

Komodifikasi *Anime* sebagai Budaya Populer Pada Komunitas *Anime One Piece* Di Kota Medan

Muhammad Irfan Syukhori Lubis
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Abstract

The development of technology and communication currently building all these things can be easily access including culture .The process of social and cultural occurring in the information revolution has become a fascinating subjects of the principle of social science for a long time .Is related to the process is a process komodifikasi cultural values change to become a value exchange .Komodifikasi cultural change culture so as to be a popular culture is very interesting .Researchers took survey areas in the community one piece id .The kind of research taken qualitative researchers is descriptive. The research data collection are, interview process observation and, documentation. Based on the research done, the anime komodifikasi as popular culture is in one piece id field community has been very good.Besides, the reciprocal existence in of the communication and the culture that emerged in communities with anime develop a community one piece id be the space for their fans anime one piece in exchanging information and spreading the culture so that people can receive the cultural.

Key Word: Komodifikasi, Anime, Popular Culture

Abstrak

Perkembangan teknologi dan komunikasi saat ini membuat semua hal dapat di akses dengan mudah termasuk budaya. Proses sosial budaya yang terjadi di era revolusi informasi sudah menjadi bahasan yang menarik dalam kaidah ilmu sosial sejak lama. Ini terkait dengan proses komodifikasi budaya yang merupakan proses perubahan nilai guna menjadi sebuah nilai tukar. Komodifikasi budaya yang merubah budaya sehingga menjadi sebuah budaya populer merupakan hal yang menarik. Peneliti mengambil lokasi penelitian di Komunitas One Piece ID Medan. Jenis penelitian yang diambil peneliti adalah deskriptif kualitatif. Tahap pengumpulan data penelitian yaitu melakukan proses wawancara, observasi serta dokumentasi, hasil pengamatan. Berdasarkan hasil penelitian, proses Komodifikasi *Anime* Sebagai Budaya Populer yang ada di Komunitas One Piece ID Medan sudah berjalan sangat baik. Selain itu, adanya timbal balik dari arus komunikasi dan tren budaya yang timbul di masyarakat dengan adanya komunitas *anime* One Piece ID Medan yang menjadi wadah bagi para penggemar *anime* One Piece dalam bertukar informasi maupun menyebarkan budaya sehingga masyarakat dapat menerima adanya budaya tersebut.

Kata Kunci : Komodifikasi, Anime, Budaya Populer

Latar Belakang Masalah

Perkembangan cepat teknologi dan komunikasi di era sekarang membuat semua hal dapat di akses dengan mudah melalui teknologi. Proses sosial budaya yang terjadi di era revolusi informasi sudah menjadi bahasan yang menarik dalam kaidah ilmu sosial sejak lama. Proses komunikasi di era sekarang tidak hanya interaksi antar individu melainkan bisa melalui berbagai cara dengan kecanggihan teknologi yang memperluasnya.

Berbicara tentang komunikasi tidak lepas dari pembahasan kandungan yang ada dalam komunikasi tersebut. Termasuk komodifikasi tren budaya populer yang di ambil dari budaya luar menjadi budaya yang dipakai oleh masyarakat, mulai dari gaya komunikasi, gaya hidup, dan konsep diri. Serta juga perubahan nilai

budaya yang ada akibat dari timbulnya budaya populer.

Budaya populer telah menjadi kebutuhan dalam hal pemenuhan gaya hidup serta konsep diri yang menjadi imitasi dalam diri seseorang untuk mengikuti gaya maupun konsep diri seseorang. Mengutip Rahayu (2016:22-23) pada umumnya, proses pengalihan atau perubahan budaya difasilitasi oleh adanya kontak komunikasi melalui Bahasa. Tanpa bahasa, proses pengalihan kebudayaan tidak akan terjadi.

Tidak bisa disangkal bahwasanya budaya populer Jepang yang tertuang dalam anime itu sangat menarik perhatian dan mencakup berbagai kalangan serta tersebar dengan cepat ke seluruh dunia. *Animator-animator* Jepang sangat memberikan kreativitas dan ide yang tertuang dalam *anime* yang mereka

buat serta dengan kualitas yang sangat tinggi. Mereka membuat tokoh dalam cerita *anime* mereka dengan sangat menarik sehingga penonton sangat tertarik untuk menonton, mereka membuat karakter *anime* dengan detail tinggi sehingga sangat menarik di mata penonton. Selain menarik para *animator* juga membuat para penikmatnya menjadi senang akan adanya hiburan tersebut.

