

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pasca kekalahan Jepang dalam Perang Dunia ke-2, Jepang telah membangun kembali negaranya dan berkembang pesat menjadi salah satu negara yang maju di dunia baik secara ekonomi maupun secara teknologi. Produk-produk teknologi Jepang seperti mobil, motor, dan lain-lain. Di samping teknologi dan perekonomian, Budaya Jepang juga menyebar ke banyak negara. Perkembangan ini menyebabkan hampir semua segi kehidupan di beberapa dunia telah dipengaruhi oleh Jepang. Budaya itu sendiri merupakan salah satu hasil pemikiran manusia.

Pemikiran dan kemajuan suatu bangsa ditentukan oleh kualitas sumber daya manusia dari bangsa itu sendiri. Hal ini dapat dibuktikan melalui sejarah perkembangan bangsa-bangsa di dunia. Pada era modernisasi dan globalisasi abad ke-21 bangsa Jepang khususnya di kawasan Asia sudah dipandang sebagai bangsa yang telah mencapai kemajuan yang sangat pesat dalam bidang IPTEK (ilmu pengetahuan dan teknologi). Ekonomi, sosial, politik, yang dapat dijadikan acuan bagi bangsa-bangsa yang terbelakang maupun yang sedang berkembang. Diyakini bahwa kemajuan yang dicapai bangsa Jepang dilandasi dan didukung oleh nilai-nilai atau tatanan sosial yang menjadi kebudayaan terpelihara sejak nenek moyang mereka dan diwariskan secara turun temurun dalam berbagai aspek kebudayaan sehingga membutuhkan pola pikir serta kepribadian yang kokoh, disiplin dan tangguh untuk meraih keberhasilan dan kemajuan.

Jepang telah menyebarkan pengaruh budayanya hampir ke seluruh dunia, terutama melalui produk-produk budaya populer. Elemen-elemen budaya populer Jepang ini menyebarkan pengaruhnya di Negara-negara Asia, misalnya Taiwan, Hongkong, Singapura, Thailand, Vietnam, Korea, dan Indonesia. Di Indonesia, penyebaran *anime* dan *manga* seperti *Sailor moon*, *Dragon ballz*, *Pokemon*, *Digimon*, dan sebagainya. Hingga saat ini, sudah banyak *manga* yang terbit di Indonesia melalui penerbit seperti Elex Media Komputindo, M&C dan Level. *Mangapun* terbit dalam bentuk majalah sebagaimana di Jepang melalui majalah seperti *Shonen Magz*, *Shonan Star*, *Nakayoshi*, dan sebagainya.

Budaya populer Jepang yang lain adalah *anime* dan *manga*. Penyebaran budaya lewat *anime* dan *manga* pun dianggap serius oleh Jepang, hingga Jepang menunjuk *Doraemon* sebagai

duta *anime* Jepang. Meskipun begitu, penyebaran *anime* dan *manga* di Jepang selain sebagai sarana penyebaran budaya Jepang, juga menjadi alat hegemoni dominasi budaya bagi Jepang. Hal ini dapat dilihat pada dunia perkomikan Indonesia yang pada masa 1960-1980-an mengalami kejayaan, namun sekarang ini tidak dapat berkembang bahkan sangat sulit bagi penulis komik Indonesia untuk menerbitkan karyanya sendiri. Tidak hanya itu, gaya gambar *manga* yang khas pun sangat diminati sehingga banyak penulis komik muda mau pun awam yang lebih tertarik untuk menggambar dengan gaya gambar *manga*. Populernya *anime* dan *manga* sudah merasuk di berbagai segi kehidupan masyarakat Indonesia. Adapun animasi dan komik Jepang yang melekat di kehidupan sehari-hari di Indonesia seperti Doraemon, merupakan sebuah cerita fantasi yang memperkenalkan robot berbentuk seperti kucing yang dapat membuat keinginan dari anak-anak menjadi kenyataan.

