

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jepang merupakan salah satu negara maju yang mendapat pengakuan luas karena pencapaiannya dalam berbagai bidang dan sangat mempengaruhi dunia. Walaupun Jepang telah dikenal sebagai negara maju namun tetap mempertahankan dan memelihara budayanya. Selain memelihara budaya tradisional, Jepang juga mengembangkan budaya populernya. Budaya populer Jepang atau yang sering disebut *Japanese popular culture* tersebut telah berhasil menarik perhatian masyarakat internasional. *Japanese popular culture* atau *pop culture* terdiri dari dua kata yaitu *pop* dan *culture*. Menurut KBBI (2005) *pop* atau populer sendiri berarti dikenal dan disukai oleh banyak kalangan, dan *culture* sendiri berasal dari Bahasa Inggris yang artinya adalah “budaya”. Dengan kata lain yang dimaksud dengan *pop culture* adalah budaya yang paling banyak diminati serta dinikmati oleh banyak kalangan di mancanegara. *Pop culture* sangat digemari karena konsepnya yang ringan, menarik, dan membuat senang penontonnya. Peran media massa juga mempunyai pengaruh yang besar terhadap perkembangan *pop culture*. Hal ini dikarenakan orang asing dapat menikmati dan mempelajari *pop culture* seperti musik, film, *fashion*, dan berbagai makanan melalui media massa (Arief, 2017: 1).

Indonesia adalah salah satu negara yang penduduknya banyak menikmati sajian *pop culture* Jepang khususnya *anime* dan *manga*. *Anime* merupakan produk ekspor budaya utama Jepang (Newitz, 1994:12). *Anime* sendiri merupakan sebuah kata serapan yang berasal dari Bahasa Inggris yaitu “*animation*” yang merujuk pada semua jenis animasi tanpa terkecuali. *Anime* mengadaptasi dari *manga* (komik Jepang), memenuhi konsep “animasi” ala Jepang. *Anime* tidak sama seperti komik dan animasi Barat, karena *manga* dan *anime* dikembangkan dari seni sejarah dalam budaya Jepang (Brenner, 1997).

Diketahui *anime* mulai masuk ke Indonesia pertama kali pada tahun 1970 di stasiun televisi TVRI. *Mazinger Z* dan *Wanpaku Omukashi Kum Kum* menjadi

serial *anime* pertama kali yang ditayangkan di Indonesia. Serial *anime* mulai masuk ke Indonesia melalui teknologi rekaman video berbentuk “Betamax” dan “VHS” yang umumnya bisa didapatkan di rental-rental video. Penayangan *anime* di Indonesia memakai sistem *dubbing*, yang artinya suara asli berbahasa Jepang digantikan dengan Bahasa Indonesia. Dari dialog para tokoh sampai lirik lagu memakai sistem *dubbing*. Baru pada tahun 1990 elemen *pop culture* Jepang seperti *anime*, *manga*, dan lainnya mulai diterima dan akhirnya populer di kalangan masyarakat Indonesia. Masyarakat memandang *anime* sebagai bentuk hiburan yang baru dan unik sehingga dengan cepat meraih popularitas di Indonesia di mana para penonton *anime* yang utama pada saat itu adalah anak-anak dan remaja.

Keahlian Jepang menjadikan *anime* sebagai hiburan dan media promosi hal-hal terkait budaya Jepang berdampak pada banyak orang yang telah menonton *anime* sehingga terpengaruh dan pada akhirnya memicu orang untuk belajar bahasa, budaya Jepang termasuk makanan khasnya. Hal inilah yang menjadikan makanan khas Jepang tidak hanya populer di negaranya tetapi juga di luar negeri. Dalam sebuah survei oleh Japan External Trade Organization (JETRO), makanan khas Jepang menduduki peringkat teratas dalam kategori masakan asing favorit yang paling digemari oleh masyarakat dunia. Diperkirakan jumlah restoran Jepang di luar negeri telah mencapai sekitar 89.000 (Juli 2015), meningkat 60% dari survei sebelumnya seperti yang dirilis pada Januari 2013. (https://www.maff.go.jp/e/data/publish/attach/pdf/maff_2016-1.pdf)