Seiring berkembangnya teknologi yang mendukung berkembangnya penyebaran informasi dan transaksi media *anime* tersebut. Membuat kreator-creator *anime* sangat mudah untuk menyebarluaskan *anime* ciptaannya serta mempermudah penggemar *anime* dalam mengakses informasi maupun mendapatkan tontonan *anime* kesukaannya. Komoditas *anime* ini sangat berkembang dengan semakin banyaknya tercipta komunitas serta

ajang festival *manga* dan kontes *cosplay*.

Selain itu perkembangan kepopuleran *anime* di Indonesia ditandai dengan semakin banyaknya orang yang ingin belajar tentang Bahasa Jepang yang dipengaruhi oleh *anime*. Oleh karena itu budaya populer yang ada juga membuat perubahan besar yang terjadi dalam nilai sosial di masyarakat.

Menurut Subiakto dan Ida (2012:150) budaya populer merupakan seperangkat ide, perspektif, sikap, gambaran, dan fenomena lain, yang menurut konsensus umum berada dalam lingkaran *mainstream* (arus utama) dari budaya yang ada (*given culture*). Budaya populer mulai dikenal dalam konteks budaya Barat di awal pertengahan abad ke-20, ketika kemunculan budaya *mainstream* global yang begitu marak di abad ke-

20 hingga 21. Budaya populer menjadi hadir di mana-mana, dipengaruhi oleh kehadiran media massa. Budaya populer kini telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat di dunia.

Menurut Heryanto (2012:11) budaya pop seringkali dipahami terutama sebagai barang hiburan dan barang dagangan untuk meraup laba, meski ada kasus budaya (pop atau lainnya) yang terang-terangan dirancang untuk membuahkann pernyataan politik, dan kemudian jadi terkenal, atau dicekal karena alasan politik.

Bungin (2006:101) budaya populer juga menjadi bagian dari budaya elit dalam masyarakat tertentu. Sejauh itu pula budaya populer dipertanyakan konsepnya konkret, serta pengaruhnya yang lebih dirasakan seperti umpamanya apa perbedaan antara modernisasi

dan posmodernisasi. Begitu pula pertarungan antara kebudayaan tinggi dan kebudayaan pop. Dalam hal ini akibat adanya budaya populer hingga membentuk suatu tatanan dalam dunia populer berupa komunitas dan juga *fan culture* yang menunjang penyebaran informasi dan teknologi serta perkembangan budaya populer yang ada di masyarakat.

Menurut penganjur teori komoditas budaya, dibandingkan komunitas-komunitas yang terisolasi secara geografis dan social seperti si era-era tumbuhnya tatanan masyarakat tradisional awal, tatanan masyarakat modern memiliki elite yang mulai mengembangkan bentuk subversif dari budaya massa yang mampu memaksakan dan mengganggu budaya kehidupan sehari-hari. Bentuk baru ini berfungsi secara amat halus tetapi

cara berpikir yang efektif, menyebabkan orang keliru menafsirkan pengalaman mereka dan bertindak melawan kepentingan mereka sendiri (Ibrahim dan Akhmad, 2014:25-26).

Ibrahim dan Akhmad (2014) mengatakan komodifikasi adalah proses transformasi barang dan jasa yang semula dinilai karena nilai gunanya (misalnya, nilai guna minuman untuk menghilangkan dahaga, cerita untuk berkomunikasi atau berbagi pengalaman), menjadi komoditas yang bernilai karena ia bisa mendatangkan keuntungan di pasar setelah dikemas menjadi minuman dalam botol dan buku novel, ataupun misalnya, komersialisasi pertanian untuk menjual makanan dan produksi drama untuk penyiaran komersial. Adam Smith dan penganjur ekonomi politik klasik telah membedakan

antara produk yang nilainya muncul dari pemuasan keinginan dan kebutuhan khusus manusia, yakni “nilai guna” (*use value*), dan produk yang nilainya didasarkan atas apa yang bisa ia berikan dalam pertukaran, yakni “nilai tukar” (*exchange value*). Komoditas adalah bentuk tertentu dari produk ketika produksinya terutama diorganisasikan melalui proses pertukaran. Komodifikasi adalah proses perubahan nilai guna menjadi nilai tukar.

