

# Otaku Dadakan: Studi Kasus Penggemar *Anime One Piece* di Kalangan Mahasiswa

Muh. Nur Rahmat Yasim

Jaringan Kekerabatan Antropologi Indonesia (JKAI)

Correspondence author: [rahmatyasim28@gmail.com](mailto:rahmatyasim28@gmail.com)

### ARTICLE INFO

**Keywords:**

Anime, *One Piece*,  
impromptu Otaku,  
Students

**How to cite:**

Yasim, M. N. R. (2021).  
"Otaku Dadakan: Studi  
Kasus Penggemar  
*Anime One Piece* di  
Kalangan Mahasiswa".  
*Emik: Jurnal Ilmiah Ilmu-  
Ilmu Sosial*, 5(1):84-100.

### ABSTRACT

Anime (Japanese animation) which currently become popular in the community has resulted in the emergence of various anime products, such as action figures, posters, comics, and even animated films. One of the most popular anime is *One Piece*, and its rabid fans are known as anime otaku. This anime otaku phenomenon not only occurs in Japan, but also throughout the world, including Indonesia. This article deals with newcomers who are interested in popular anime, and call themselves otaku, labeled as impromptu otaku by anime otaku.

Using a qualitative approach, this research was conducted through social media Instagram and TikTok. The research informants were ten students, who came from public and private universities in the city of Makassar. They consist of six men and four women, whose age range between 19 and 25 years. Data was collected using in-depth interview and observation techniques.

*One Piece* is one of the anime that has a high rating and is the most popular anime of all time. For impromptu otaku, this is considered as "the king of anime", so that fanaticism towards anime is only focused on the *One Piece* anime, even though there are many other anime that also have high ratings. While anime otaku are not just fans of one anime. In the process of choosing anime *One Piece*, a person goes through three stages, namely selection, interpretation, and reaction stages. One of the aspects that makes *One Piece* as an interesting anime for otaku is how *One Piece* is able to raise spirits through motivational words uttered by certain characters in the *One Piece* anime. The identity of impromptu otaku is shown through their involvement in various activities, showing that they are fans of *One Piece* anime, namely following *One Piece* developments on the internet and social media, collecting *One Piece*-themed merchandise, and joining the fan community. This indicates that impromptu otaku realizes their "class" when compared to anime otaku. Thus, by participating in related activities they hope to be aligned as anime otaku.

## 1. Pendahuluan

Pujileksono (dalam Aisyah 2019:6) menjelaskan bahwa budaya populer sering digunakan untuk menyebut budaya yang menyenangkan atau banyak disukai orang. Segala produk budaya yang secara sengaja dibuat sesuai selera orang kebanyakan dapat disebut sebagai budaya populer. Budaya populer juga bisa dikatakan sebagai budaya pertarungan makna di mana segala macam makna bertarung memperebutkan hati masyarakat. Budaya populer seringkali diistilahkan sebagai budaya praktis, pragmatis, dan instan yang menjadi ciri khas dalam pola kehidupan (Strinati 2009:36-41).

Jepang merupakan salah satu negara maju di dunia yang terkenal akan budaya populernya. Beberapa budaya populer Jepang sangat mendunia, salah satunya ada pada bidang industri hiburan, seperti *anime* (animasi Jepang), *manga*/komik, *game*, *J-Music* dan drama yang menjadikan Jepang sebagai salah satu negara dengan persebaran budaya populer yang sangat pesat. Budaya populer ini sering muncul dari interaksi masyarakat yang menganggap bahwa budaya populer ini adalah hal yang sangat dibutuhkan untuk menemukan hiburan yang baru.

Dari semua budaya populer dalam bidang hiburan, *anime* merupakan salah satu budaya yang paling populer di dunia. Popularitasnya bahkan sejajar dengan budaya populer lainnya seperti musik, *fashion*, *cosplay*, dan *idol group*. *Anime* sendiri merupakan suatu istilah untuk film maupun serial animasi Jepang. Kebanyakan *anime* merupakan adaptasi dari komik Jepang yang disebut *manga*. Ini kemudian dibuat dalam bentuk animasi dua dimensi. Alur cerita dalam *anime* sangat beragam yang membuat banyak orang tertarik dan gemar menontonnya, baik di usia anak-anak maupun remaja, bahkan orang dewasa.

*Anime* masuk di Indonesia berawal dari penayangan serial *anime* di berbagai stasiun TV nasional, walaupun sekarang sudah tidak terlalu eksis di tayangan TV. Namun, *anime* semakin berkembang pesat masuk di Indonesia dengan semakin mewabahnya penggunaan *gadget* dan internet. Hal tersebut semakin membuat bertambahnya penggemar *anime* karena dengan akses internet, *anime* yang ditampilkan lebih beragam dan genre pun bisa disesuaikan dengan apa yang ingin ditonton apalagi sekarang sudah banyak *anime online* yang lengkap dengan teks *subtitle* berbahasa Indonesia. Penyebaran informasi tentang *anime* saat ini sangat pesat. Media sosial menjadi salah satu pusat informasi, media bagi kelompok penggemar dan juga tempat menjual *merchandise* yang berhubungan dengan *anime* favorit masing-masing penggemar.

Telah banyak daerah di Indonesia yang memiliki penggemar *anime* yang fanatik karena *anime* memiliki banyak genre yang bisa disesuaikan dengan selera penggemar yang menginginkan alur cerita terbaik dengan suguhan efek visual yang menarik dari tampilan animasi oleh studio yang menggarap *anime* yang sedang naik daun. Menurut Galbraith (dalam Sukarman 2021:11), penggemar fanatik *anime*, *manga* dan *game* yang sangat mengidolakan karakter fantasi disebut dengan istilah *otaku*.

Dari beberapa kota di Indonesia, kota Makassar menjadi salah satu kota yang memiliki komunitas penggemar *anime* berskala besar. Ini ditandai dengan adanya *fanbase* nasional salah satu *anime* populer seperti *One Piece*. Komunitas tersebut diberi nama One Piece Makassar. Selain komunitas, banyak juga penggemar fanatik yang tidak tergabung dalam komunitas, tetapi sudah sangat fanatik dengan *anime* One Piece sejak lama, termasuk mahasiswa. Penggemar di kalangan mahasiswa biasanya menjadikan *anime* sebagai pengisi waktu kosong di hari libur karena One Piece ditayangkan setiap hari Minggu. Ini karena One Piece merupakan *anime* populer yang sudah melegenda dari

berbagai generasi. *Anime* karangan Eiichiro Oda ini sudah ada di dunia hiburan sejak tahun 1999 hingga sekarang dan masih melanjutkan jalan ceritanya. *Anime* One Piece sendiri telah ditayangkan lebih dari 950 episode, sementara *manga* telah memiliki lebih dari 1.000 *chapter* (Siregar 2021:21).

