

BAB II

BUDAYA POPULER JEPANG

Budaya populer Jepang merupakan budaya yang berasal dari Jepang yang diakui, dinikmati, disebarluaskan dan merupakan jalan hidup masyarakat Jepang secara umum. Budaya populer Jepang di antaranya adalah *manga*, *dorama*, *Anime*, musik *Japanese Pop (J-pop)* dan *video game*. Budaya populer Jepang, kini telah memasuki luar Jepang dan cenderung disukai oleh kaum muda.

A. Pengertian Budaya Populer

Kata populer yang sering disingkat “pop”, mengandung arti “dikenal dan disukai orang banyak (umum)”, “sesuai dengan kebutuhan masyarakat pada umumnya, mudah dipahami orang banyak, disukai dan dikagumi orang banyak” (<https://kbbi.web.id/populer>).

Budaya populer adalah budaya yang muncul dalam interaksi sehari-hari dan kebutuhan masyarakat tertentu. Budaya ini mencakup seluruh praktik kehidupan sehari-hari, mulai dari memasak, gaya pakaian, dunia hiburan, semuanya dicakup dalam budaya populer. Dengan demikian, budaya populer adalah budaya yang beraneka ragam dan bersifat dinamis atau selalu berubah-ubah, entah dalam jangka panjang atau pendek. Budaya populer selalu berubah bersamaan dengan berkembangnya zaman

B. Awal Kebudayaan Populer di Jepang

Budaya populer Jepang mulai berkembang saat zaman Edo, ketika *Shogun* Jepang melakukan politik isolasi dimana Jepang dalam kondisi yang aman, sehingga masyarakat Jepang dapat dengan bebas mengembangkan berbagai aspek sosial, ekonomi dan budaya dengan cara mereka sendiri tanpa ada campur tangan pihak luar. Pada awal 1920, diskusi seputar penggunaan budaya dan komunikasi media digunakan sebagai strategi untuk meningkatkan pemahaman internasional mengenai perspektif Jepang. Diskusi dimulai ketika Jepang bercita-cita menjadi kekuatan kekaisaran dan kolonial, yang setara dengan rekan-rekan mereka di Euro-

Amerika. Ide ini kandas begitu Jepang dikalahkan dalam Perang Dunia II. Dengan kesulitan ekonomi yang dihadapi Jepang setelah kalah perang, diskusi mengenai penggunaan budaya dan komunikasi media sekali lagi diangkat. Agar Jepang dapat menemukan kembali jati dirinya sendiri dan membiarkan orang lain melihat warna asli Jepang, mereka berfokus untuk memproyeksikan citra nasional yang dipilih dengan mengeksport produk budaya yang menarik seperti, animasi, program televisi, musik populer, film, dan *fashion*. Diplomasi publik menginginkan negara-negara lain untuk memahami posisi mereka dalam berbagai isu dengan mempengaruhi langsung orang-orang di berbagai negara. Dengan popularitas televisi yang muncul di negara-negara Asia, mereka menghasilkan pertunjukan yang menunjukkan kehidupan orang Jepang yang sebenarnya. (Iwabuchi, K, 2015: 419-425)

Sebelum acara televisi populer *Oshin* ditayangkan di negara-negara Asia, orang-orang Jepang dianggap 'tidak memiliki budaya'. Dengan drama TV baru ini, rasa kesamaan mulai terbentuk antara Jepang dan negara-negara Asia lainnya. Pertunjukan ini merupakan bukti adanya kemampuan budaya media dalam meningkatkan pemahaman internasional akan kenangan sejarah negatif tentang penjajahan Jepang dan permusuhan mengenai eksploitasi ekonomi negara tersebut di kawasan ini. (Iwabuchi, K, 2015: 420-432)

