

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi yang berkembang pesat sangat memudahkan manusia dalam penyebaran informasi dan berkomunikasi. Internet telah menjadi bagian dari kebutuhan pokok masyarakat di setiap lapisan, mulai dari kalangan bawah, menengah, anak-anak, remaja, orang dewasa, hingga kalangan atas. (Sary et al., 2021). Dengan kemajuan teknologi, informasi, dan komunikasi, media massa tentu memiliki peran besar sebagai sumber informasi utama. Media massa mampu memberikan informasi apapun dan mampu membawa suatu yang baru terhadap lingkungan sekitar. Adanya media massa, budaya-budaya di negara tertentu dapat dengan mudah tersebar ke seluruh dunia. Media berperan sebagai alat utama dalam penyebaran budaya. Media massa berkedudukan sebagai media yang memiliki peran besar untuk mendistribusikan budaya-budaya populer tersebut kepada khalayak umum. Media massa mampu memberikan informasi apapun dan dapat membawa hal baru terhadap lingkungan sekitar. Dalam hal ini media massa berkedudukan sebagai media untuk mendistribusikan budaya populer tersebut kepada khalayak umum. (Zahra et al., 2020)

Budaya populer menyebar diseluruh dunia dan mudah diakses oleh semua orang akibat globalisasi. Febrianti (dalam Dalimunthe et al., 2022) menjelaskan bahwa budaya populer didefinisikan sebagai budaya yang muncul akibat merebaknya media yang memiliki kekuatan untuk mewujudkan suatu budaya. Terdapat banyak budaya populer yang menyebar dan masuk ke seluruh dunia,

contohnya budaya populer Korea atau *Korean Wave* dan budaya populer dari Jepang. Budaya ini, khususnya budaya populer Jepang, sangat menjamur diseluruh dunia termasuk Indonesia. Budaya populer Jepang memiliki beberapa bentuk, mulai dari pertunjukan televisi, film, musik, *manga* atau komik, *fashion*, hingga serial animasi atau yang biasa disebut dengan *anime*. Dari beberapa jenis budaya populer Jepang yang masuk ke Indonesia, yang termasuk kedalam kategori populer di kalangan masyarakat Indonesia adalah *fashion*, komik atau *manga*, dan serial animasinya. (Pertiwani & Paramita, 2023). Popularitas budaya populer Jepang, kemajuan teknologi animasi, menjamurnya platform streaming digital, meningkatnya permintaan akan konten yang beragam dan kreatif, serta dukungan dan peraturan pemerintah mewakili beberapa faktor utama yang mendorong pasar budaya populer Jepang. (Imarc, 2022).

Anime merupakan serial animasi khas Jepang yang kebanyakan ciri-cirinya ditandai dengan penggunaan gambar berwarna cerah yang menampilkan tokoh-tokoh karakter di dalamnya. Tokoh-tokoh itu mengandung karakter yang beragam, dimana terdapat tokoh dengan peran antagonis, protagonis, serta figuran. *Anime* sangat terpengaruh oleh gaya gambar khas *manga* atau komik Jepang. Seperti pada serial tayangan lainnya, *anime* juga memiliki genre-nya sendiri. Mulai dari komedi, romantis, aksi, petualangan, dan fantasi. Selain tayang dalam media televisi, beberapa tahun terakhir ini banyak pula *anime* yang mencoba merambah bioskop. Keragaman genre dan luasnya penayangan pada *anime* saat ini juga membuat peminat *anime* semakin meningkat (Toi, 2020).

