

# **Budaya *Anime* Jepang Dalam Perubahan Perilaku Remaja Pada Siswa SMA Negeri 6 Kota Palopo**

**Moch. Nabil Shauqi**

*mochnabilshauqi31@gmail.com*  
Universitas Muslim Indonesia

**Rusdiah**

*rusdiah.rusdiah@umi.ac.id*  
Universitas Muslim Indonesia

**Hadawiah**

*hadawiah.hadawiah@gmail.com*  
Universitas Muslim Indonesia

**Abstrak :** Dengan adanya budaya populer Jepang melalui anime membuat remaja pecinta anime pada siswa di SMA Negeri 6 Palopo dapat mengenal budaya populer ini, seperti dari bahasa, gaya hidup, serta fashionnya. Anime dapat berpengaruh dalam perubahan perilaku seperti dengan fashion serta menjadi perilaku konsumtif dengan mengoleksi berbagai aksesoris anime, juga dapat membawa keuntungan bagi remaja pecinta anime, dengan membuka pikiran lebih luas dan membuat suatu dorongan motivasi terhadap diri seperti pesan moral dan berbagai pelajaran hidup yang diambil di dalamnya, serta diterapkan pada kehidupan nyata. Disamping itu juga dalam proses komunikasi terhadap remaja pecinta anime, dapat membangun komunikasi dengan baik antar sesama penikmat lainnya maupun dengan masyarakat, sehingga membuat suatu hubungan menjadi lebih baik.

**Kata kunci:** Komunikasi, Perilaku, Remaja, Anime Jepang

***Abstract :** With the existence of Japanese popular culture through anime, anime-loving teenagers at SMA Negeri 6 Palopo can get to know this popular culture, such as the language, lifestyle and fashion. Anime can influence changes in behavior such as fashion and consumer behavior by collecting various anime accessories. It can also bring benefits to teenagers who love anime, by opening their minds more broadly and creating motivational encouragement for themselves, such as moral messages and various life lessons learned at school. in it, and applied to real life. Apart from that, in the process of communicating with teenagers who love anime, they can build good communication between other fans and with the community, thereby making relationships better.*

**Keywords:** Communication, Behavior, Adolescents, Japanese Anime

## PENDAHULUAN

Remaja merupakan bagian dari generasi muda sebagai salah satu sumber daya manusia yang memiliki peran yang strategis dan mempunyai ciri serta sifat yang khusus, serta sangat memerlukan bimbingan dan perlindungan dalam perkembangannya. Dalam fase kehidupannya remaja mengalami perkembangan dan pertumbuhan, pertumbuhan dalam arti fisik, sedangkan perkembangan adalah dalam arti psikis termasuk perilakunya. Dalam perkembangan perilakunya, seorang remaja belajar melalui pengalaman-pengalaman yang ditemui dan belajar dari mengidentifikasi model yang diamatinya. Hadirnya budaya populer tersebut dapat memengaruhi gaya hidup serta perilaku masyarakat yang menganggap budaya populer tersebut menarik untuk diikuti demi mengikuti arus perkembangan zaman.

Seperti yang kita lihat saat ini, ada banyak disekitar kita mulai dari anak-anak hingga remaja begitupun sampai orang dewasa yang menyukai budaya populer Jepang, yang diantaranya adalah *anime*. Ketika seseorang cenderung menyukai menonton *anime*, maka seseorang akan membentuk pula pola perilakunya mencontoh serial *anime* tersebut. Seperti halnya yang dialami pada remaja pecinta *anime* di SMA Negeri 6 Palopo, ada beberapa yang meniru mulai dari pola komunikasinya, cara bersosialisasi, cara berpakaianya, serta hobi didalamnya yang mempengaruhi pola pikirnya. Tapi hal seperti itu bukan hanya dialami pada remaja SMA Negeri 6 Palopo saja, tetapi bagi setiap orang yang menyukai *anime* tersebut pasti ada juga yang cenderung ingin berperilaku ataupun meniru suatu tokoh yang ada pada serial *anime* tersebut.