Masuknya budaya Jepang ke Indonesia, terkait dengan semakin pesatnya teknologi yang menunjang komunikasi, pengetahuan, hiburan, dan pergaulan. Menjadi mudah untuk mengakses apapun. Hal ini menjadi fenomena, dimana semua kalangan menghabiskan waktunya untuk melakukan kegiatan seperti menonton TV, bermain *laptop*, dan bermain *handphone*, bahkan, anak-anak usia dinipun sekarang sudah mulai menggunakan *gadget* canggih seperti *I-Phone*, *Ipad*, *Notebook*, dan lain-lain. Ditambah, semakin banyaknya sosial media yang memberikan kemudahan untuk berinteraksi dengan orang lain, bahkan dapat membuat komunitas di dalamnya, seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Path*, *Line*, *Whats app*, *BBM*, *We chat*, dan lainnya. Dari media-media tersebut disajikan tayangan-tayangan berbagai *film*, mulai dari *film* kartun, animasi, layar lebar, laga, dan lainnya.

Dengan kemudahan dalam mengakses segala sesuatu, maka dengan mudah pula *anime* diperoleh dari Internet. Salah satu bentuk media yang mampu mengakses *anime* adalah *Youtube* yang sudah dapat memperlihatkan tayangan *anime* per episodenya.

Mayoritas kalangan remaja di kota besar mengenal *anime* dan *manga*. *Anime* dan *manga* adalah budaya populer Jepang. Budaya populer Jepang merupakan sebuah budaya yang berasal dari Jepang yang diakui, dinikmati, disebarluaskan dan merupakan jalan hidup mayoritas masyarakat Jepang secara umum. Budaya populer Jepang seperti *fashion* dan drama *Tv* kini telah memasuki kawasan Asia secara mendalam. Dimulai dari animasi hingga idola, budaya muda Jepang telah menciptakan sekelompok orang yang lebih sering disebut sebagai penggemar di dalam kawasan Asia.

Sebagian remaja pecinta budaya Jepang terutama *anime* dan *manga* yang mengenalnya, pasti sudah tidak asing dengan tingkah laku atau ciri khas dari karakter-karakternya di dalam cerita, seperti 'akanbe' (menjulurkan lidah sambil menarik kelopak mata kebawah) dalam *anime* dan *manga The Melancoly of Haruhi Suzumiya*, sifat 'dere-dere' (*Tsundere, Yandere, Dandere, Kuudere*) dalam *anime* dan *manga clannad*, karakter pria yang *nosebleed* saat melihat karakter wanita seksi dalam *anime* dan *manga Baka to test*, penyamaran aneh pencuri yang menggunakan kain di kepala dalam *anime* dan *manga Doraemon*, tokoh utama selalu duduk di bangku sekolah di dekat jendela dalam *anime* dan *manga The Melancoly of Haruhi Suzumiya*, karakter wanita muda kaya raya yang diidentikkan dengan rambut *blonde* dalam *anime* dan *manga K-ON*, dan lainnya. Dari contoh-contoh di atas, hal tersebut dinamakan stereotip.

Stereotip berasal dari kata Yunani, *stereos* yang artinya kaku (*rigid*) dan *tupos* yang artinya jejak, cetakan (*trace*). Istilah ini mulai banyak digunakan dalam kalangan ilmu-ilmu sosial termasuk psikologi sosial sejak Walter Lippman pada tahun 1922 mengemukakan suatu konsep bahwa stereotip merupakan gambar-gambar di kepala kita (*pictures in our heads*) tentang lingkungan ataupun dunia sekitarnya. Orang tidak memberikan tanggapan langsung terhadap realitas obyektif tetapi mengolahnya dulu dalam pikiran. Hal ini terjadi karena dunia nyata terlalu besar, terlalu kompleks untuk segera bisa dikenali. Manusia tidak mampu untuk berhadapan dengan begitu banyak kepelikan, variasi, perubahan, dan kombinasi. Oleh sebab itu untuk mengenal dunia nyata tersebut orang perlu membuat gambar yang lebih sederhana. Lippmann menyebutnya sebagai *quasi environment*. Konsep ini ternyata menjadi awal pemicu perkembangan studi tentang stereotip, terutama teori identitas sosial akhir-akhir ini dianggap sebagai pendekatan yang paling handal (Hogg dan Abram, 1988).