Semakin populer *anime*, semakin banyak juga penggemarnya. Dilansir dari headphonesaddict.com, berdasarkan data survei yang dilakukan oleh *Ampere Consumer*, penikmat *anime* di seluruh dunia mengalami peningkatan dari tahun 2018 yang awalnya 24%, pada tahun 2021 mencapai angka 36% (HeadphonesAddict, 2024). Seraya dengan hal tersebut, Polaris Market Research menyatakan bahwa pasar anime global pada tahun 2022 menyentuh angka 29,11 miliar dolar AS dan akan terus meningkat sebanyak 9,5 persen sampai tahun 2032. (Polaris Market Research, 2023)

Gambar 1.1. Data Peningkatan Angka Pasar Anime



Sumber: Polaris Market Research Analysis (Polaris Market Research, 2023)

Berawal dari menyukai salah satu tayangan asal Jepang ini, orang-orang berlanjut menyukai karakter atau tokoh-tokoh yang muncul di dalam *anime* yang ditonton. Seringkali ketika menonton suatu tayangan, penonton rata-rata ikut terhanyut dalam suasana, entah itu suasana senang, suasana sedih, maupun suasana kesal, seolah-olah mereka ikut mengenal karakter dari tayangan media yang

ditonton dan terlibat dalam kehidupan karakter tersebut. Ditambah dengan maraknya media *streaming* yang muncul untuk menonton serial animasi tersebut serta dengan teknologi media sosial yang berkembang, penggemar semakin mudah dalam mendapatkan informasi tambahan tentang informasi tayangan mereka. Hal inilah yang akhirnya menyebabkan munculnya sebuah fenomena yang disebut dengan hubungan parasosial yang dialami oleh para penggemar tayangan serial animasi Jepang. (Syafriana et al., 2016)

Hubungan parasosial bisa berkembang dengan adanya interaksi semu yang dilakukan oleh penggemar terhadap idola mereka. Williams (dalam Nguyen et al., 2023) menjelaskan bahwa beberapa penggemar dapat mengembangkan hubungan mereka dengan sesama penggemar lain ataupun dengan objek yang berkaitan dengan media itu sendiri. Hubungan dengan objek-objek ini bisa bermacam-macam bentuknya, seperti keterikatan pada barang-barang yang berkaitan dengan idolanya (*merchandise*) atau keterikatan pada karakter yang ada dari media yang ditonton. Hubungan ini bersifat parasosial karena merupakan hubungan sepihak antara seseorang dan suatu objek. Horton dan Wohl (dalam Tukachinsky, 2023) menjelaskan hubungan parasosial yaitu hubungan erat yang dirasakan oleh penggemar dengan tokoh media atau idola yang didasarkan pada keterikatan emosional penggemar. Hubungan parasosial dipahami sebagai keintiman terbatas yang bermakna dengan tokoh media. Batasan ini disebabkan karena keintiman ini semu dan hanya dirasakan oleh penggemar, bukan oleh tokoh media. Status realitas tokoh media tidak menjadi penghalang bagi kekuatan atau kebermaknaan hubungan parasosial, sehingga hubungan parasosial bisa terjadi dengan selebriti di kehidupan

nyata, selebriti yang sudah meninggal, karakter fiksi, dan karakter bukan manusia (bukan manusia karena merupakan karakter kartun, binatang, atau fantasi). (Tukachinsky, 2023). Hanan (dalam Sysca & Dwivayani, 2024) menjelaskan bahwa saat penggemar merasa ada respon timbal-balik dari idolanya, hubungan parasosial dapat timbul. Hubungan tersebut semakin terjalin dengan baik saat penggemar memiliki perasaan bahwa mereka memiliki kedekatan dengan tokoh media seperti teman.

Hubungan parasosial terjadi saat penggemar merasa bahwa mereka memiliki kedekatan dengan tokoh media kesukaan mereka. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ascue et al. (2017), penggemar membayangkan menjadi anggota grup yang mereka sukai, berimajinasi memiliki hubungan pertemanan dengan idola mereka, dan merasa terhibur terhadap apa yang dilakukan oleh idola mereka. Mereka juga membayangkan hubungan romantis dengan idola mereka. Beberapa dari mereka juga membayangkan idola mereka memuji mereka saat melakukan kegiatan sehari-hari seperti saat bernyanyi dan menari. Perasaan inilah yang nantinya akan menjadi penentu dalam pengembangan hubungan parasosial daripada hubungan interpersonal yang dilakukan secara langsung. Kontak secara tidak langsung yang dilakukan oleh penggemar secara terus menerus kemudian akan menyebabkan penggemar berpikir mereka memiliki kedekatan dengan selebriti tersebut. Hal ini kemudian semakin meningkatkan akurasi pemahaman penggemar mengenai karakter selebriti tersebut termasuk gaya, kepribadian, referensi, dan kehidupan pribadi, terakumulasi, serta interpretasi dan pemahaman makna perilaku karakter idola mereka. (Sumirna et al., 2023). Tak jarang banyak juga dari penggemar yang

