

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Negara Jepang sudah menjadi salah satu negara yang memiliki pembangunan dalam faktor pariwisata terbesar di dunia, sehingga banyak wisatawan lokal maupun non-lokal ikut tertarik pergi ke Jepang dan sampai beberapa kali. Menurut World Economic Forum 2024, Jepang adalah negara ketiga yang termasuk jajaran pembangunan pariwisata terbesar di dunia setelah Amerika Serikat dan Spanyol. Banyak faktor-faktor wisatawan pergi ke Jepang, salah satunya budaya. Budaya juga termasuk dalam buday yaitu *anime*. Termasuk penggemar *anime* yang melakukan banyak perjalanan ke prefektur-prefektur yang di Jepang, karena *anime* terinspirasi dari beberapa tempat wisata, budaya maupun publik untuk dijadikan sebagai latar gambar tempat di *anime* tersebut.

Budaya atau kebudayaan berasal dari bahasa sansekerta yaitu *buddhayah*, yang merupakan bentuk jamak dari *buddhi* (budi atau akal) yang berarti hal-hal yang berkaitan dengan akal dan hati nurani manusia, dalam bahasa Inggris kebudayaan disebut *culture* yang berasal dari kata latin *colere* yaitu merawat/menumbuhkan/mengolah khususnya tanaman. Kata culture juga sering diterjemahkan sebagai “Kultur” dalam bahasa Indonesia. Menurut Pasurdi Suparlan dikutip dari jurnal milik Dharmous, budaya merupakan sebagai keseluruhan pengetahuan manusia sebagai makhluk sosial yang berfungsi untuk mengetahui dan menginterpretasikan lingkungan dan pengalamannya, serta menjadi landasan bagi sikap manusia.

Berdasarkan J.J. Hoeningman, yang dikutip dari jurnal Eko Agusnehing Purwaningsih, budaya memiliki jenis berdasarkan wujudnya, yaitu gagasan (wujud ideal), aktivitas (tindakan) dan artefak (karya). Jenis pertama, budaya gagasan adalah dalam bentuk kumpulan ide-ide, nilai-nilai, norma-norma, dan sifatnya abstrak, tidak dapat disentuh. Jenis kedua, budaya aktivitas adalah berwujud tindakan berpola dari manusia dalam masyarakat, atau yang disebut sebagai sistem sosial yang saling berinteraksi dan kontak. Jenis ketiga, budaya artefak yaitu

kebudayaan berbentuk fisik dari hasil aktivitas dan karya manusia di masyarakat berupa hal yang dapat terlihat, contohnya budaya populer/*pop culture*.

Menurut Michael Kelly (2014), istilah “budaya populer” dapat merujuk secara luas pada estetika umum atau praktik kehidupan, baik dalam pengertian statistik maupun kualitatif. Namun, para ahli teori telah menggunakan istilah ini secara lebih tepat untuk menunjuk pada suatu bentuk tertentu dari budaya umum yang muncul hanya dalam periode modern. Dikutip dari Michael Kelly, J.J. Gans berpendapat, semua budaya memiliki nilai yang sama. Tidak dinilai satu dengan yang lain, tetapi dinilai secara kelompok. Tidak seperti budaya rakyat, budaya populer diproduksi secara massal, tidak seperti budaya tinggi, budaya populer diproduksi dan dikonsumsi secara massal. Contohnya, budaya populer seperti *anime*.

Belakangan ini, *platform streaming* seperti Netflix dan Amazon Prime mengalami peningkatan popularitas yang signifikan, terutama di era pasca-pandemi, karena memberikan kemudahan akses terhadap berbagai jenis konten hiburan. Salah satu konten yang banyak diminati secara global adalah *anime*, yang kini dapat dinikmati secara instan oleh pengguna dari berbagai negara tanpa batasan waktu dan tempat. *Anime* (animasi Jepang) dan *manga* (komik Jepang) awalnya berkembang di Jepang sebagai bentuk ekspresi budaya yang juga menjadi jawaban atas dominasi animasi dan komik Amerika. Seiring berjalannya waktu, keduanya tidak hanya berkembang di pasar domestik, tetapi juga berhasil menembus pasar internasional dan menciptakan basis penggemar yang besar di berbagai belahan dunia. Saat ini, *anime* telah menjadi fenomena budaya populer global yang memengaruhi berbagai aspek kehidupan, mulai dari mode, bahasa, hingga gaya hidup generasi muda.