One Piece merupakan cerita garapan Eiichiro Oda yang berasal dari *manga* kemudian diadaptasi menjadi *anime* yang bercerita tentang seorang pria bernama Monkey D. Luffy yang memiliki cita-cita menjadi seorang raja bajak laut dengan cara mengelilingi dunia. Monkey D. Luffy pada saat kecil memakan buah setan bernama *gomu-gomu no mi* yang membuat dia menjadi seorang manusia karet yang mampu memanjangkan dan meregangkan tubuhnya seperti karet (Herviani 2017:13). One Piece yang menjadi *anime* dan *manga* terbaik sepanjang masa merupakan salah satu hiburan yang paling banyak menciptakan *otaku*. One Piece saat ini menjadi *anime* yang paling banyak digemari oleh *otaku*. Para *otaku* tersebut tidak segan-segan menghabiskan uang untuk membeli mainan, *merchandise* hingga *action figure* yang nilainya bisa mencapai jutaan rupiah dan mengunjungi tempat wisata One Piece yang juga berbiaya mahal. Tidak sedikit dari para *otaku* ini juga yang mendandani diri mereka agar terlihat mirip seperti para karakter di One Piece atau menjadi *cosplayer*. Banyaknya penggemar One Piece saat ini memberikan dampak besar terhadap industri hiburan. Ini, terbukti dengan diadakannya tempat wisata khas oleh pemerintah Jepang, seperti One Piece Tokyo, One Piece Tower dan menjadi salah satu *trendmark* di Jepang. Tokyo One Piece Tower menghadirkan benda-benda yang bernuansa One Piece, seperti patung Luffy, yaitu kapten dari bajak laut topi Jerami, dan patung Chopper salah seorang kru dari bajak laut topi jerami (Aisyah 2019:5).

Sebagai *anime* yang sedang “naik daun”, penjualan *manga*<sup>1</sup> One Piece selalu meningkat dari waktu ke waktu. Di tahun 2019, sebanyak 390 juta salinan terjual di Jepang, dan 80 juta eksemplar lainnya terjual di luar Jepang. Yang paling sukses adalah volume ke-57 dengan tiga juta eksemplar, dan setiap volume rata-rata terjual lebih dari tiga juta eksemplar.<sup>2</sup> Apalagi saat ini informasi tentang *anime* sangat mudah tersebar melalui media sosial yang membuat orang semakin mudah mengakses dan ketertarikan penggemar secara mendadak menimbulkan apa yang diisilahkan sebagai penggemar *anime* dadakan.

Dari beberapa literatur yang ada tentang *otaku* dan *anime* One Piece sebagian tulisan lebih berfokus pada fanatisme *otaku* terhadap *anime* (Sukarman 2021; Bahtiar 2021; Perwitasari dkk. 2020) beberapa literatur tersebut membahas bagaimana perilaku fanatik *otaku* terhadap *anime* yang mereka senangi. Literatur lainnya tentang *anime* menitikberatkan pada konsep diri dan gaya hidup *otaku* (Agustina dkk. 2015; Taruna 2019; Asmi 2016). Dari literatur yang ada, istilah *otaku* dadakan (penggemar *anime* musiman) masih relatif baru, dan ini menjadi focus dalam artikel ini.

Diskusi dalam artikel ini akan dibagi atas tiga bagian. Pembahasan pada bagian *pertama* mengenai *anime*, *otaku*, dan One Piece sebagai tiga hal yang berkaitan satu sama lain. *Kedua*, pembahasan difokuskan pada bagaimana proses yang dilalui sebelum seseorang memutuskan *anime* yang akan ditontonnya. Pembahasan pada bagian *ketiga*

<sup>1</sup> *Manga* merupakan bagian dari *anime*, *manga* dijual sebagai strategi pemasaran penulis cerita, *anime* itu diadaptasi dari cerita di *manga*, jadi *manga* juga berkontribusi dalam promosi *anime* karena *manga* biasanya ada bocoran cerita yang membuat para penonton tertarik juga membeli *manga* selain menyaksikan *anime*.

<sup>2</sup> <https://hot.detik.com/book/d-4963646/rekor-manga-one-piece-terjual-450-juta-kopi-di-seluruh-dunia>, diakses tanggal 14 Januari 2022.

mendemonstrasikan tentang bagaimana *otaku* dadakan menunjukkan dirinya sebagai penggemar *anime*.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini berlangsung antara bulan September 2021 dan April tahun 2022 melalui media sosial, yakni di Instagram dan TikTok. Penelitian di media sosial ini dipilih dengan pertimbangan banyak *fanbase* dan akun media sosial yang membahas *anime*.

Informan dalam penelitian ini berjumlah sepuluh orang yang berasal dari kampus negeri maupun swasta di kota Makassar, yang berusia antara 19 sampai 25 tahun. Mereka adalah penggemar *anime* One Piece yang belum lama ini menyukai One Piece karena kepopuleran *anime* tersebut, sebagaimana dijabarkan dalam **Tabel 1** berikut ini:

No.	Nama	Umur (Tahun)	Jenis Kelamin	Perguruan Tinggi Asal
1.	Fachri	19	L	UNISMUH
2.	Wijaya	19	L	UNHAS
3.	Aditya Anugra	20	L	UNHAS
4.	Handry	22	L	UMI
5.	Setiawan	23	L	PNUP
6.	Yudistira	23	L	UNHAS
7.	Damayanti	24	P	UNM
8.	Utami	24	P	POLTEKPAR Makassar
9.	Agustiana	25	P	UNHAS
10.	Syafwan	25	P	UNIBOS

Observasi dan wawancara merupakan kombinasi teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini. Observasi dilakukan untuk mengamati aktivitas penggemar *anime* di media sosial. Ini dilakukan dengan mengunjungi beberapa akun Tiktok yang membahas tentang *anime* One Piece dan akun Instagram *fanbase* One Piece yaitu *Oploverz*. Wawancara mendalam dilakukan untuk mengetahui tentang persepsi penggemar terhadap *anime* One Piece. Wawancara dilakukan melalui media sosial (seperti personal message *Whatsapp* dan *direct message* Instagram) pertemuan tatap muka dihindari masa pandemi Covid-19.

Analisis dilakukan dengan menggabungkan semua data yang diperoleh, baik itu hasil transkrip wawancara maupun catatan observasi. Analisis dilakukan secara bertahap. Ini dimulai dengan mengategorikan data berdasarkan tema yang muncul meliputi bagaimana awalnya *otaku* pertama kali menyukai *anime*, persepsi *otaku* terhadap *anime* One Piece yang dibagi atas tahap seleksi, interpretasi, dan reaksi kemudian pandangan mahasiswa atau informan mengenai menjadi *otaku* dadakan kemudian dilanjutkan dengan mendeskripsikan data secara sistematis yang terorganisir serta tersusun sebelum akhirnya menarik kesimpulan.

Dalam penelitian ini, kesediaan informan untuk berpartisipasi dalam penelitian diperoleh melalui *direct message* Instagram dan Tik-tok. Melalui media sosial tersebut, saya memperkenalkan diri, kemudian menjelaskan maksud dan tujuan dari penelitian ini, serta topik-topik wawancara yang akan dipertanyakan. Jika mereka setuju untuk

berpartisipasi, maka mereka dimintai kesediaan untuk diwawancarai melalui Whatsapp, *voice note*, *direct message* Instagram serta meminta izin kepada mereka untuk melakukan *screenshot roomchat via* Tik-tok dan Instagram mengingat bahwa selama periode penelitian pandemi Covid-19 belum sepenuhnya berakhir. Semua nama yang digunakan adalah nama samaran (*pseudonym*) untuk memproteksi identitas mereka.