Industri hiburan sangat penting bagi rekonstruksi pascaperang Jepang. Keinginan untuk menciptakan fantasi memang sudah ada namun ekonomilah yang mendorong industri hiburan. Teknologi adalah jantung dari pembangunan kembali Jepang sejak itu, mereka percaya bahwa kelemahan teknologi adalah satu-satunya alasan mereka kehilangan perang. Budaya pop mulai mendominasi industri hiburan. Misalnya, orang Jepang menggunakan sumber daya yang mereka miliki untuk membuat mobil mainan yang pada akhirnya membantu mereka membangun kembali ekonomi. Setelah Jepang dilarang menggunakan logam untuk membuat mainan, mereka menggunakan kaleng bekas. Dengan demikian, mereka bisa menghasilkan mainan dengan imbalan makanan untuk anak-anak sekolah. Industri mainan hanyalah salah satu industri yang pada akhirnya mempengaruhi budaya pop selama era ini. (Anne, Allison, 2006: 35-40)

Sebelum Perang Dunia II, bioskop Jepang menghasilkan film yang mendukung usaha perang dan mendorong warga negara Jepang untuk memperjuangkan daerah mereka. Industri film menghasilkan kisah patriotik inspirasional yang menggambarkan Jepang sebagai pemenang, pahlawan, dan orang-orang yang mengorbankan diri mereka untuk tujuan yang lebih besar. Namun, sinema film pertama yang sampai ke mancanegara era pascaperang adalah Gojira yang tidak memiliki ciri-ciri yang sama dengan film lainnya. Bagi Jepang, film ini mewakili kembalinya hiburan populer yang sesuai dengan pergerakan menuju teknologi. Gojira menunjukkan kehancuran Tokyo dan bom atom yang menjadi korban Jepang selama perang untuk mendapatkan perlawanan terhadap perang. Bioskop Jepang didominasi oleh cerita militeristik dan dikendalikan oleh kebijakan dan agenda negara totaliter Jepang. Film-film selama era pascaperang digunakan untuk mendorong idola dan ikon baru. Bioskop Jepang menghasilkan film yang menunjukkan mengapa mereka harus menolak perang serta semua kerusakan dan korban yang timbul karena perang. Seiring berjalannya waktu, industri film berkembang seiring dengan perubahan target penonton dewasa dan target penonton anak-anak. (Anne, Allison, 2006: 42-48)

C. Perkembangan Budaya Populer

Menurut Iwabuchi, budaya populer Jepang seperti *Manga*, animasi karakter, permainan komputer, *fashion*, musik pop, dan drama TV telah diterima dengan baik di bagian Timur dan Tenggara Asia, setidaknya sejak akhir tahun 1970-an (documentslide.com). Dunia industri media Jepang dan industri media Asia lainnya secara sistematis dan kolaboratif terus mempromosikan budaya populer Jepang sebagai sebuah konsumsi yang rutin bagi kalangan muda secara luas di berbagai macam pasar di bagian Timur dan Tenggara Asia. Banyak kalangan muda yang merasakan simpati yang lebih intensif terhadap roman yang diceritakan dalam drama TV Jepang, atau dengan *fashion* terbaru, gaya musik populer yang trendi, atau dengan gosip mengenai bintang idola Jepang. Budaya populer Jepang terus berkembang hingga saat ini termasuk di Indonesia. Berikut adalah budaya populer yang terkenal di Indonesia.

1. *Manga*

Manga atau yang dalam bahasa Indonesia disebut komik, merupakan suatu media yang di dalamnya terdapat sekumpulan gambar yang mengandung cerita dengan bermacam-macam variasi. Pada umumnya, *Manga* dicetak dalam warna hitam-putih dan terkadang ada beberapa bagian yang dicetak berwarna dalam bentuk buku. Di Indonesia, *Manga* banyak diminati oleh anak-anak dan remaja dewasa pada umumnya. Perkembangan *Manga* di Indonesia dikarenakan adanya dua penerbit *Manga* besar yaitu Elex Media Komputindo dan m&c Comics yang merupakan bagian dari kelompok Gramedia. Sekitar tahun 2005, kelompok Gramedia juga telah menghadirkan Level Comics yang lebih berfokus pada penerbitan *Manga* bergenre *Seinen* (Dewasa).

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi maka *Manga* tidak hanya bisa dinikmati dalam bentuk buku saja, namun juga dapat dibaca melalui situs tertentu menggunakan internet. *Manga* yang dibaca melalui internet tersebutlah yang kemudian disebut dengan *Manga Scan*.