Menurut artikel dari *Digital Hollywood University*,

アニメーションは英語で *animation* と書き、ラテン語で靈魂を意味する *anima* (アニマ)という言葉に由来しています。そこから「生命のないものに生命を吹き込む」という意味でアニメーションという意味で使われるようになりました。アニメーションをつけるという作業は、作ったキャラクターを動かすことでまるで命を吹き込む仕事といえるのです。

anime-shon wa eigo de animation to kaki, ratengo de reikon o imi suru anima toiu kotoba ni yurai shiteimasu. soko kara "seimei no nai mono ni seimei o fu ki ko mu" toiu imi de anime-shon toiu imi deshi tsu wareru yō ni narimashita. anime-shon o tsukeru toiu sagyō wa, tsukatta kyarakuta- o u go kasu koto de marude inochi o fu ki komi ko mu shigoto to ieru no desu.

日本ではアニメーションのことを略してアニメと呼んでいますが、日本においてはアニメーションとアニメに厳密な区別はありません。ただし、海外では、日本のアニメーションを *anime* (アニメ)と呼び、日本以外のアニメーションのことを *animation* (アニメーション)と呼んで区別しています。

Nihon de wa anime-shon no koto o ryaku shite anime to ko yondeimasu ga, Nihon nioite wa anime-shon to anime ni genmitsu na kuwa ke wa arimasen. tadashi, kaigai de wa, ni hon no anime-shon o anime to yo bi, Nihon igai ni no anime-shon no koto o animation to yo nde kubetsu shiteimasu.

(https://school.dhw.co.jp/course/3dcg/contents/w_animation.html)

Terjemahan :

Animasi ditulis dalam bahasa Inggris sebagai *animation* dan berasal dari kata Latin *anima*, yang berarti roh. Dari sana, kata animasi menjadi berarti “menghembuskan kehidupan ke dalam sesuatu yang tidak bernyawa”. Animasi seperti menghidupkan sebuah karakter dengan menggerakkannya.

Di Jepang, animasi disebut *anime*, tetapi tidak ada pembagian yang tegas antara animasi dan kartun di Jepang, namun di luar negeri, animasi Jepang disebut sebagai *anime*, sedangkan animasi non-Jepang dibedakan dengan istilah animasi.

Berdasarkan kutipan di atas, dapat disimpulkan bahwa kata “animasi” berasal dari bahasa Inggris “animation” yang berarti menghidupkan gambar diam agar tampak bergerak, dan menjadi kata umum dan digunakan di seluruh dunia. Di Jepang, istilah “animation” disingkat menjadi “anime” dan merujuk khusus pada gaya animasi Jepang. Di luar negeri, “anime” digunakan untuk menyebut animasi buatan Jepang, yang menunjukkan pengakuan global terhadap budaya khas animasi negara tersebut. *Anime* memiliki banyak tujuan, salah satunya adalah untuk mempromosikan pariwisata Jepang di seluruh prefektur, mulai dari Hokkaido sampai Okinawa. Proyek yang terkenal sampai sekarang dengan sebagai promotor pariwisata Jepang dengan *anime*, yaitu proyek *cool Japan*.

Salah satu proyek besar pemerintah Jepang untuk promosi pariwisata, yaitu konsep *Cool Japan* di tahun 2002. Konsep ini merupakan upaya pemerintah untuk menyebarkan citra budaya populer dengan tujuan meningkatkan pendapatan

pariwisata dan juga peningkatan wisatawan asing. Pemerintah mempromosikan *fashion*, makanan, teknologi dan juga *anime*, *manga*, dll. (Japan Times, 2002). *Cool Japan* merupakan salah satu proyek bentuk Pariwisata Konten atau disebut sebagai Ziarah *anime* (*Seichi Junrei Anime*), adalah istilah yang terkait dengan pariwisata berdasarkan *anime* di mana para wisatawan dan penggemar mencari lokasi-lokasi kehidupan nyata yang digambarkan dalam *anime*. Para animator dan mangaka Jepang sering mengambil dan menggunakan inspirasi dari lokasi kehidupan nyata dalam karya seni mereka dan situs-situs ini menjadi situs bagi para penggemar untuk mendapatkan pengalaman nyata, kesenangan dan ekstasi. (Ahmad Shaadan, 2024). Penggemar yang berdedikasi terkadang mencari adegan atau lokasi dari *anime* dan manga yang dikenal sebagai *butaitanbou* (berburu adegan), yang juga termasuk ke fenomena *Seichi Junrei Anime* (Lombardi, 2016).

