BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Budaya menjadi salah satu cara suatu negara untuk memperkenalkan negaranya. Negara Jepang menjadi negara yang masih melestarikan budaya sampai saat sekarang ini dan menjadi budaya yang paling banyak diminati. Dengan perkembangan teknologi yang pesat pada jepang telah melahirkan budaya baru yang disebut dengan budaya populer seperti *anime, manga*, dan *game*. Jepang menjadikan hal ini sekaligus menjadi penanda arah baru kebijakan luar negeri Jepang dari yang semula memfokuskan pada budaya tradisionalnya (Nakamura, 2013). Berbagai produk budaya populer Jepang seperti *anime, manga*, dan *game* sangat populer di seluruh dunia yang tersebar melalui beragam media seperti televisi, internet dan lain-lain. Melalui berbagai produk budaya populernya, Jepang secara tidak langsung memperkenalkan nilai-nilai serta budaya tradisional Jepang seperti penggunaan bahasa Jepang, *kimono*, tarian *bon odori*, se*manga*t *bushido*, dan lain-lain. Keunikan dari budaya populer Jepang dijadikan sebagai pintu masuk oleh pemerintah Jepang untuk memulai atau menjalankan diplomasi dengan negara-negara lain termasuk Indonesia. Dengan pengenalan nilai-nilai budaya yang dilakukan oleh negara Jepang. Indonesia adalah salah satu negara yang mengalami pengaruh yang banyak terhadap budaya populer Jepang melalui sarana *anime, game* dan *manga*, Jepang berhasil memberikan kesan yang kuat terhadap masyarakat di Indonesia khususnya kaum muda yang memiliki minat tinggi terhadap kebudayaan populer Jepang.

Komunitas ini berfokus pada budaya populer jepang mulai dari anime, *manga*, dan budaya populer jepang lainnya. Komunitas ini juga melakukan kumpul-kumpul untuk saling bertukar ,diskusi ,mengadakan acara seperti Jpop Cvity, Kopa-Japan Festival 2014, dan lain-lainnya dan untuk mengisi waktu luang KOPAJA juga melakukan *otaku quiz* untuk mempererat pertemanan mereka di dalam komunitas tersebut.

Budaya populer lainnya yang masuk di Indonesia adalah Otaku. *Otaku* (おたく/オタク) adalah istilah yang berasal dari Jepang yang digunakan untuk menyebut atau sebuah panggilan yang ditujukan untuk orang-orang yang menekuni suatu hobi. *Otaku* mulai terkenal di luar Jepang sejak paruh kedua dekade 1990-an, *Otaku* merupakan definisi sederhana tentang orang-orang yang mendalami atau menggemari suatu hobi lebih daripada orang pada umumnya (Sapto Atur Nugroho, 2017).

Istilah *otaku* di luar Jepang lebih dikenal sebagai sebutan untuk orang-orang yang menyukai kultur asal Jepang seperti *anime* ataupun *manga*. Definisi *otaku* di Indonesia pada dasarnya sama dengan definisi *otaku* diluar Indonesia ataupun diluar Jepang, yang merupakan panggilan atau sebutan kepada orang yang menyukai atau menekuni suatu hobi, dan istilah yang paling mendekati dengan makna dari *otaku* itu sendiri adalah *geek/nerd* (Sapto Atur Nugroho, 2017).