### 3. Hasil Penelitian dan Pembahasan

- **Anime, Otaku, dan One Piece**

Pada sesi ini, pembahasan akan dibagi ke dalam tiga bagian, yakni *anime* (animasi Jepang), *otaku* (penggemar *anime*), dan One Piece (*anime* yang sedang populer) sebagai tiga hal yang berkaitan satu sama lain.

#### *Anime*

Kata *anime* sendiri sebenarnya tidak memiliki arti khusus, hanya saja inilah cara orang Jepang untuk memudahkan pengucapan *animation*, baik itu animasi buatan Jepang atau maupun bukan mereka tetap menyebut animasi dengan sebutan *anime*. Namun, bagi orang-orang di luar Jepang, kata *anime* (kartun dua dimensi khas Jepang) digunakan untuk membedakan animasi buatan Jepang dengan animasi buatan Amerika. Persepsi ini timbul disebabkan desain penggambaran *anime* yang benar-benar terlihat khas dibanding animasi buatan Amerika, seperti bentuk tubuh, wajah, mata, hidung, dan lainnya bahkan setiap animator Jepang memiliki ciri khas gaya gambar animasinya masing-masing.

*Anime* berawal dari penayangan sebuah animasi yang berjudul *Imokawa Mukuzo Genkanban no Maki* ciptaan Oten Shimokawa yang ditayangkan secara komersil pada tahun 1917 dengan durasi selama 5 menit yang memakan waktu pengerjaan selama enam bulan. Pada tahun yang sama, Junichi Kouchi menciptakan sebuah karya *anime* yang berjudul *Hanawa Hekonai no Maki*. *Anime-anime* yang diciptakan pada saat itu masih sebuah animasi bisu yang belum memiliki teknik pewarnaan pada gambarnya. Lalu pada tahun 1927 sebuah *anime* dengan judul *Kujira* karya Noburo Ofuji telah berhasil memasukan teknik musik pada karya *anime*-nya, dan pada tahun 1930 Noburo juga membuat sebuah *anime* yang dapat berbicara dengan judul *Kuro Nyago* yang berdurasi 90 detik (Sukarman 2021:13).

Pada tahun 1943 saat perang dunia II sedang berkecamuk, seorang animator bernama Mitsuyo Seo membuat sebuah *anime* propaganda yang diadaptasi dari cerita legenda yang terkenal di Jepang yaitu *Momotaro*, dengan judul *Momotaro no Umiwashi*. *Anime Momotaro* ini menjadi *anime* pertama dengan durasi panjang yaitu dengan durasi sekitar dari 30 menit. Selain itu, pada tahun 1945 Mitsuyo Seo membuat sekuel dari *anime Momotaro* yang berjudul *Momotaro: Umi no Shinpei* yang tercatat sebagai *anime* pertama yang disebut sebagai *feature-length* animated film karena berdurasi Panjang, yaitu 72 menit (Sukarman 2021:14).

Salah satu studio yang bernama *Toei Animation*, merupakan sebuah perusahaan animasi yang berdiri setelah perang berakhir, tepatnya pada tahun 1948, membutuhkan setidaknya 10 tahun untuk mampu membuat sebuah *anime* yang penuh dengan warna. Toei merilis sebuah *anime* berwarna pertamanya dengan judul *Hakujaden* pada tahun 1958. Lalu pada tahun 1961, Osamu Tezuka, seorang komikus atau *mangaka* terjun ke industri *anime* dengan merintis perusahaannya sendiri, yaitu Mushi Production. Dari Tezuka inilah *anime* mulai membuka jalan kepopulerannya dimana *anime* ciptaannya, yaitu *Astro Boy* ditayangkan di televisi pada 31 tahun 1963. *Astro Boy* menjadi *anime*

pertama yang audionya diterjemahkan ke dalam Bahasa Inggris untuk ditayangkan di televisi Amerika Serikat (Sukarman 2021:17).

### *Otaku*

Galbraith (2009:9) mendefinisikan *otaku* sebagai penggemar fanatik terhadap *anime*, *manga*, dan *game* yang mengidolakan karakter fantasi. Pada tahun 2008 kamus Oxford mulai memasukkan istilah *otaku* yang didefinisikan sebagai “*A young person who is obsessed with computer or particular culture to the detriment of their social skills*” (anak muda yang memiliki obsesi terhadap perangkat komputer atau budaya populer hingga merusak kemampuan bersosialisasi mereka). Ini mengindikasikan bahwa *otaku* adalah seseorang yang memiliki ketertarikan berlebihan terhadap sesuatu hal yang bersifat imajiner. *Otaku anime* bergantung pada tontonan *anime* yang disukai, sehingga hal tersebut menjadi sebuah hobi untuk mendapatkan kepuasan serta kesenangan.

Fenomena *otaku* juga memunculkan dua kelompok *otaku*, yakni *hikimori* dan *nijikon*. *Hikimori* adalah seorang *otaku* yang mulai menarik diri dari dunia luar. Mereka memilih mengurung diri dari kehidupan sosial. Pada tingkatan yang berat, seorang *otaku* memiliki kelainan seksual dan disebut *nijikon*. *Nijikon* lebih menyukai karakter animasi dua dimensi daripada manusia normal pada umumnya. Seorang *otaku* pada tingkatan tersebut dapat disebabkan oleh banyak faktor, yaitu pengaruh lingkungan seperti lingkungan sekolah dan pergaulan, ajakan teman, dan media sosial. Namun, lingkungan sekitar tidak mampu membaca situasi dan memahami makna dibalik *otaku nijikon* yang sebenarnya, bahwa istilah *otaku nijikon* ditujukan kepada orang-orang yang terlalu terobsesi terhadap karakter *anime* sampai memengaruhi fantasi seksualnya. Oleh karenanya, tidak ada dukungan ataupun pencegahan yang dilakukan. Ini merupakan salah satu alasan mengapa mereka memilih untuk sedikit menarik diri dari kehidupan sosial (Agustina 2015:4).

*Otaku* dipandang sebagai orang yang gagal dalam menjalani tahap demi tahap dalam kehidupan sosial. Hal ini cenderung membuat *otaku* semakin menutup diri dari lingkungan sosialnya dan semakin mengalihkan perhatiannya pada dunia *anime*, *manga* ataupun *game* yang mampu menemani kehidupan sehari-hari mereka. Hal ini dianggap sebagai gagalnya proses komunikasi dalam interaksi sosial *otaku*.

*Otaku dadakan* tidak termasuk dalam dua kategori di atas. Istilah *otaku dadakan* digunakan terhadap *otaku* pendatang baru yang hanya muncul ketika ada *anime* yang lagi *hype* (populer) dan mereka belum terlalu menggeluti dunia *otaku*, sehingga *otaku dadakan* belum terlalu terobsesi seperti dua kategori *otaku* di atas (secara lebih detil akan dibahas pada sesi berikutnya).

### *One Piece*

One Piece adalah serial *manga* dan *anime* yang tergolong *shonen* (ragam *manga* atau *anime* khusus bagi remaja) yang ditulis dan diilustrasikan oleh seorang *mangaka* (penulis cerita dalam *anime* dan *manga*) bernama Eiichiro Oda. Sejak tahun 1997 hingga sekarang, One Piece telah mengeluarkan 98 volume *manga* dan 1.000 episode *anime*. Pada tahun 2016, One Piece memecahkan rekor dengan menjadi *manga* yang paling laris pada tahun itu.