Menurut Takashi Kusumi dan Hideki Yoneda,

“聖地巡礼”とは、アニメや映画などの舞台となった場所に、多くのファンが訪れる社会現象である。アニメに関わるこうした現象は、近年注目を集めているが、小説・映画・TVドラマなどの作品舞台の旅はコンテンツツーリズムとして、観光地の振興にも利用されてきた。そして、実際の作品と観光地を取り上げた研究や各コンテンツに関する研究が国内外で行われている。

seichi junrei to wa, anime ya eiga nado no butai to natta basho ni, ōku no fuxan ga otozureru shakai genshō de aru. anime ni kakawaru kōshita genshō wa, kinnen chūmoku o atsumeteiru ga, shōsetsu eiga TV dorama nado no sakuhin butai no tabi wa kontentsutsu-rizumu toshite, kankōchi no shinkō ni mo riyōsaretekita. soshite, jissai no sakuhin to kankōchi o toriageta kenkyū ya kaku kontentsu nikansuru kenkyū ga kokunaigai de okonawareteiru.

(jstage.jst.go.jp)

Terjemahan :

“Ziarah tempat suci” atau *Seichi Junrei* adalah fenomena sosial di mana banyak penggemar mengunjungi tempat-tempat yang pernah menjadi latar sebuah *anime* atau film. Fenomena yang berkaitan dengan *anime* ini telah menarik perhatian dalam beberapa tahun terakhir, dan perjalanan ke latar novel, film, drama TV, dan karya-karya lain juga telah digunakan untuk mempromosikan tujuan wisata sebagai pariwisata konten. Penelitian yang menampilkan karya aktual dan atraksi wisata dan studi tentang setiap konten telah dilakukan oleh turis lokal Jepang dan non-lokal/luar negeri.

Berdasarkan kutipan di atas, dapat disimpulkan bahwa *Seichi Junrei* atau Ziarah Tempat Suci adalah fenomena sosial yang berkaitan dengan film, drama TV, *anime* dan sebagainya dan sudah menjadi tradisi berpuluh-puluh tahun oleh para penggemarnya. Tujuannya yaitu sebagai promotor pariwisata konten dan penelitian maupun studi bagi wisatawan. *Seichi Junrei* ini biasanya banyak mengacu ke *anime*

yang sedang populer di jamannya sehingga meningkatkan ekonomi wisata di daerah yang menjadi latar belakang tersebut. Ekonomi daerah tersebut yaitu mulai dari usaha masyarakat lokal hingga pemerintah daerah itu. Di sisi lain, fenomena *Seichi Junrei Anime* ini bisa membuat dampak bagi masyarakat sekitar, tempat budaya, tempat ibadah, dan sebagainya.

Definisi kata “dampak” menurut JE.Hosio (2007:57), adalah perubahan nyata pada tingkah laku atau sikap yang dihasilkan oleh keluaran kebijakan. Dengan kata lain, dampak adalah akibat yang ditimbulkan oleh suatu kebijakan terhadap perilaku dan sikap individu atau kelompok yang terkena kebijakan tersebut. Menurut UNDG (United Nations Development Group), Dampak mengimplikasikan perubahan dalam kehidupan manusia. Hal ini dapat mencakup perubahan dalam pengetahuan, keterampilan, perilaku, kesehatan, atau kondisi hidup anak-anak, dewasa, keluarga, atau komunitas. Perubahan-perubahan ini merupakan efek jangka panjang yang positif atau negatif pada kelompok populasi yang dapat diidentifikasi, yang dihasilkan oleh intervensi pembangunan, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang disengaja maupun tidak disengaja. Menurut kutipan di atas, dampak adalah perubahan atau akibat yang timbul dari suatu tindakan atau intervensi (seperti kebijakan atau program pembangunan) yang memengaruhi individu atau kelompok. Tindakan tersebut seperti fenomena *Seichi Junrei Anime*.