Manga Scan diproduksi melalui proses yang disebut *scanlation* (*scanning, translation and editing*) yaitu suatu proses memindai halaman per halaman dari *Manga* yang telah diterbitkan di Jepang. Setiap naskah halaman yang berbahasa Jepang tersebut kemudian diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris atau bahasa lainnya sesuai dengan keinginan, lalu melalui proses penyuntingan untuk meningkatkan kualitas gambar.

Scanlation muncul secara bertahap seiring dengan meningkatnya jumlah orang yang mempunyai akses internet dan didukung oleh perangkat lunak untuk melakukan *editing* gambar dan pendistribusian data. Pada awalnya, *manga scan* dimulai karena kurangnya akses terhadap *Manga* di luar Jepang. Selain karena faktor biaya yang terlalu mahal dikarenakan *Manga* harus diimpor terlebih dahulu baru dapat dinikmati di negara selain Jepang, faktor waktu juga menjadi masalah karena para penggemar *Manga* di luar Jepang seperti Indonesia tidak dapat langsung menikmati *Manga-Manga* baru yang diterbitkan di Jepang.

2. *Anime*

Anime adalah istilah yang digunakan untuk menyebutkan film animasi/kartun Jepang. Kata tersebut berasal dari bahasa Inggris yaitu *animation* yang dalam pelafalan bahasa Jepang menjadi *animeshon*. Kata tersebut kemudian disingkat menjadi *anime*. Meskipun pada dasarnya *anime* tidak dimaksudkan khusus untuk animasi Jepang, tetapi kebanyakan orang menggunakan kata tersebut untuk membedakan antara film animasi buatan Jepang dan animasi buatan non-Jepang.

Anime (アニメ) adalah produksi animasi Jepang yang menampilkan hasil gambar animasi melalui tangan maupun komputer. Dalam bahasa Inggris, istilah ini didefinisikan sebagai penyebarluasan gaya animasi Jepang yang pada umumnya dicirikan dengan grafis yang warna-warni, karakter yang bersemangat dan tema yang terkadang tidak masuk akal. Terkadang arti yang diinginkan dari istilah ini bervariasi tergantung dari konteks yang dibahas.

Keberadaan animasi di Jepang diawali dengan dilakukannya *First Experiments in Animation* oleh Shimokawa Bokoten, Koichi Junichi, dan Kitayama Seitaro pada 1913. Setelah itu diikuti film pendek (hanya berdurasi sekitar 5 menit) karya Oten Shimokawa yang berjudul *Imokawa Mukuzo Genkanban no Maki* tahun 1917. Pada saat itu Oten membutuhkan waktu 6 bulan hanya untuk mengerjakan animasi sepanjang 5 menit tersebut dan masih berupa “film bisu”. Karya Oten itu kemudian disusul dengan *Anime* berjudul *Saru Kani Kassen* dan *Momotaro* hasil karya Seitaro Kitayama pada 1918, yang dibuat untuk pihak *Movie Company Nihon Katsudo Shashin* (Nikatsu). Pada tahun itu juga, Seitaro kembali membuat *Anime* dengan judul *Taro no Banpei*, tetapi semua catatan tentang *Anime* tersebut dikatakan hilang akibat gempa bumi di Tokyo pada 1923. Selain Oten dan Seitaro, ada juga beberapa animator lain seperti, Junichi Kouichi (*Hanahekonai Meitou no Maki*, 1917), Sanae Yamamoto (*Obasuteyama*, 1924), Noburo Ofuji (*Saiyuki*, 1926).

Perkembangan *Anime* di Jepang selanjutnya ketika Jepang mengikuti langkah Amerika menggunakan suara musik dalam animasi. Hal itu berawal pada 1927, di mana Amerika Serikat berhasil membuat animasi dengan menggunakan

suara (pada saat itu hanya menggunakan *background music*). Jepang kemudian mengikuti langkah itu dan *Anime* pertama dengan menggunakan suara musik adalah *Kujira* (1927) karya Noburo Ofuji, sedangkan *Anime* pertama yang pelakornya “berbicara” adalah karya Ofuji yang berjudul *Kuro Nyago* (1930) dan berdurasi 90 detik.