Di dalam *anime* dan *manga*, begitu banyak stereotip yang ada dalam cerita ber-*genre School life*, seperti *baka to test, The Melancoly of Haruhi Suzumiya, Angel Beats, Clannad, Highschool DxD, School days*, dan lain-lain. Termasuk Stereotip *Moe, akanbe, dan hanaji* seringkali muncul dalam cerita. Mengapa memilih *anime ber-genre School life* sebagai kasus dalam stereotip? Karena *School life* memiliki alur cerita yang santai dan fleksibel. Dengan begitu, akan banyak sekali stereotip-stereotip di dalamnya. Dan juga merupakan frase yang digunakan untuk menggambarkan *Anime, manga*, maupun film, dengan mengambil cerita berdasarkan kehidupan atau kejadian dari karakter yang ada didalamnya. Mengangkat realitas kehidupan, dengan plot fokus pada aktivitas atau kehidupan sehari-hari di sekolah.

Stereotip dapat dikatakan sebagai daya tarik dari produser kepada penonton untuk lebih antusias dalam memahami ciri khas dari tokoh-tokoh di dalamnya. Dengan adanya stereotip dalam cerita, penonton atau penikmat *anime* dan *manga* dapat dengan mudah mengenal karakter-karakter mereka. Seperti contohnya, Fujibayashi Kyou dari *anime Clannad*, kita sudah bisa langsung mengetahui dirinya yang identik dengan memiliki sifat Tsundere, karena dia yang suka tiba-tiba marah-marah. Padahal dalam hatinya, dia memiliki sifat yang peduli dan hati yang lembut. Dan contoh-contoh lainnya. Tak dipungkiri, stereotip adalah hal yang cukup penting untuk penggambaran karakter dalam cerita.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis mengidentifikasi masalahnya sebagai berikut:

1. Jepang mengalami perkembangan yang pesat pasca kekalahan Perang Dunia ke-2 dalam segi ekonomi dan teknologi.
2. Budaya populer Jepang menyebarkan pengaruhnya ke seluruh dunia.
3. *Anime* dan *manga* adalah budaya populer Jepang yang diterima dengan baik oleh masyarakat Jepang maupun luar Jepang.
4. *Manga* merupakan media hiburan untuk anak-anak korban bom atom di akhir Perang Dunia ke-2.
5. Sejarah *anime* dimulai oleh produser film Jepang pada awal abad 20 yang mencoba teknik animasi.
6. Terdapat stereotip sebagai karakteristik tokoh *anime* dan *manga* dalam *genre school life*.
7. Stereotip *akanbe*, *hanaji*, dan *moe* yang menjadi daya tarik untuk penonton.

1.3. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penulisan ini difokuskan kepada penyebaran budaya populer Jepang dan stereotip *akanbe*, *hanaji*, dan *Moe* sebagai daya tarik dalam cerita *anime & manga ber-genre school life*.

1.4. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini didukung dengan pertanyaan-pertanyaan berikut:

1. Bagaimana penyebaran pengaruh budaya populer Jepang ke seluruh dunia?
2. Apa yang dimaksud dengan stereotip dalam *anime* dan *manga*?
3. Bagaimana stereotip *akanbe*, *hanaji*, dan *moe* dalam cerita anime dan manga ber-*genre school life* menjadi daya tarik untuk penonton?

1.5. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui

1. Bagaimana penyebaran pengaruh budaya populer Jepang ke seluruh dunia?
2. Apa yang dimaksud dengan stereotip dalam *anime* dan *manga*?
3. Bagaimana stereotip *akanbe*, *hanaji*, dan *moe* dalam cerita anime dan manga ber-*genre school life* menjadi daya tarik untuk penonton?

1.6. Landasan teori

1.6.1. Budaya

Budaya adalah suatu pola hidup menyeluruh. budaya bersifat kompleks, abstrak, dan luas. Banyak aspek budaya turut menentukan perilaku komunikatif. Unsur-unsur sosio-budaya ini tersebar, dan meliputi banyak kegiatan sosial manusia.

