkan karena Utopia menjadi tempat berkumpulnya para pemain *Yu-Gi-Oh*. Persamaan dengan penelitian yang sedang di teliti oleh penulis saat ini adalah sama-sama membahas tentang *Yu-Gi-Oh* dengan perbedaan Jurnal Ilmiah Karya ricco Kurniawan Tanejo lebih general ke semua permainan kartu yang ada di surabaya sedangkan penelitian yang sedang di teliti saat ini terfokus kepada permainan kartu *Yu-Gi-Oh!* saja dan perkembangan Komunitasnya.

### 1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, penulisan kali ini, Penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut, yaitu:

1. Kurangnya Pengetahuan pemain kartu *Yu-Gi-Oh* akan sebuah permainan kartu termasuk dari Budaya Populer Jepang.
2. Permasalahan *Language Barrier* saat mengembangkan Komunitas *Prodigy* Bekasi.
3. Distribusi pengadaan Kartu dari Jepang ke Indonesia yang belum resmi dari Konami Jepang
4. Kurangnya minat Pemain kartu *Yu-Gi-Oh* untuk bergabung karena Komunitas *Prodigy* menggunakan kartu bahasa Jepang

### 1.4 Pembatasan Masalah

Menurut Identifikasi masalah yang ada, maka pembatasan masalah dalam penelitian adalah Perkembangan budaya populer permainan Kartu *Yu-Gi-Oh!* Jepang dikalangan Komunitas Indonesia khususnya di kota Bekasi yaitu Komunitas *Prodigy*.

### 1.5 Rumusan Masalah

Dengan demikian, maka ada 3 masalah yang akan di analisis di dalam penelitian ini, dan 3 masalah tersebut adalah :

1. Bagaimana Masuknya budaya populer permainan kartu *Yu-Gi-Oh!* di kota Bekasi?
2. Apakah para pemain *Yu-Gi-Oh* mengetahui bahwa Permainan Kartu *Yu-Gi-Oh* termasuk dalam Budaya Populer Jepang?
3. Apa saja tantangan yang dihadapi komunitas *Prodigy* dalam mengembangkan komunitasnya?

### 1.6 Tujuan penelitian

Berdasarkan analisis permasalahan yang ada maka tujuan dari penelitian ini adalah:



1. Bagaimana proses masuknya budaya populer permainan kartu *Yu-Gi-Oh!* di kota Bekasi.
2. Untuk mengetahui apakah pemain *Yu-Gi-Oh* di Kota Bekasi mengetahui bahwa permainan kartu *Yu-Gi-Oh* termasuk dalam Budaya Populer
3. Tantangan yang dihadapi komunitas *Prodigy* dalam mengembangkan komunitasnya.

### 1.7 Landasan Teori

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori budaya dan teori budaya populer.

#### A. Permainan

Permainan adalah sebuah aktivitas di mana dua orang atau lebih pengambil keputusan independen mencari cara untuk memenuhi tujuan mereka di dalam sebuah konteks yang membatasi. Definisi yang lebih konvensional bisa mengatakan bahwa sebuah game adalah sebuah konteks dengan peraturan di antara para pesaing yang ingin meraih tujuannya (Clark C. Abt, 1970).

*Collectible Card Game* adalah sebuah jenis permainan yang dilakukan dengan menggunakan media kartu sebagai alat untuk melanjutkan alur permainan. Biasanya permainan dengan jenis ini membutuhkan dua orang atau lebih untuk bermain dengan menggunakan media yang sama. *Collectible Card Game* juga merupakan sebuah alat transaksi untuk bisa dijadikan sebagai alat koleksi. Jenis game ini yang pertama kali dibuat adalah *Magic: the Gathering*, yang dibuat oleh *Wizards of the Coast* dan dirilis pada tahun 1993 (Williams, 2007). Salah satu fitur paling penting dari sebuah *Collectible Card Game* adalah adanya sebuah *Deck*.

*Deck* adalah sekumpulan kartu yang dimiliki oleh seorang pemain dan digunakan oleh pemain itu untuk bermain. *Deck* biasanya dibatasi sekitar 30-60 kartu. Untuk mengganti kartu-kartu dalam sebuah *deck*, pemain tentu memerlukan cara untuk mendapatkan kartukartu yang baru. Untuk itu disediakan sebuah *Booster Pack*. *Booster Pack* adalah sebuah paket berisi kartu yang bisa dimasukkan ke dalam sebuah *deck*. *Booster Pack* biasanya terdiri dari beberapa kartu yang diperoleh secara acak. Masing- masing kartu memiliki sebuah tingkat kelangkaan

sendiri-sendiri, dimana kartu yang lebih langka lebih jarang keluar dari *Booster Pack*. Semakin lama pemain akan semakin bosan dengan kartu-kartu yang mereka miliki. Oleh karena itu, *Collectible Card Game* mengeluarkan sebuah ekspansi setiap kurun waktu tertentu. Ekspansi adalah kartu-kartu baru yang dijual untuk dimasukkan ke dalam deck. Ekspansi biasanya dijual dalam bentuk *Booster Pack*. Setiap *Collectible Card Game* memiliki aturan permainan yang berbeda-beda. Akan tetapi, biasanya dilakukan secara *turn-based*. Maksudnya, pemain pertama mendapatkan gilirannya, lalu giliran pemain kedua, dan seterusnya