Anime di Jepang terus berkembang sampai masa menjelang Perang Dunia II, dan ini merupakan *anime* pertama dengan menggunakan *optic tract* (seperti yang digunakan pada masa sekarang). *Anime* tersebut berjudul *Chikara To Onna No Yononaka* (1932) karya Kenzo Masaoka. Kemudian pada 1943 Masaoka bersama dengan seorang muridnya, Senoo Kosei membuat kurang lebih lima episode *Anime* berjudul *Momotaro no Umiwashi* (*Momotaro, the Sea Eagle*). *Anime* ini merupakan *Anime* Jepang pertama dengan durasi lebih dari 30 menit (*short animated feature film*).

Mendekati akhir dari Perang Dunia II yaitu pada April 1945, Senoo telah membuat dan menampilkan kurang lebih sembilan episode *anime* yang merupakan karya besarnya, *Momotaro: Umi no Shinpei* (*Momotaro: Divine Soldier of the Sea*). *Anime* ini merupakan *anime* Jepang pertama yang berdurasi panjang, yaitu sekitar 72 menit (*animated feature film*). *Anime* tersebut adalah *Anime* yang diadaptasi dari cerita legenda terkenal Jepang, Momotaro dan merupakan salah satu dari *Anime* terpopuler pada masa tersebut. Noburo Ofuji juga pernah mencoba membuat *Anime* yang berwarna. Pada saat itu ia membuat *Anime* berjudul *Ogon no Hana* (1930) dengan hanya 2 warna, tetapi tidak pernah dirilis. *Anime* pertama yang dirilis dengan warna baru muncul yaitu *Boku no Yakyu* (1948) karya Megumi Asano (www.bhinneka.com). Selanjutnya karakteristik gaya *Anime* mulai dikembangkan pada tahun 1960 dan mulai dikenal di luar Jepang pada 1980-an.

3. *Cosplay*

Cosplay (コスプレ) adalah kata-kata bahasa Jepang yang dibuat dari gabungan dua kata bahasa Inggris yaitu “*costume*” dan “*play*”. *Cosplay* merupakan sebuah pertunjukan seni di mana para pesertanya menggunakan kostum dan aksesoris yang menunjukkan secara spesifik suatu karakter atau ide. Pada umumnya

Cosplay mengacu pada *manga* dan *anime*, *video games*, penyanyi dan musisi, serta film.

Istilah *Cosplay* diciptakan oleh Nobuyuki “Nov” Takahashi pada 1984 ketika menghadiri sebuah konvensi *sci-fi* di Los Angeles. Takahashi terinspirasi dari *costume masquerade* dan menulisnya dalam majalah *sci-fi* Jepang yang kemudian menyebar dengan cepat di Jepang sebagai sebuah pertunjukan seni yang baru. (<https://yeinjee.com/tag/nobuyuki-nov-takahashi/>)

Tidak sedikit orang yang beranggapan bahwa *Cosplay* berasal dari Jepang, namun pada kenyataannya hal tersebut tidak sepenuhnya benar. Forrest J. Ackerman menginspirasi *fan-costuming* di seluruh dunia ketika pertama kali mengenakan kostum futuristik yang dibuat oleh Myrtle R. Douglas pada konvensi dunia pertama dalam bidang *Science Fiction* pada 1939 di Caravan Hall, New York. Sejak saat itu istilah *Cosplay* telah menyebar ke negara-negara di seluruh dunia seperti Filipina, Cina, Italia, Perancis, Meksiko, Brasil, Rusia, Kanada, dan negara-negara lainnya. Namun demikian, meskipun banyak negara yang berhasil menghasilkan kreasi-kreasi yang hebat dalam kostum, Jepang merupakan negara eksportir terbesar dalam hal *Cosplay* yang berkualitas. Jepang berhasil membawa *Cosplay* ke tingkat yang baru di mana Jepang berhasil mengubahnya ke dalam bentuk seni yang menginspirasi para *cosplayer* di seluruh dunia.

4. Video Game

Game berasal dari kata bahasa Inggris yang berarti dasar permainan. Permainan dalam hal ini merujuk pada pengertian kelincahan intelektual (*Intellectual Playability Game*) yang juga bisa diartikan sebagai arena keputusan dan aksi pemainnya. Dalam *Game*, ada target, misi dan pencapaian yang ingin diraih pemainnya.