Beberapa alasan mengapa orang mengalami kesulitan ketika berkomunikasi dengan orang dari budaya lain terlihat dalam definisi budaya:

“Budaya adalah suatu perangkat rumit nilai-nilai yang dipolarisasikan oleh suatu citra yang mengandung pandangan atas keistimewaannya sendiri. "Citra yang memaksa" itu mengambil bentuk-bentuk berbeda dalam berbagai budaya seperti "individualisme kasar" di Amerika, "keselarasan individu dengan alam" di Jepang dan "kepatuhan kolektif" di Cina.” (Mulyana & Rakhmat 14 Mei 2017)

Citra budaya yang bersifat memaksa tersebut membekali anggota-anggotanya dengan pedoman mengenai perilaku yang layak dan menetapkan dunia makna dan nilai logis yang dapat dipinjam anggota-anggotanya yang paling bersahaja untuk memperoleh rasa bermartabat dan pertalian dengan hidup mereka.

Dengan demikian, budayalah yang menyediakan suatu kerangka yang koheren untuk mengorganisasikan aktivitas seseorang dan memungkinkannya meramalkan perilaku orang lain.

Kebudayaan sangat erat hubungannya dengan masyarakat. Melville J. Herskovits dan Bronislaw Malinowski mengemukakan bahwa segala sesuatu yang terdapat dalam masyarakat ditentukan oleh kebudayaan yang dimiliki oleh masyarakat itu sendiri. Istilah untuk pendapat itu adalah *Cultural-Determinism*.

Herskovits memandang kebudayaan sebagai sesuatu yang turun temurun dari satu generasi ke generasi yang lain, yang kemudian disebut sebagai *superorganic*. (Soekanto, 2003)

Menurut Andreas Eppink, kebudayaan mengandung keseluruhan pengertian nilai sosial, norma sosial, ilmu pengetahuan serta keseluruhan struktur-struktur sosial, religius, dan lain-lain, tambahan lagi segala pernyataan intelektual, dan artistik yang menjadi ciri khas suatu masyarakat. (Soekanto, 2003)

Menurut Edward Burnett Tylor, kebudayaan merupakan keseluruhan yang kompleks, yang di dalamnya terkandung pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kemampuan-kemampuan lain yang didapat seseorang sebagai anggota masyarakat. (Tylor, 1974)

Menurut Selo Soemardjan, dan Soelaiman Soemardi kebudayaan adalah sarana hasil karya, rasa, dan cipta masyarakat. (Muin, 2013)

Dari berbagai definisi tersebut, dapat diperoleh pengertian mengenai kebudayaan adalah sesuatu yang akan memengaruhi tingkat pengetahuan, dan meliputi sistem ide atau gagasan yang terdapat dalam pikiran manusia, sehingga dalam kehidupan sehari-hari, kebudayaan itu bersifat abstrak.

Sedangkan perwujudan kebudayaan adalah benda-benda yang diciptakan oleh manusia sebagai makhluk yang berbudaya, berupa perilaku, dan benda-benda yang bersifat nyata, misalnya pola-pola perilaku, bahasa, peralatan hidup, organisasi sosial, religi, seni, dan lain-lain, yang kesemuanya ditujukan untuk membantu manusia dalam melangsungkan kehidupan bermasyarakat.

1.6.2. Budaya Populer

Budaya populer berbentuk teks-teks atau praktik-praktik kegiatan artistik seperti drama seri televisi, musik pop, buku komik, gaya berpakaian, dan sebagainya.

Berkaitan dengan ideologi, ada lima definisi ideologi.

“Pertama, ideologi merupakan suatu pelebagaan gagasan-gagasan sistematis yang diartikulasikan oleh sekelompok masyarakat tertentu.

Kedua, ideologi adalah teks-teks atau praktik-praktik budaya tertentu yang menghadirkan berbagai macam citra tentang realitas tertentu yang sudah didistorsi atau diselewengkan. Teks-teks dan praktik-praktik itulah yang kemudian memproduksi apa yang disebut sebagai ‘kesadaran palsu’.

Ketiga, ideologi adalah teks-teks budaya atau ‘bentuk-bentuk ideologis’ untuk mempresentasikan citra tertentu tentang dunia.

Keempat, ideologi bukan hanya sebagai pelebagaan ide-ide, tetapi juga sebagai suatu praktik material. Artinya, ideologi bisa dijumpai dalam ‘praktik’ kehidupan sehari-hari dan bukan hanya dalam ‘ide-ide’ tertentu tentang kehidupan sehari-hari.