Serial One Piece menceritakan tentang petualangan Monkey D. Luffy, tojoh utama dan kapten kelompok bajak laut Topi Jerami, bersama anak buah sekaligus sahabat-sahabatnya dalam mencari harta karun bernama One Piece yang mengelilingi samudra dan menjadi raja bajak laut. Meski berawal dari sebuah komik di Jepang, dengan

cepat *One Piece* menggejala di dunia. Alur cerita yang menarik dari *One Piece* pun hadir dalam bentuk *anime* yang semakin membuat banyak orang tertarik untuk menyaksikannya, dan oleh Echihiro Oda sendiri *One Piece* dibuatkan beberapa edisi film, yang membuat para pecintanya semakin dimanja apalagi dengan cerita yang sangat mudah dinikmati meski tidak mudah ditebak (Irawan 2019:8). Kru Topi Jerami sendiri terdiri dari Roronoa Zoro, Nami, Usopp, Sanji, Chopper, Nico Robin, Franky, Brook dan Jinbe.

Selama 22 tahun *One Piece* menduduki peringkat 10 besar *anime* terbaik di dunia. *One Piece* masih berjaya di tengah maraknya persaingan produksi *anime* dari beberapa penulis dan studio terkenal. Meski demikian, *One Piece* masih mampu dan bahkan masih sulit untuk menemukan rival yang sepadan. Keaslian dari cerita *One Piece* menjadi sebuah daya tarik utama bagi penggemarnya yang begitu setia hingga saat ini (Siregar 2021:21).

Secara sekilas, *One Piece* terlihat seperti serial maskulin berbalut humor yang berisi petualangan, duel, perang, dan kekuatan persahabatan, yang ditulis dengan sarkastik karena pada kenyataannya setiap serial *shonen* berlandaskan pada tema tersebut. Namun lebih dari itu, *One Piece* memiliki relevansi kultural dengan perilaku manusia dan sistem kepercayaan. Dalam alur cerita *One Piece*, peperangan merupakan konflik utama yang diangkat oleh kreatornya, yang menjadikannya sangat menarik untuk ditonton. Cerita peperangan yang ada dalam film tersebut dibalut dengan petualangan yang sangat seru oleh para krunya yang juga ikut ambil bagian bertempur dalam setiap peperangan yang terjadi, seperti yang terjadi pada episode 415-416 dari serial *One Piece* saat Fisher Tiger melihat bagaimana kekejaman sejumlah manusia yang memperlakukan manusia ikan dengan kejam. Banyak di antara mereka yang dijual dan dijadikan budak. Namun Tiger memberontak dan menghajar golongan bangsawan dunia yang paling dihormati (Tenryuubito), yang juga dikenal sebagai Naga Langit. Di balik semua cerita *One piece* yang mengisahkan seorang anak remaja yang ingin menjadi raja bajak laut, ada banyak alur cerita yang sangat menarik disuguhkan oleh *anime* ini, misalnya tentang peperangan menentang kekuasaan tirani pemerintah dunia, perbudakan, rasisme, kudeta, genosida, dll. (Furqon 2013:14). Oleh karena itu, meski telah terdapat lebih dari 900 episode, masih banyak hal yang menjadi misteri dalam *anime* ini.

#### • Proses Memilih *Anime One Piece*

Rasa penasaran yang berlebihan membuat orang yang mulai tertarik dengan *anime* dan terus-menerus memantau informasi terbaru hingga terungkap fakta baru dengan mengikuti akun *fanbase anime* di internet, seperti Twitter, Facebook, Instagram, dan berbagai *outlet* lainnya. Setiawan (23 tahun), senantiasa menunggu serial *anime* musim terbaru setiap bulan untuk mendapatkan informasi mengenai *anime* terbaru yang akan tayang. Namun, jika ia ketinggalan beberapa *anime* karena jadwal kuliahnya yang padat, ia menunggu waktu santai agar bisa menonton setiap episode *anime* terbaru yang ketinggalan.

Sebelum *otaku* memutuskan untuk memilih *anime One Piece*, maka mereka melalui tiga tahapan, yaitu dimulai dengan proses seleksi, diikuti dengan interpretasi, dan berakhir dengan reaksi terhadap *anime* yang akan ditonton.

#### *Seleksi*

Tahap seleksi merupakan bagian paling utama dalam persepsi karena, *anime* yang akan dinonton oleh seseorang harus sesuai dengan apa yang digemarinya, genre yang dipilih harus sesuai selera dan ada pesan tersirat yang diperoleh setelah menonton *anime*.

Bagi Fachri (19 tahun) menjadi seorang penggemar *anime* haruslah terlebih dahulu menyeleksi *anime* apa yang cocok untuk ditonton.

Pada tahap seleksi seseorang juga mencari *anime* yang memiliki *character development* yang menarik. Handry (22 tahun), berpendapat, bahwa *anime* yang memiliki perkembangan cerita yang baik dan *character development* yang menarik adalah One Piece. Handry mengakui banyak pembelajaran yang diperolehnya saat menonton One Piece, seperti yang ditampilkan oleh salah satu karakter sebagai armada bajak laut Topi Jerami, yaitu Chopper yang membuatnya menentukan *anime* One Piece yang akan ditontonnya.

Awalnya Chopper, salah satu karakter dalam *anime* One Piece, sangat membenci tubuh monsternya dan sangat ingin menjadi manusia normal pada umumnya. Setelah bergabung dengan armada bajak laut Topi Jerami, kekuatan monsternya justru menjadi senjata yang sangat penting bagi timnya dan Chopper akhirnya tidak bisa menolak kenyataan jika dirinya memang monster, yang kemudian menjadi sebuah kelebihan baginya. Menurut Handry (22 tahun), pelajaran berharga yang diperolehnya dari karakter Chopper ini adalah bahwa seseorang dapat membenci sesuatu pada dirinya, namun sesuatu yang dibencinya bisa menjadi sebuah kelebihan bagi dirinya sendiri dan bagi orang lain.

Menurut Aditya Anugra (20 tahun), menjadi *otaku* bukan sekedar tentang menyaksikan tayangan *anime*, tapi *anime* juga bisa menjadi cerminan terhadap diri *otaku* dalam memaknai nilai-nilai positif yang terdapat dalam tayangan *anime*, seperti mengajarkan tentang tekad, semangat, perjuangan, kegigihan. Untuk mencapai sebuah cita-cita, karakter Luffy dalam *anime* One Piece yang mengajarkan beberapa nilai positif tersebut sebagai kombinasi yang mutlak demi sebuah keberhasilan. Luffy adalah contoh karakter yang memiliki pribadi bertekad kuat, ia tidak pernah takut untuk melawan setiap rintangan yang ditemuinya demi meraih kebebasan sejati. Pesan lainnya, bahwa seseorang seyogyanya hidup tanpa penyesalan, seperti pesan peninggalan Ace, saudara Luffy yang telah wafat, bahwa ketika seseorang telah memilih, maka tidak ada alasan untuk menyesalinya, karena jalan tersebut telah dipilih dengan tekad dan perjuangan hidup dan mati.