Penyebab dari dampak negatif fenomena *Seichi Junrei Anime* memiliki jumlah yang banyak. Salah satu penyebab dampak tersebut adalah wisatawan *Seichi Junrei Anime* mengganggu fasilitas umum sehingga menyusahkan pemerintah lokal. Menurut artikel dari situs *Wedge Online*, pada tahun 2016, di Prefektur Kanagawa, terdapat stasiun Kamakurakokome. Stasiun itu merupakan stasiun kecil dan terkenal dengan pemandangan laut. Di stasiun tersebut, merupakan salah satu *scene* yang terkenal di *anime Slam Dunk* dan setelah penyiaran *anime* tersebut terdapat banyak penggemar yang datang ke Prefektur Kanagawa hanya untuk berfoto di stasiun tersebut. Banyak penggemar dari luar maupun dalam negeri yang mengabaikan lampu merah, menutupi jalan dan trotoar yang tidak bisa memuat banyak orang. Pemerintah lokal Kanagawa mengirim para penjaga untuk menertibkan kelompok wisatawan oleh karena itu, membuat tanda-tanda jalan yang

berbahasa banyak, dan meletakkan barakade dan penandaan untuk menghindari wisatawan berdiri terlalu dekat dengan rel kereta.

Penyebab kedua yaitu Vandalisme yang dilakukan penggemar *anime* terhadap tempat wisata. Menurut artikel *Japanesestation*, pada tahun 2018, di Prefektur Shizuoka, penggemar *anime* "Love Life!" melakukan kerusakan terhadap lubang saluran air. Tim produksi *anime* tersebut membuat peta yang terdapat beberapa karakter digambar di lubang saluran air tersebut, sehingga menarik perhatian penggemar *anime* ke Prefektur Shizuoka. Isiden kerusakan itu ditemukan sengaja menggores dan merusak serta menyemprotkan cat ke beberapa lubang tersebut. Sehingga membuat polisi setempat marah dan tim produksi *Love Life!* meminta maaf terhadap pemerintah dan polisi setempat. Para wisatawan yang termasuk penggemar *anime* juga tidak mengetahui dan menghargai lebih dalam terhadap budaya dan komunitas lokalnya, hanya memprioritaskan wisata yang terkenal saja. Salah satu kasusnya, sekelompok penggemar *anime* membuat grafiti kecil di kuil di Kota Iwami, Prefektur Tottori yang dianggap sebagai "tempat suci" bagi para fans *anime* "Free!" pada tahun 2014. Asosiasi pariwisata di kota tersebut sudah membuat aduan dan sampai di media sosial, para penggemar *anime* itu pun mengkritik aksi tidak terpuji tersebut juga tim produksi *anime* tersebut.

Tim produksi *anime* tidak hanya berfungsi sebagai promotor karya mereka, tetapi juga aktif berperan sebagai pengembang sektor pariwisata yang inovatif. Mereka secara strategis memanfaatkan popularitas *anime* sebagai media ampuh untuk secara signifikan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, baik dari kalangan lokal maupun internasional. Dalam upaya ini, tim produksi *anime* lazimnya menjalin kerja sama erat dengan berbagai prefektur di Jepang yang menjadi latar atau inspirasi cerita mereka. Kemitraan strategis ini bertujuan ganda. Upaya pertama, untuk lebih jauh meningkatkan popularitas global *anime* yang bersangkutan di mata penggemar. Upaya kedua, secara bersamaan, untuk mendongkrak daya tarik pariwisata lokal di prefektur tersebut melalui promosi berbasis lokasi nyata. Kerja sama ini sering kali melibatkan penciptaan rute wisata tematik, penjualan merchandise eksklusif, atau penyelenggaraan event yang

menarik wisatawan ke lokasi fisik, sehingga menciptakan simbiosis mutualisme yang kuat antara industri hiburan dan pariwisata daerah.