Para ahli teori komodifikasi budaya berpendapat bahwa strategi industry budaya terutama sukses di Amerika Serikat, karena para *entrepreneur* media relatif tetap independen dari lembaga-lembaga politik. Budaya massa meraih popularitas terus-menerus, menelurkan industri-industri besar yang sukses berkompetisi untuk

merebut perhatian dan minat kebanyakan orang Amerika. Mungkin itulah sebabnya, dibandingkan dengan apa yang terjadi di Eropa, kritik terhadap budaya massa di Amerika Serikat cenderung membisu. Kebanyakan orang Amerika menerima komoditas budaya yang muncul dari New York dan Hollywood entah bagaimana pun sebagai milik mereka. Tetapi, komoditas-komoditas budaya yang sama ini telah memunculkan kontroversi yang luar biasa ketika para *entrepreneur* media AS mengeksponnya ke negara lain. Kekuatan komoditas ini untuk membentuk kembali kehidupan sehari-hari lebih jelas di kebanyakan negara Dunia Ketiga, dan bahkan dianggap lebih berbahaya dan merusak. Inilah yang kemudian melahirkan isu-isu seperti Amerikanisasi, kolonialisasi baru,

atau imperialisme media dan budaya yang juga telah menimbulkan perdebatan di kalangan pengkaji budaya dan media (Ibrahim dan Akhmad, 2014:26-27).

Dalam perkembangan kemudian, pandangan pendukung imperialisme budaya telah dikritik, misalnya, oleh pandangan yang lebih cenderung melihat bahwa globalisasi juga menciptakan adaptasi dan akomodasi budaya lewat proses “globalisasi”, yang gilirannya melahirkan corak budaya yang disebut oleh Garcia Caclini sebagai “budaya hibrida” (*hybrid cultures*), atau sebagai logika budaya globalisasi yang disebut oleh M. Kraidy sebagai “hibriditas” (*hybridity*), atau kami menyebutnya “budaya glocal”, karena globalisasi itu sendiri adalah proses ‘hibridasi’, sebagaimana juga ditegaskan oleh Nederveen Pieterse.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Hikmat (2011:37-38) metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan berperilaku yang dapat diamati.

Metode kualitatif dipergunakan dengan beberapa pertimbangan: Pertama, menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan ganda. Kedua, metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dengan responden. Ketiga, metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama dan terhadap pola-pola nilai yang dihadapi.

Dalam penelitian ini,

menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu: Wawancara, observasi dan dokumentasi. Objek penelitian ini adalah anggota dari komunitas *anime* One Piece di Kota Medan. Mereka adalah komunitas yang terbentuk karena dasar kesukaan mereka dengan *anime* One Piece tersebut. Komunitas ini dibentuk pada bulan Juni 2016 yang diawali oleh beberapa orang yang bertemu di sosial media sehingga timbul ide untuk membentuk sebuah komunitas *anime*.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku anggota komunitas One Piece ID Medan dalam menyebarkan budaya yang timbul dari *anime* One Piece dengan sesama penggemar sangat baik sehingga membuat proses komodifikasi yang

terjadi dengan budaya *anime* One Piece ini sangat terasa. Dari segi budaya banyak anggota komunitas tersebut yang mengadaptasi *fashion* yang ada dari *anime* One Piece tersebut. Kemudian, ada anggota komunitas yang memakai baju bertema *anime* tersebut, selain itu ada juga anggota komunitas tersebut yang memakai pernak pernik dari *anime* tersebut, ada yang berupa gantungan kunci maupun setelan jaket yang bergambar lambang dari bajak laut Mugiwara Luffy yang menjadi aktor utama dalam cerita *anime* One Piece tersebut.

Selain itu kegiatan yang dilakukan anggota komunitas tersebut dalam hal mengikuti *event-event* yang berkaitan dengan *anime* One Piece tersebut, mereka juga terkadang melakukan kegiatan positif lain berupa bakti sosial, seperti bakti sosial mengumpulkan

sumbangan untuk korban bencana, contohnya kemarin ada bencana alam berupa gempa bumi yang terjadi di Palu, Sigi dan Donggala dan mereka melakukan kegiatan bakti sosial tersebut.

Kemudian para anggota yang tergabung dengan komunitas tersebut, mereka lebih merasa kreativitas yang mereka miliki sangat terdukung dibalik adanya komunitas tersebut, dengan cara adanya salah satu anggota komunitas yang berkreasi dengan mengolah limbah bekas yang ia buat menjadi sebuah souvenir yang bertema *anime* One Piece tersebut. Selain itu ada juga anggota komunitas yang suka menggambar sketsa, ia memanfaatkan bakatnya itu dengan menggambar sketsa tokoh *anime* tersebut sehingga kemudian ia jual dan menjadikannya sebagai komoditi yang menguntungkan bagi dirinya

maupun bagi komunitasnya.

Komunitas yang merupakan wadah pemersatu penggemar *anime* One Piece tersebut juga melakukan hal-hal lain diantaranya adalah menyebarkan budaya Jepang serta juga menjadi wadah pembelajaran bahasa Jepang diantara penggemar *anime* One Piece tersebut. Mereka sangat membantu dalam hal penyebaran tren budaya yang timbul di kalangan penggemar *anime*, mereka menyebarkan berbagai hal tersebut dengan dibantu oleh perkembangan teknologi yang sangat cepat di jaman ini.

Komunitas tersebut juga selalu mengikuti *event-event* seperti *event cosplay* serta *event* kompetisi menggambar sketsa dari tokoh *anime* yang ada di dalam cerita *anime* One Piece tersebut. Dengan mereka mengikuti acara seperti itu keuntungan lain yang mereka dapat

seperti mereka lebih dikenal oleh masyarakat dengan adanya komunitas yang mereka dirikan.

Selain itu kegiatan yang dilakukan anggota komunitas tersebut dalam hal mengikuti *event-event* yang berkaitan dengan *anime* One Piece tersebut, mereka juga terkadang melakukan kegiatan positif lain berupa bakti sosial, seperti bakti sosial mengumpulkan sumbangan untuk korban bencana.

Sebagai komunitas yang berorientasi membahas segala hal berkaitan dengan *anime* One Piece tersebut. Mereka sering melakukan pembahasan mengenai *anime* tersebut terkait dengan membahas bagaimana cerita *anime* tersebut berlangsung maupun juga membahas bagaimana karakter-karakter yang ada di dalam *anime* tersebut, selain itu juga mereka terus memperkenalkan diri di masyarakat bahwasanya komunitas

anime tersebut bukan hanya sekedar membahas *anime* melainkan juga sebagai pemersatu antar penggemar *anime* One Piece dan juga sebagai wadah positif antar penggemar meluangkan pemikirannya.

Komunitas yang merupakan wadah pemersatu penggemar *anime* One Piece tersebut juga melakukan hal-hal lain diantaranya adalah menyebarkan budaya Jepang serta juga menjadi wadah pembelajaran bahasa Jepang diantara penggemar *anime* One Piece tersebut. Mereka sangat membantu dalam hal penyebaran tren budaya yang timbul di kalangan penggemar *anime*, mereka menyebarkan berbagai hal tersebut dengan dibantu oleh perkembangan teknologi yang sangat cepat di jaman ini.

Selain itu di era milenial ini para peminat juga sudah mudah mendapatkan informasi terkait

dengan *anime* One Piece tersebut, ada diantaranya dengan banyak tersebar *website* ataupun blog yang membahas atau hanya sekedar sebagai wadah bagi penggemar *anime* untuk mudah mengakses berbagai tayangan dan bacaan dari *anime* dan *manga*. Sehingga membuat para penggemar semakin tertarik dengan adanya *anime* tersebut. Sebagai anggota komunitas One Piece ID Medan penulis mendapatkan beberapa hal yang menjadi faktor pendukung mudahnya penyebaran maupun komodifikasi yang terjadi terhadap budaya populer *anime* One Piece tersebut.