Istilah *otaku* pertama kali diperkenalkan oleh *Nakamori Akio* dalam artikel "*Otaku no Kenkyo"*(*Penelitian tentang Otaku*) (Galbraith, Patrick W. 2009). Artikel ini dimuat pada majalah *Manga Burikko* yang dimuat secara bersambung dari bulan Juni hingga Desember pada tahun 1983. *Otaku* pada

saat itu digunakan untuk menyebut penggemar berat kultur Jepang seperti *anime* dan *manga.*

Hal ini juga mempengaruhi perilaku yang terjadi pada masyarakat Indonesia terutama pada kaum muda yang memiliki kesan kuat terhadap budaya populer Jepang. Pengertian perilaku menurut Skinner dalam Notoatmodjo (2012) merumuskan perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus (rangsangan dari luar). Stimulus merupakan faktor dari luar diri seseorang (faktor eksternal) dan respon merupakan faktor dari dalam diri seseorang yang bersangkutan (faktor internal). Skiner membagi perilaku menjadi 2 kelompok yaitu :

1) Perilaku tertutup (*Covert behavior*), dimana respon terhadap stimulus belum dapat diamati orang lain dari luar secara jelas,masih terbatas pada bentuk pikiran, perasaan, persepsi,pengetahuan dan sikap terhadap stimulus yang bersangkutan.

2) Perilaku terbuka (*Overt behavior*), dimana respon terhadap stimulus sudah berupa tindakan atau praktik yang dapat diamati orang lain dari luar (Notoatmodjo, 2012).

Masyarakat Indonesia yang menikmati budaya populer Jepang mulai terpengaruh dengan penyebaran budaya populer yang berada di Jepang. Hal ini menyebabkan adanya perubahan perilaku yang terjadi di kalangan masyarakat indonesia yang menerima budaya populer Jepang yang masuk kedalam lingkungan masyarakat.

Dengan begitu terdapat perilaku positif yang terjadi pada masyarakat indonesia adalah menambah informasi dan pengetahuan tentang budaya populer Jepang yang dapat mereka nikmati. Sisi negatif yang dapat mempengaruhi perilaku pada kebudayaan populer jepang terutama kepada

anime menjadikan masyarakat memiliki ketertarikan yang berlebihan atau terobsesi terhadap karakter *2D*, menganggap karakter tersebut sebagai pacar maupun *waifu* (istri), membeli merchandise yang berhubungan dengan karakter 2D yang mereka sukai dan berkhayal dengan karakter 2D yang mereka suka. Perilaku ini merujuk kepada istilah yang sering digunakan oleh orang Jepang dengan *Nijikon.*

Nijikon berasal dari singkatan kata *nijigen* (二次元) yang berarti dua dimensi dan *konpurekusu* (コンプレックス) yang berarti *complex* atau kompleks. Kata *nijikon* merupakan istilah *slang* dalam bahasa Jepang yang digunakan untuk merujuk pada seseorang yang terobsesi dan memiliki rasa cinta kepada salah satu atau lebih kararakter dari *anime, manga,* dan *game* serta figur boneka dari karakter tersebut (Sapto Atur Nugroho, 2017). *Nijikon* juga seseorang yang lebih menyukai karakter kartun 2 dimensi dari pada manusia normal pada umumnya, para nijikon ini menggunakan istilah waifu (ワイフ) yang berasal dari bahasa inggris dari wife yang memiliki arti istri dan menyebut perempuan di dunia nyata sebagai sanjigen no onna (三次元の女) atau wanita tiga dimensi. karakter 2D yang mereka sukai dan dalam *anime, manga,* dan *game* terdapat tokoh wanita dan tokoh pria, tokoh ini memiliki daya tarik sendiri dalam tiap serial.

Di Indonesia *nijikon* mengekspresikan dirinya di sosial media seperti tiktok, dicord dan facebook. *Nijikon* memiliki beberapa tokoh anime wanita yang mereka sukai dan menjadikan tokoh tersebut sebagai pacar maupun *waifu* atau *istri.*

Dilansir dari BBC News (2019) Akihiko Kondo seorang pria asal jepang yang menikahi karakter 2D yang bernama miku. Miku berbentuk

hologram di kapsul kaca di sudut ruangan, dan sebuah boneka dengan kepala dan tubuh lembut untuk dipeluk malam hari. Miku sendiri adalah karakter dari salah satu vocaloid yang diciptakan oleh yamaha corporation yang menghasilkan suara nyanyian manusia, miku ini memiliki ciri-ciri memiliki sifat kekanakan dan berambut biru yang dikepang dua. Walaupun upacara pernikahan dia tidak resmi tetapi terdapat tamu yang datang sekitar 39 orang. Di dalam pesta pernikahannya Akihiko Kondo dan Miku menggunakan baju pengantin seperti upacara pernikahan pada umumnya. Akihiko Berfikir dengan pernikahannya ini dapat membuktikan cintanya kepada miku yang sebuah karakter 2D.