Selain itu, *otaku* juga biasanya mengomentari plot yang terjadi dan menyumbangkan pendapat mereka tentang kemungkinan apa yang akan terjadi di setiap episode terakhir dan biasanya ini dijawab oleh *otaku* lainnya. Ini menjadi sebuah diskusi penting dan seru, bahkan di antara *otaku anime* itu sendiri terjadi pro dan kontra mengenai pengembangan alur cerita dalam *anime*, mereka membahas tentang bagaimana karakter



Gambar 1. Pembahasan beserta komentar-komentar yang terjadi di Instagram<sup>1</sup>

yang bernama Kozuki Oden bergabung dengan kru Roger kemudian memperdebatkan tentang penting atau tidaknya Oden bergabung dengan kru Roger (lihat **Gambar 1**).

Utami (24 tahun) juga memutuskan One Piece sebagai *anime* yang akan ditontonnya karena ia mendapat pembelajaran tentang keteguhan dari salah seorang karakter, yaitu Roronoa Zoro. Zoro dalam One Piece mungkin merupakan salah seorang tokoh *anime* paling keras kepala, tetapi keteguhan tekadnya sebagai seorang ahli pedang sangat menginspirasi apalagi saat Zoro menunjukkan keteguhannya untuk menjadi ahli pedang terkuat di dunia kepada sang kapten. Utami juga sangat terinspirasi dari salah satu karakter yang bernama Jinbe mengenai keteguhan hati saat kehilangan seseorang yang dicintai. Kesedihan memang selalu ada jika kehilangan seseorang yang sangat berharga, tapi kesedihan tidak harus membuat semangat terhenti dan melupakan apa yang dimiliki. Layaknya Luffy yang kehilangan kakaknya, ia masih memiliki teman-temannya yang terus berada di sisinya.

Syafwan (25 tahun) menjadikan One Piece sebagai tontonan *anime* utamanya karena ia sangat terpujau dengan salah seorang karakter yang bernama Usopp Syafwan. Ia mendapatkan pembelajaran mengenai kesetiaan dari karakter tersebut. Usopp yang pada awalnya dikenal sebagai karakter yang gemar berbohong, namun Usopp juga mengajarkan bagaimana arti kesetiaan pada sahabatnya.

### *Interpretasi*

Setelah proses seleksi dan menentukan *anime* apa yang akan di tonton, selanjutnya *otaku* akan melakukan interpretasi, yaitu tahap ketika *otaku* memberikan kesan tersendiri terhadap karakter yang diidolakan, alur cerita yang paling disukai, dan menafsirkan perasaan yang dirasakan oleh para pecinta *anime* ketika melihat tokoh yang diidolakan.

Serial One Piece menjadi panutan (*role model*) dalam menjalankan kehidupan sehari-hari. Setiap *otaku* memiliki karakter yang diidolakan, meskipun ia juga menyukai karakter-karakter lain. Jika ada sebuah nilai positif dari karakter yang diidolakan, ini memengaruhi pola pikir dan perilaku *otaku*. Ini kemudian dijadikan panutan dan diadopsi ke dalam kehidupan sehari-hari *otaku*.

Karakter-karakter yang ada di dalam anime One Piece memiliki keunikannya masing-masing. Aditya Anugra (20 tahun), misalnya, melihat Luffy dalam One Piece yang mampu merekrut banyak anggota secara bertahap membuat mereka juga memahami makna dari sebuah persahabatan dan usaha seseorang untuk menjalin relasi antara satu dengan yang lain. Yudistira (23 tahun) menyukai Sanji yang sangat menjunjung tinggi martabat perempuan. Utami (24 tahun) adalah *otaku* yang mengidolakan karakter Monkey D. Luffy. Ia melihat sifat kepemimpinan Luffy terhadap diri sendiri, pantang menyerah, memiliki tekad yang sangat kuat demi mencapai tujuannya. Apalagi saat luffy yang bertugas sebagai kapten yang tidak saja mampu memenej dirinya sendiri, tapi juga memenej teman-temannya. Syafwan (25), *otaku* lainnya yang mengidolakan karakter Sanji yang sangat menjunjung tinggi atau menghargai perempuan. Walaupun Sanji selalu terobsesi dengan kecantikan dan kemolekan perempuan, Sanji tetap memiliki ideologi tersendiri untuk tidak merusak atau menjatuhkan harga diri perempuan meskipun perempuan itu adalah musuhnya sendiri. Menurut Syafwan, penghargaan Sanji terhadap perempuan patut ditiru, tidak peduli ia seorang teman ataupun musuh.

### *Reaksi*

Tahap reaksi merupakan sebuah tanggapan *otaku* terhadap motivasi yang dilontarkan oleh para karakter dalam *anime* One Piece. Salah satu hal yang membuat One Piece menjadi

*anime* yang menarik bagi para *otaku* adalah bagaimana One Piece mampu membangkitkan semangat melalui kata-kata motivasi yang diperoleh ketika menontonnya, dan menjadikannya sebagai pedoman dalam menjalani kehidupan.

Menurut Damayanti (24 tahun), karakter yang paling bisa membangkitkan semangatnya melalui kata-kata motivasi adalah dari karakter Roronoa Zoro. Menurutnya, ia termotivasi dengan kata-kata Zoro, yaitu “Ketika dunia jahat kepadamu, maka berusaha untuk menghadapinya karena tidak ada orang yang membantumu jika kau tidak berusaha”. Ini bermakna, bahwa hidup adalah perjuangan dan orang harus berjuang untuk hidup. Handry (22 tahun) sangat terpujau dengan motivasi tentang persahabatan dari karakter Monkey D. Luffy dan kru-nya. Kata-kata yang paling memotivasinya adalah: “Bahkan di neraka sekalipun akan mekar sekuntum bunga “persahabatan” dan akan meninggalkan sebuah kelopaknya untuk sebuah kenangan, di saat terapung dipermainkan oleh gelombang, semoga suatu saat bunga itu akan mekar Kembali”. Kata-kata tersebut bermakna bahwa persahabatan tidak akan pernah putus walau apapun yang terjadi, ia akan selalu ada kapanpun dan dimanapun.

Fachri (19 tahun) mengagumi sosok karakter Koala. Walaupun koala bukan karakter utama, Fachri sangat mengagumi kata-kata berspirit yang disampaikan oleh Koala yaitu, “Keajaiban hanya terjadi pada mereka yang tidak mudah menyerah”. Koala memiliki kecerdasan akademik, kecerdasan emosional, serta pemberani dibandingkan dengan karakter perempuan lainnya dalam *anime* One Piece. Contoh lainnya adalah karakter Shirohige—salah seorang bajak laut terkuat dan selalu dianggap ayah oleh para kru-nya. Ini digemari oleh Agustiana (25 tahun) karena sikap Shirohige yang penuh dengan kasih sayang dan loyalitas. Kata-kata yang paling berkesan bagi Agustiana adalah “Siapa saja yang melukai kru yang aku sayangi, mereka akan tahu akan jadi seperti apa mereka nanti! Orang-orang yang telah melukai kru yang disayangi tak seorangpun akan dibiarkan hidup”.

#### • **Menjadi Otaku Dadakan**

*Otaku dadakan* merupakan sebutan baru bagi penggemar *anime* saat ini. *Otaku dadakan* diartikan sebagai penggemar *anime* yang muncul dikarenakan adanya *anime* yang sedang populer ataupun sedang viral di setiap musimnya. *Anime* yang sedang populer yang dimaksud adalah One Piece.