menjadikan idola sebagai *role model* mereka. Seperti dalam penelitian yang dilakukan oleh Sumirna et al. (2023), penggemar merasa bahwa karakter idola mereka yang sangat baik dan positif di depan kamera bisa menjadi panutan bagi mereka untuk diikuti dalam kehidupan mereka sehari-hari.

Dalam hubungan parasosial antara penggemar dan tokoh idola, penggemar yang menyukai tokoh karakter fiksi anime Jepang juga telah menjadi fenomena yang semakin dikenal luas dalam beberapa tahun belakangan. Meningkatnya popularitas anime pada beberapa tahun terakhir, maka penggemar anime pun semakin banyak dan masing-masing penggemar pun memiliki berbagai latar belakang dalam bagaimana mereka membangun hubungan parasosial dengan karakter fiksi yang mereka idolakan. Hal seperti aspek negatif dan potensi sisi gelap yang mungkin terjadi pun juga bisa saja muncul saat penggemar memiliki hubungan parasosial dengan karakter tersebut. Keterikatan emosional yang berlebihan terhadap tokoh media dapat memiliki dampak negatif pada individu yang terlibat. Penggemar mungkin mengalami kesulitan membedakan antara dunia nyata dan dunia fiksi, yang dapat mengganggu kehidupan sehari-hari. (Astagini et al., 2017). Hal tersebut termasuk dalam salah satu jenis gangguan mental. Gangguan kesehatan mental merupakan kondisi dimana tubuh atau pikiran manusia mengalami kesulitan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitar sehingga menyebabkan stress yang berlebihan hingga mengganggu kesehatan fisik dan mental. Gangguan mental banyak jenisnya seperti kecemasan berlebih, *mood* yang selalu berubah-ubah, hingga yang paling parah dimana seseorang tidak bisa menentukan perbedaan diantara dunia nyata dan dunia fiksi yang biasa disebut dengan delusi.

Ketidakmampuan untuk membedakan mana kehidupan nyata dan dunia fiksi ini pada akhirnya membuat penggemar seakan-akan merasa mereka memiliki hubungan khusus tokoh media yang mereka idolakan (Rachim & Wibowo, 2024).

Berdasarkan hal tersebut, peneliti ingin meneliti mengenai hubungan parasosial yang dialami para penggemar karakter fiksi serial animasi Jepang pada fandom anime Jujutsu Kaisen. Jujutsu Kaisen merupakan salah satu serial animasi Jepang terpopuler saat ini. Jujutsu Kaisen merupakan anime yang diadaptasi dari manga yang ditulis oleh Gege Akutami. Dengan berfokus pada Yuuji Itadori, seorang siswa pelajar SMA yang ternyata memiliki kekuatan fisik luar biasa, dia menjalani hari-hari sebagai anak SMA biasa, tetapi kemudian hidupnya berubah pada saat dia harus membantu teman-temannya yang menghadapi bahaya karena sebuah kutukan dan akhirnya mereka harus berjuang melawan makhluk-makhluk terkutuk untuk menciptakan dunia yang aman dan bahagia. Diproduksi oleh MAPPA Studio, anime ini ditayangkan pertama kali pada 2 Oktober 2020 secara resmi di layanan streaming berbayar Netflix.