Kelima, ideologi berfungsi terutama pada level konotasi, makna sekunder, makna yang seringkali tidak disadari, yang ditampilkan oleh teks atau praktik, atau yang bisa ditampilkan oleh apapun.” (Storey, 2003, p. 4-9)

Ideologi (atau mitos, menurut Barthes) dalam definisi ini menuntun kita pada perjuangan hegemonik untuk membatasi konotasi, untuk menetapkan konotasi-konotasi partikular, dan memproduksi konotasi-konotasi baru. (Storey, 2003, p. 4-9)

Konsep terakhir yang bermanfaat dalam kajian budaya pop adalah konsep ‘populer’. Williams memberikan empat makna mengenai konsep ‘populer’ yaitu; “‘*well-liked by many people*’; ‘*inferior kinds of work*’; ‘*work deliberately setting out to win favour with the people*’; ‘*culture actually made by the people for themselves*’.” (Storey, 1993, p. 6)

‘Sangat disukai oleh banyak orang’; ‘Jenis pekerjaan inferior’; ‘Bekerja dengan sengaja bersiap untuk memenangkan bantuan dengan rakyat’; ‘Budaya sebenarnya dibuat oleh rakyat untuk dirinya sendiri’. (Storey, 1993, p. 6)

Jadi, dalam rangka mendefinisikan budaya pop kita perlu mengkombinasikan konsep ‘budaya’, ‘ideologi’, dan ‘populer’ yang ketiganya memiliki formulasi definisi sendiri-sendiri.

Berdasarkan ketiga konsep yang sudah dibahas sebelumnya budaya pop dapat didefinisikan sebagai berikut:

“(1) Popular culture is simply culture which is widely favoured or well-liked by many people; (2) Popular culture is...the culture which is left over after we decided what is ‘high culture’; (3) Popular culture is as ‘mass culture’; (4) Popular culture is the culture which originates from ‘the people’; (5) Popular culture as a site of struggle between the forces of resistance of subordinate groups in society, and the forces of incorporation of

dominant groups in society; (6) Popular culture is postmodernist culture.” (Storey, 1993, p. 6-14)

“(1) Budaya populer hanyalah budaya yang disukai secara luas atau sangat disukai oleh banyak orang; (2) Budaya populer adalah ... budaya yang tertinggal setelah kita memutuskan apa itu 'budaya tinggi'; (3) Budaya populer adalah 'budaya massal'; (4) Budaya populer adalah budaya yang berasal dari 'rakyat'; (5) Budaya populer sebagai tempat pertarungan antara kekuatan perlawanan kelompok subordinat dalam masyarakat, dan kekuatan penggabungan kelompok dominan di masyarakat; (6) Budaya populer adalah budaya postmodernis.” (Storey, 1993, p. 6-14)

1.6.3. Budaya Populer Jepang

Pada saat itu kondisi Jepang relatif damai, sehingga konsentrasi masyarakatnya lebih difokuskan dalam perkembangan aspek ekonomi, sosial, seni dan budaya. Sementara itu, Timothy J. Craig menulis asal-usul budaya pop kontemporer Jepang berasal dari masyarakat biasa jaman Edo.

“The bloodlines of today’s popular culture go back in particular to the vibrant bourgeois culture, born of the common people and aimed at the new urban middle class, which developed and flourished during Japan’s Edo Period (1603-1867)”. (Craig, 2000, p. 7)

"Cikal bakal budaya populer saat ini jika ditelusuri berasal dari budaya kaum borjuis, lahir dari masyarakat awam dan ditujukan bagi kelas menengah masyarakat perkotaan, yang tumbuh dan berkembang selama periode Edo di Jepang (1603-1867)". (Craig, 2000, p. 7)

Berdasarkan pendapat dari Kato dan Craig di atas, budaya pop Jepang yang berkembang dewasa ini mempunyai hubungan erat dengan perkembangan budaya pop Jepang pada masa feodal, khususnya jaman Tokugawa. Oleh karena itu, budaya pop Jepang kontemporer harus dipahami sebagai sebuah tradisi budaya yang terus berkembang sejak periode Tokugawa. Budaya pop kontemporer Jepang berkembang pesat sejak tahun 1990-an. Ketika itu, Jepang sedang mengalami masalah ekonomi dan politik, akan tetapi di saat yang bersamaan, Jepang kembali menunjukkan kemampuannya untuk menarik perhatian dunia, bukan dengan kekuatan ekonomi atau militer akan tetapi dengan menggunakan kekuatan budaya, khususnya budaya populer.

Tsutomu Sugiura, Direktur Marubeni Research Institute (Washington Post Foreign Service, 2003:A01) mengatakan : "*Japan is finding a new place in the world, and new benefits, through the worldwide obsession with its culture -- especially pop culture*". (Faiola, 17 Mei 2017)

"Jepang mendapatkan tempat baru di dunia, dan keuntungan yang baru, melalui obsesi orang-orang di seluruh penjuru dunia akan budaya Jepang -- terutama budaya populernya". (Faiola, 17 Mei 2017)

Pengaruh produk kultural populer Jepang secara perlahan namun pasti sudah menyebar di seluruh dunia. Tanpa kita sadari, banyak orang sekarang melihat, mendengar, memakai, membaca, dan memakan produk-produk pop Jepang. Mulai dari *anime*, *manga*, alunan merdu bernuansa *R&B* Utada Hikaru, instant ramen, dan *Harajuku style* yang sedang *booming* di kalangan anak muda Asia. Dengan kata lain, budaya pop Jepang memberikan pengaruh global baru di seluruh dunia.

"One area in which Japan appears to be expanding its global influence is soft power...During the 1990s, more and more Japanese films, cartoons, computer games, manga (comics), fashion and food have been exported abroad. Major bookstores in the West now have large sections devoted to manga, more Japanese novels have been translated into English and more Western authors are writing novels about Japan. The number of Japanese-style eateries in the West has risen substantially, to the point where Japanese no longer staffs them". (Sano, 17 Mei 2017)

"Satu bidang di mana Jepang terlihat memperluas pengaruh globalnya adalah soft power... Selama dekade 1990-an, semakin banyak film, kartun, permainan komputer, manga (komik), fashion dan makanan yang diekspor ke mancanegara. Toko-toko buku besar di negara-negara Barat saat ini memiliki bagian khusus untuk manga, novel-novel Jepang semakin banyak yang diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris dan para penulis Barat semakin banyak yang menulis novel tentang Jepang. Jumlah restoran bergaya Jepang di Barat tumbuh pesat". (Sano, 17 Mei 2017)

Sebagaimana dijelaskan sebelumnya, budaya pop merupakan budaya yang muncul dari hasil interaksi sehari-hari keinginan, kebutuhan, dan fenomena-fenomena sosial dalam sebuah masyarakat tertentu.

1.6.4. Manga

Penyebaran istilah *manga* dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Jepang di tahun 1930-an ini ditandai dengan kemunculan serial komik strip pertama yang diterbitkan di surat kabar Hochi dan Asahi Graph tahun 1920-an (Kinsella, 2000).

Manga yang kita kenal sekarang ini, berkembang sejak pasca Perang Dunia II dipelopori oleh Tezuka Osamu. Pada awalnya *manga* adalah media hiburan untuk anak-anak korban bom atom di akhir Perang Dunia II (Shiraishi, 1997), dalam kondisi penuh kehancuran di sekitar mereka serta trauma melihat orang tua, tetangga, teman, dan saudara mereka yang meninggal akibat ledakan dasyat dari bom atom,

Tezuka Osamu menggambar *manga* untuk anak-anak. Dengan menggunakan gaya film kartun Disney dan Animasi Max Fleischer serta teknik-teknik sinematik film Perancis dan Jerman, Tezuka yang dijuluki "*manga no kamisama*" (dewa *manga*) membuat cerita-cerita manganya menjadi lebih 'hidup' dengan membawa pembacanya ke dalam sebuah perjalanan emosional antara kebahagiaan, kesedihan, kebencian, kemarahan, kekecewaan, dan sebagainya melalui gambar-gambar dan tokoh-tokoh manganya. Dengan keahliannya, Tezuka membuat orang yang sedang membaca karya-karyanya seperti sedang menonton film. *Tetsuwan Atom*, *Ribbon no Kishi*, *Buddha*, dan *Hi no Tori* adalah beberapa karya legendaris Tezuka yang sangat populer di Jepang maupun di luar Jepang. Banyak *manga* yang sudah terkenal, lalu dijadikan *anime*.

1.6.5. Anime

Sejarah *anime* dimulai pada awal abad 20 ketika produser film Jepang mencoba tehnik animasi yang sebelumnya telah berkembang di Perancis, Jerman, Amerika, dan Rusia. *Anime* yang diketahui merupakan *anime* dikeluarkan pada tahun 1917 yang hanya berdurasi 2 menit, mengisahkan seorang samurai yang mencoba pedang baru. Pada tahun 1930-an, animasi telah menjadi bentuk alternatif gaya bercerita di Jepang.

1.6.6. Stereotip

Definisi stereotip dalam berbagai literatur dirumuskan dengan cara yang berbeda-beda menurut cara penulis merumuskannya. Namun dibalik keragaman itu terkandung suatu konsep sentral tentang stereotip (Miller, 1982).

Menurut Taylor dan Moghaddam definisi tentang stereotip umumnya mencerminkan adanya hubungan yang kuat dengan kelompok etnis.

Dalam kajian yang menekankan pada pendekatan identitas sosial, berikut definisi stereotip sebagai: *“Generalization about people based on category membership. They are beliefs that all members of a particular group have the same qualities, which circumscribe the group and differentiate it from other group.”* (Hogg & Abram 1988, p. 65)

“Generalisasi mengenai orang berdasarkan keanggotaan pada suatu kategori. Stereotip merupakan kepercayaan bahwa semua anggota dari suatu kelompok memiliki kualitas yang sama, yang membatasi kelompok tersebut dan membedakannya dari kelompok lain.” (Hogg & Abram, 1988, p. 65)

Sementara teori yang cukup representatif adalah definisi dari Brigham, yaitu: *“A generalization made about an ethnic group, concerning a trait attribution, which is considered to be unjustified by an observer.”* (Taylor & Moghaddam, 1994, p. 162)

“Sebuah generalisasi yang dibuat oleh seorang pengamat untuk kelompok etnis tertentu, mengenai penggolongan sifatnya, yang dinilai kurang tepat.” (Taylor & Moghaddam, 1994, p. 162)

Dari pendekatan kognisi sosial mendefinisikannya:

“Stereotype are shared belief about person attribute, usually personality traits but often also behavior of group of people.” (Leyen dkk, 1994, p. 11)

“Stereotip merupakan kepercayaan bersama mengenai sifat orang, pada umumnya mengenai ciri kepribadian seseorang tapi sering pula mengenai perilaku sekelompok orang.” (Leyen dkk, 1994, p. 11)

Dari hal di atas, memang ada berbagai sudut pendekatan dalam mendefinisikan stereotip. Namun demikian menurut pandangan penulis, yaitu bahwa stereotip adalah suatu proses generalisasi yang dilakukan secara tidak akurat tentang sifat ataupun perilaku yang dimiliki oleh individu-individu anggota kelompok sosial tertentu.

Di kehidupan bermasyarakat sering dijumpai kelompok – kelompok sosial yang tidak dipungkiri banyak terjadi pertentangan antara anggotanya dalam saling memenuhi kebutuhan. Bagaimana anggota kelompok dapat menerima ketidaksamaan dari kelompok lain dengan segala konsekuensinya. Ketidak sediaan menerima perbedaan orang atau kelompok lain, inilah yang nantinya akan menyebabkan pertentangan antar individu ataupun kelompok.

Stereotip adalah menyamaratakan citra kita tentang kelompok orang lain, terutama tentang karakteristik psikologis mereka atau ciri kepribadiannya. stereotip merupakan bagian integral dan penting dari sebuah paket lengkap dari proses psikologis yang merupakan rasa diri dan konsep diri. Mereka sangat erat terkait dengan emosi, nilai, dan inti diri, dan dengan demikian, sulit untuk mengubahnya.