Makanan khas Jepang juga merupakan budaya yang cukup banyak dikenal di Indonesia. Walaupun harga jual kuliner ini beragam, mulai dari yang murah dan mahal jika diukur dari kantong mahasiswa sehingga tidak sedikit orang-orang yang menyukai dan menikmati makanan khas Jepang tersebut. Fenomena ini terlihat dari cukup tingginya antusiasme masyarakat mengenai makanan-makanan Jepang yang memiliki cita rasa unik serta jenisnya yang beragam. Tidak heran jika Jepang sendiri merupakan salah satu negara dengan kuliner ternikmat di dunia. Masyarakat Indonesia merupakan salah satu penggemar makanan khas Jepang yang cukup besar dan terus meningkat. Kondisi ini menjadi lebih populer

lagi setelah orang melihat uniknya sajian makanan khas Jepang tersebut melalui *anime* yang bertemakan tentang masakan dan cara membuat makanan Jepang. Salah satunya *Shokugeki no Souma* yaitu serial *anime* yang diadaptasi dari komik karya Yuto Tsukuda dan Shun Saeki berjudul *Shokugeki no Souma (Food Wars: Shokugeki no Souma)*. Diproduksi oleh Studio J.C. Staff, *anime* ini pertama kali ditayangkan pada tahun 2015 lalu serta komiknya sendiri dirilis di Jepang untuk pertama kalinya pada 2012 (<https://www.kaorinusantara.or.id/>).

Dari beragam jenis makanan khas Jepang yang diminati dan populer di masyarakat Indonesia adalah *karaage*. *Karaage* adalah salah satu jenis makanan khas Jepang yang sangat diminati di Indonesia. Ini merupakan ayam goreng tanpa tulang dengan potongan kecil yang disajikan dengan bumbu khas. Episode *Karaage* secara khusus termuat pada *Anime Shokugeki no Souma Season 1 Episode 17-18* yang menceritakan tentang perjuangan Yukihira Souma untuk membuat *karaage* menjadi makanan favorit di Distrik Perbelanjaan Sumire. Yukihira Souma menciptakan kreasi *karaage* yang lebih lezat dan kekinian untuk menarik minat konsumen khususnya para pelajar di sana untuk menjadikan *karaage* sebagai menu makanan praktis yang mudah dibawa ke mana-mana. Cita rasa *karaage* yang gurih dan berbumbu sangat cocok dengan lidah masyarakat Indonesia. *Karaage* juga mudah ditemukan di Indonesia dengan harga yang terjangkau, sehingga menjadi favorit di kalangan berbagai kelompok usia, termasuk mahasiswa. Berdasarkan survei pendahuluan yang dilakukan penulis terhadap beberapa Mahasiswa Angkatan 2019 Program Studi Bahasa dan Kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada diperoleh gambaran bahwa para mahasiswa sangat menyukai *anime* sebagai hiburan yang tentu saja telah menonton *Season 1 Episode 17-18* yang menceritakan tentang *karaage*. Hal inilah yang menimbulkan rasa penasaran dan memunculkan minat untuk mencoba *karaage*.

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas penulis tertarik untuk mengetahui tentang pengaruh *anime* khususnya *Anime Shokugeki no Souma Season 1 Episode 17-18* terhadap minat makanan *karaage* Mahasiswa Angkatan 2019. Pemilihan *Shokugeki no Souma* sebagai objek kajian tidak lepas dari

popularitas dan relevansi *anime* tersebut dalam menggambarkan berbagai aspek budaya dan kuliner Jepang khususnya *karaage*. Mahasiswa Angkatan 2019 Program Studi Bahasa dan Kebudayaan Jepang dipilih sebagai objek penelitian dengan pertimbangan kemudahan dalam proses pengumpulan data, mengingat mereka adalah kelompok yang secara langsung ikut menikmati *karaage* setelah menonton *Anime Shokugeki no Souma*.

1.2 Penelitian yang Relevan

Ditemukan beberapa penelitian terdahulu, beserta jurnal yang dianggap relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian terdahulu digunakan sebagai bahan pembandingan dan pelengkap bagi kesempurnaan skripsi ini.

1. Skripsi oleh Bunga Shinta Dewi yang berjudul “*Pengaruh Anime Terhadap Bertambahnya Minat Siswa SMA Negeri 91 Jakarta Belajar Bahasa Jepang*”. Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari *anime* terhadap bertambahnya minat siswa SMA Negeri 91 Jakarta untuk belajar bahasa Jepang. Persamaan penelitian penulis dengan penelitian yang dibuat oleh Bunga Shinta Dewi adalah sama-sama membahas pengaruh *anime* terhadap minat seseorang, sedangkan perbedaannya dengan penelitian penulis adalah pada fokus pembahasannya. Fokus pembahasan yang diambil Bunga Shinta Dewi adalah pengaruh *anime* terhadap bertambahnya minat belajar bahasa Jepang pada siswa SMA Negeri 91 Jakarta. Perbedaan antara fokus penelitian Bunga Shinta Dewi dengan penelitian penulis adalah penulis berfokus pengaruh *anime* terhadap minat makanan *karaage* kepada Mahasiswa Program Studi Bahasa dan Kebudayaan Jepang UNSADA Angkatan 2019.
2. Skripsi oleh Alvina Rachma Djoened yang berjudul “*Pengaruh Anime Hanasaku Iroha terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Otaku untuk Berkunjung ke Kanazawa, Jepang*”. Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Anime Hanasaku Iroha* terhadap pengambilan keputusan *otaku* untuk berkunjung ke Kota Kanazawa,