Dalam Liputan6.com (Liputan 6, 2024), serial animasi Jujutsu Kaisen telah dicatat oleh Guinness World Records dan diberikan penghargaan sebagai acara televisi terpopuler di dunia. Jujutsu Kaisen telah berhasil mencapai rating dari seluruh dunia sebanyak 71,2 kali lipat lebih besar daripada serial televisi lainnya. Tak hanya itu, semenjak penayangannya yang sudah masuk paruh (*season*) kedua di Netflix, *anime* Jujutsu Kaisen selalu memasuki Top 10 di berbagai negara, termasuk Indonesia. Sejak penayangan episode pertamanya hingga episode terakhirnya pada 6 Juli 2023 s/d 29 Desember 2023, *anime* Jujutsu Kaisen Season

2 bertahan menduduki Top 10 dalam kategori tayangan serial di Netflix Indonesia selama 19 minggu. (Netflix, 2024)

Data diatas membuat peneliti ingin meneliti lebih lanjut tentang hubungan parasosial yang dialami oleh penggemar dari serial animasi yang sangat populer ini. Menurut peneliti, topik ini penting untuk diteliti mengingat banyaknya penggemar *anime* yang menonton dan menyukai karakter fiksi yang pada akhirnya memungkinkan untuk timbulnya hubungan parasosial yang berlebihan yang dapat memberikan dampak buruk bagi penggemar tersebut. Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti juga ingin menggali lebih dalam motif individu penggemar menyukai karakter fiksi serial animasi Jepang dan sejauh mana mereka telah melakukan hubungan parasosial dengan karakter fiksi serial animasi Jepang tersebut.

1.2 Fokus Penelitian

Seperti yang telah dijabarkan di latar belakang, berdasarkan survei yang dilakukan oleh *Ampere Consumer*, penikmat tayangan anime mengalami peningkatan selama tiga tahun. Pada tahun 2018 *Ampere Consumer* mendapatkan angka 24% untuk penikmat anime, sedangkan pada tahun 2021 telah mencapai angka 36%. Hal ini membuktikan bahwa semakin banyak orang-orang yang menonton tayangan *anime* dalam kurun waktu tiga tahun. (HeadphonesAddict, 2024). Hal tersebut tidak menutup kemungkinan bahwa banyak individu yang merasa bahwa *anime* merupakan tontonan yang menarik dan mereka terbawa suasana ketika menonton. Saat menonton suatu tayangan, penonton umumnya ikut merasakan suasana, baik suasana senang, sedih, maupun kesal, seakan-akan mereka

akrab dengan karakter dalam tayangan tersebut dan terlibat dalam kehidupan karakter-karakter tersebut. Hal inilah yang akhirnya menyebabkan munculnya sebuah fenomena yang disebut dengan hubungan parasosial yang dialami oleh para penggemar tayangan serial animasi Jepang.

Berdasarkan data masalah tersebut, peneliti akan menentukan fokus penelitian dalam penelitian ini. Fokus dalam penelitian ini yaitu untuk menentukan masalah kualitatif, dimana peneliti hanya dapat memilih data yang relevan dan yang tidak relevan. Batas penelitian kualitatif lebih bergantung pada seberapa penting atau pentingnya fenomena yang diteliti. Adapun fokus penelitian dalam penelitian ini adalah bagaimanakah sisi gelap hubungan parasosial para penggemar karakter fiksi serial animasi Jepang ‘Jujutsu Kaisen’?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian yang telah dijabarkan adalah sebagai berikut untuk mengetahui sisi gelap hubungan parasosial para penggemar karakter fiksi serial animasi Jepang ‘Jujutsu Kaisen’.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Akademis

