

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebudayaan Jepang dalam sejarahnya terus mengalami perkembangan. Perkembangan kebudayaan Jepang bukan hanya mengenai kehidupan tradisional menjadi kehidupan yang berteknologi canggih tetapi juga Jepang mengembangkan industri kreatifnya yang saat ini telah disebut sebagai industri kreatif inti digital. Pada naskah yang diterbitkan oleh *Industrial Structure Council* (dalam Chen, 2013) menyebutkan bahwa industri kreatif adalah salah satu dari lima area strategis yang memperkuat faktor kompetisi Jepang di dunia global. Industri kreatif ini terdiri dari sektor konten yang menghasilkan nilai ekonomi dan sektor layanan yang dapat menciptakan nilai sosial.

Permintaan yang meningkat atas produk kreatif dan hiburan Jepang berbanding lurus dengan perkembangan industrinya. Sugimoto (2010) menjelaskan bahwa pada masa resesi ekonomi Jepang, terjadi perkembangan yang besar terkait dengan budaya massa di Jepang. Masyarakat Jepang mengonsumsi produk-produk budaya massa seperti *manga*, industri cinta dan karaoke secara berkelanjutan. Kebangkitan industri kreatif dan hiburan semacam ini terus diiringi dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Hal-hal besar yang terjadi pada masa itu menjadi tonggak pergeseran industri material menjadi industri kreatif yang berbasis budaya dan kemudian disebut dengan budaya populer Jepang.

Para kreator dalam industri kreatif Jepang mulai membuat budaya populer Jepang menjadi lebih menarik dan menambah jumlah variannya sehingga diminati oleh segala usia di dunia internasional. Para kreator ini memberikan perbedaan spesifik dan unik pada masing-masing produknya, yaitu dengan munculnya varian *manga* (komik Jepang), *anime* (kartun Jepang), *game*, kostum karakter, *idol & Jpop* (musik Jepang), *action figure*, dan robot. Para kreator dan produsen dalam industri kreatif mengemas sedemikian rupa hal-hal tersebut sehingga memiliki daya tarik. Hal inilah yang membuat Jepang memperoleh keunggulan dan keuntungan untuk pasar internasional. Pemerintah Jepang berupaya membangun sebuah citra yang dapat memberikan keuntungan baik secara ekonomi maupun politik, yakni dengan mengembangkan produksi, distribusi serta promosi dari produk kebudayaan populer Jepang ke pasar internasional. Dampak dari upaya Jepang tersebut juga dirasakan oleh Indonesia, yakni setiap tahunnya di Indonesia ada empat pagelaran berskala nasional yang bertemakan Jepang. Pagelaran ini dilakukan Jepang untuk semakin mengenalkan budaya populernya ke negara-negara lain melalui pemberian fasilitas bagi para penggemar *manga*, *anime*, *J-Movie*, dan *Idol-pop*. Pemberian fasilitas tersebut seperti memberikan kesempatan untuk mengadakan pameran dan pentas kebudayaan populer Jepang.

Salah satu bentuk pameran yang telah cukup lama dikenal oleh para penggemar kebudayaan Jepang yakni *cosplay* atau *costume play* yang biasa diadakan di pusat perbelanjaan, kampus yang memiliki jurusan sastra Jepang dan pendidikan Jepang maupun di sekolah-sekolah. Selain itu ada juga *Anime Festival*

Asia Indonesia (AFA ID) yang diadakan setiap tahun dan mampu menarik banyak pengunjung yang berusia muda di Indonesia.

Badan pusat statistik Indonesia dalam bukunya menyatakan bahwa proporsi usia penduduk Indonesia pada tahun 2015 terdiri dari komponen usia 0-14 tahun, 15-64 tahun dan 65 tahun ke atas. Faktanya adalah lebih dari 50% jumlah penduduk Indonesia adalah kelompok produktif yang berusia 15-64 tahun dan mayoritas terdiri dari generasi muda Indonesia.