Jepang. Persamaan penelitian penulis dengan penelitian yang dibuat oleh Alvina Rachma Djoened adalah sama-sama membahas pengaruh *anime*, sedangkan perbedaannya dengan penelitian penulis adalah pada fokus pembahasannya. Fokus pembahasan yang diambil Alvina Rachma Djoened adalah pengaruh *anime* terhadap pengambilan keputusan konsumen *otaku* untuk berkunjung ke Kanazawa, Jepang. Perbedaan antara fokus penelitian Alvina Rachma Djoened dengan penelitian penulis adalah penulis berfokus pengaruh *anime* terhadap minat makanan *karaage* Mahasiswa Program Studi Bahasa dan Kebudayaan Jepang UNSADA Angkatan 2019.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari apa yang telah diuraikan dalam latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh dan daya tarik budaya populer Jepang di masyarakat internasional
2. *Anime* merupakan media promosi budaya Jepang ke seluruh dunia
3. Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki jumlah penduduk yang banyak menikmati budaya populer Jepang, terutama dalam bentuk *anime* dan *manga*.
4. *Anime* dianggap sebagai bentuk hiburan yang baru dan unik oleh masyarakat Indonesia, khususnya anak-anak dan remaja, sehingga cepat meraih popularitas di Indonesia.
5. Jepang diakui sebagai salah satu negara dengan kuliner terbaik di dunia, dan minat terhadap makanan khasnya terus meningkat di kalangan masyarakat Indonesia.
6. Dari beragam jenis makanan khas Jepang yang diminati dan populer di masyarakat Indonesia adalah *karaage*
7. *Anime Shokugeki no Souma* memengaruhi minat masyarakat Indonesia khususnya kalangan anak muda termasuk pelajar dan mahasiswa terhadap makanan *karaage* Jepang

1.4 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka pembatasan masalah dalam penelitian ini yaitu pengaruh *Anime Shokugeki no Souma Season 1 Episode 17-18* terhadap minat makan *karaage* Mahasiswa Angkatan 2019 Program Studi Bahasa dan Kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada (UNSADA) Jakarta.

1.5 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah Mahasiswa Angkatan 2019 Program Studi Bahasa dan Kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada mengetahui *Anime Shokugeki no Souma pop culture* Jepang?
2. Apakah Mahasiswa Angkatan 2019 Program Studi Bahasa dan Kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada mengenal makanan khas Jepang *karaage* ?
3. Bagaimanakah *Anime Shokugeki no Souma* memengaruhi minat makan *karaage* Mahasiswa Angkatan 2019 Program Studi Bahasa dan Kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada?

1.6 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian adalah :

1. Untuk menganalisis pemahaman Mahasiswa Angkatan 2019 Program Studi Bahasa dan Kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada mengenal *Anime Shokugeki no Souma* sebagai bagian dari *pop culture* Jepang.
2. Untuk mengetahui pemahaman Mahasiswa Angkatan 2019 Program Studi Bahasa dan Kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada mengenal makanan khas Jepang *Karaage*.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis proses *Anime Shokugeki no Souma* memengaruhi minat makan *karaage* Mahasiswa Angkatan 2019 Program Studi Bahasa dan Kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada.

1.7 Landasan Teori

Pada bagian ini penulis akan menjelaskan secara singkat definisi dari pengaruh *anime*, minat, dan *karaage* sebagai berikut:

1.7.1 Pengaruh

Louis Gottschalk (2000: 171) pengaruh adalah suatu efek yang tegar dan membentuk terhadap pikiran dan perilaku manusia baik sendiri-sendiri maupun kolektif.

Sari (2018: 11) pengaruh adalah hasil dari sikap yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok dikarenakan seseorang atau kelompok tersebut telah melakukan dan menjalankan kewajibannya terhadap pihak memintanya untuk menjalankan kewajiban tersebut.

Surakhmad (1982:7) pengaruh adalah kekuatan yang muncul dari suatu benda atau orang dan juga gejala dalam yang dapat memberikan perubahan terhadap apa-apa yang ada di sekelilingnya.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa pengaruh adalah sikap atau kekuatan yang muncul dari suatu sifat yang dapat memberikan perubahan kepada sifat seseorang terhadap orang lain.

1.7.2 Anime

Dikta Pradika, (2017: 14) *anime* merupakan animasi yang orisinal dibuat di Jepang dengan beberapa alur cerita, grafik yang berwarna dan berbagai macam karakter di dalamnya.