Dalam kamus bahasa Indonesia, *Game* diartikan sebagai permainan. Permainan merupakan bagian dari bermain, dan bermain juga bagian dari permainan. Keduanya saling berhubungan. Permainan adalah kegiatan yang kompleks yang di dalamnya terdapat peraturan, bermain dan budaya. Sebuah permainan adalah sebuah sistem di mana pemain terlibat dalam konflik buatan, di

sini pemain berinteraksi dengan sistem. Konflik dalam permainan merupakan rekayasa atau buatan. Dalam permainan terdapat peraturan yang bertujuan untuk membatasi perilaku pemain dan menentukan permainan.

Video Game di Jepang muncul dalam banyak bentuk. Hal ini dikarenakan karena Jepang merupakan salah satu produsen *Video Game* terbesar di dunia. Banyak hal-hal yang berkaitan dengan *Video Game* berasal dari Jepang mulai dari perangkat keras untuk memainkan *Video Game* hingga ide-ide jenis permainan yang lahir dari Jepang. Sejak tahun 1970-an, Jepang terus berkontribusi dalam dunia *Video Game* dengan ide-ide cemerlang mereka, seperti *Video Game Tetris* dan *Space Invaders*. Hal ini menjadikan Jepang sebagai rumah dari beberapa perusahaan *Game* terkenal, seperti *Nintendo* dan *Sony*.

Dunia *Video Game* di Jepang dimulai dengan munculnya perangkat keras *arcade game* buatan perusahaan Jepang yang ternama, yaitu *Sega*, *Taito*, *Namco* dan *Nintendo*. Setelah itu, banyak perusahaan yang mengikuti jejak keempat perusahaan tersebut dan memfokuskan produksi perangkat keras *arcade game* dan semakin banyak munculnya *Video Game* besar di Jepang. Hal ini pun memancing perusahaan *Game* lain di luar Jepang untuk mengembangkan industri *Video Game*, terutama Amerika Serikat,

Pada 1985, Jepang menjadi produsen *Game* dominan di dunia dengan pasar yang mencapai skala global. Hal ini dikarenakan adanya insiden kejenuhan pasar *Video Game* pada 1983 yang mengakibatkan resesi industri *Video Game*, terutama di Amerika Utara. Pada 1987, industri *Game* di Amerika bangkit kembali dikarenakan perangkat keras milik perusahaan *Nintendo* yaitu *Nintendo Entertainment System* (NES) yang diluncurkan pada 1985 di New York dan menjadi sangat populer pada 1987. Hal ini menunjukkan kalau Jepang merupakan sebuah pioneer kuat dalam perkembangan industri *Game* di dunia.

Pada 2000-an, perangkat keras rumahan menjadi tren yang sangat terkenal di dunia. Perangkat keras rumahan yang mendunia pun juga merupakan produksi dari Jepang seperti, *Playstation* dan *Nintendo Wii*. Selain perangkat keras rumahan, *mobile games* dan *handheld games* juga menjadi terkenal sampai ke Eropa dan Amerika Serikat. Walaupun begitu, pada masa ini, dunia industri *Game* Jepang

mulai menurun dikarenakan sulitnya menyesuaikan serta menyeimbangkan selera konsumen orang Jepang dan Barat.

Pada era 2010-an, sudah banyak jenis *Game* yang berasal dari Jepang dan dimainkan oleh pemain di seluruh dunia. *Game – game* tersebut terdiri dari *Game* yang dikhususkan untuk 1 orang pemain, *multi player* atau keduanya. Mulai dari *home console*, *handheld console*, *mobile game*, *arcade game* sampai *computer game*. Dengan banyak jenis-jenis *game* dan *console game*, penulis ingin membahas lebih lanjut lagi mengenai sejarah-sejarah *Video Game* yang dibagi dalam 8 generasi sampai sekarang.