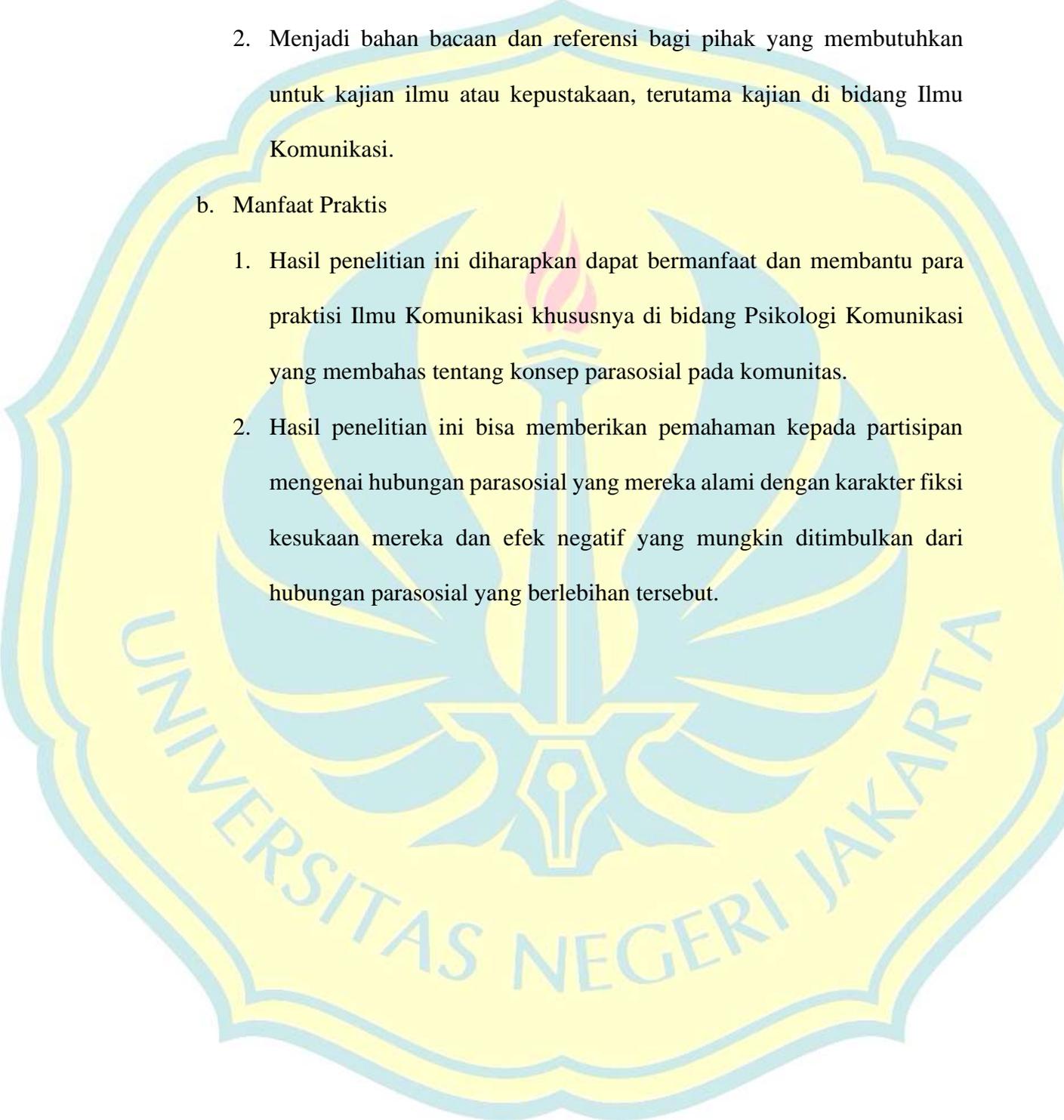
1. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan dan mengembangkan ilmu pengetahuan, terutama untuk kajian Ilmu Komunikasi dalam pengetahuan secara umum, khususnya dalam bidang

Psikologi Komunikasi yang membahas tentang konsep parasosial pada komunitas.

2. Menjadi bahan bacaan dan referensi bagi pihak yang membutuhkan untuk kajian ilmu atau kepustakaan, terutama kajian di bidang Ilmu Komunikasi.

b. Manfaat Praktis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan membantu para praktisi Ilmu Komunikasi khususnya di bidang Psikologi Komunikasi yang membahas tentang konsep parasosial pada komunitas.
2. Hasil penelitian ini bisa memberikan pemahaman kepada partisipan mengenai hubungan parasosial yang mereka alami dengan karakter fiksi kesukaan mereka dan efek negatif yang mungkin ditimbulkan dari hubungan parasosial yang berlebihan tersebut.



UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA