

**PENGARUH ANIME NARUTO JEPANG TERHADAP  
PERILAKU PENGGEMAR DI MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**AHMAD FOUNDRA FAHREZI  
198530226**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL & POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2025**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 14/8/25

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)14/8/25

**PENGARUH ANIME NARUTO JEPANG TERHADAP  
PERILAKU PENGGEMAR DI MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik  
Universitas Medan Area



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL & POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2025**

### LEMBAR PENGESAHAN

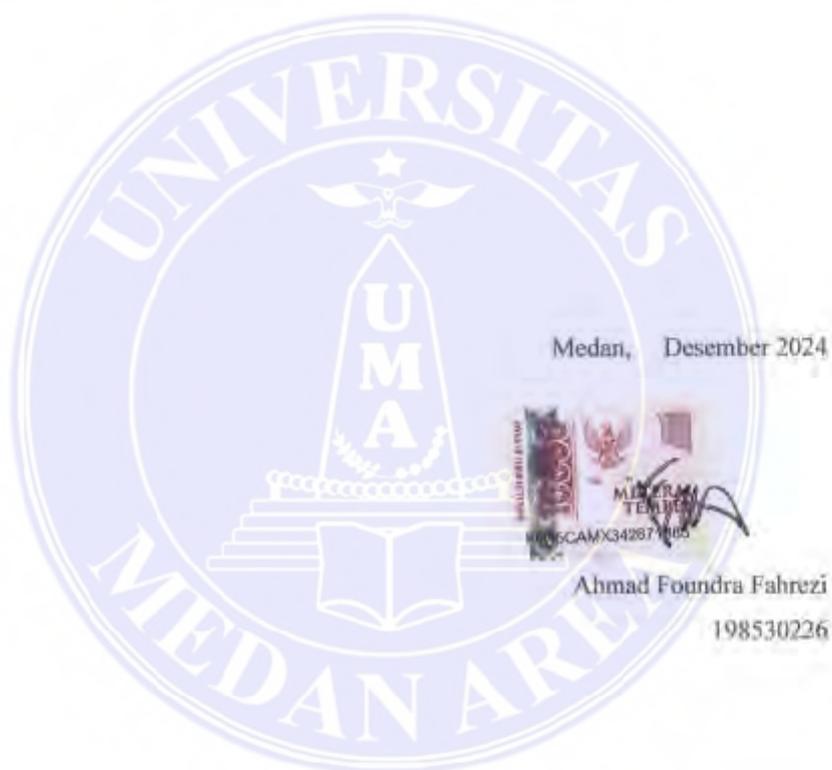
Judul : Pengaruh Anime Naruto Jepang Terhadap Perilaku Penggemar di  
Media Sosial Instagram  
Nama : Ahmad Foundra Fahrezi  
NPM : 198530226  
Program Studi: Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Tanggal Lulus: 11 April 2025

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana ini adalah hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam skripsi ini yang dikutip dari hasil karya orang lain sudah dituliskan sumbernya secara jelas dan sesuai dengan norma dan aturan penulisan yang ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi-sanksi dengan peraturan yang berlaku apabila di kemudian hari ditemukannya sifat plagiat dalam skripsi ini.



## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademis Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Foundra Fahrezi  
NPM : 198530226  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi

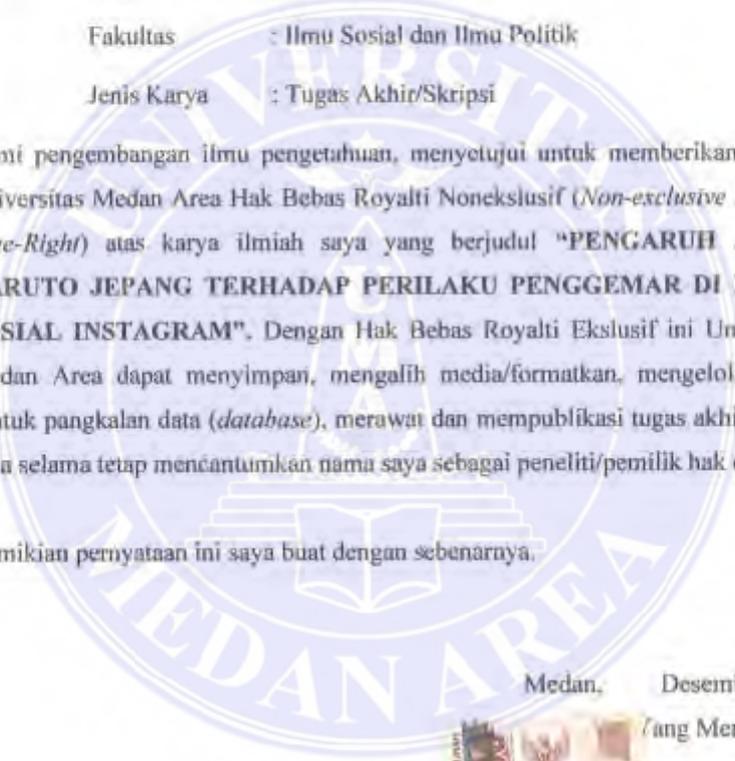
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free-Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "PENGARUH ANIME NARUTO JEPANG TERHADAP PERILAKU PENGGEMAR DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM". Dengan Hak Bebas Royalti Eksklusif ini Universitas Medan Area dapat menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasi tugas akhir/skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, Desember 2024