a) Generasi Pertama dan Komputer

Walaupun *Video Game* sangat terkenal di Jepang, generasi pertama (1972–1978) *Video Game* bukan berasal dari Jepang namun dari Texas, Amerika Serikat. Perangkat *Game* yang diduga paling pertama dinamakan *Odyssey*, dibuat oleh perusahaan Amerika bernama *Magnavox*. *Odyssey* dirilis pada Agustus 1972 dan hanya dapat memainkan 1 jenis mainan saja, yaitu *Pong*. Selain *Odyssey*, ada juga perangkat *game* lainnya seperti *Home Pong* buatan Atari, *TV Tennis Electrotennis* buatan Epoch Co., *Binatone TV Master* buatan Binatone dan lain-lain. Walaupun terdapat banyak jenis perangkat *game* pada generasi ini, semuanya hanya bisa memainkan permainan *Pong*, membuatnya menjadi *Video Game* paling awal dalam sejarah *Video Game*.

Selain perangkat *Game* di atas, *Video Game* juga mulai muncul pada perangkat keras komputer walaupun tidak terlalu banyak dan terkenal.

b) Generasi Kedua dan Arcade Game

Generasi Kedua (1976–1982) dunia *Game* dimulai dengan rilisnya *Fairchild Channel F* dan bersamaan dengan *arcade game* di mana saat itu, perangkat *Game* telah berbasis CPU. Sejak saat generasi kedua pula perangkat *Game* dapat memainkan lebih dari satu permainan dengan kemampuan untuk membaca program yang terdapat di dalam ROM. Beberapa permainan yang terkenal di generasi ini adalah *Space Invaders*, *Asteroids*, *Pac-Man*, *Donkey Kong*

dan lain-lain. Perangkat *Game* rumahan yang ada pada generasi kedua adalah *Fairchild Channel F*, *Atari 2600*, *Bally Astrocade*, *Magnavox Odyssey²*, *Intellivision*.

Selain perangkat *Game* dan *arcade game*, *Game* komputer pun semakin terkenal dan berkembang pesat pada generasi ini dengan adanya *Game* berbasis *online* seperti *Snipes* dan *Doom*.

c) Generasi Ketiga

Pada generasi ketiga (1983–1995), Amerika mulai tertinggal dalam produksi perangkat *Game* sehingga Jepang mengambil alih kekuasaan perindustrian *Game*. Perangkat keras seperti *SG-1000*, *Famicom/Nintendo Entertainment System (NES)*, *Sega Mark III/Master System* dan *Atari 7800*, semuanya adalah buatan perusahaan *gaming* di Jepang seperti *Sega* dan *Nintendo* yang menjadi 2 perusahaan *gaming* di Jepang pada saat itu.

d) Generasi Keempat

Generasi keempat (1987–2003) ditandai dengan munculnya *PC engine* buatan Jepang bernama *NEC Home Electronic* (di Amerika disebut *TurboGrafx-16*). Hal ini semakin memicu perusahaan *gaming* di Jepang untuk membuat perangkat *Game* terbaru yang lebih kuat dibanding sebelumnya. *Nintendo* dengan *Super Nintendo Entertainment System (SNES)* dan *Sega* dengan *Sega Genesis*. Pada generasi ini, *handheld console* mulai terkenal dengan adanya *Game Boy* buatan *Nintendo*. Sebenarnya generasi ini sangat kuat, namun popularitasnya menurun drastis dikarenakan generasi kelima muncul di tengah-tengah generasi keempat.

e) Generasi Kelima dan Mobile Game

Pada generasi kelima (1993–2005), dunia *gaming* dikejutkan dengan munculnya *Sony Playstation* dikarenakan kuatnya perangkat tersebut dari segi spek dan menjual lebih banyak dibandingkan dengan perangkat *Game* lainnya pada generasi ini. Pada masa ini juga mulai muncul banyak sekali permainan dengan

grafis yang dianggap cukup bagus pada generasi ini seperti *Resident Evil*, *Final Fantasy VII*, *Secret of Mana* dan *Chrono Tigger*. Selain itu, *Mobile Game* juga lahir pada generasi ini ditandai dengan munculnya *Game Snake* dalam *handphone Nokia 6110*.