Ada beberapa pengertian stereotip, diantaranya :

1. “Stereotip adalah kepercayaan tentang sifat atau ciri-ciri kelompok sosial yang dipercayai untuk berbagi.” (Baron, Branscombe dan Byrne 2008, p. 188)
2. “Stereotip adalah kepercayaan tentang orang yang menempatkan mereka kedalam satu kategori dan tidak mengizinkan bagi berbagai (variation) individual. Kepercayaan sosial ini dipelajari dari orang lain dan dipelihara melalui aturan-aturan dalam interaksi sosial.” (Franzoi, 2008, p. 199)

Stereotip adalah penilaian terhadap seseorang hanya berdasarkan persepsi terhadap kelompok di mana orang tersebut dapat dikategorikan. Stereotipe merupakan jalan pintas pemikiran yang dilakukan secara intuitif oleh manusia untuk menyederhanakan hal-hal yang kompleks dan membantu dalam pengambilan keputusan secara cepat

Stereotip sering diartikan sebagai ejekan, juga merupakan gambaran-gambaran atau angan-angan atau tanggapan tertentu terhadap individu atau kelompok yang dikenai prasangka. Individu yang stereotip terhadap suatu kelompok atau golongan, sikap stereotip ini sukar berubah, meskipun apa yang menjadi stereotip berbeda dengan kenyataan. Misalnya : Stereotip mengatakan bahwa orang Yahudi itu lintah darat, penipu. Padahal banyak orang yahudi yang ramah dan jujur.

Menurut Alvin Day, Karena sifat dari manusia yang selalu mencari kesamaan mendasar atas segala sesuatu tersebut menyebabkan stereotip, dalam pandangan komunikasi, bukanlah hal yang mengejutkan jika kemudian stereotip berkembang dalam *content* hiburan dan informasi massal.

Dalam sejarahnya, stereotip sendiri merupakan perilaku yang sudah dilakukan oleh manusia sejak zaman purbakala. Namun stereotip sebagai konsep modern baru yang digagas dalam tulisan yang berjudul “*public opinion*”. Yang dikatakan bahwa “stereotip adalah cara ekonomis untuk melihat dunia secara keseluruhan.” (Lippman, 1922)

Hal ini dikarenakan individu tidak dapat sekaligus mengalami dua event yang berbeda dalam tempat yang berbeda yang dapat dilakukan secara bersamaan. Karenanya manusia kemudian bersandar pada testimoni orang lain untuk memperkaya pengetahuannya mengenai lingkungan sekitar. Media memiliki peranan yang sangat penting untuk memberikan pengalaman yang hampir seperti aslinya, sehingga media ini dapat berfungsi sebagai telinga dan mata untuk mengamati alam dimana kita tidak akan bisa mengalaminya secara langsung. Media merupakan suatu katalis (pemercepat) budaya sekaligus pengaruh yang tidak terhindarkan terhadap cara pandang kita akan dunia.

1.7. Metode Penelitian

Penulis menggunakan metode deskriptif analisis dengan studi kepustakaan. Studi kepustakaan merupakan studi aktivitas yang sangat penting dalam sebuah penelitian. Data diambil dari buku, karya ilmiah dan internet. Data yang diperoleh dari referensi tersebut akan dianalisa untuk dapat ditarik kesimpulan. Beberapa aspek yang perlu dicari dan diteliti meliputi masalah, teori, konsep dan penarikan kesimpulan. Dengan kata lain, studi kepustakaan adalah pengumpulan data dengan cara membaca buku-buku yang berkaitan dengan objek penelitian.

1.8. Manfaat penelitian

Manfaat dari penelitian ini bagi penulis adalah untuk dapat menambah pengetahuan dan wawasan tentang budaya populer jepang khususnya pada fungsi stereotip di dalam cerita *anime & manga*. Bagi pembaca diharapkan sebagai bahan pemahaman tentang penyebaran budaya populer Jepang bagi pembaca ataupun masyarakat luas. Sedangkan bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menjadi refrensi kepustakaan untuk penelitian selanjutnya.

1.9. Sistematika Penulisan

Bab I : Bab pertama adalah pendahuluan berisikan mengenai latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori, metode penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan.

Bab II : Dalam bab ini, dijelaskan mengenai gambaran umum tentang penyebaran budaya populer.

Bab III : Bab ini berisi tentang fungsi dan pengaruh stereotip *akanbe*, stereotip *hanaji*, dan stereotip *moe* pada cerita *anime & manga*.

Bab IV : Berisikan kesimpulan.