Tang Menyatakan

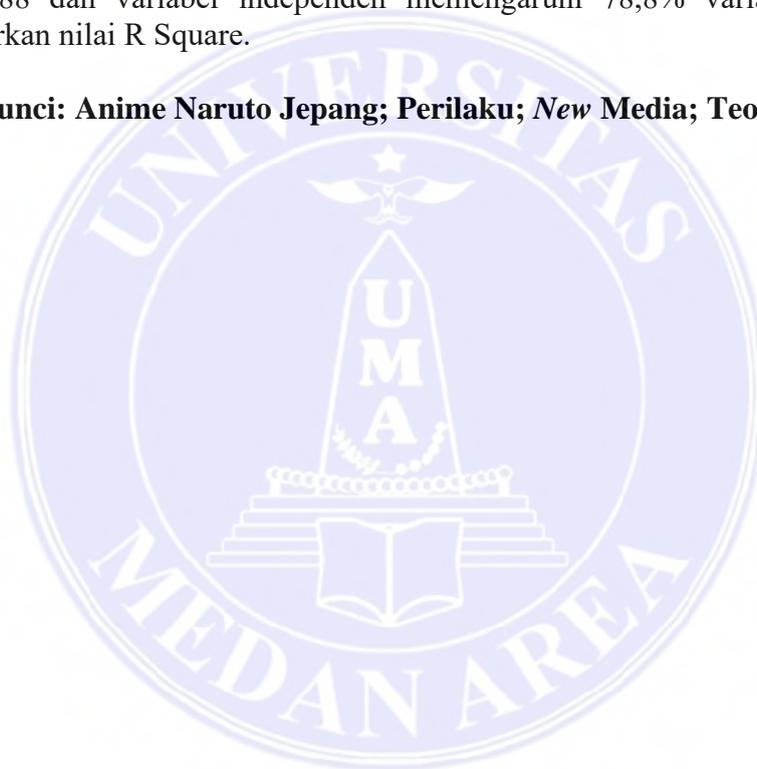
  
Ahmad Foundra Fahrezi  
198530226



## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Pengaruh Anime Naruto Jepang Terhadap Perilaku Penggemar di Media Sosial Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Anime Naruto Jepang memiliki dampak terhadap perilaku penggemarnya di Media Sosial Instagram dan seberapa besar pengaruh Anime Naruto Jepang terhadap perilaku penggemarnya di Media Sosial Instagram. Teori yang digunakan adalah *new media* dan SOR (*Stimulus, Organisme, Response*). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengolahan data dan analisis data menggunakan SPSS 25 dan Microsoft Excel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa anime Naruto memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku penggemar di Instagram, dengan tingkat akurasi 0,866 dan signifikansi di bawah 0,05. Hasilnya juga menunjukkan hubungan kuat dengan koefisien korelasi (R) 0,888 dan variabel independen memengaruhi 78,8% variabel dependen, berdasarkan nilai R Square.

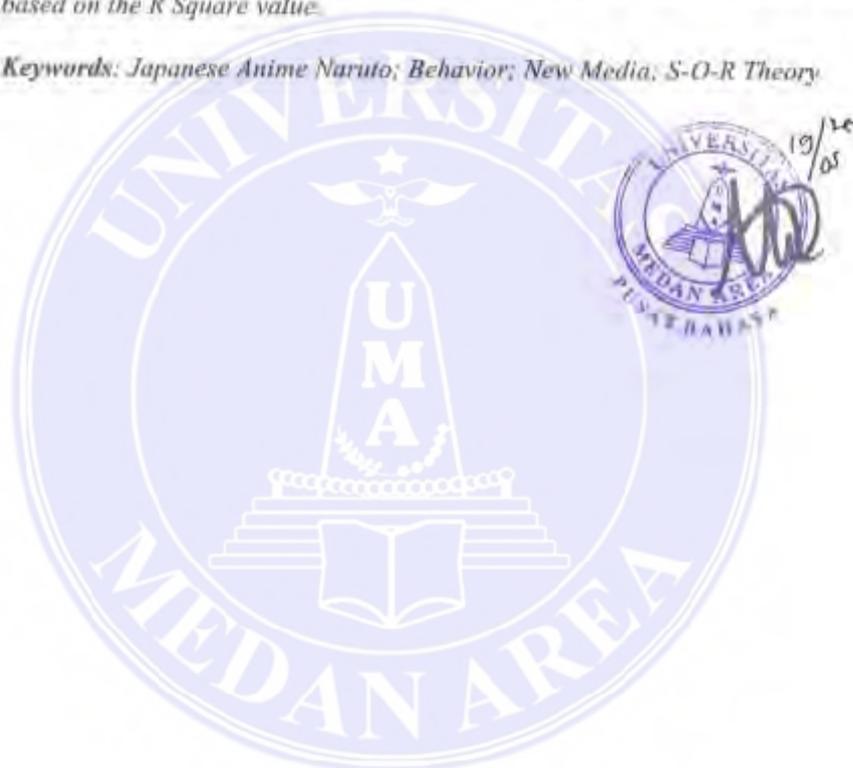
**Kata Kunci:** Anime Naruto Jepang; Perilaku; *New Media*; Teori S-O-R



### ABSTRACT

*This research is entitled The Effect of Japanese Anime Naruto on Fans' Behavior on Instagram Social Media. This research aimed to find out whether Japanese Anime Naruto had an effect on fans' behavior on Instagram Social Media and how significant the effect of Japanese Anime Naruto was on fans' behavior on Instagram Social Media. The theories used were new media and S-O-R (Stimulus, Organism, Response). This research used a quantitative approach with data processing and data analysis using SPSS 25 and Microsoft Excel. The results of the research showed that Anime Naruto had a significant effect on fan behavior on Instagram, with an accuracy level of 0.866 and a significance below 0.05. The results also showed a strong correlation with a correlation coefficient (R) of 0.888, and the independent variable affected 78.8% of the dependent variable based on the R Square value.*

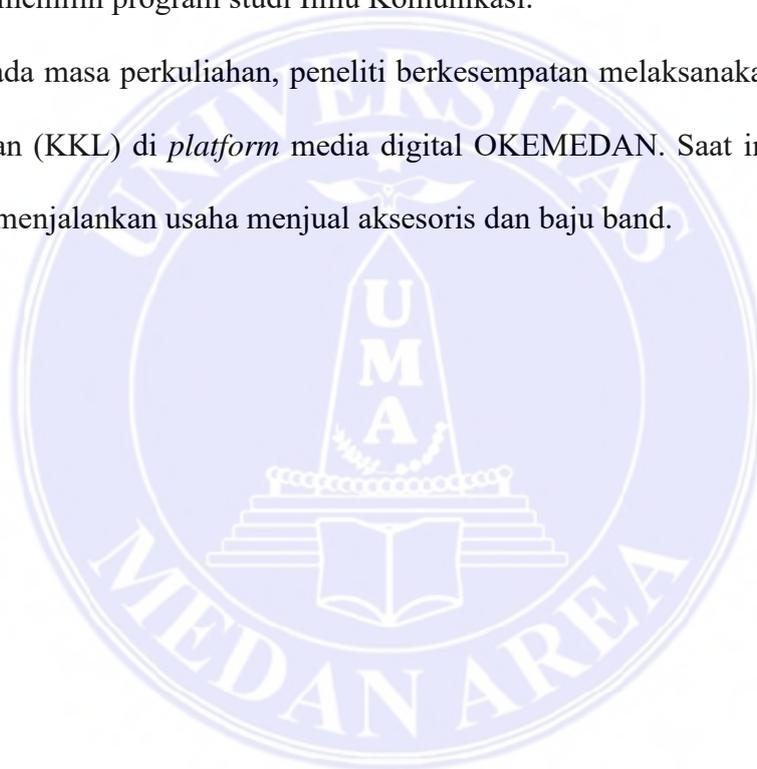
**Keywords:** Japanese Anime Naruto; Behavior; New Media; S-O-R Theory



## RIWAYAT HIDUP

Peneliti Bernama Ahmad Foundra Fahrezi, lahir di Medan pada tanggal 24 oktober 2001 dan saat ini beralamat di Jalan Tanjung Selamat. Peneliti mengawali pendidikan di TK Mekar Sari, lalu lanjut di SD Al-Fachran, kemudian lanjut di SMP Brigjend Katamso dan berlanjut di SMK Telkom Sandhy Putra. Setelah lulus di bangku SMK, peneliti melanjutkan pendidikan di Universitas Medan Area dengan memilih program studi Ilmu Komunikasi.