Istilah *otaku dadakan* muncul dari kalangan *otaku anime* karena mereka dianggap baru pertama kali mengenal *anime* dan hanya ikut menonton *anime* tertentu yang sedang tren/viral di internet. *Otaku dadakan* bersikap seolah-olah adalah *otaku anime* yang paling mengerti tentang *anime*. Padahal mereka masih relatif baru dalam dunia *anime*. Di masa pandemi Covid-19 ini banyak yang tiba-tiba menjadi *otaku dadakan*. Hal ini disebabkan adanya rasa bosan pada saat melakukan *work/study from home* akhirnya mereka mencari hiburan dengan mengikuti One Piece secara intensif. Setiawan (23 tahun), misalnya, merasa jenuh karena selalu melakukan kegiatan di rumah, akhirnya Setiawan mencari hiburan melalui Instagram dan tertarik dengan cerita One Piece yang selalu dibahas dalam postingan-postingan di Instagram.

Menurut Agustiana (25 tahun), dia dan yang lainnya tiba-tiba menjadi *otaku* di masa pandemi Covid-19. Pada awalnya mereka hanya penasaran tentang alur cerita *anime* yang dianggap seru serta memiliki banyak genre yang menarik, akhirnya Agustiana menemukan rekomendasi *anime* One Piece yang diperolehnya dari postingan-postingan yang ada di media sosial Instagram, sehingga ia memutuskan untuk menonton *anime* untuk mengisi waktu luang di masa pandemi Covid-19 sampai mereka benar-benar

menyukai *anime* One Piece. Yudistira (23 tahun) menjelaskan bahwa ia mulai menonton *anime* pada saat ia mulai kehabisan tontonan di masa pandemi Covid-19. Yudistira pun mulai mencari beberapa rekomendasi tontonan lain melalui Instagram dan Tik-tok. Ia akhirnya menemukan One Piece yang memiliki *rating* yang bagus. Saat itu ia mulai secara intensif mengikuti alur cerita One Piece karena ia banyak menghabiskan waktu di rumah dan kuliah dilakukan secara *online*, sehingga ia memiliki waktu luang untuk menonton secara marathon. Ketika itu, ia menonton One Piece hingga 200 episode karena ia tidak ingin ketinggalan alur cerita.

Jika menyimak secara seksama, antara kegiatan *otaku* dadakan dan *otaku anime* hamper sama. Namun, menurut Setiawan (23 tahun), yang membedakan di antara keduanya adalah *otaku* dadakan hanya menonton satu seri *anime* saja, dan menganggap *anime* yang digemari (One Piece), oleh mereka dianggap sebagai “raja *anime*”, yang memang merupakan *anime* terbaik sepanjang masa, seakan tidak ada *anime* lain yang lebih baik dari *anime* yang diidolakan. Sementara *otaku anime* menonton tidak hanya One Piece karena pada kenyataannya masih banyak *anime* yang *rating*-nya lebih tinggi daripada *anime* One Piece.

Pada awal menjadi seorang penggemar fanatik, *otaku* dadakan ingin menunjukkan eksistensi diri sebagai penggemar *otaku* karena mereka ingin dianggap setara dengan *otaku anime*. Oleh karenanya mereka melakukan aktivitas-aktivitas untuk tujuan tersebut, yakni mengikuti perkembangan One Piece di internet, mengoleksi *merchandise* bertema One Piece, dan bergabung dengan komunitas penggemar, sebagaimana yang akan dibahas berikut ini.

#### *Mengikuti Perkembangan One Piece di Internet*

Mengikuti perkembangan One Piece merupakan hal wajib bagi *otaku* dadakan untuk menunjukkan dirinya sebagai penggemar *anime* One Piece. Kegiatan terkait bervariasi dari mengikuti alur cerita One Piece terbaru, tergabung dalam forum pembahasan terkait One Piece, dan membaca postingan pembahasan tentang One Piece di Instagram (lihat **Gambar 2**) sambil menunggu episode baru dari *anime* ataupun *manga* One Piece.



**Gambar 2.** Postingan pembahasan karakter One Piece di Instagram<sup>3</sup>

Informasi tentang One Piece saat ini tersedia di *website* maupun akun media sosial *fans* yang memberikan informasi terkait One Piece. Beberapa akun media sosial di

<sup>3</sup> <https://www.instagram.com/p/CeAgx92J3uw/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>, diakses tanggal 26 Mei 2022.

Instagram, seperti *oploverz*, *one.piece.id*, *onepiece.iq*, dan *onepieceofficial* menyediakan informasi ataupun fakta-fakta tentang One Piece setiap hari, seperti karakter Orochi yang menyerupai makhluk mitos Jepang (lihat **Gambar 3**).



**Gambar 3.** Fakta mengenai Orochi yang menyerupai wujud makhluk mitologi Jepang<sup>4</sup>

*Otaku* dadakan mengikuti bukan saja apa yang akan terjadi setiap hari Minggu saat episode yang baru muncul, tapi mereka juga memiliki ketertarikan dengan pembahasan setiap karakter, misalnya gambar-gambar lucu, seperti ketika Sanji bermimpi (lihat **Gambar 4**).



**Gambar 4.** Gambar lucu ketika Sanji bermimpi<sup>5</sup>

Pembahasan lainnya berupa *quotes* seperti yang dikatakan oleh karakter Usopp yaitu “Satu tujuan, satu impian, itulah yang membuat kita di sini berdiri melintasi

<sup>4</sup> [https://www.instagram.com/p/Ccz86MPp-Fr/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/Ccz86MPp-Fr/?utm_source=ig_web_copy_link), diakses tanggal 26 Mei 2022.

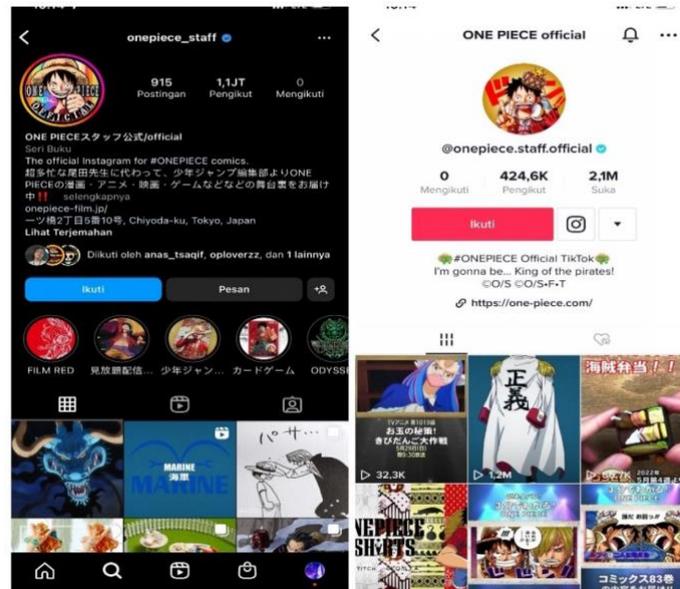
<sup>5</sup> [https://www.instagram.com/p/Ccz86MPp-Fr/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/Ccz86MPp-Fr/?utm_source=ig_web_copy_link), diakses tanggal 26 Mei 2022.

berbagai masalah dan rintangan” dan cuplikan episode One Piece yang diposting melalui aplikasi Tik-tok terkait episode yang baru saja tayang yaitu episode 1017 (lihat **Gambar 5**).