## B. Komunitas

Istilah kata komunitas berasal dari bahasa latin *communitas* yang berasal dari kata dasar *communis* yang artinya masyarakat, publik atau banyak orang. Komunitas (*community*) adalah sebuah kelompok sosial yang terdiri dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama, komunitas dalam konteks manusia, individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko dan sejumlah kondisi lain yang serupa. Menurut McMillan dan Chavis,

*Community is a feeling that members have of belonging, a feeling that members matter to one another and to the group, and shared faith that members needs will be met through their commitment to be together* (McMillan & Chavis 1986),

bahwa komunitas merupakan kumpulan dari para anggotanya yang memiliki rasa memiliki, terikat diantara satu dan lainnya dan percaya bahwa kebutuhan para anggota akan terpenuhi selama para anggota berkomitmen untuk terus Bersama-sama.

Hilley, George Jr yang melakukan studi tentang komunitas dalam psikologi rural berpendapat bahwa

*Community bounded by Physical or geographical location (Neighborhood, School) and Basic of Common Interests, Goals or needs (Sporting, hobby or political groups)*(Hilley,George Jr,1955)

yaitu komunitas ialah hal yang dibangun dengan fisik atau lokasi geografi dan kesamaan dasar atau kebutuhan. George juga mengatakan

*Community is aggregate of persons with common characteristics such as geographic, professional, cultural, racial, religious, or socio economic similarities, communities can be defined by location, race, ethnicity, age, occupation, interest in particular problems or outcomes or others common bond (Hilley,George Jr,1955)*

yaitu komunitas adalah individu yang mempunyai kesamaan karakteristik seperti geografis, ras, agama, kultur, atau keadaan sosial ekonomi yang setara. Komunitas dapat didefinisikan dari lokasi, ras, etnik, pekerjaan, ketertarikan pada suatu masalah – masalah atau hal lain yang mempunyai kesamaan. )

Kesimpulannya adalah suatu komunitas tidak dapat berdiri tanpa adanya kesamaan karakteristik dari individu yang tergabung dalam komunitas tersebut, komunitas akan terbentuk jika beberapa individu memiliki suatu kesamaan seperti karakteristik, ras, etnik, kesukaan, hobi. Demikian makna komunitas yang digunakan dalam penelitian ini.

#### 1.8 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian Deskriptif analisis. Deskriptif analisis adalah penelitian yang bersifat deskripsi dan menggunakan analisis. Sumber data akan di kumpulkan dari studi kepustakaan, artikel online, Jurnal online, penelitian terkait, dan penyebaran angket yang berupa *Google form*. Data yang diperoleh dari penyebaran angket adalah data primer dan data yang diperoleh dari studi kepustakaan adalah data sekunder.

Angket yang disebar berupa angket campuran. Populasi yang akan dituju adalah para anggota yang tergabung pada komunitas *Prodigy*, link *Google form* disebar melalui grup komunitas *Prodigy* yang ada di platform *Facebook & Line*. Angket akan ditutup jika responden sudah mencapai 20 responden yang merupakan 5 orang pengurus komunitas *Prodigy* dan 15 orang anggota komunitas *Prodigy*.

#### 1.9 Manfaat penelitian

Manfaat penelitian ini adalah :

- a. Manfaat teoritis

Penulis berharap penelitian ini dapat melengkapi penelitian yang ada sebelumnya, dan penulis juga berharap bahwa para pemain permainan kartu *Yu-Gi-Oh* dan masyarakat umum mengetahui bahwa permainan kartu dan masyarakat umum mengetahui bahwa permainan kartu *Yu-Gi-Oh* termasuk dalam budaya populer Jepang

b. Manfaat Praktis

1. Untuk penulis sendiri, mendapat wawasan tambahan tentang bagaimana masuknya permainan *Yu-Gi-Oh!* ke Indonesia maupun ke kota Bekasi, mengetahui sejauh mana perkembangan Komunitas *Prodigy* yang pernah penulis ikuti pada tahun 2015 hingga 2018.
2. Untuk pembaca, diharapkan dapat mengubah pandangan masyarakat luas akan permainan kartu tidak selalu berhubungan dengan perjudian, dapat mengetahui akan adanya budaya populer selain *Anime, Manga, Drama*, yang berupa sebuah permainan.

1.10 Sistematika Penyusunan skripsi

- Bab I: dimana didalam bab ini membahas tentang latar belakang, penelitian yang relevan, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori, metode penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penyusunan skripsi.
- Bab II: membahas tentang gambaran umum permainan kartu *Yu-Gi-Oh!*, Sejarah seri animasi *Yu-Gi-Oh!* dalam perubahan permainan *Yu-Gi-Oh!*, mekanik yang ada dalam permainan *Yu-Gi-Oh!*, dan cara bermain permainan kartu *Yu-Gi-Oh!*
- Bab III: membahas lebih rinci tentang Perkembangan komunitas *Prodigy* sebagai pusat permainan kartu *Yu-Gi-Oh!* di kota Bekasi
- Bab IV: membuat kesimpulan dari hasil analisis penulis terhadap penelitian yang ditulis mengenai Perkembangan komunitas *Prodigy* sebagai pusat permainan kartu *Yu-Gi-Oh!* di kota Bekasi.