Pada masa perkuliahan, peneliti berkesempatan melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di *platform* media digital OKEMEDAN. Saat ini, peneliti juga sedang menjalankan usaha menjual aksesoris dan baju band.



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan kekuatan, kesehatan, dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana Pendidikan bagi mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi di Universitas Medan Area. Hanya dengan kehendaknya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan judul “Pengaruh Anime Naruto Jepang Terhadap Perilaku Penggemar di Media Sosial Instagram”.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis tidak dapat berjuang sendiri tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, baik dari segi materil maupun spriritual. Pasa kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc, selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Walid Mustafa Sembiring, S.Sos, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area
3. Bapak Dr. Selamat Riadi, SE, M.I.Kom, selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
4. Bapak Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, MAP, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area.
5. Bapak Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, MAP, selaku Dosen Pembimbing Utama yang memberikan masukan dan arahan dengan baik.
6. Bapak Angga Tinova Yudha, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang memberikan masukan dan menaruh arahan dengan baik.
7. Bapak Khairullah, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku Sekretaris.

8. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, terkhususnya Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area.
9. Seluruh Karyawan dan Staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
10. Teruntuk kedua orang tua tercinta Ayahanda Achmad Rudi dan Ibunda Linda Waty Hasibuan yang senantiasa mendoakan dan memberikan bantuan kepada peneliti untuk menyelesaikan perkuliahan sampai selesai.
11. Teruntuk Achmad Fathan Padillah selaku adik kandung yang senantiasa memberikan semangat dalam menyelesaikan penelitian ini.
12. Terima kasih kepada teman-teman sejawat perkuliahan dan teman-teman seperjuangan.

Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Hanya harapan dan doa, semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semua pihak yang telah berjasa dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi ini. Sebagai manusia yang masih belajar, peneliti menyadari dalam penulisan skripsi ini masih ada kekurangan oleh karena itu peneliti mohon maaf bila terdapat kesalahan dalam karya tulis ini. Peneliti mengharapkan saran dan kritik dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Medan, Desember 2025



Ahmad Foundra Fahrezi

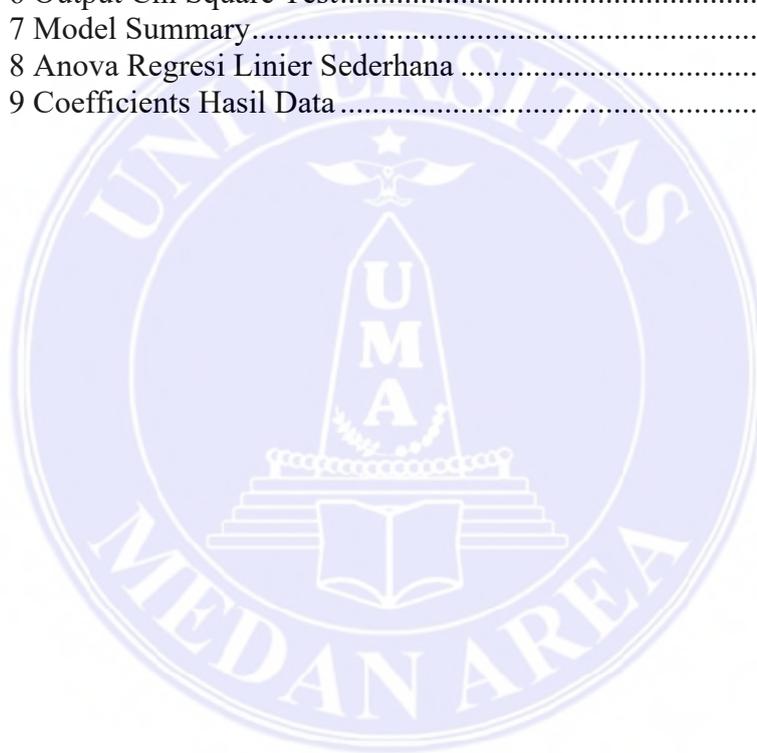
## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	4
1.3 Rumusan Masalah .....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1 <i>New Media</i> .....	7
2.1.1 Media Sosial .....	11
2.1.2 Instagram .....	12
2.2 Anime .....	16
2.2.1 Anime Naruto .....	18
2.3 Teori S-O-R ( <i>Stimulus, Organism, Response</i> ) .....	22
2.5 Defenisi Perilaku .....	24
2.6 Penelitian Terdahulu.....	26
2.7 Kerangka Teori .....	28
2.8 Defenisi Variabel.....	28
2.9 Defenisi Operasional .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	30
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	30
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	30
3.4 Sumber Data .....	34
3.5 Populasi dan Sampel.....	34

3.6 Instrumen Penelitian .....	34
3.6.1 Uji Validitas .....	35
3.6.2 Reliabilitas .....	35
3.6.3 Uji Keabsahan Data .....	36
3.7 Teknik Analisis Data .....	37
3.7.1 Analisis Tabel tunggal .....	37
3.7.2 Analisis Tabel Silang .....	37
3.8 Uji Hipotesis .....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>39</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	39
4.2 Analisis Statistik .....	41
4.2.1 Uji Validitas .....	41
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	43
4.3 Analisis Tabel Tunggal .....	44
4.4 Analisis Tabel Silang .....	46
4.5 Uji Hipotesis .....	50
4.5.1 Uji Regresi Linier Sederhana .....	50
4.6 Pembahasan .....	51
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>70</b>
5.1 Kesimpulan .....	70
5.2 Saran .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 2. 2 Definisi Operasional .....	29
Tabel 3. 1 Angka Indeks Korelasi Product Moment.....	35
Tabel 3. 2 Instrumen Penelitian .....	37
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas.....	42
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reabilitas (Data Primer diolah SPSS 25) 2024 .....	43
Tabel 4. 3 Uji Tabel Tunggal (Data Primer diolah Ms Excel) 2024.....	45
Tabel 4. 4 Frekuensi Data Tunggal.....	46
Tabel 4. 5 Output Crosstab Anime Naruto Jepang dengan Perilaku Penggemar...47	
Tabel 4. 6 Output Chi Square Test.....	49
Tabel 4. 7 Model Summary.....	50
Tabel 4. 8 Anova Regresi Linier Sederhana .....	51
Tabel 4. 9 Coefficients Hasil Data .....	51



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Anime Naruto .....	19
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir .....	28
Gambar 4. 1 Responden Penelitian .....	41
Gambar 4. 2 Frekuensi Data Tunggal .....	45



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisoner Penelitian.....	74
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas .....	75
Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas .....	75
Lampiran 4 Hasil Analisis Tabel Tunggal .....	76
Lampiran 5 Hasil Analisis Tabel Silang .....	76
Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi .....	76