f) Generasi Keenam

Generasi keenam (1998-2013) dimulai dengan diluncurkannya perangkat *game Dreamcast* oleh *Sega* pada 1998 lalu disusul dengan *Sony Playstation 2* pada tahun 2000 serta *Gamecube* oleh *Nintendo* dan pendatang baru *Xbox* milik *Microsoft* pada tahun 2001. Kesuksesan *original Playstation* terbawa sampai pada generasi ini, membuat penjualan *Playstation 2* sangat dominan dan menjadi perangkat *gaming* dengan penjualan terbaik sepanjang sejarah dengan angka penjualan mencapai 150 juta unit per Februari 2011. Generasi keenam benar-benar menjadi kuat dengan adanya *Playstation 2* dimana pada Februari 2008, *Playstation 2* menjual lebih banyak dibandingkan dengan perangkat *gaming* generasi ketujuh yaitu *Playstation 3* dan *Xbox 360*.

g) Generasi Ketujuh

Generasi ketujuh (2005-sekarang) merupakan generasi yang masih bertahan walaupun sekarang sudah memasuki generasi kedelapan. Generasi ketujuh ditandai dengan rilisnya *Xbox 360* pada 22 November 2005, disusul dengan *Playstation 3* pada tahun 17 November 2006 dan seri terbaru *Nintendo* yaitu *Wii* pada 19 November 2006. Pada generasi ketujuh, masing-masing perangkat *gaming* rumahan memiliki fitur unik. *Xbox 360* menawarkan bermain *Video Game* dengan resolusi video berdefinisi tinggi (*HD*), *Playstation 3* dapat memutar video secara *HD* via *Blu-ray disc player*, dan permainan di *Wii* dapat dimainkan dengan menggerakkan pengontrol untuk menggerakkannya dalam *Game* yang memungkinkan para pemain mensimulasikan aksi dunia nyata selama bermain permainan tersebut.

h) Generasi Kedelapan

Generasi kedelapan (2012-sekarang) diisi dengan penerus dari perangkat *gaming* rumahan generasi sebelumnya yaitu *Wii U*, *Playstation 4* dan *Xbox One*. Pada generasi ini, persaingan mereka sebenarnya bukan persaingan antar sesama perangkat *Game* rumahan, namun dengan *Mobile Game*. Hal ini dikarenakan teknologi yang semakin canggih sehingga sudah tidak diperlukan perangkat *gaming* rumahan untuk memainkan *Game* dengan grafis tinggi. Selain itu, pada generasi ini dapat dipastikan semua orang sudah memiliki *smartphone* yang dapat digunakan untuk bermain *game* dan dapat dibawa kemana saja. Disamping *Mobile Game*, *Computer Gaming* juga menjadi saingan berat para perangkat *gaming* rumahan. Dengan harga yang relatif lebih murah dan dapat di-*upgrade* untuk mengikuti zaman, komputer menjadi pilihan yang lebih praktis dan hemat untuk memainkan *Game* tanpa harus membeli perangkat *gaming* rumahan yang berganti-ganti setiap generasi.

D. Moe Gijinka

Dalam *anime*, *manga*, dan *video game*, ada banyak unsur yang sering ditambahkan agar lebih menarik dan menjual bagi para konsumen. Salah satu unsur itu adalah *Moe Anthropomorphism*. *Moe Anthropomorphism* atau dalam bahasa Jepangnya disebut *Moe Gijinka* (萌え擬人化) merupakan sebuah bentuk *anthropomorphism* yang muncul dalam *anime*, *manga* dan *game* dimana benda-benda atau objek selain manusia diberikan kualitas *Moe* (imut). Biasanya *Moe Gijinka* memiliki karakteristik atau aksesoris yang menunjukkan atau melambangkan bentuk aslinya sebelum mengalami *Moe Gijinka*. Biasanya *Moe Gijinka* digambarkan menurut objek tak bernyawa atau produk konsumen populer. Ada banyak hal dan benda yang telah diberikan karakteristik *Moe Gijinka*, dari makanan hingga persenjataan militer. Persenjataan militer seperti *tank*, pesawat tempur hingga kapal perang Jepang pada Perang Dunia II merupakan beberapa dari contoh-contoh persenjataan militer yang sudah pernah mendapatkan karakteristik *Moe Gijinka*. Salah satu karya budaya populer Jepang yang bertema *Moe Gijinka* adalah game *Kantai Collection* yang akan penulis bahas pada bab berikutnya.