Tren budaya yang timbul akibat adanya *anime* One Piece tersebut membuat semakin mudah penyebaran budaya *anime* One Piece tersebut sehingga banyak publik yang menyukai *anime* serta juga banyak yang mengikuti tren *fashion*

maupun tren lain yang timbul dari adanya *anime* tersebut. Sebagai anggota komunitas *anime* One Piece tersebut mereka banyak yang memakai pernak pernik yang berkaitan dengan *anime* tersebut, sehingga publik melihat dan menilai serta juga menjadi tahu bahwa yang mereka pakai adalah bagian dari tren budaya yang timbul karena adanya *anime* One Piece tersebut.

Mereka juga menyebarkan tren budaya yang timbul dari *anime* tersebut sebagai hobby yang mereka sukai tanpa adanya norma yang dilanggar dimasyarakat sehingga masyarakat menyambut baik dengan adanya komunitas tersebut, masyarakat melihat komunitas tersebut sebagai wadah positif yang ada di masyarakat. Dengan adanya kegiatan positif yang dilakukan oleh komunitas tersebut.

Kemudian terdapat hal

menarik terkait dengan komodifikasi budaya yang ada di dalam *anime* One Piece di masyarakat, contohnya Ganda yang mengatakan bahwa tren budaya yang ada di masyarakat sangat cepat berkembang dengan adanya orang-orang yang mengikuti tren *fashion* yang diangkat dari *anime* tersebut serta dia juga mengatakan bahwa jaman sekarang ini publik lumayan menyukai *anime* tersebut walaupun tidak semua kalangan yang mudah mengerti dengan alur cerita *anime* One Piece tersebut.

Keunikan serta originalitas dari *anime* One Piece membuat para penggemar semakin mengimitasi budaya yang ada serta semakin tertarik dengan mengoleksi berbagai hal terkait dengan *anime* One Piece tersebut. Contohnya saja seperti semakin banyaknya penggemar memakai aksesoris yang bertema

anime One Piece tersebut. Ada juga yang mengadaptasi tren *fashion* yang diangkat dari gaya berpakaian maupun gaya rambut yang ada pada karakter-karakter *anime* One Piece tersebut.

Penutup

Tren budaya yang ditimbulkan oleh adanya *anime* One Piece tersebut membuat masyarakat yang mengikuti tren *fashion* yang diangkat dari tokoh atau karakter yang ada dalam *anime* One Piece tersebut. Tingkat kesukaan publik terhadap *anime* One Piece tersebut sangat meningkat dikarenakan mudahnya akses untuk mendapatkan berbagai informasi terkait dengan tren budaya sehingga meningkatkan minat penggemar dalam hal mempelajari maupun mengadaptasi tren tersebut.

Anime One Piece sangat mudah diadaptasi oleh penggemar

karena banyak penggemar yang mengikuti dan meniru berbagai hal contohnya seperti semakin banyak gaya berpakaian atau *cosplay* yang digunakan oleh penggemar.

Banyak keuntungan yang diperoleh dari adanya *anime* One Piece tersebut contohnya dari adanya penjualan *merchandise* serta aksesoris dan pakaian yang bertema *anime* One Piece tersebut dan ada juga keuntungan lain seperti semakin banyaknya kontes maupun *event-event* yang dilakukan bertema tentang *anime*.

Sisi negatif yang timbul dari adanya *anime* One Piece dari psikologis adalah dengan adanya candu dengan tayangan *anime* tersebut membuat para peminat atau penonton kurang produktif dalam beraktifitas dengan timbulnya sifat tak acuh dengan lingkungan atau tidak peduli dengan lingkungan

sekitar.

Akibat yang ditimbulkan juga semakin tergerusnya budaya lokal yang ada di Indonesia dengan adanya budaya Jepang yang masuk melalui tayangan *anime* One Piece tersebut dengan banyak budaya Jepang yang ditiru atau di imitasi oleh peminat atau penonton tayangan *anime* tersebut.

Rahayu, Ani Sri. 2016. *ISBD Perspektif Baru Membangun Kesadaran Global Melalui Revolusi Mental*. Jakarta: Bumi Aksara.

Subiakto, Henry dan Rachmah Ida. 2012. *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Daftar Pustaka

Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Hikmat, Mahi M. 2011. *Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Heryanto, Ariel. 2012. *Budaya Populer di Indonesia Mencairnya Identitas Pasca-Orde Baru*. Yogyakarta: Jalasutra.

Ibrahim, Idi Subandy, Bachruddin Ali Akhmad. 2014. *Komunikasi dan Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.