Berdasarkan pemaparan di atas, Jepang telah menjelma menjadi salah satu negara terkemuka dalam industri pariwisata global, menarik wisatawan berkat kekayaan budayanya, terutama melalui daya tarik *anime*. fenomena *Seichi Junrei Anime*, atau "wisata ziarah tempat suci anime", memungkinkan penggemar untuk mengunjungi lokasi nyata yang menginspirasi latar cerita *anime* favorit mereka. Inisiatif ini merupakan bagian dari proyek besar pemerintah Jepang, "Cool Japan", yang bertujuan untuk mempromosikan budaya populer dan meningkatkan pendapatan pariwisata. Kerja sama erat antara tim produksi *anime* dan pemerintah daerah telah berhasil menciptakan rute wisata tematik, menjual merchandise eksklusif, dan menyelenggarakan acara yang secara signifikan mendorong kunjungan wisatawan, berkontribusi positif terhadap ekonomi lokal di berbagai prefektur. Popularitas *Seichi Junrei Anime* membawa sebab dan dampak negatif. Menyebabkan kepadatan dan mengganggu penduduk lokal, seperti di Stasiun Kamakurakokome karena membludaknya penggemar Slam Dunk. Insiden vandalisme dan kurangnya penghargaan budaya lokal juga menjadi masalah, contohnya kasus grafiti di kuil atau kerusakan fasilitas umum. Ini menekankan pentingnya edukasi dan kesadaran wisatawan. Penggemar *anime* harus selalu menjaga etika, menghormati privasi, dan mematuhi aturan di "tempat suci" tersebut. Baik tim produksi *anime* maupun pemerintah daerah terus berupaya mendorong wisata yang bertanggung jawab.

1.2 Penelitian yang Relevan

Penelusuran data melalui internet dilakukan untuk mencari penelitian yang relevan dengan pariwisata berbasis *Anime*. Dari penelusuran tersebut, terdapat beberapa hasil penelitian yang relevan terhadap *Seichi Junrei* dalam *Anime*, yaitu :

1. Ahmad Shadaan (2024).

Penelitian yang berjudul *Impact of Japanese Anime on Tourism Analysis of Refashioning of Tourism and Sightseeing with the Rise of Anime in Japan* (Dampak *Anime* Jepang pada Pariwisata Analisis Pembentukan Kembali Pariwisata dan

Tamasya dengan Bangkitnya *Anime* di Jepang). Hasil penelitian ini adalah menunjukkan bahwa budaya populer Jepang, khususnya *anime* dan *manga*, memiliki dampak signifikan dalam membentuk kembali pariwisata melalui fenomena seperti ziarah *anime* (*Seichi Junrei Anime*) dan taman hiburan bertema, didorong oleh kerja sama antara konsumen, produsen, dan pemerintah. Menyoroti bagaimana antusiasme penggemar dan penggunaan lokasi nyata dalam *anime* telah menciptakan daya tarik wisata baru, berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan penyebaran budaya Jepang secara global.

Perbedaan dengan penelitian penulis yaitu secara spesifik berfokus pada dampak negatif dan tantangan yang muncul dari fenomena *Seichi Junrei Anime*, terutama masalah yang dihadapi maupun upaya pemerintah dalam mengatasinya sedangkan penelitian Ahmad, meneliti dampak positif *anime* bagi pariwisata. Persamaan dengan penelitian penulis adalah membahas fenomena *Seichi Junrei Anime*, mengkaji hubungan antara *anime* Jepang dan pariwisata, dan juga peran penting penggemar dalam fenomena *Seichi Junrei Anime*.

2. Hiroaki Mori (2020)

Penelitian berjudul, *How Does Anime Realize Public Diplomacy? : The Potential and Future Prospects of Anime Pilgrimage* (Bagaimana *Anime* Bisa sebagai Diplomasi Publik? : Potensi dan Prospek Masa Depan Wisata Ziarah *Anime* (*Seichi Junrei Anime*)).

Hasil dari penelitian tersebut adalah, menyimpulkan bahwa fenomena "anime pilgrimage" (*Seichi Junrei Anime*) memiliki potensi besar sebagai alat diplomasi publik bagi Jepang. Melalui kunjungan penggemar ke lokasi nyata yang digambarkan dalam *anime*, terbentuklah ikatan emosional dan ketertarikan yang lebih dalam terhadap budaya, sejarah, dan geografi Jepang. Hal ini tidak hanya mempromosikan citra positif Jepang di kancah internasional, tetapi juga memfasilitasi pertukaran budaya secara efektif. Perbedaan dengan penelitian penulis, yaitu penelitian Hiroaki menempatkan *Seichi Junrei Anime* dalam kerangka diplomasi publik dan menganalisis strategi fenomena tersebut untuk mempromosikan citra positif Jepang. Sedangkan penelitian penulis, memiliki fokus yang lebih spesifik pada aspek negatif dan tantangan yang muncul dari *Seichi*

Junrei Anime, serta upaya yang dilakukan oleh penggemar dan pemerintah daerah setempat.