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di tengah zaman modern, kita menyadari bahwa jejaring sosial tidak dapat dihindari dan akan terus berkembang seiring kemajuan teknologi. Saat ini, kemajuan teknologi terkait dengan hampir setiap tindakan manusia, dan beberapa individu bahkan dapat mencari nafkah melalui *platform* media sosial seperti TikTok atau Instagram. Berdasarkan data *WE ARE SOCIAL*, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia per Januari 2022 berjumlah 191 juta orang. Angka tersebut naik dari 170 juta pada tahun lalu, 12,35% lebih banyak dari saat ini. Jumlah pengguna media sosial di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya, namun pertumbuhannya mengalami fluktuasi antara tahun 2014 hingga 2022 ([www.WeAreSocial.com](http://www.WeAreSocial.com))

Penggunaan *platform* media sosial telah meluas hingga mencakup berbagi informasi, membeli/menjual, menjual jasa, dan aktivitas lainnya. Saat ini, jejaring sosial juga menjadi cara untuk berbagi pengetahuan pendidikan. Seiring berjalannya waktu, jejaring sosial juga dapat digunakan sebagai sarana hiburan dan tempat menarik bakat (Siti Nurbaiti Fauziyyah, dkk, 2020).

Menurut Paradita (Liputan6.com), media saat ini merupakan bagian penting dari masyarakat untuk memenuhi kebutuhan informasi serta menunjang aktivitas dan pekerjaan. Ketika sarana komunikasi berkembang karena kebutuhan, hubungan antarpribadi tercipta. Rasa malu dan ketidakmampuan anak untuk berkomunikasi dengan jelas dan akurat merupakan masalah yang dapat muncul dari masalah ini. Informasi terkini dapat dibagikan melalui Instagram, yang

merupakan salah satu *platform* media sosial terpopuler saat ini. Tujuan dari desain Instagram adalah untuk menyediakan *platform* untuk berbagi foto dan video. Pengguna dapat menerima berita di Instagram melalui umpan langsung, yang akan terlihat di linimasa. Instagram memungkinkan pengguna untuk melacak minat mereka, seperti suka, tidak suka (film), dan seni (artis) (Zahra & Rina 2018).

Sebuah teknik dalam menciptakan ilusi gerakan yang menampilkan serangkaian gambar atau *frame* secara berurutan dalam waktu yang cepat. Dalam animasi, gambar-gambar statis yang dikenal sebagai *frame*, diubah secara bertahap untuk menampilkan pergerakan objek atau karakter. Ketika *frame-frame* ini diputar dalam urutan yang cepat, mata manusia menangkapnya sebagai gerakan yang mulus dan kontinyu (Madcoms, 2009).

Animasi dapat diciptakan melalui berbagai metode, termasuk animasi tradisional (gambar tangan), stop motion (menggerakkan objek fisik satu *frame* pada satu waktu), dan animasi komputer. Dengan kemajuan teknologi, animasi komputer telah menjadi sangat populer karena kemampuannya untuk menciptakan visual yang lebih realistis dan kompleks. Metode ini melibatkan penggunaan perangkat lunak komputer untuk membuat model 3D dari karakter dan lingkungan, yang kemudian dianimasikan secara digital.

Selain dalam film dan televisi, animasi juga digunakan dalam berbagai bidang lainnya seperti videogame, iklan, pendidikan, dan simulasi medis. Animasi memungkinkan kreativitas yang tak terbatas, memungkinkan pencipta untuk menggambarkan dunia yang fantastis, karakter yang hidup, dan situasi yang tidak mungkin diwujudkan dalam kehidupan nyata. Animasi terdapat di dalamnya gabungan seni, teknologi, dan narasi untuk menghasilkan pengalaman visual yang

memikat dan menghibur.

Anime (アニメ) (dibaca: a-ni-me, bukan a-nim) adalah animasi khas Jepang yang dikenal dengan gambar-gambar berwarna mencolok yang menggambarkan berbagai karakter di beragam latar dan cerita, serta ditujukan untuk berbagai tipe penonton. Gaya visual anime sangat dipengaruhi oleh manga, yaitu komik khas Jepang. Kata "anime" sendiri ditulis dalam tiga karakter katakana, yaitu a, ni, me (アニメ), yang merupakan serapan dari kata bahasa Inggris "Animation" dan diucapkan sebagai "Anime-shon". Tahun 1963 menandai dimulainya popularitas luas anime Astro Boy karya Ozamu Tezuka. Anime ini telah menjadi jauh lebih dewasa daripada pendahulunya. Dengan menggabungkan grafik, narasi menjadi lebih menarik dan memikat. Kartun dan komik sangat digemari oleh penduduk Jepang.

Saluran kabel yang dikenal dengan konten animasinya, seperti One Piece dan Naruto, memilih untuk mengirimkan kartun dari luar negeri karena alasan ini. Anime telah muncul sebagai usaha yang menguntungkan bagi semua orang saat ini, dengan banyak orang menggunakannya untuk melakukan kejahatan, termasuk mereka yang ada di Instagram. Animador adalah orang-orang yang menulis tentang anime. (www.Anonim1.com, 2013). Segala sesuatu diciptakan oleh individu. Perilaku publik dan internal, serta perilaku terselubung atau internal, pada dasarnya merupakan aspek terpisah dari perilaku pribadi (Sunaryo, 2004). Korelasi dengan respons atau tindakan individu (*organisme*) merupakan manifestasi dari rangsangan internal dan eksternal seperti yang diungkapkan oleh Bimo Walgito (2001).

Hiburan yang diberikan oleh anime dapat memberikan pelajaran berharga dalam hal moralitas dan pelajaran hidup, serta menginspirasi pemirsa melalui pakaian atau karakter. Kita bisa melihat bahwa dalam acara-acara festival Jepang yang sering berlangsung di Indonesia, mereka menggunakan kostum *costplay* para pemainnya. Pakaian yang sama yang dikenakan oleh karakter anime favorit mereka menjadi sumber kebanggaan bagi beberapa orang, yang bahkan meniru penampilan mereka. Televisi Indonesia mengalami kemunduran dalam animasi pada awal tahun 1900-an, karena banyak stasiun lokal mengubah acara mereka menjadi serial. Indonesia telah menyaksikan kebangkitan penggemar anime, dengan siswa sekolah menengah memiliki sedikit favorit penggemar karena adanya banyak blog atau situs web yang menawarkan anime gratis dengan subtitle Indonesia.

Indonesia telah menyaksikan kemajuan yang sangat pesat dalam bidang animasi sejak pertama kali muncul. Anak-anak bukan satu-satunya yang gemar menonton anime, karena remaja dan orang dewasa juga ikut serta. Anak-anak tidak kekurangan hal-hal yang mereka anggap menarik, seperti kartun. Nilai-nilai moral dan pelajaran yang disampaikan dalam animasi dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, sementara budaya dan peran yang dimainkan oleh karakter kartun juga dapat berfungsi sebagai inspirasi..