Rayna Denison, (2015: 2) *anime is both a local media format (it is Japanese) and a part of wider cultural phenomenon that encompasses much of the globe.*

Terjemahan : *Anime* adalah format media lokal (Jepang) dan bagian dari fenomena budaya yang lebih luas yang mencakup sebagian besar dunia.

Yamaguchi, (2004: 22)「アニメーション *animation*」は *animate* の名詞形であり、その語源はラテン語の *anima* からきており、「生命を与える」「生き返らせる」などの意味がある。

Terjemahan : *Animation*" adalah bentuk nominal dari "*Animate*", dari Bahasa Latin *Anima*, yang berarti "memberi kehidupan" atau "menghidupkan".

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa *anime* merupakan animasi buatan Jepang yang mengadaptasi cerita dari *manga* mengandung budaya Jepang di dalamnya.

1.7.3 Minat

Djaali (2007 : 121) minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan suatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minatnya.

Djamarah, (2008:180) minat adalah kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas atau suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh.

Slameto, (2010:180) minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa minat adalah rasa suka yang menyebabkan seseorang memberi perhatian terhadap suatu objek atau suatu aktivitas tanpa ada yang menyuruhnya.

1.7.4 Karaage

Menurut Japan "KARAAGE" Association :

唐揚げ(から揚げ、空揚げ)とは、揚げ油を使用した調理方法、またその調理された料理を指す。食材に小麦粉や片栗粉などを薄くまぶして油で揚げたものです。一般的に唐揚げの具材は、鶏肉の唐揚げを想像する方は多いと思いますが、決して限定しているわけではありません。魚の唐揚げも、野菜の唐揚げも、鶏以外の肉の唐揚げもすべて唐揚げです。

(<https://karaage.ne.jp/>)

Terjemahan :

1. *Karaage* mengacu pada metode memasak menggunakan minyak goreng, serta makanan yang dimasak di dalamnya. Bahan-bahan tersebut ditutupi dengan lapisan tipis tepung atau tepung kentang dan digoreng dalam minyak. Secara umum, banyak orang membayangkan ayam

goreng sebagai bahan untuk *karaage*, tetapi tidak terbatas pada hal ini. Ikan goreng, sayuran goreng, dan daging goreng selain ayam, semuanya digoreng.

Merry (2015:114) *Karaage is a deep frying method of cooking meats, especially chicken with no batter. The food is then seasoned with garlic and ginger with soy sauce. It must be coated with flour prior to deep frying.*

Terjemahan:

Karaage adalah metode menggoreng daging, terutama ayam tanpa adonan. Makanan tersebut kemudian dibumbui dengan bawang putih dan jahe dengan kecap. Itu harus dilapisi dengan tepung sebelum digoreng.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa *karaage* adalah metode memasak Jepang di mana bahan masakan dilapisi dengan tepung atau tepung kentang dan digoreng dalam minyak.

1.8 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif dan metode analisis deskriptif dengan sumber yang berasal dari data tertulis, Perpustakaan Universitas Darma Persada menggunakan berbagai macam studi pustaka seperti buku, hasil penelitian (skripsi), *website* dan jurnal yang berasal dari situs resmi. Penulis juga melakukan teknik pengumpulan dan pengambilan data dengan menyebarkan kuesioner melalui *Google Form* kepada Mahasiswa Angkatan 2019 Bahasa dan Kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada sebanyak 150 orang responden.

1.9 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk menambah wawasan pembaca serta menjadi referensi dalam penelitian mengenai minat terhadap *karaage*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini untuk menambah wawasan penulis tentang budaya makanan Jepang yaitu *karaage* dan mengetahui minat Mahasiswa Program Studi Bahasa dan Kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada terhadap *karaage*.

1.10 Sistematika Penulisan Skripsi

Penelitian ini dibagi menjadi 4 bagian dengan sistematika penulisan ini sebagai berikut :

- Bab I Pendahuluan membahas tentang latar belakang masalah, penelitian yang relevan, identifikasi, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori, metode penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.
- Bab II Membahas tentang pengaruh, minat, *Anime Shokugeki no Souma* dan penjelasan makanan Jepang secara umum serta sejarah *karaage*.
- Bab III Membahas analisis penelitian yaitu pengaruh *Anime Shokugeki no Souma* terhadap minat makan *karaage* Mahasiswa Angkatan 2019 Program Studi Bahasa dan Kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada.
- Bab IV Simpulan, berisi kesimpulan yang diambil oleh penulis dan merupakan jawaban atas permasalahan dalam penelitian ini sebagaimana yang dijelaskan dan dibahas di bab-bab sebelumnya.