3. Kinanti Fitra Asri dari Universitas Indonesia (2012).

Penelitian berjudul “Anime Lucky Star sebagai Motivator Aktivitas Pariwisata”. Hasil dari penelitian tersebut adalah pada awalnya masyarakat lokal tidak mengerti betapa banyak yang mengunjungi kota Washimiya, tetapi karena ada *anime contents* menjadikan pengertian dari masyarakat tersebut. Mulai dari *event*, penjualan pernak-pernik dan promosi dari Badan Pariwisata Jepang. Perbedaan dengan penelitian penulis lebih memfokuskan dalam dampak negatif bagi masyarakat dan budaya Jepang terhadap fenomena *Seichi Junrei Anime*. Persamaan dengan penelitian penulis terhadap penelitian Kinanti Fitra, adalah menggunakan tema *Seichi Junrei Anime* dan menggambarkan minat penggemar *junreishi* terhadap suatu kota karena animasi.

1.3 Identifikasi Masalah

Untuk identifikasi masalah, berdasarkan penjelasan latar belakang dan penelitian yang relevan sebelumnya, dalam penulisan ini, yaitu sebagai berikut :

1. Pemerintah Prefektur kesulitan mengatur pelaku fenomena *Seichi Junrei Anime*
2. Pelaku fenomena *Seichi Junrei Anime* melakukan kerusakan fasilitas umum
3. Penggemar *Anime* yang melakukan *Seichi Junrei* tidak diberi sanksi sosial
4. Dampak bagi masyarakat dan budaya Jepang terhadap fenomena *Seichi Junrei Anime* dan peran pemerintah dalam mengatasinya

1.4 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka penulis membatasi dan memfokuskan masalah hanya pada analisis dampak bagi masyarakat dan budaya Jepang terhadap fenomena *Seichi Junrei Anime*. Para penggemar maupun pemerintah daerah memiliki peran untuk mengatasinya.

1.5 Perumusan Masalah

Berdasarkan beberapa uraian yang ditemukan pada bagian latar belakang, maka perumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana fenomena *Seichi Junrei Anime* memengaruhi berbagai aspek masyarakat dan kultural di Jepang?
2. Apa saja dampak bagi masyarakat, budaya terhadap fenomena *Seichi Junrei Anime*?
3. Apa peran penggemar dan pemerintah dalam mengatasi dampak negatif dari fenomena *Seichi Junrei Anime*?

1.6 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka dapat diketahui bahwa tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menjelaskan peran fenomena *Seichi Junrei Anime* dalam masyarakat maupun kultural di Jepang
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan dampak dari fenomena *Seichi Junrei Anime*
3. Untuk menjelaskan peran penggemar *anime* dan pemerintah dalam mengatasi dampak negatif fenomena *seichi junrei anime*

1.7 Landasan Teori

Dalam penelitian ini, penulis memanfaatkan landasan teori sebagai berikut

1.7.1 Teori Fenomenologi

Menurut O.Hasbiansyah, Fenomenologi, pada dasarnya, adalah sebuah pendekatan filosofis dan sosiologis yang dipelopori oleh Edmund Husserl. Tujuannya adalah untuk mengembangkan pengetahuan yang lebih relevan dan bermanfaat bagi kehidupan manusia, terutama ketika ilmu pengetahuan tradisional menghadapi krisis. Pengertian singkatnya, yaitu fenomenologi ada dua arti. Sebagai sikap hidup, yaitu Fenomenologi mengajarkan kita untuk selalu terbuka terhadap segala informasi, tidak cepat menilai atau menghakimi berdasarkan prasangka pribadi. Kita diajak untuk berdialog dengan fenomena yang kita hadapi,