## 1.2 Batasan Masalah

Pembatasan masalah digunakan untuk mencegah terjadinya penyimpangan atau perluasan dari pokok masalah, sehingga penelitian dapat lebih fokus dan memudahkan dalam proses pembahasannya, dengan demikian tujuan penelitian dapat dicapai. Beberapa batasan dalam penelitian

ini adalah:

1. Cakupan hanya mencakup informasi terkait Anime.
2. Informasi yang disajikan meliputi: Definisi Anime, Pengaruh Anime, dan manfaatnya

### **1.3 Rumusan Masalah**

Hal yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Apakah Anime Naruto Jepang memiliki dampak terhadap perilaku penggemarnya di Media Sosial Instagram?
2. Seberapa besar pengaruh Anime Naruto Jepang terhadap perilaku penggemarnya di Media Sosial Instagram?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Maka yang menjadi tujuan penelitian, yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah Anime Naruto Jepang memiliki dampak terhadap perilaku penggemarnya di Media Sosial Instagram.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Anime Naruto Jepang terhadap perilaku penggemarnya di Media Sosial Instagram.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini, yaitu:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam bentuk teori dan pengetahuan dalam bidang Ilmu Komunikasi, khususnya terkait komunikasi massa dan industri media digital, serta membahas dampak anime Jepang terhadap penggemar di media sosial Instagram.

## 2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memahami pengaruh anime Jepang terhadap perilaku penggemar di media sosial Instagram.

## 3. Secara Akademis

Manfaat akademis dari penelitian ini adalah sebagai referensi bagi peneliti berikutnya yang ingin menggunakan konsep dan dasar penelitian yang serupa.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 *New Media*

Menurut Everett M. Rogers (1986:2) *new media* merujuk pada bentuk-bentuk media digital yang muncul dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi modern. Istilah ini mencakup berbagai *platform* dan teknologi yang memungkinkan interaksi dua arah antara pengguna dan konten, seperti internet, *situs web*, media sosial, blog, *podcast*, aplikasi *seluler*, dan berbagai bentuk multimedia lainnya. Berbeda dengan media tradisional seperti televisi, radio, dan surat kabar yang bersifat satu arah, *New Media* menawarkan pengalaman yang lebih interaktif, di mana pengguna tidak hanya sebagai konsumen, tetapi juga sebagai produsen konten. McQuail (2000:127) salah satu ciri khas *new media* adalah sifatnya yang digital, yang memungkinkan informasi untuk dikemas, disimpan, dan disebarluaskan dalam bentuk data elektronik.

Selain itu, *New Media* juga ditandai oleh sifatnya yang terhubung secara global, di mana informasi dapat diakses secara *real-time* dari berbagai belahan dunia, serta kemampuannya untuk menggabungkan berbagai format media, seperti teks, gambar, video, dan suara dalam satu *platform*. Seperti yang diungkapkan oleh McQuail (2000:127), *new media* telah merevolusi cara orang berkomunikasi dan mengonsumsi informasi. Melalui *platform* seperti media sosial, pengguna dapat berinteraksi langsung dengan orang lain, berbagi pengalaman, dan membentuk komunitas berdasarkan minat yang sama. Hal ini juga telah membuka jalan bagi jurnalisme warga, di mana individu dapat melaporkan berita dan peristiwa secara langsung, sering kali mengungguli media tradisional dalam hal

kecepatan dan jangkauan.

Ganley (dalam Ward, 1995:284) *new media* juga memiliki pengaruh besar dalam dunia bisnis dan pemasaran. Perusahaan dapat memanfaatkan *platform* digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas, menjalankan kampanye pemasaran yang lebih terukur, dan berinteraksi dengan pelanggan secara langsung. Di sisi lain, *New Media* juga menimbulkan tantangan baru, seperti masalah privasi, keamanan data, dan penyebaran informasi palsu atau hoaks.

*New Media*, atau media baru, merupakan istilah yang mencakup berbagai bentuk media digital yang berbasis teknologi internet. Menurut Lev Manovich (Mahesa & Irwansyah, 2022), *New Media* mengacu pada teknologi digital yang memungkinkan interaktivitas, personalisasi, dan penyebaran informasi secara cepat dan masif. Berbeda dengan media tradisional seperti televisi, radio, atau surat kabar yang bersifat satu arah, *New Media* memiliki sifat interaktif, memungkinkan *audiens* menjadi produsen dan konsumen informasi sekaligus (*prosumer*).

Seiring dengan perkembangan teknologi, *New Media* mencakup berbagai platform seperti *situs web*, media sosial (Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, Youtube dan lainnya), aplikasi pesan instan, dan berbagai teknologi digital lainnya yang memungkinkan koneksi dan komunikasi global secara instan. Konsep ini mengubah cara masyarakat mengakses informasi, berkomunikasi, dan berinteraksi dengan lingkungan mereka (Rambe, 2021).

Menurut Marshall McLuhan (Sudi & Dacossta, 2019), menyatakan bahwa media bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga agen perubahan sosial. Media digital telah menjadi perpanjangan dari kehidupan manusia, yang secara langsung

memengaruhi cara manusia berpikir dan bertindak. *New Media* telah membawa dampak besar terhadap perilaku publik, baik secara positif maupun negatif, dalam berbagai aspek kehidupan, seperti komunikasi, konsumsi informasi, budaya, dan sosial, yaitu sebagai berikut (Cahyono, 2016):

### 1. Kemudahan Akses dan Perubahan Pola Konsumsi Informasi

*New Media* memberikan kemudahan akses terhadap informasi kapan saja dan di mana saja. Sebagai contoh, penelitian oleh Castells (Rafiq, 2020) menunjukkan bahwa masyarakat modern cenderung bergantung pada media digital untuk mendapatkan informasi. Hal ini menggeser perilaku tradisional masyarakat yang sebelumnya mengandalkan surat kabar atau televisi. Namun, kemudahan ini juga memunculkan tantangan berupa information overload atau kebingungan akibat terlalu banyak informasi.

### 2. Interaktivitas dan Partisipasi Publik Salah satu karakteristik utama

*New Media* adalah interaktivitas. Publik kini dapat memberikan tanggapan secara langsung melalui komentar, likes, atau shares. Hal ini menciptakan ruang diskusi yang dinamis, memungkinkan masyarakat untuk lebih aktif dalam isu-isu sosial atau politik. Menurut Jenkins (Habibah & Irwansyah, 2021), *New Media* mendukung budaya partisipatif di mana publik tidak hanya mengonsumsi konten, tetapi juga berkontribusi dalam pembentukan opini publik.

### 3. Perubahan dalam Pola Komunikasi

*New Media* telah mengubah cara individu berkomunikasi. *Platform* seperti WhatsApp, Telegram, atau Zoom memungkinkan komunikasi instan yang melampaui batas geografis. Menurut McLuhan dalam konsep "*The Medium is*

*the Message*" menjelaskan bahwa media baru tidak hanya mengubah cara komunikasi, tetapi juga memengaruhi cara berpikir dan berperilaku masyarakat. Komunikasi menjadi lebih cepat, namun terkadang kurang personal karena minimnya kontak langsung.