Dilansir dari Dictio.id Lee Jin Gyu, pemuda Korea, menikahi darimakura, sebuah bantal besar yang menampilkan karakter anime favoritnya, Fate Testarossa. Fate Testarossa sendiri merupakan tokoh terkenal di Mahou Shoujo Lyrical Nanoha. Pada pernikahannya, dia menghiasai bantalnya dengan gaun pengantin dan berdiri di hadapan pendeta.

Nijikon ini pun mulai menyebar ke pecinta anime di Indonesia. Di Indonesia para komunitas maupun individu mengalami hal yang serupa dengan memiliki kecintaan terhadap karakter *2D* yang berlebihan. Mereka rela mengeluarkan uangnya untuk membeli merchandise yang berkaitan dengan karakter tersebut dan beberapa bentuk perilaku lainnya yang dilakukan oleh para nijikon di Indonesia. Nijikon di Indonesia lebih banyak mengekspresikan dirinya di dalam sosial media seperti yang dilakukan oleh Tiktoker yang bernama Fajar-kun. terlepas dari kenarsisan yang mereka lakukan para nijikon di indonesia terbuka dengan apapun yang mereka lakukan walaupun tindakan mereka sering mendapatkan hujatan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dalam hal ini peneliti meneliti tentang *Nijikon* yang sedang terjadi di Indonesia khususnya yang terjadi pada komunitas pecinta anime di discord. Penulis melakukan pengambilan data pada aplikasi discord karena discord adalah aplikasi yang menghubungkan banyak komunitas pecinta anime dan memiliki masalah fenomena nijikon pada pengguna dari aplikasi discord. Penulis mengangkat judul Penelitian "Perilaku Pelaku *Nijikon* di Indonesia ". Dengan adanya penelitian ini dapat bermanfaat sebagai pembelajaran untuk pembaca tentang *Nijikon*.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana bentuk perilaku *Nijikon* ?.
2. Bagaimana pandangan terhadap *Nijikon* dikalangan komunitas di discord ?.