membiarkannya "bercerita" tentang dirinya sendiri, serta kita aktif bertanya, mendengarkan, dan berusaha menangkap pola serta maknanya. Sebagai Metode Ilmiah juga, yaitu fenomenologi menyediakan kerangka atau jalan untuk merumuskan ilmu pengetahuan melalui tahap-tahap tertentu, di mana pengalaman manusia terhadap suatu fenomena menjadi subjek utama kajiannya. Fenomenologi mengajarkan bahwa tidak hanya melihat benda atau kejadian, tetapi membiarkan fenomena tersebut "berbicara" kepada kita, memahami maknanya dari sudut pandang fenomena itu sendiri. Menerima informasi apa adanya, tanpa langsung menghakimi atau menilai berdasarkan pemikiran awal kita dan menggali makna yang lebih dalam dari apa yang tampak. Berdasarkan penjelesan di atas, fenomenologi bisa dianggap sebagai sebuah sikap hidup yang mengajarkan keterbukaan dan pemahaman mendalam, sekaligus sebagai metode ilmiah untuk meneliti dan merumuskan pengetahuan, di mana pengalaman manusia terhadap fenomena menjadi fokus utamanya.

1.7.2 Wisata Ziarah

Menurut Ian Reader dikutip dalam buku *Contents Tourism in Japan : Pilgrimages to "Sacred Sites" of Popular Culture* karya Philip Seaton, Wisata Ziarah adalah gagasan tentang penyeberangan, geografi suci, pergerakan antara berbagai kondisi keberadaan, sifat integral dari perjalanan dan pemujaan, dan perjalanan untuk mencapai dan berada di tempat-tempat yang dianggap suci. Melibatkan pergerakan antar berbagai kondisi keberadaan, menekankan sifat integral antara perjalanan fisik dan pemujaan spiritual. Dijelaskan oleh Philip Seaton, bahwa tempat-tempat yang dianggap suci tidak hanya berkaitan dengan situs-situ keagamaan, tetapi juga situs yang di luar tema agama. Tema tersebut salah satu nya yaitu latar tempat sebuah *anime*. Dengan demikian, perjalanan ini dapat dipahami sebagai upaya menyebrangi dunia sehari-hari dan dunia yang sakral, baik melalui keyakinan agama maupun karya fiksi. Seperti latar tempat sebuah *anime*.

Menurut Yamamura (2014),

どうじだいてき ; 同時代的に共有された作品の一部が、いわゆるアニメ
 聖地巡礼として国際的な人の動きを創るようになった。すなわち、熱心なファ
 ンが、アニメ作品のロケ地またはその作品・作者に関連する土地を見つけ出
 し、それを聖地として位置付け、実際に訪れる(巡礼する)という行為が発生
 し始めた。

(eprints.lib.hokudai.ac.jp)

Terjemahan :

Beberapa karya yang dibagikan secara kontemporer mulai menciptakan gerakan internasional yang disebut sebagai ziarah ke tempat-tempat suci anime. Dengan kata lain, penggemar yang antusias terhadap sebuah karya anime menemukan lokasi atau tempat yang berhubungan dengan karya atau penciptanya, menetakannya sebagai tempat suci, dan benar-benar mengunjunginya (ziarah).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa, 聖地巡礼 atau *seichi junrei* adalah wisata ziarah yang mengenai perjalanan untuk mencapai tempat-tempat yang dianggap suci, tidak hanya situs agama, situs non-agama pun juga. Perjalanan ke tempat suci non-agama salah satunya adalah *anime*. Berdasarkan pengamatan sebuah *anime* dimana penggemar *anime* tersebut menemukan lokasi sesuai dengan latar belakang karya yang disukainya, yang menurut mereka tempat-tempat tersebut suci dan mengunjunginya ke sana.

1.7.2 Budaya Populer

Menurut John Storey (2009:06), Budaya Populer didefinisikan sebagai produk dan bentuk ekspresi serta identitas yang sering dijumpai atau diterima secara luas, disukai atau disetujui, dan menjadi ciri khas masyarakat tertentu pada suatu waktu tertentu. Budaya populer memiliki peran inklusi dalam masyarakat karena menyatukan massa dalam cita-cita bentuk perilaku yang dapat diterima. Seiring dengan menempa rasa identitas yang mengikat individu dengan masyarakat yang lebih besar, mengonsumsi barang-barang budaya populer sering kali meningkatkan martabat seseorang dalam kelompok sebayanya. Budaya populer juga budaya yang berasal dari rakyat, oleh rakyat dan bukan dipaksakan dari atas. Budaya tersebut contohnya seperti *anime*.