**Gambar 5.** Screenshot cuplikan episode terbaru One Piece di Tiktok<sup>6</sup>

Utami (24 tahun) menjelaskan bahwa rasa ingin tahu yang berlebihan menyebabkan *otaku* dadakan memonitoring semua informasi terbaru hingga fakta-fakta yang baru terungkap dengan cara mengikuti akun-akun *fanbase* One Piece yang ada pada media-media sosial, seperti Twitter, Facebook, Instagram, dan yang sedang *booming* adalah Tik-tok (lihat **Gambar 6**).

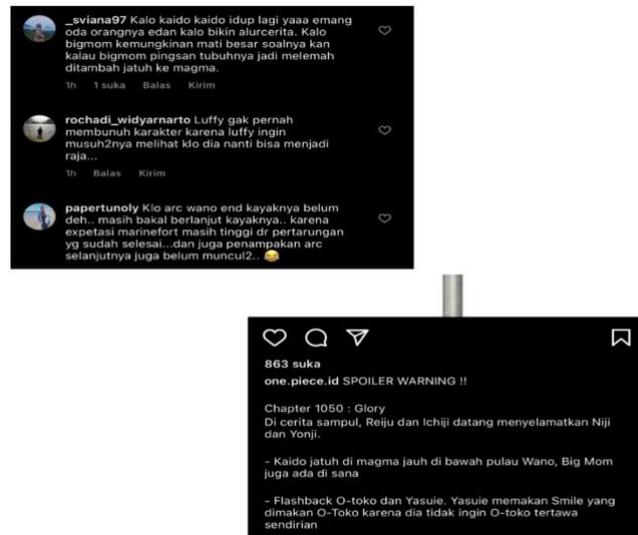


**Gambar 6.** Akun One Piece yang ada di Instagram dan Tiktok

Selain itu, menurut Setiawan (23 tahun), para *otaku* dadakan juga sering mengomentari alur cerita yang terjadi dan saling bertukar pendapat tentang kemungkinan apa yang akan terjadi di setiap episode terbaru, dan tidak jarang terjadi pro dan kontra di antara mereka mengenai pengembangan karakter pada alur cerita di masa yang akan

<sup>6</sup> <https://vt.tiktok.com/ZSdVN3Uy8/?k=1>, diakses tanggal 26 Mei 2022

datang. Perdebatannya misalnya tentang pertarungan antara Luffy dan Kaido yang pembahasannya mengenai apakah Luffy membunuh Kaido atau tidak (lihat **Gambar 7**).



**Gambar 7.** Komentar penggemar yang membahas tentang pro dan kontra<sup>7</sup>

### Mengoleksi Benda-Benda Bertema One Piece

Aktivitas *otaku* dadakan lainnya untuk menunjukkan identitas diri adalah dengan membeli dan mengoleksi benda-benda bertema One Piece secara keseluruhan ataupun hanya karakter yang disukai, dari yang masih terjangkau, seperti poster buronan para karakter (lihat **Gambar 8**) hingga baju, asesoris, dan barang-barang yang berharga relatif mahal, seperti *action figure* (**Gambar 9**) yang biasa diperoleh dari *online shop* ataupun toko-toko yang menyediakan benda-benda bertema One Piece.



**Gambar 8.** Contoh poster buronan karakter Piece



**Gambar 9.** Contoh *action figure* karakter One

Setiawan (23 tahun), misalnya, membeli sprei yang bergambar One Piece dan poster-poster buronan dari yang paling murah (seperti poster buronan Luffy dan kru-nya seharga Rp. 2.500 per lembar), hingga yang paling mahal (seperti *action figure* Luffy yang seharga dua jutaan rupiah). Utami (24 tahun) juga mengoleksi baju dan poster yang

<sup>7</sup> [https://www.instagram.com/p/Cc-KQu\\_pROF/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/Cc-KQu_pROF/?utm_source=ig_web_copy_link) diakses tanggal 26 Mei 2022

dibeli dari salah satu toko yang mengeluarkan produk terbaru bertema One Piece. Untuk itu, Utami rela mengantri lebih awal agar tidak kehabisan stok barang yang dicari.

#### *Bergabung Dengan Komunitas Penggemar*

*Otaku* dadakan selama menjadi penggemar baru One Piece juga bergabung dengan komunitas *anime* kesukaan mereka. Komunitas ini menjadi sarana bagi mereka untuk mencari informasi tentang One Piece, mengembangkan kegemaran dengan *otaku* yang lain dalam komunitas, dan memahami kultur *otaku anime* agar dapat dianggap setara dengan mereka.

Menurut Handry (22 tahun), bergabung dengan komunitas penggemar One Piece memfasilitasi mereka untuk berbagi informasi dengan para anggota yang lain. Ini mempererat hubungan antara *otaku* yang satu dengan *otaku* yang lain, dan mempererat hubungan komunitas antar daerah.

Damayanti (24 tahun) mengungkapkan ada banyak komunitas untuk beberapa kota besar di Indonesia yang merupakan komunitas *anime* One Piece dan yang menjadi pusat komunitasnya yaitu ada One Piece Indonesia (OP ID) yang berpusat di Jakarta. Di Makassar ada One Piece Makassar, di Jogja itu ada Nakama Istimewa Yogyakarta (NAIS), dan di Solo ada One Piece Surakarta. Semuanya terikat satu sama lain dan terkadang mengadakan *gathering* dan juga saling mengundang jika ada event-event *anime* di setiap kota. Walaupun dianggap sebagai penggemar yang baru, Damayanti sangat sering mengikuti kegiatan-kegiatan di komunitas One Piece agar mendapatkan informasi mengenai event-event *anime* yang diadakan oleh komunitas.

Bergabung dengan komunitas *anime* One Piece, bagi Damayanti (24 tahun), selain untuk berbagi informasi, juga untuk mengembangkan kegemarannya mengenai pengetahuan tentang *anime* One Piece yang dimiliki oleh setiap penggemar dan mendapatkan pengalaman dari *otaku anime* yang sudah lama bergabung dengan komunitas. Dengan cara demikian ia berharap dapat disetarakan dengan *otaku anime*.

#### 4. Penutup

*Otaku* dadakan merupakan istilah yang digunakan oleh *otaku anime* untuk melecehkan penggemar *anime* pendatang baru. *Otaku* dadakan muncul saat pandemi Covid-19 ketika mereka banyak menghabiskan waktu di rumah dan mencari kegiatan untuk mengisi waktu. Mereka awalnya hanya penasaran tentang alur cerita *anime* yang dianggap seru dan memiliki banyak genre yang menarik sebagaimana dapat dilihat di *website* atau terposting di media-media sosial, ini membuat mereka akhirnya menonton *anime*.

One Piece merupakan salah satu *anime* yang memiliki rating tinggi dan menjadi *anime* terpopuler sepanjang masa. Bagi *otaku* dadakan ini dianggap sebagai “raja *anime*”, sehingga fanatisme terhadap *anime* tertuju hanya pada *anime* One Piece semata. Padahal ada banyak *anime* lain yang juga memiliki rating tinggi, dan ini menjadi pembeda antara *otaku* dadakan dan *otaku anime*, yang tidak sekedar menjadi penggemar satu *anime*.