#### 4. Perilaku Sosial dan Budaya

*New Media* juga memengaruhi perilaku sosial dan budaya masyarakat. Budaya berbagi (*sharing culture*) menjadi tren di berbagai platform media sosial. Fenomena ini menunjukkan adanya kebutuhan akan validasi sosial, yang terkadang mendorong perilaku berlebihan, seperti memamerkan kehidupan pribadi atau mengejar popularitas melalui konten yang sensasional. Di sisi lain, *New Media* juga menjadi sarana untuk menyuarakan nilai-nilai budaya lokal dan globalisasi.

#### 5. Dampak Psikologis

Perubahan perilaku publik akibat *New Media* juga berdampak pada kesehatan mental. Fenomena seperti *fear of missing out* (FOMO), kecanduan media sosial, dan cyberbullying menjadi isu yang kerap dibahas dalam penelitian. Menurut Boyd (Proborini, Hamzah, & Muflih, 2015), media sosial menciptakan tekanan sosial yang bisa memengaruhi harga diri dan kesejahteraan psikologis individu.

#### 6. Perubahan Perilaku Konsumsi

*New Media* telah merevolusi cara masyarakat membeli barang dan jasa. Dengan kemunculan *e-commerce* seperti Amazon, Shopee, atau Tokopedia, pola konsumsi menjadi lebih praktis dan berbasis digital. Hal ini mengubah perilaku publik dari belanja secara langsung menjadi (*online shopping*).

### 2.1.1 Media Sosial

Media sosial mencakup berbagai jenis situs web dan aplikasi yang menawarkan berbagai *fitur* komunikasi dan interaksi, seperti berbagi teks, gambar, video, dan audio (Populix, 2021). Pada dasarnya, media sosial memungkinkan individu untuk berpartisipasi dalam komunikasi dua arah atau multi-arah dengan orang lain, serta mengakses dan membagikan informasi secara langsung dan instan. *Platform* media sosial sering kali menyediakan berbagai alat dan *fitur* yang memudahkan pengguna untuk berinteraksi, seperti komentar, *likes*, *shares*, dan pesan langsung.

Media sosial mencakup berbagai jenis *platform*, mulai dari situs jejaring sosial seperti Facebook dan LinkedIn, yang fokus pada membangun jaringan profesional dan sosial, hingga *platform* berbagi media seperti Instagram dan TikTok, yang lebih berfokus pada berbagi foto dan video. Selain itu, ada juga *platform* yang menggabungkan elemen-elemen ini, seperti Twitter, yang memungkinkan berbagi teks singkat serta media lainnya. Keberadaan media sosial telah mengubah cara orang berkomunikasi, berinteraksi, dan mengakses informasi. Pengguna dapat terhubung dengan teman, keluarga, dan kolega di seluruh dunia, serta bergabung dalam komunitas berdasarkan minat atau hobi yang sama. Media sosial juga memberikan *platform* bagi individu dan organisasi untuk menyampaikan pesan, membangun merek, dan terlibat dalam diskusi publik. Namun, penggunaan media sosial juga membawa tantangan tersendiri, seperti masalah privasi, penyebaran informasi palsu, dan dampak psikologis akibat perbandingan sosial. Meskipun demikian, media sosial terus berkembang dan beradaptasi dengan tren dan kebutuhan pengguna, menjadi bagian penting

dari kehidupan sehari-hari dan mempengaruhi berbagai aspek kehidupan sosial, politik, ekonomi, dan budaya.

### 2.1.2 Instagram

Instagram adalah *platform* media sosial yang dirancang untuk berbagi foto dan video, yang memungkinkan pengguna untuk mengedit, mempublikasikan, dan berinteraksi dengan konten visual melalui perangkat *mobile* dan *desktop*. Didirikan pada tahun 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, Instagram awalnya diperkenalkan sebagai aplikasi untuk iOS dan kemudian diperluas ke *platform* Android pada tahun 2012. Facebook mengakuisisi Instagram pada tahun 2012, yang memungkinkan integrasi dan pengembangan *fitur* lebih lanjut di bawah kepemilikan tersebut.

*Fitur* utama Instagram mencakup kemampuan untuk mengambil foto dan video, mengedit konten dengan berbagai filter dan alat pengeditan, serta membagikannya di *feed* atau *story*. *Feed* Instagram adalah tampilan utama di profil pengguna, konten yang diposting akan terlihat oleh pengikut. Pengguna dapat mengikuti akun lain untuk melihat konten mereka, dan konten yang muncul di *feed* mereka akan ditampilkan dalam urutan waktu atau algoritmik berdasarkan preferensi dan interaksi mereka sebelumnya. *Story* Instagram, yang diluncurkan pada tahun 2016, adalah *fitur* yang memungkinkan pengguna untuk membagikan foto dan video yang hilang setelah 24 jam. *Story* memberikan cara yang lebih spontan dan sementara untuk berbagi momen dengan pengikut tanpa mengganggu *feed* utama.

Instagram juga menawarkan *fitur* seperti IGTV untuk video yang lebih panjang, dan *Reels*, yang mirip dengan format video pendek TikTok,

memungkinkan pengguna untuk membuat video kreatif dengan musik, efek, dan transisi. Instagram berfokus pada aspek visual dari komunikasi digital, dan menyediakan berbagai alat untuk memperkaya pengalaman pengguna, seperti stiker, teks, dan alat menggambar pada *Stories*. Selain itu, Instagram mendukung interaksi sosial melalui komentar, *likes*, dan *direct messages*, yang memungkinkan pengguna berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain secara langsung.

*Platform* ini juga menyediakan *fitur* bisnis, seperti Instagram Business Profile dan Instagram Ads, yang memungkinkan merek dan bisnis untuk mempromosikan produk atau layanan mereka, berinteraksi dengan pelanggan, dan melacak analitik kinerja konten mereka. Dengan *fitur* ini, Instagram berfungsi sebagai alat pemasaran yang kuat untuk berbagai jenis bisnis, dari merek besar hingga usaha kecil. Dalam aspek komunitas, Instagram sering digunakan untuk membangun dan mengelola identitas pribadi dan profesional. Pengguna dapat mengekspresikan diri mereka melalui konten visual yang mereka bagikan, berpartisipasi dalam komunitas dengan minat serupa, dan mengikuti perkembangan tren terbaru dalam berbagai bidang, seperti mode, kecantikan, seni, dan makanan.

Secara keseluruhan, Instagram telah berkembang menjadi salah satu *platform* media sosial terkemuka dengan dampak signifikan pada cara orang berkomunikasi, berbagi informasi, dan berinteraksi dengan dunia digital. Dengan fokus pada visual dan interaksi sosial, Instagram memainkan peran penting dalam ekosistem media sosial global dan terus berinovasi dengan menambahkan *fitur-fitur* baru untuk meningkatkan pengalaman pengguna.