Menurut Izuho Toriyahara dikutip dari jurnal yang berjudul “Sebuah Esai tentang Hubungan antara Elemen Konstituen Anime dan Fungsinya – Melalui Analisis Animasi Teatrikal "Mewtwo Strikes Back" (2009)”,

アニメは、アニメである以上はストーリーが展開し、キャラクター（に限らず様々なもの）は描写されるのである。これらは アニメの構成要素（映像・言語・音楽）が潜在的に持つ特性であると考ええる。

anime wa, anime de aru ijō wa suto-ri- ga tenkaishi, kyarakuta- (ni kagirazu samazamana mono) wa byōshasereru no de aru. korera wa anime no kōsei yōso (eizō, gengo, ongaku) ga senzaiteki ni motsu tokusei de aru to kangaeru.

Terjemahan :

Anime, sebagai *anime*, memiliki alur cerita yang berkembang dan karakter (serta berbagai elemen lain) yang digambarkan. Hal ini dianggap sebagai karakteristik yang secara potensial dimiliki oleh unsur-unsur penyusun *anime* (gambar, bahasa, dan musik).

Berdasarkan kutipan di atas, dapat disimpulkan bahwa, Budaya Populer merupakan produk dan bentuk ekspresi maupun identitas yang disukai masyarakat pada waktu tertentu. Kebahagiaan individu untuk meningkatkan martabat maupun untuk menyatukan massa. Sedangkan, *Anime* adalah animasi yang memiliki alur cerita dan memiliki karakteristik seperti gambar, bahasa dan musik.

1.8 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif analisis. Lamanya proses yang diperlukan penulis yaitu kurang lebih 6 bulan untuk menganalisa dan menjelaskan. Dengan tujuan, mengumpulkan data dan gambar, serta teks penjelasan maupun percakapan, kemudian dianalisis untuk menarik kesimpulan. Dengan menganalisis objek penelitian berbentuk artikel-artikel dan jurnal sebagai data primer. Sebagai data sekunder, penulis menggunakan SNS (Sosial Networking Service) berupa *X*, *instagram*, *youtube*, *tiktok*, dan lain-lain. Data sekunder kedua yaitu Buku yang berjudul *Contents Tourism in Japan: Pilgrimages to "Sacred Sites" of Popular Culture* dari Philip Seaton, Takayoshi Yamamura, Akiko Sugawa-Shimada, dan Kyungjae Jang.

1.9 Manfaat Penelitian

Dengan melakukan penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat penelitian ini, adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoretis

Menambah wawasan dan pengetahuan mengenai teori pariwisata konten, dampak positif dan negatif fenomena *Seichi Junrei Anime* dan peran pemerintah daerah dalam fenomena tersebut, meningkatkan ilmu mengenai fenomena *Seichi Junrei Anime* dan pariwisata konten, dan menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya yang sejalan dengan pembahasan terkait wisata ziarah *anime*, *contents tourism*, dan konsep *cool japan*.

2. Manfaat Praktis

Menambah minat membaca dalam suatu karya sastra, memberikan wawasan mengenai pariwisata dalam fenomena *Seichi Junrei Anime*, memberikan pengetahuan kepada penulis dan pembaca agar selalu menghormati dan menjaga kebudayaan tempat wisata, saat melakukan *Seichi Junrei*. Dengan pemahaman ini, pembaca bisa mengaplikasikan untuk membuat rencana perjalanan ke Jepang dan saat di Jepang.

1.10 Sistematika Penyusunan Skripsi

Penulisan skripsi ini terbagi menjadi beberapa bab yang dapat diuraikan sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan, bab ini berisi tentang latar belakang, penelitian yang relevan, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori, metode penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian penyusunan skripsi.

Bab II Landasan Teori, bab ini berisi mengenai gambaran umum yang berkaitan dengan fenomenologi, wisata ziarah (*Seichi Junrei Anime*), *budaya populer* dalam masyarakat dan budaya di Jepang.

Bab III Dampak Fenomena *Seichi Junrei* pada Penggemar *Anime* terhadap Masyarakat Jepang, bab ini menganalisis, menjelaskan dan memaparkan data yang sudah penulis dapatkan tentang dampak negatif maupun positif fenomena *Seichi Junrei Anime* terhadap masyarakat, budaya dan pariwisata Jepang

Bab IV Simpulan, bab ini menyimpulkan yang didapat dari hasil penelitian dan merupakan jawaban dari perumusan masalah, masukan dan tanggapan.