Dalam proses memilih *anime*, seseorang melalui tiga tahapan, yakni tahap seleksi, interpretasi, dan reaksi. Tahap seleksi yang merupakan tahap *otaku* menentukan *anime* sesuai dengan apa yang digemarinya, genre yang mereka pilih dan pesan tersirat yang mereka dapatkan setelah menonton *anime*. Selanjutnya, tahap interpretasi merupakan tahap *otaku* akan mengidentifikasi *anime* yang mereka senangi dan memberikan kesan tersendiri terhadap karakter yang diidolakan, alur cerita yang paling disukai, dan menafsirkan perasaan yang dirasakan oleh para pecinta *anime* ketika melihat tokoh yang diidolakan. Tahap reaksi, yaitu tahap dimana *otaku* terpesona dengan motivasi yang

dilontarkan oleh para karakter di One Piece. Salah satu hal yang membuat One Piece menjadi *anime* yang menarik bagi para *otaku* adalah bagaimana One Piece mampu membangkitkan semangat melalui kata-kata motivasi yang dilontarkan oleh karakter tertentu dalam anime One Piece.

Identitas diri *otaku* dadakan ditunjukkan melalui keterlibatan dalam berbagai aktivitas yang menunjukkan bahwa mereka adalah penggemar *anime* One Piece, yakni dengan mengikuti perkembangan One Piece di internet dan media sosial, mengoleksi *merchandise* bertema One Piece, dan bergabung dengan komunitas penggemar. Ini mengindikasikan bahwa *otaku* dadakan menyadari “kelasnya” dalam kaitan dengan *otaku anime*, sehingga dengan mengikuti kegiatan-kegiatan terkait mereka berharap dapat disejajarkan sebagai *otaku anime*. Menjadi *otaku* dadakan membuat gaya hidup yang bersangkutan tiba-tiba berubah mengikuti kebiasaan tokoh *anime* One Piece yang diidolakan.

Kajian tentang *anime* dan *otaku* masih sangat terbatas dan cakupan dalam artikel ini juga masih sangat terbatas, maka untuk penelitian selanjutnya kajian tentang gaya hidup *otaku anime* yang sangat obsesif menarik untuk dijadikan sebagai objek kajian.

### Acknowledgments

Terima kasih kepada seluruh informan dari beragam perguruan tinggi di Kota Makassar yang telah memberikan data/informasi dan kesediaanya untuk dapat dipublikasikan dalam bentuk artikel jurnal ilmiah.

### Conflicts of Interest

Penelitian ini tidak memiliki konflik kepentingan.

### Daftar Pustaka

- Agustina, H., Dimiyati, I., & Restu, U. 2015. *Konsep Diri Otaku Anime di Kota Serang*. Disertasi, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Banten. <http://eprints.untirta.ac.id/519/1/Helmy%20Agustina%20%206662100959%20%20Konsep%20Diri%20Otaku%20Anime%20di%20Kota%20Serang%20-%20Copy.pdf>, diakses tanggal 19 Desember 2021.
- Aisyah, I. 2019. *Anime dan Gaya Hidup Mahasiswa: Studi pada Mahasiswa yang Tergabung dalam Komunitas Japan Freak UIN Jakarta*. Skripsi, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/45316/1/Ida%20Aisyah.pdf>, diakses tanggal 17 November 2021.
- Asmi, E. M. 2016. *Analisis Gaya Hidup Otaku Mahasiswa di Jakarta dalam Membentuk Keputusan Pembelian Action Figure*. Disertasi, Universitas Bakrie, Jakarta, <http://repository.bakrie.ac.id/252/6/00.%20Cover.pdf>, diakses tanggal 15 Januari 2022.
- Bahtiar, A. 2021. *Hubungan Fanatisme Terhadap Anime Dengan Perilaku Konsumtif*. Disertasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. <http://repository.untagsby.ac.id/10384/8/JURNAL.pdf>, diakses tanggal 15 Mei 2022.
- Furqon, M. T. 2013. “Nilai Pendidikan Dalam Komik One Piece Jilid 1-23 Karya Eiichiro Oda :Sebuah Tinjauan Sosiologi Sastra”, *Suluk Indo*, Mei, 2(3):123-

- 144, <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/sulukindo/article/view/2665>, diakses tanggal 19 Desember 2021.
- Galbraith, P. W. 2009. "Moe: Exploring virtual potential in post-millennial Japan", *Journal Of Contemporary Japanese Studies*, 9(3):234257, [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/31356877/Galbraith\\_Moe\(BookChapter\)-with-cover-page-v2](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/31356877/Galbraith_Moe(BookChapter)-with-cover-page-v2), diakses tanggal 19 November 2021.
- Herviani, W. U. 2017. *Psikopati Tokoh Doflamingo Dalam Komik One Piece Karya Oda Eiichiro*. Disertasi, Universitas Andalas, <http://scholar.unand.ac.id/24592/>, diakses tanggal 15 Desember 2021.
- Irawan, D. M. 2019. *Representasi Rasial Dalam Serial Anime One Piece Analisis Hermeutika Gadamer*. Disertasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, IAIN Purwokerto, [http://repository.iainpurwokerto.ac.id/5050/1/COVER\\_BAB%20I\\_BAB%20V\\_DAFTAR%20PUSTAKA.pdf](http://repository.iainpurwokerto.ac.id/5050/1/COVER_BAB%20I_BAB%20V_DAFTAR%20PUSTAKA.pdf), diakses tanggal 12 Desember 2021.
- Perwitasari, R. A. P.; Fauzia, R. dan Hidayatullah, M. S. 2020, "Hubungan Fanatisme pada Anime dengan Sense Of Community pada Anggota Komunitas ROD Banjarmasin", *Jurnal Kognisia*, 2(1):105109, <http://ppjp.ulm.ac.id/journals/index.php/kog/article/view/1625>, diakses tanggal 15 Januari 2022.
- Strinati, D. 2009. *Popular Culture*. Yogyakarta: Pustaka Prometheus.
- Siregar, A. G. 2021. *Studi Netnografi Terpaan Tayangan Anime One Piece Pada Perubahan Gaya Hidup Anggota Komunitas One Piece ID Medan*. Disertasi, Universitas Medan Area Medan, <http://repository.uma.ac.id:8081/bitstream/123456789/15587/2/178530020%20-%20Abdul%20Gani%20Siregar%20-%20Fulltext.pdf>, diakses tanggal 24 Desember 2021.
- Sukarman, M. M. H. 2021. *Fanatisme Otaku Terhadap Anime One Piece: Studi Kasus pada Komunitas Nakama Istimewa Yogyakarta*. Skripsi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. <https://dspace.uin.ac.id/bitstream/handle/123456789/31670/14321083%20Muhammad%20Mali%20Hamka%20Sukarman.pdf?sequence=1>, diakses tanggal 17 November 2021.
- Taruna, I. R. 2019. *Gambaran Identitas Diri Remaja Otaku Anime di Pekanbaru*. Disertasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, <http://repository.uin-suska.ac.id/22876/>, diakses tanggal 15 Januari 2022.