Tabel 1.1 Proporsi Usia Penduduk Indonesia

Usia	Persentase gabungan total populasi
0-14 tahun	27.3
15-64 tahun	67.3
65 tahun ke atas	5.4

Sumber: BPS Proyeksi Penduduk Indonesia

Data tersebut menarik perhatian Jepang untuk gencar memasarkan budaya populernya pada generasi muda atau kelompok usia produktif di Indonesia karena mereka berpotensi sebagai sasaran yang ideal dan telah menjadi target utama dalam kampanye budaya populer Jepang. Hal ini diperkuat dengan observasi yang telah dilakukan peneliti sebelumnya pada beberapa pameran kebudayaan Jepang yang diadakan di kampus-kampus dan di *mall-mall* Surabaya. Pengunjung yang datang mayoritas berusia 13-25 tahun, dan acara tersebut selalu ramai dikunjungi oleh anak-anak muda karena pihak penyelenggara juga telah mempersiapkan berbagai *merchandise*, mainan dan berbagai produk turunan yang juga disukai oleh para pengunjung.

Budaya populer Jepang yang berhasil menyita perhatian anak di Indonesia adalah *anime*. Tidak dapat dipungkiri bahwa *anime* memberikan dampak yang cukup besar, karena Indonesia telah mengimpor *anime* sejak tahun 2000-an dalam rangka memberi warna hiburan pada anak-anak baik laki-laki maupun perempuan. *Anime* menjadi tayangan favorit anak-anak, sehingga mereka mudah sekali mengingat adegan-adegan atau hal-hal berkesan dalam *anime* yang mereka tonton. Hal-hal yang berkesan itu akan menjadi memori atau ingatan tersendiri sampai anak beranjak remaja dan dewasa. Pada observasi yang telah dilakukan peneliti, setiap pameran kebudayaan Jepang pasti menyediakan stan khusus untuk para penggemar *anime*, dan hal-hal yang dipamerkan antara lain *action figure* dari berbagai macam judul *anime*, desain karakter *anime* serta *merchandise* yang berkarakter *anime*. Di stan tersebut para penggemar *anime* juga saling bertukar koleksi *anime* mereka, dan tak jarang juga mereka mengadakan *nobar* (nonton bareng) *anime*. Oleh sebab itu ingatan yang ada pada penggemar *anime* semakin kuat, karena didukung oleh produk turunan yang mengesankan bagi mereka.

Menurut penuturan informan A yang terlahir di keluarga dengan strata ekonomi menengah ke atas dan saat ini berusia 22 tahun, serta berjenis kelamin laki-laki, beberapa *anime* yang menjadi tayangan berkesan baginya antara lain: *Doraemon*, *Crayon Shinchan*, *Pokemon*, *Minki Momo*, *Digimon*, *Shaman King*, *One Piece*, *Hunter X Hunter*, dan *Hamtaro*. Informan A sangat menyukai *anime*, dan ia bercerita bahwa *anime* pertama kali yang ia sukai adalah serial *Digimon* di salah satu stasiun televisi swasta. Sejak saat itu ia mengakui bahwa dirinya mulai menjadi seorang *nijikon* (*niji-kompleks/kompleks dua dimensi*). Pertama kali

serial *Digimon* rilis pada tahun 2000 saat ia berusia 7 tahun, ia menyukai karakter Sora sebagai tokoh dalam serial tersebut. Kemudian ia menyimak semua tayangannya di televisi dan setelah mengenal internet ia mulai mengunduh judul-judul *anime* yang lain, salah satunya *Fullmetal Alchemist*. Informasi yang diberikan oleh informan A pada saat wawancara awal di bulan februari tahun 2015 ini menjadi salah satu contoh seorang anak yang memiliki kebiasaan menonton *anime* dan menjadi penggemar *anime*, bahkan sampai telah memasuki usia 21 tahun ia tetap tidak bisa lepas dari tayangan *anime*.