Perubahan perilaku adalah proses perubahan yang dialami oleh seseorang berdasarkan apa yang telah didapatkan dan dipelajarinya melalui berbagai sumber seperti keluarga, teman, lingkungan ataupun diri sendiri. Proses perubahan pada diri seseorang ditentukan oleh kondisi dan kebutuhan dirinya. Perubahan pada diri manusia dimulai dari perubahan cara pandang atau pola pikir. Manusia tidak mungkin mengubah hidupnya, apabila ia tak mampu mengubah pola pikirnya. Oleh karena itu, setiap individu akan mengubah pola pikirnya agar dapat mengubah hidupnya. Perubahan perilaku manusia dapat disebabkan oleh dua faktor yaitu faktor internal dan eksternal (Sjarkawi, 2008: 19). Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam diri manusia dan dibawa sejak dilahirkan seperti faktor genetis atau keturunan, fisik, kecerdasan, dan emosi. Kedua, faktor eksternal merupakan faktor yang berasal luar manusia dan dapat memengaruhi perubahan perilaku misalnya lingkungan keluarga, iklim, teman, motivasi dan lain sebagainya.

*Anime* merupakan hasil dari buah pikiran seseorang yang diapresiasi dalam suatu bentuk karya yang dapat dinikmati oleh masyarakat luas. *Anime* dapat diartikan sebagai suatu karya sastra yang disajikan dalam bentuk lisan, bergerak dan dapat ditonton. Sebagai sebuah budaya populer, *anime* memiliki jangkauan yang luas, baik dalam tema ceritanya maupun untuk minat penontonnya yang mulai dari anak-anak sampai orang dewasa. Dalam perkembangannya, *anime* telah digunakan oleh animator-animator Jepang untuk mengeksplorasi berbagai macam gaya, ide cerita, serta tema, dari yang ditunjukkan untuk anak-anak, remaja hingga dewasa (Soselisa, 2012). *Anime* tidak hanya digemari oleh masyarakat Jepang,

namun juga masyarakat Indonesia. Banyak yang menonton *anime* untuk mengisi waktu luang mereka terutama saat *weekend*.

Perkembangan *anime* saat ini di Indonesia sangat pesat, muncul di Indonesia pada tahun 1990-an yaitu saat televisi swasta Indonesia banyak menayangkan *anime*. Namun, saat ini pecinta *anime* dapat menonton *anime* secara *online* atau mengunduhnya dari internet. Banyak bermunculan situs-situs internet yang dibuat untuk mengunduh *anime*, sehingga memudahkan pecinta *anime* untuk menikmati *anime* yang ada pada saat ini. Saat ini *anime* begitu banyak digemari oleh masyarakat Indonesia, khususnya di kalangan remaja dan ini menjadi bukti bahwa pengaruh *anime* tidak bisa dipandang sebelah mata (Venny, 2018). Tidak bisa dipandang sebelah mata dalam artian bahwa pengaruh *anime* bukan hanya sebatas hiburan belaka tetapi apabila seseorang telah ketergantungan terhadap *anime* maka akan berdampak kepada banyak aspek dalam kehidupan. Melihat bentuk komunikasi dalam perilaku yang ditunjukkan sebagai akibat dari ketergantungan terhadap *anime* diantaranya adalah kecanduan menonton, berfikir imajinatif, menjadi fanatisme, memiliki jumlah teman yang sedikit, waktu banyak terbuang akibat terlalu banyak menonton *anime*, cenderung menutup diri dari interaksi sosial.

*Anime* mempunyai kekhasan sendiri dimana dimulai dari cerita-cerita yang tidak masuk akal dan memerlukan imajinasi lebih tinggi untuk menangkap cerita-cerita tersebut selanjutnya karakter *anime*, sebagian besar karakter dalam *anime* bersifat ambigu artinya satu tokoh *anime* tidak hanya mempunyai satu sifat namun berbagai sifat juga terdapat di dalamnya seperti *tjundere* (di depan umum tokoh tersebut berwatak keras namun memiliki hati baik atau sensitif).

*Anime* juga memberikan dampak pada motivasi belajar dan pola pikir penggemar. Menurut sebagian penggemar, *anime* merupakan suatu motivasi belajar menghargai hidup dan mengetahui sesuatu yang kecil dapat bermanfaat besar bagi orang lain karena manusia merupakan makhluk yang menarik untuk dipelajari seperti sikap toleransi dan saling menghargai menjadi suatu hal kecil dalam *anime* namun dapat diterapkan pada kehidupan nyata manusia. *Anime* juga dapat dijadikan sebagai motivasi hidup bersosialisasi, seperti orang yang introvert akan lebih ekstrovert apabila bergabung dengan orang yang satu pemikiran dan mempunyai seorang teman yang dapat dipercaya. Penggemar *anime* mempunyai pola pikir yang berbeda mulai dari pengambilan keputusan untuk sebuah pilihan hingga strategi penyelesaian masalahnya karena penggemar *anime* mempunyai motivasi dan arah tujuan dari tontonan genre *anime* yang sama dengan kehidupan penggemar.

Budaya dan komunikasi mempunyai hubungan yang sangat erat dan berperan penting dalam kelangsungan hidup manusia. Orang berkomunikasi sesuai dengan budaya yang dimilikinya. Kapan, dengan siapa, berapa banyak hal yang dikomunikasikan sangat bergantung pada budaya dari orang-orang yang berinteraksi. Adanya perbedaan dan pengaruh budayalah orang-orang belajar berinteraksi melalui komunikasi. Komunikasi terletak pada proses yakni suatu aktivitas yang “melayani” hubungan pengirim dan penerima pesan melampaui ruang dan waktu. Manusia tidak bisa dikatakan berinteraksi sosial kalau dia tidak berkomunikasi dengan cara atau melalui pertukaran informasi, ide-ide, gagasan,

maksud serta emosi yang dinyatakan dalam simbol-simbol dengan orang lain (Alo Liliweri, 2013:5).

Di muka bumi ini semua manusia hidup bersama dengan manusia lainnya, dimana terdapat keinginan berbagi pemikiran, perasaan, ide dan keyakinan bersama. Manusia bertukar informasi dengan manusia lainnya melalui kata-kata, gerak tubuh, ekspresi, nada dan sebagainya. Interaksi ini disebut komunikasi. Komunikasi adalah merupakan proses interaksi antara manusia dengan manusia dan juga antara manusia dengan lingkungan.

Hubungan timbal balik antara budaya dan komunikasi seperti simbiosis yang saling mempengaruhi. Seperti budaya mempengaruhi komunikasi dan sebaliknya komunikasi mempengaruhi budaya. Budaya dapat mempengaruhi proses dimana seseorang mempersepsi suatu realitas. Semua komunitas dalam semua tempat selalu memanifestasikan atau mewujudkan apa yang menjadi pandangan mereka terhadap realitas melalui budaya. Sebaliknya pula, komunikasi membantu dalam mengkreasikan realitas budaya dari suatu komunitas (Judith N. and Thomas K. Nakayama, 2003).

Budaya pada dasarnya merupakan nilai-nilai yang muncul pada proses interaksi antar individu. Julia T. Wood (2013: 132) mendefinisikan budaya adalah salah satu sistem terpenting tempat munculnya komunikasi. Ketika kita lahir kondisi saat itu belum mengetahui bagaimana, kapan, dan kepada siapa kita berbicara, sama seperti kita tidak terlahir dengan sikap mengenai ras, agama, orientasi seksual, dan aspek identitas lain yang berbeda.

Dapat dikatakan bahwa definisi komunikasi budaya adalah suatu proses komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih untuk mendapatkan sebuah pemahaman yang sama melalui lambang atau tingkah laku dari aktifitas manusia yang berbeda kebudayaan. Komunikasi budaya mengacu pada aktifitas komunikasi antara orang-orang dari budaya yang sama atau budaya yang berbeda yang memiliki kepercayaan, nilai, atau cara berperilaku kultural. Pada dasarnya komunikasi budaya merupakan komunikasi yang biasa, yang membedakannya adalah orang-orang yang terlibat dalam komunikasi tersebut berbeda dalam hal latar belakangnya. Ketika seseorang berusaha berkomunikasi dengan orang-orang yang berbeda budaya dan menyesuaikan perbedaan-perbedaannya, membuktikan budaya itu dipelajari. .Melihat latar belakang di atas, penulis tertarik untuk

## **METODE**

### **Jenis Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena atau gejala yang terjadi di sekitar yang dapat dilihat. Penelitian kualitatif merupakan penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian fenomenologi kualitatif. Penelitian fenomenologi menjelaskan makna pengalaman hidup sejumlah orang tentang suatu konsep atau gejala, termasuk di dalamnya konsep diri atau pandangan hidup mereka sendiri. Fenomenologi adalah bagian dari metodologi kualitatif,

namun mengandung nilai sejarah dalam perkembangannya. Menurut Hegel fenomenologi mengacu pada pengalaman sebagaimana yang muncul pada kesadaran, ia menjelaskan fenomenologi adalah ilmu menggambarkan apa yang seseorang terima, rasakan dan ketahui didalam kesadaran langsungnya dan pengalamannya. Dan apa yang muncul dari kesadaran itulah yang disebut sebagai fenomena. (Engkus Kuswarno, 2007).

### **Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan selama satu bulan yaitu pada bulan April-Juni 2023, yang berlokasi di SMA Negeri 6 Kota Palopo.

Objek dalam penelitian ini adalah para remaja siswa pecinta *anime* di SMA Negeri 6 Palopo.

### **Target/Subjek Penelitian**

Objek dalam penelitian ini adalah para remaja siswa pecinta *anime* di SMA Negeri 6 Palopo.

### **Jenis Data dan Sumber Data**

#### 1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diambil dari sebuah penelitian dengan menggunakan instrument yang dilakukan pada saat tertentu dan hasilnya pun tidak dapat digeneralisasikan hanya dapat menggambarkan keadaan pada saat itu seperti observasi, wawancara dan lainnya.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh penulis melalui tulisan ilmiah seperti skripsi dan jurnal, buku ilmiah, tesis dan disertasi, karya tulis dan sumber data terpercaya lainnya yang kemudian menjadi referensi dan penunjang dalam penyelesaian penelitian ini.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari :

#### a. Observasi

Observasi adalah teknik penelitian yang dilakukan dengan cara meneliti dan mengamati objek yang akan diteliti. Seperti yang dikemukakan oleh Kerlinger (2003), observasi merupakan pengamatan yang harus dilakukan secara alami (naturalistic) dimana pengamat harus larut dalam situasi realistik dan alami yang sedang terjadi.

#### b. Wawancara

Penulis mengadakan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang bersangkutan yaitu dengan remaja pada siswa pecinta anime di SMAN 6 Palopo guna mendapatkan data-data yang diperlukan.

#### c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data terakhir yang digunakan oleh pengamat guna menyuguhkan informasi yang valid dan teruji. Sebagaimana

yang dikemukakan oleh Sugiyono (2015: 329) bahwa untuk memperoleh data dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dalam upaya penyelesaian penulisan ini, peneliti juga akan menggunakan *handphone* guna merekam seluruh proses penelitian.

### **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

#### 1. Pengumpulan Data

Data yang diperoleh dari wawancara, observasi dan dicatat dalam catatan lapangan yang terdiri dari dua bagian yaitu:

- a. Deskriptif adalah catatan alami, catatan tentang apa yang dilihat, didengar, disaksikan dan dialami sendiri oleh peneliti tanpa adanya pendapat dan penafsiran dari peneliti terhadap fenomena yang dialami.
- b. Refleksi adalah catatan yang berisi kesan, komentar, pendapat dan tafsiran dari peneliti tentang temuan yang dijumpai dan merupakan bahan rencana pengumpulan data untuk tahap berikutnya.

#### 2. Reduksi Data

Setelah data terkumpul, selanjutnya dibuat reduksi data, guna melihat data yang relevan dan bermakna, memfokuskan data yang mengarah untuk memecahkan masalah, penemuan, pemaknaan atau untuk menjawab pertanyaan penelitian. Kemudian menyederhanakan dan Menyusun secara sistematis dan menjabar hal-hal penting tentang hasil temuan dan maknanya. Pada proses reduksi data, hanya temuan data atau temuan yang berkembang dengan permasalahan peneliti saja yang direduksi. Sedangkan data yang tidak berkaitan dengan masalah penelitian dibuang. Dengan kata lain, reduksi data digunakan untuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan dan membuang yang tidak penting, serta mengorganisasikan data sehingga memudahkan peneliti untuk menarik kesimpulan.

#### 3. Penyajian Data

Penyajian data ditunjukkan untuk menggabungkan informasi sehingga dapat menggambarkan keadaan terjadi. Dalam hal ini, agar peneliti tidak kesulitan dalam penguasaan informasi baik secara keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari hasil penelitian, maka penelitian harus membuat naratif tersebut.

#### 4. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dilakukan selama proses penelitian berlangsung seperti halnya reduksi data, seolah data terkumpul cukup memadai maka selanjutnya diambil dari kesimpulan sementara dan setelah data benar-benar lengkap maka diambil kesimpulan akhir dan kemudian data disatukan ke dalam unit-unit informasi yang berdasarkan kategori-kategori penelitian tambahan data mengenai informasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Perubahan perilaku merujuk pada perubahan dalam cara individu bertindak, berpikir, atau merasakan sesuatu dalam kehidupan sehari-hari mereka. Perubahan perilaku dapat mencakup berbagai aspek kehidupan, termasuk kebiasaan, respons

terhadap stimulus tertentu, sikap, dan tindakan. Perubahan perilaku bisa bersifat positif, negatif, atau netral, tergantung pada konteksnya. Ada berbagai faktor yang dapat mempengaruhi perubahan perilaku, seperti pengalaman pribadi, interaksi sosial, lingkungan, pendidikan, motivasi, dan dorongan internal atau eksternal.

Perubahan perilaku yang disebabkan oleh menonton anime dapat bervariasi dari individu ke individu. Anime adalah bentuk hiburan yang luas, dan dampaknya tergantung pada jenis anime yang ditonton, sejauh mana seseorang terlibat dalam menontonnya, dan karakteristik individu tersebut. Beberapa perubahan perilaku yang mungkin terjadi akibat pengaruh anime seperti peningkatan minat dalam budaya, pengaruh gaya hidup, perubahan fashion, perubahan cara pikir karena adanya pesan-pesan moral dan pelajaran hidup yang ia dapat, dan peningkatan sosialisasi. Namun adapun juga penggemar *anime* yang suka cenderung tertarik mengoleksi berbagai aksesoris seperti komik, dvd, maupun action figure, dll. Perubahan fashion yang seperti dialami beberapa orang terhadap anime disebut sebagai cosplay (costume play). Cosplay adalah sebuah hobi yang berkegiatan mengenakan pakaian beserta aksesoris dan rias wajah seperti yang dikenakan oleh tokoh-tokoh dalam anime.

## **KESIMPULAN**

Perubahan Perilaku yang terjadi pada Remaja Pecinta Anime Pada Siswa Di SMA Negeri 6 Palopo ternyata mempunyai pengaruh yang besar kepada kehidupan mereka, menunjukkan bahwa anime dapat membawa keuntungan dengan membuka pikiran dan membuat suatu dorongan motivasi terhadap diri seperti pesan moral dan pelajaran hidup yang diambil dari anime yang ia nonton, serta diterapkan pada kehidupan nyata.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Anjani, Putu Sokalia., Astiti, Dewi Puri. (2020). Hubungan Kontrol Diri Dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Penggemar Animasi Jepang (*anime*) di Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*.

Agus, Hendrayady. (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung. Media Sains Indonesia.

Djerubu, David. (2022). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Sukoharjo. Pradina Pustaka.

Endrizatta, Ridhoillah. (2019). Gambaran Komunikasi Interpersonal Pada Remaja Yang Mengalami Ketergantungan *Anime*. *Skripsi. Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta*.

Ginting, Rahmanita. (2022). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung. Media Sains Indonesia.

Hadi, Abd., Asrori, Rusman. (2021). *Penelitian kualitatif: studi fenomenologi, case study, grounded theory, etnografi, biografi*. Purwokerto: Pena Persada.

Hadawiah, dkk. (2022). *Perilaku Organisasi*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.

- Kuswarno, Engkus. (2006). Tradisi Fenomenologi pada Penelitian Komunikasi Kualitatif : Sebuah Pengalaman Akademis. *MediaTor (Jurnal Komunikasi)*.
- Kaunain., Sahfa, Syalma. (2022). Perubahan Perilaku Pada Tokoh Jun Naruse Dalam *Anime Kokoro ga Sakebitagatterunda : Perspektif B.F. Skinner*. *Skripsi. Program Studi Sastra Jepang Fakultas Bahasa Dan Sastra Universitas Nasional Jakarta*.
- Lutfiana, Dini., Zuliastutik, Hendri. (2022). Pengaruh Perubahan Perilaku Afektif terhadap Perilaku Tokoh Utama dalam *Anime Honzuki no Gekokujou Season 1* Karya Miya Kazuki. *Jurnal Budaya, Bahasa dan Sastra*.
- Laura., Jhon W., Sarwono (Afiuddin, Muhammad Chasan. 2019). Fenomena Gaya Hidup Remaja Wibu Pada Budaya Populer Jepang Melalui *Anime Dan Fashion* (Studi di daerah Daan Mogot Cengkareng Jakarta Barat). *Skripsi. Fakultas Ilmu Dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia Jakarta*.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta. PRENADAMEDIA GROUP.
- Millah, Isma. (2018). Psikologi *Anime* Studi Deskriptif Pada Komunitas *Anime* UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. *Skripsi. Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*.
- Ossorio., Leary, Mark., Lazeri, Filippe (Ayumi, Intan. 2021). Pengaruh *Anime* Kakegurui Terhadap Perilaku Remaja Pecinta Judi Virtual di Komunitas Roleplayer Quesera. *Skripsi. Program Studi Bahasa Dan Kebudayaan Jepang Fakultas Bahasa Dan Budaya Universitas Darma Persada Jakarta*.
- Purba, Bonaraja. (2020). *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar*. Medan. Yayasan Kita Menulis.
- Putri, Dhitari. (2020). Peran *Anime* “Slice Of Life” Dalam Perubahan Gaya Hidup Mahasiswa Sastra Jepang Universitas Sumatera Utara. *Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan*.
- Riyana. (Audria., Aidil., Hamdani M. Syam., MA. 2019). Analisis Semiotika Representasi Budaya Jepang Dalam Film *Anime* Barakamon. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*.
- Rinjani, Subhani. (2017). *Komunikasi Lintas Budaya*. Lhokseumawe. Unimal Press.
- Sihabudin, Ahmad. (2019). *Komunikasi Antarbudaya: Satu Perspektif Multidimensi*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Suherman, Ansar. (2020). *Buku Ajar Teori-Teori Komunikasi*. Sleman. Deepublish.
- Shiyanti, Fatha. (2018). Gambaran Perilaku Social Anxiety Disorder Pada Tokoh Tomoko Kuroki Dalam *Anime* Watashi Ga Motenai No Wa Dou Kangaetemo Omaera Ga Warui! Karya Sutradara Shin Oonuma. *Skripsi. Program Studi Sastra Jepang eJurusan Bahasa Dan Sastra Fakultas Ilmu Budaya Universitas Brawijaya*.
- Sihabudin., Befu, Syahfitri, Yunita., Ranang., Lull, James. (Anggriawan, Yoga Chandra. 2021). Analisis Semiotika Representasi Budaya Jepang Dalam *Anime* AnoHana (Studi Semiotika C.S Pierce dalam *Anime* Anohana). *Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial*

*dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.*

- Susan., Wulansuci., Walgito, Bimo., Notoatmodjo. (Zanitri, Venny., Hairunnisa., Wibowo, Sarwo Eddy. 2018). Pengaruh Menonton *Anime* Jepang Di Internet Terhadap Perilaku Imitasi Di Kalangan Komunitas Japan Club East Borneo Kota Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*.
- Sari, Wina Puspita. (2021). *Komunikasi Lintas Budaya*. Solok. INSAN CENDEKIA MANDIRI.
- Yusa, Made Marthana. (2021). *Komunikasi Antarbudaya*. Medan. Yayasan Kita Menulis.
- Sejarah dan Pengertian Anime, Kartun Buatan Jepang yang Populer*. (2022, July 22). Retrieved September 5, 2023, from katadata: <https://katadata.co.id/intan/berita/62d982116d45a/sejarah-dan-pengertian-anime-kartun-buatan-jepang-yang-populer>
- Heny Antono, S. I. (2022). Dampak Positif Otaku Anime Terhadap Perilaku Mahasiswa. *Jurnal Konseling Gusjigan*.
- Liliweri, A. (2002). *Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta: LKiS Yogyakarta.
- Raihan Reynaldi, H. R. (2022). PENGARUH TERPAAN MEDIA ANIME JEPANG TERHADAP GAYA. *JOURNAL OF DIGITAL COMMUNICATION AND DESIGN*.
- Suryani, W. (2013). KOMUNIKASI ANTARBUDAYA: BERBAGI BUDAYA BERBAGI MAKNA. *Jurnal Farabi*.