*New media*, termasuk media sosial seperti Instagram, telah menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi pola perilaku dan kebiasaan masyarakat modern. Salah satu konten yang menarik perhatian khusus adalah video atau gambar anime yang beredar luas di *platform* tersebut. Anime, sebagai bentuk seni visual dan narasi yang berasal dari Jepang, memiliki daya tarik universal dan telah memengaruhi berbagai aspek kehidupan masyarakat, mulai dari gaya hidup, cara berpikir, hingga preferensi hiburan. Fenomena ini tidak hanya terjadi di kalangan penggemar anime tetapi juga meluas ke masyarakat umum yang terpapar konten tersebut secara tidak langsung.

Pengaruh *new media* terhadap pola perilaku dan kebiasaan masyarakat terjadi melalui beberapa mekanisme. Pertama, *new media* seperti Instagram memungkinkan distribusi konten anime secara masif dan cepat. Algoritma platform ini dirancang untuk menyajikan konten yang sesuai dengan minat pengguna, sehingga individu yang tertarik dengan anime akan lebih sering melihat video pendek, cuplikan dari serial anime, atau gambar karakter favorit mereka. Proses ini secara perlahan membentuk kebiasaan pengguna untuk terus mengonsumsi konten serupa, yang akhirnya memengaruhi preferensi hiburan mereka.

Kedua, konten anime di Instagram sering kali disajikan dengan narasi yang menarik atau diiringi musik yang populer, membuatnya mudah diterima dan diingat oleh pengguna. Misalnya, video anime yang menampilkan adegan emosional atau komedi dengan tambahan teks dan musik yang relevan dapat membangkitkan emosi tertentu, seperti kebahagiaan, nostalgia, atau bahkan motivasi. Pengguna yang merasa terhubung dengan konten tersebut cenderung

untuk membagikan atau berinteraksi, menciptakan komunitas daring yang lebih besar dengan minat serupa. Hal ini tidak hanya membentuk pola interaksi sosial baru tetapi juga memperkuat identitas digital seseorang sebagai bagian dari "*fandom*" tertentu.

Ketiga, gambar dan video anime yang sering muncul di Instagram juga dapat memengaruhi cara berpakaian, gaya rambut, dan bahkan cara berbicara penggunanya. Tren seperti "*cosplay*" (berdandan seperti karakter anime) atau penggunaan elemen estetika anime dalam kehidupan sehari-hari semakin sering terlihat, terutama di kalangan anak muda. Beberapa pengguna bahkan mencoba meniru gaya komunikasi atau ekspresi karakter anime, yang mencerminkan sejauh mana konten visual ini dapat memengaruhi perilaku individu.

Selain itu, konten anime di Instagram juga memiliki dampak pada cara pandang masyarakat terhadap nilai-nilai budaya. Anime sering kali membawa tema-tema universal seperti persahabatan, keberanian, dan cinta, yang dapat menjadi inspirasi bagi banyak orang. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa beberapa anime juga mengandung stereotip atau penggambaran budaya tertentu yang dapat memengaruhi cara pandang pengguna terhadap realitas. Misalnya, cara anime menggambarkan kecantikan, gender, atau hubungan sosial dapat memengaruhi ekspektasi individu terhadap dunia nyata, terutama di kalangan remaja yang masih dalam proses pembentukan identitas.

Dampak lain dari konsumsi konten anime di Instagram adalah munculnya kebiasaan multitasking. Pengguna sering kali menghabiskan waktu dengan menonton video pendek sambil melakukan aktivitas lain, seperti belajar atau bekerja. Kebiasaan ini, meskipun terlihat produktif, sebenarnya dapat mengurangi

konsentrasi dan fokus jangka panjang. Selain itu, eksposur yang berlebihan terhadap konten anime di Instagram juga berpotensi menciptakan kebiasaan konsumsi pasif, di mana pengguna lebih memilih hiburan visual instan daripada aktivitas kreatif atau intelektual lainnya.

Namun, penting untuk dicatat bahwa pengaruh ini tidak selalu bersifat negatif. Bagi sebagian pengguna, konten anime di Instagram dapat menjadi sumber hiburan, pelarian dari stres, atau bahkan inspirasi untuk berkarya. Banyak seniman muda yang terinspirasi dari anime untuk menciptakan karya seni mereka sendiri, yang kemudian mereka bagikan kembali di *platform* yang sama. Dengan demikian, *new media* juga berfungsi sebagai wadah ekspresi diri dan pengembangan kreativitas.

Secara keseluruhan, video dan gambar anime di Instagram menunjukkan bagaimana *new media* dapat memengaruhi pola perilaku dan kebiasaan masyarakat melalui distribusi konten visual yang menarik dan mudah diakses. Dampaknya meliputi perubahan preferensi hiburan, pembentukan identitas sosial, adopsi gaya hidup tertentu, serta cara pandang terhadap nilai-nilai budaya. Oleh karena itu, penting bagi individu untuk menggunakan *new media* secara bijak dan seimbang, agar pengaruh positifnya dapat dimaksimalkan sementara dampak negatifnya diminimalkan.

## 2.2 Anime

Animasi Anime adalah bentuk seni animasi yang berasal dari Jepang, yang dikenal dengan gaya visual khasnya yang mencakup penggunaan warna-warna cerah, karakter-karakter dengan ekspresi wajah yang kuat, serta latar cerita yang beragam. Kata "anime" sendiri berasal dari bahasa Inggris "*animation*," namun di

Jepang, anime mengacu pada semua jenis animasi, baik buatan lokal maupun internasional (Haikal, 2018). Di luar Jepang, istilah ini lebih sering digunakan untuk menggambarkan animasi yang berasal dari Jepang.

Anime mencakup berbagai genre dan target *audiens*, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa, dengan cerita yang bisa bersifat fantasi, fiksi ilmiah, petualangan, romansa, hingga horor. Gaya visual anime sering kali dipengaruhi oleh manga, komik khas Jepang, di mana gambar-gambar karakter memiliki mata besar, rambut yang sering kali tidak realistis, dan *fitur* wajah yang sederhana namun ekspresif (Madcoms, 2009). Proses pembuatan anime bisa sangat kompleks, melibatkan tahapan mulai dari pembuatan sketsa awal, pengisian warna, hingga penambahan suara dan efek khusus. Anime dapat diproduksi dalam berbagai format, termasuk serial televisi, film, video musik, dan bahkan game. Anime juga sering kali disertai dengan musik latar yang khas dan *voice acting* yang memainkan peran penting dalam membawa karakter-karakternya menjadi hidup (Irwan, Antono, & Windrawanto, 2022).

Dengan menggabungkan grafik, narasi menjadi lebih menarik dan memikat. Kartun dan komik sangat digemari oleh penduduk Jepang. Dari yang termuda hingga yang tertua. Itu adalah bagian dari keberadaan mereka, menurut Moreka (Disorder, Disorder, Nervosa, Examination, & Questionna, 2021). Saluran kabel tertentu, seperti *Cartoon Network* dan Nickelodeon, dikenal karena kartun mereka, yang mereka ekspor ke pemirsa dalam jumlah besar. Anime telah muncul sebagai sumber pendapatan yang menguntungkan bagi banyak orang, dengan banyak orang menggunakannya untuk melakukan tindak pidana. Animador adalah orang-orang yang menulis tentang anime (Anonim', 2013).