Fakta ini didukung oleh kreator *anime* di Jepang yang berlomba menciptakan karakter dan cerita yang bervariasi. Para kreator *anime* sudah menyadari bahwa *anime* saat ini tidak hanya digemari oleh anak-anak, oleh sebab itu mereka menciptakan karakter atau penokohan yang banyak mengarah pada imajinasi orang dewasa disertai penggambaran fisik yang detail dan muatan alur cerita yang beragam orientasinya sehingga muncullah beraneka ragam jenis *anime*. Berdasarkan jenis-jenis *anime* yang ada, genre *anime* yang memiliki paling banyak sub-genre adalah genre *adult*. Salah satu genre *adult* atau kategori dewasa yang memiliki banyak peminat dan makin berkembang adalah sub-genre *hentai*. Arti *hentai* dalam bahasa Indonesia berarti mesum, dan ini menjadi candu bagi para penggemarnya. Tidak jarang para penggemarnya terinspirasi, terobsesi dengan adegan-adegan karakter yang muncul dalam *anime*. *Hentai* memiliki penggemar yang berada di kalangan remaja hingga memasuki masa dewasa awal. Antusiasme remaja dalam menonton dan menggemari *anime hentai* bukan lagi hal yang sepele. Bahkan fenomena nyata yang terjadi pada remaja Indonesia sebagai

penikmat *anime* adalah semakin bertambah usianya, maka mereka lebih kreatif dalam mengunduh *anime-anime hentai* yang mereka sukai melalui internet.

Hobi para penggemar dalam menonton *anime hentai* ini membuat mereka menjadi *gandrung*, dan fanatik karena dapat memberikan mereka kesenangan dan kepuasan. Pada awalnya mereka hanya gemar menonton *anime* ini sebagai hiburan di waktu senggang atau karena diajak oleh teman, namun lama-kelamaan banyak juga yang menjadi terobsesi dengan hal-hal yang berkaitan dengan *anime hentai*. Penggemar *anime* ini biasanya mengoleksi berbagai serial *anime* dengan judul lainnya, membeli dan mengoleksi *action figure* dari salah satu *character*, mengoleksi *sex toy*, atau juga mengoleksi sarung bantal dan guling berkarakter *anime* tanpa busana, mereka juga suka mengumpulkan *merchandise*, kostum dan serial *manga* (komik Jepang). Kebiasaan menonton *anime hentai* sekarang juga menjadi alat pelampiasan hasrat dan emosi bagi para penggemarnya.

Beberapa kasus remaja di Jepang yang menggemari *anime hentai* mulai bertindak dan berperilaku meniru hal-hal yang ada dalam tayangan *anime* tersebut. Ada juga yang rela menikahi karakter dua dimensi yang ada di koleksi videonya, karena rasa cintanya yang besar terhadap karakter tersebut. Isi tayangan *anime* yang menggambarkan adegan seksual *intercourse* di sepanjang *scene* dan dalam durasi yang cukup lama, serta eksplorasi bagian-bagian tubuh erotis wanita atau laki-laki yang dikonsumsi secara terus menerus dapat memengaruhi proses kognitif seorang remaja sehingga dapat memperkuat daya bayang atau imajinasi seksualnya. Hal ini diperkuat dengan penuturan dari informan B pada saat wawancara awal di bulan februari 2015, ia mengatakan bahwa sejak SMP ia

sudah menonton *anime hentai* bersama dengan teman-temannya, dan saat ia sedang sendiri di rumah ia sering membayangkan karakter *anime* yang sedang telanjang dan melakukan onani/masturbasi setelah menonton *anime* tersebut. Kebiasaan itu berlangsung sampai ia berkuliah. Informan B juga mengunduh serial-serial *anime hentai* di warung internet dekat rumahnya sepulang sekolah. Informan B saat ini berusia 23 tahun, hidup berkecukupan dan merupakan anak tunggal di keluarganya.

Hasil dari sebuah penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya pada tanggal 27 Maret 2015 mengenai tingkat introyeksi (pengadopsian nilai-nilai) remaja terhadap tayangan *anime* yang disukai adalah dari 40 responden yang dikenai alat ukur introyeksi, maka didapati hasil 62,5% remaja penggemar *anime* mengadopsi nilai-nilai yang ada dalam tayangan *anime* yang disukainya dan dalam tingkat yang sedang, dan sebanyak 37,5% remaja lainnya memiliki tingkat introyeksi yang tinggi. Remaja yang dikenai alat ukur adalah mahasiswa tingkat awal yang berkuliah di salah satu Perguruan Tinggi di Madura. Pemberian skor dalam penelitian ini adalah dengan skala Likert, dengan aspek *favorable* dan *unfavorable*. Fenomena ini memberikan penguatan bahwa perkembangan remaja yang masih labil dan cenderung berubah-ubah dapat dipengaruhi oleh tayangan favorit yang mereka tonton. Penelitian kedua yang dilakukan pada tanggal 26 Juni 2015 adalah tentang *mental imagery* remaja penggemar *anime* yang telah dilakukan pada 10 subjek remaja yang berada dalam rentang usia 15-22 tahun, maka didapati hasil 100% mereka dapat membayangkan setiap stimulus yang diterimanya dari *anime* yang mereka sukai. Adapun skor *mental imagery* yang

mereka miliki adalah dalam rentang 57-84 yang masuk dalam kategori kemampuan *imagery* yang tinggi. Alat ukur yang dipakai adalah alat ukur *mental imagery* yang pemberian skornya adalah dengan *rating scale* dan checklist observasi, di mana akan terlihat penggambaran mental *imagery* seorang remaja berdasarkan jawaban terbuka yang diberikan dan perilaku serta respon yang muncul ketika diberi stimulus tayangan *anime* yang disukai.

Dua hasil penelitian di atas dan hasil wawancara awal yang diperoleh peneliti telah menjadi inspirasi untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang munculnya masalah psikologis lain dalam diri remaja setelah menonton tayangan *anime*, terutama jika yang disukai remaja adalah kategori *anime hentai*. Permasalahan psikologis yang dapat muncul dalam diri penggemar *anime hentai* berawal dari proses *sexual imagery* yang terjadi dalam aspek kognitifnya. Oleh sebab itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul “*Sexual Imagery pada Remaja Penggemar Anime hentai*”. Penelitian ini sangat penting untuk dilakukan karena semakin banyak penggemar *anime hentai* yang berusia remaja dan sulit lepas dari gambaran atau imajinasi seksual yang melekat di pikirannya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang akurat mengenai bagaimana proses kognitif yang terjadi pada penggemar *anime hentai* sekaligus memberikan penyaranan psikologis yang tepat sasaran untuk membantu permasalahan subjek penelitian.

1.2 Signifikansi Penelitian

Penelusuran kajian psikologi kognitif dan klinis mengenai paparan tayangan *anime hentai* terhadap *sexual imagery* seseorang belum banyak ditemukan. Referensi yang banyak ditemukan memiliki fokus penelitian yang berbeda, baik dari subjek penelitiannya, variabel psikologis yang digunakan, maupun sudut pandang atau kajian yang diteliti. Berikut ini adalah beberapa referensi pembandingan yang juga dijadikan acuan oleh peneliti:

- a. Penelitian yang dilakukan oleh Euis Supriati dan Sandra Fikawati pada tahun 2008 berjudul: “Efek Paparan Pornografi pada Remaja SMP Negeri Kota Pontianak tahun 2008”. Penelitian dengan desain potong lintang ini dilakukan untuk mengetahui jenis paparan pornografi, efek yang terjadi serta faktor-faktor yang dapat mempengaruhi efek paparan pornografi pada remaja. Penelitian dilakukan pada 395 responden remaja SMP Negeri dari lima kecamatan di Kota Pontianak yang dilaksanakan pada Desember 2007-Januari 2008. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 83,3% remaja SMPN di Kota Pontianak telah terpapar pornografi dan 79,5% sudah mengalami efek paparan. Dari responden yang mengalami efek paparan, 19,8% (52 orang) berada pada tahap adiksi. Dari responden yang adiksi 69,2% (36 orang) berada pada tahap eskalasi atau peningkatan kebutuhan, dan dari responden yang eskalasi 61,1% berada pada tahap desensitisasi. Tahap *act out* telah dialami oleh 31,8% remaja yang berada pada tahap desensitisasi. Hasil analisis bivariat (*chi square*) menunjukkan bahwa remaja SMPN

yang terpapar pornografi melalui media cetak dan elektronik berisiko 4,21 kali lebih besar untuk mengalami efek paparan pornografi dibandingkan remaja SMPN yang terpapar pornografi hanya melalui media cetak saja. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa remaja SMP memiliki tingkat keterpaparan terhadap konten pornografi yang cukup tinggi dan berakibat pada efek panjang. Selain itu disimpulkan bahwa remaja mengonsumsi hal-hal bermuatan pornografi bersumber dari media elektronik dan media cetak.

- b. Penelitian ke dua berjudul: “Simulacra dalam Globalisasi sebagai Katalisator Lahirnya *Otaku*”. Pada penelitian yang dilakukan oleh Anggi Virgianti (2011) menyebutkan bahwa simulacra memiliki kemampuan untuk menarik manusia tenggelam di dalamnya. Simulacra lebih ‘nyata’ dibandingkan realitas. Para *otaku* berpikiran bahwa dunia dua dimensi adalah lebih nyata dibandingkan realitas itu sendiri. Para karakter dua dimensi tersebut menutupi realitas interaksi antara individu dengan lingkungannya hingga menciptakan *hyperreality* yang berupa interaksi yang intim dengan karakter dua dimensi. Dengan demikian individu yang berinteraksi dengan karakter dua dimensi akan menarik diri dari interaksi sosial di realitas. Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah keberadaan simulacra dan kekosongan jiwa para *otaku* atau penggemar budaya pop Jepang yang fanatik menyebabkan karakter dua dimensi menjadi begitu ‘nyata’ di hidup mereka dan sanggup menggantikan dunia realitas mereka yang sebenarnya.

- c. Penelitian ke tiga berjudul: “Analisis Penyebab Munculnya Minat *Fujoshi* terhadap Genre *Yaoi*” dilakukan oleh Nice, Sri Dewi Adriani pada tahun 2013. Para *fujoshi* yang menjadi responden menjawab bahwa mereka menyukai cerita *yaoi* karena hubungan egaliter yang dimilikinya. Kemudian alasan lainnya adalah karena mereka merasa mendapatkan kontrol atas pria dan menjadikan *yaoi* sebagai sarana eksplorasi imajinasi dan seksualitas mereka yaitu dengan merefleksikan diri mereka pada salah satu tokoh utama dalam genre *yaoi*.. Dari hasil penelitian tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa para *fujoshi* sebagai seorang penggemar *genre yaoi*, menggunakan *yaoi* untuk mengejar hubungan yang egaliter dengan pria dan juga menggunakan *yaoi* sebagai sarana eksplorasi imajinasi dan seksualitas. Tindakan refleksi dari para *fujoshi* terhadap karakter *yaoi* adalah sebanyak 70% responden menjawab mereka pernah membayangkan diri mereka sebagai salah satu tokoh utama dalam genre *yaoi*, 45% sebagai karakter *uke* dan 25% sebagai karakter *seme*. Tindakan refleksi ini menegaskan bahwa para *fujoshi* telah melakukan introyeksi dan proyeksi terhadap *anime genre yaoi* yang mereka tonton.
- d. Referensi yang selanjutnya adalah dari laporan uji coba alat ukur yang dilakukan oleh Ellsadayna (2015) dengan judul: “Tingkat Introyeksi *Otaku-Anime* Terhadap Tayangan *Anime* Yang Disukai”. Hasil dari uji coba yang dilakukan pada tahun 2015 mengenai tingkat introyeksi (pengadopsian nilai-nilai) remaja terhadap tayangan *anime* yang disukai

adalah dari 40 responden dengan berbagai macam latar belakang genre/jenis *anime* yang disukai, dan jenis kelamin yang berbeda, maka didapati hasil 62,5% yaitu sebanyak 25 remaja penggemar *anime* mengadopsi nilai-nilai yang ada dalam tayangan *anime* yang disukainya dan dalam tingkat yang sedang, dan sebanyak 37,5% atau 15 remaja lainnya memiliki tingkat introyeksi yang tinggi. Setiap subjek dalam pengukuran ini memiliki kecenderungan untuk mengintroyeksikan nilai-nilai yang ada di dalam tayangan *anime* yang disukai.

- e. Referensi yang terakhir adalah dari laporan uji coba alat ukur yang dilakukan oleh Ellsadayna (2015) dengan judul: “Mental *Imagery* Remaja Penggemar *Anime*”. Hasil dari uji coba yang dilakukan pada tahun 2015 mengenai mental *imagery* remaja terhadap tayangan *anime* yang disukai adalah dari 10 responden dengan berbagai macam latar belakang genre/jenis *anime* yang disukai, dan jenis kelamin yang berbeda, maka didapati hasil 100% mereka dapat membayangkan setiap stimulus yang diterimanya dari *anime* yang mereka sukai.

1.3 Fokus Penelitian

Bagaimana *sexual imagery* remaja penggemar *anime hentai*?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran *sexual imagery* dan mengidentifikasi berbagai bentuk *sexual imagery* yang muncul pada penggemar

anime hentai agar dapat digunakan oleh para praktisi di bidang psikologi perkembangan, kognitif dan klinis sebagai bahan kajian untuk memberikan bantuan yang tepat sasaran kepada remaja yang ingin mengatasi imajinasi seksual mereka. Penelitian ini sekaligus melanjutkan penelitian terdahulu mengenai proses *imagery* yang terjadi secara kognitif pada remaja penggemar *anime hentai*.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoretis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah untuk memberikan sumbangan ilmiah dan pengetahuan pada pengembangan psikologi klinis, psikologi perkembangan, dan psikologi kognitif khususnya tentang masalah yang dihadapi remaja penggemar *anime hentai* dalam mengatasi imajinasinya terhadap *anime hentai*. Penelitian ini mengembangkan psikologi klinis dalam hal riset tentang dinamika kepribadian yang terjadi dalam diri penggemar anime hentai. Sedangkan pada bidang psikologi perkembangan menambah wawasan mengenai perkembangan fisik, psikologi dan sosial-ekonomi yang berpengaruh pada seksualitas remaja. Dan pada psikologi kognitif, penelitian ini memberikan wawasan mengenai proses *imagery* dan bentuk-bentuk *imagery* yang diproses dalam pikiran remaja tentang hal seksualitas.

1.5.2 Manfaat Praktis

a. Manfaat bagi remaja penggemar *anime hentai*

Remaja dapat mengetahui serta menyadari gambaran *sexual imagery* dan dinamika kepribadiannya agar dapat bersikap wajar dalam

menggemari sesuatu tentang seksualitas sehingga tidak mengarah pada perilaku neurosis atau memiliki gangguan perilaku yang disebabkan tidak terkontrolnya imajinasi seksualnya. Hasil penelitian ini juga bermanfaat sebagai wawasan pengetahuan diri pada remaja sehingga dapat menolong mereka untuk menentukan sikap dan perilaku yang tepat dalam menjalani kehidupannya di masa depan..

b. Manfaat bagi orang tua dan guru

Hasil penelitian ini dapat membantu mengetahui dan menjadi bahan pertimbangan antisipatif mengenai sebab terjadinya masalah dalam diri penggemar *anime hentai* dan memberikan gambaran umum bagaimana tayangan *anime hentai* bekerja secara kognitif dalam diri remaja. Hasil penelitian ini dapat juga menjadi bahan masukan/referensi secara tidak langsung kepada orang tua dan guru untuk terus memperhatikan tumbuh kembang fisik dan psikis para remaja baik di lingkungan rumah maupun lingkungan sekolah.

c. Manfaat bagi masyarakat

Hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pengetahuan kepada orang-orang yang berada di sekitar penggemar *anime* untuk membantu memberikan dukungan sosial dan menyejahterakan kehidupan mereka dengan menerima keberadaan mereka serta bersikap terbuka agar para remaja penggemar *anime hentai* dapat menempatkan diri secara tepat dan mendapatkan kontrol sosial.