1.3 Tujuan Penelitian

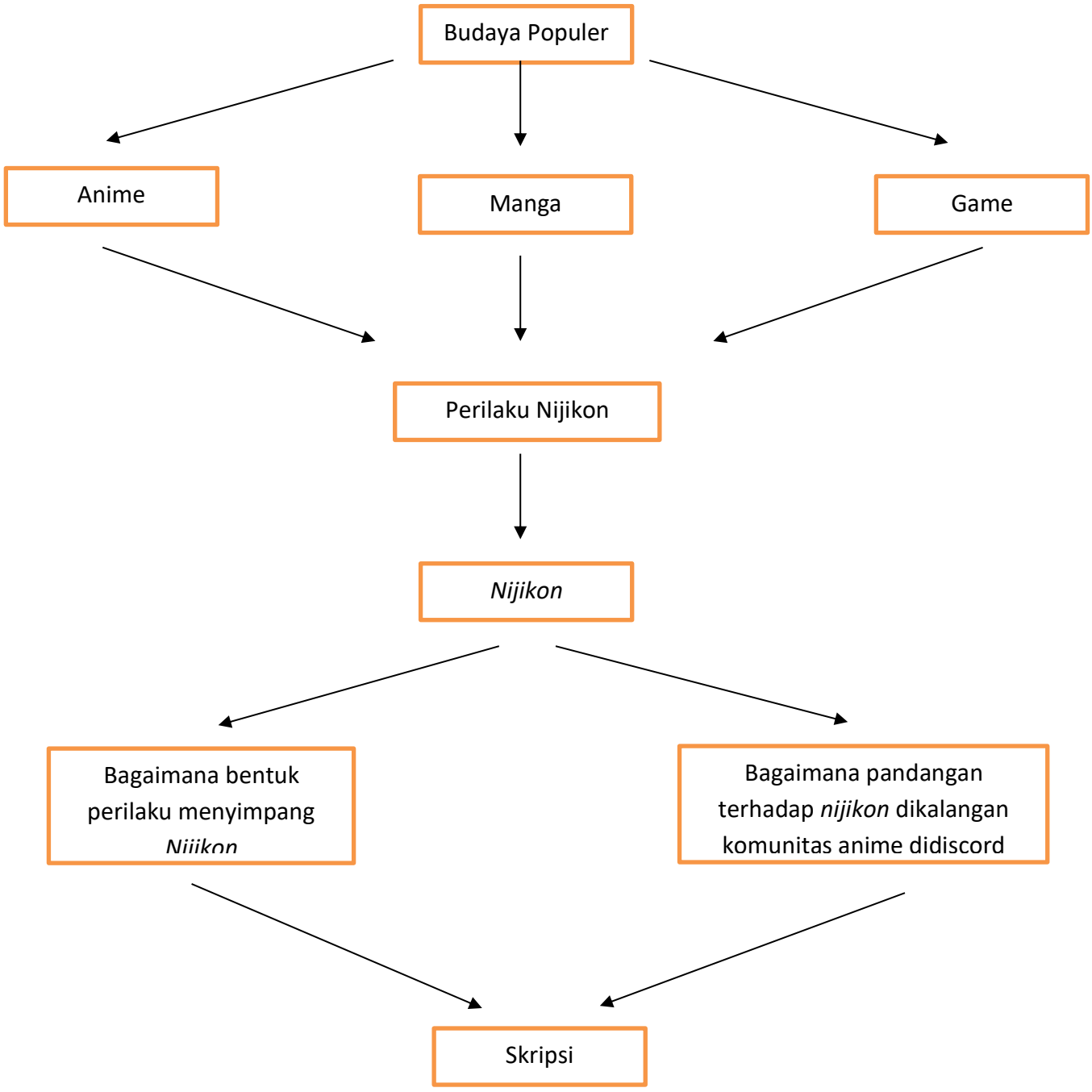
Tujuan penelitian ini adalah :

1. Mendeskripsikan bentuk perilaku *Nijikon*
2. Mendeskripsikan pandangan terhadap *Nijikon* dikalangan komunitas di discord

1.4 Kontribusi Penelitian

1. Kegunaan teoretis
    - Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan pengetahuan terhadap fenomena *nijikon* diIndonesia
    - Hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan terhadap perilaku *nijikon* diIndonesia
2. Kegunaan praktis
    - Manfaat praktis bagi peneliti, yaitu untuk menambah pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti pada fenomena prilaku menyimpang *nijikon* yang berada diIndonesia.
    - Manfaat praktis bagi masyarakat, yaitu untuk menjadi masukan untuk bisa memahami tentang fenomena prilaku menyimpang *nijikon* diIndonesia

1.5 Kerangka Konseptual



1.6 Sistematika Penulisan

1. **Bab I Pendahuluan**

   Dalam bab ini berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan kerangka konseptual.

2. **Bab II Landasan Teori**

   Dalam bab ini berisikan kajian pustaka, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran.

3. **BAB III Metode Penelitian**

   Dalam bab ini berisikan tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, sumber data, teknik analisis data.

4. **Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan**

   Dalam bab ini berisikan hasil penelitian dan pembahasan

5. **Bab V Penutup**

   Dalam bab ini berisikan kesimpulan dan saran.