Bingkai atau bingkai utama, yang menciptakan kesan ilusi gerakan, diciptakan oleh seorang animator, yang merupakan seniman. Tampilan yang cepat dan berurutan diperlukan untuk animasi. Banyak industri, termasuk film, televisi, permainan video, dan Internet juga mempekerjakan animasi. Untuk merekam, animasi. Proyek besar tidak dapat dilaksanakan oleh satu koordinator tetapi memerlukan kerjasama banyak koordinator (Binanto, 2010).

Istilah animator karakter digunakan untuk menggambarkan berbagai jenis animator, dengan yang terakhir berfokus pada membuat modifikasi dalam ekspresi karakter melalui dialog dan akting. Animator yang mengkhususkan diri dalam membuat animasi yang lebih dari sekadar karakter diklasifikasikan sebagai animator efek khusus. Misalnya, menganimasikan hujan, salju, air, maupun mesin (Yuliantant,2008).

### **2.2.1 Anime Naruto**

Anime Naruto adalah salah satu karya animasi Jepang yang memiliki pengaruh besar di dunia hiburan dan budaya populer. Diciptakan oleh Masashi Kishimoto, Naruto pertama kali muncul sebagai manga yang diterbitkan di majalah Weekly Shonen Jump pada tahun 1999, kemudian diadaptasi menjadi anime pada tahun 2002. Serial ini mengikuti perjalanan seorang ninja muda bernama Uzumaki Naruto, yang bercita-cita menjadi Hokage yaitu pemimpin tertinggi desa Konoha dan mendapatkan pengakuan dari orang-orang di sekitarnya. Kisah Naruto dipenuhi dengan petualangan, pertempuran epik, serta pelajaran moral yang mendalam, menjadikannya salah satu anime paling populer di dunia.



Gambar 2. 1 Anime Naruto

Sumber: (www.imdb.com, 2024)

Salah satu alasan utama Naruto begitu digemari adalah cerita yang kuat dan emosional. Serial ini tidak hanya berfokus pada aksi atau pertempuran, tetapi juga menggali tema-tema universal seperti persahabatan, kerja keras, pengorbanan, dan pentingnya tekad dalam menghadapi kesulitan. Karakter utama, Naruto, adalah sosok yang inspirasional karena meskipun ia sering diremehkan dan dijauhi

karena memiliki rubah berekor sembilan (Kyubi) yang disegel dalam tubuhnya, ia tetap berusaha untuk membuktikan dirinya kepada orang lain. Perjalanan Naruto dari seorang anak yang kesepian hingga menjadi pahlawan yang diakui memberikan pelajaran tentang pentingnya tidak menyerah pada mimpi meskipun menghadapi banyak rintangan.

Selain itu, karakterisasi dalam Naruto sangat mendalam dan kompleks, membuat penonton dapat terhubung dengan berbagai tokoh dalam cerita. Misalnya, Sasuke Uchiha, teman sekaligus rival Naruto, memiliki latar belakang tragis yang memengaruhi kepribadiannya. Hubungan antara Naruto dan Sasuke menggambarkan dinamika persaingan, persahabatan, dan pengampunan yang sering kali relevan dengan pengalaman nyata penonton. Karakter-karakter lain, seperti Sakura Haruno, Kakashi Hatake, dan berbagai ninja dari desa lainnya, juga memiliki cerita pribadi yang memperkaya dunia Naruto dan memberikan dimensi emosional yang lebih dalam.

Popularitas Naruto juga didukung oleh nilai-nilai kehidupan yang terkandung dalam ceritanya. Banyak adegan dan dialog yang menginspirasi penonton untuk terus berjuang dan menjadi versi terbaik dari diri mereka sendiri. Salah satu kutipan terkenal dari Naruto adalah, "Aku tidak akan menarik kembali kata-kataku, itulah jalan ninjaku!" (*Dattebayo*). Ungkapan ini mencerminkan prinsip konsistensi dan keberanian untuk mempertahankan keyakinan meskipun menghadapi tantangan besar. Nilai-nilai seperti ini membuat Naruto tidak hanya menjadi tontonan hiburan, tetapi juga sumber motivasi bagi banyak orang, terutama anak muda yang sedang mencari jati diri.

Dari segi estetika dan aksi, Naruto menawarkan pertarungan yang dirancang dengan koreografi luar biasa, animasi yang memukau, dan konsep-konsep menarik seperti jurus ninjutsu, genjutsu, dan taijutsu. Elemen-elemen ini memberikan pengalaman visual yang mengesankan sekaligus membangun suasana menegangkan dalam cerita. Selain itu, penggunaan latar musik yang emosional, seperti lagu-lagu pembuka (*opening theme songs*) dan penutup (*ending theme songs*), semakin memperkuat keterikatan penonton dengan cerita dan karakternya.

Anime ini juga memiliki daya tarik lintas budaya yang kuat. Meskipun akar ceritanya berada di budaya Jepang, tema-tema yang diusung Naruto bersifat universal, sehingga dapat diterima oleh penonton di berbagai belahan dunia. Penggemar Naruto sering kali menemukan nilai-nilai seperti kerja keras dan loyalitas dalam anime ini yang relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka. Beberapa orang bahkan menjadikan Naruto sebagai inspirasi dalam mencapai tujuan hidup mereka, seperti dalam bidang pendidikan, olahraga, atau hubungan sosial. Lebih dari itu, Naruto juga mendorong lahirnya budaya kreatif di kalangan penggemarnya. Banyak orang yang terinspirasi untuk membuat karya seni, menulis cerita penggemar (*fanfiction*), atau bahkan melakukan cosplay sebagai karakter favorit mereka. Komunitas penggemar Naruto di berbagai platform media sosial juga menjadi ruang untuk berbagi cerita, berdiskusi tentang alur, atau bahkan belajar dari nilai-nilai moral yang diajarkan anime ini.

Salah satu alasan utama Naruto dijadikan contoh dalam kehidupan sehari-hari adalah karena ceritanya menggambarkan perjuangan hidup yang nyata. Karakter Naruto menghadapi berbagai tantangan, seperti rasa tidak percaya diri,

kehilangan orang yang dicintai, dan keinginan untuk diakui, yang merupakan pengalaman universal. Ketekunan dan semangat pantang menyerah yang ditunjukkan oleh Naruto menjadi teladan bagi banyak orang yang menghadapi kesulitan dalam hidup mereka.

Kesimpulannya berdasarkan penjelasan yang ada diatas, bahwa Naruto adalah anime yang berhasil menarik perhatian dan hati penontonnya melalui kombinasi cerita yang kuat, karakter yang kompleks, aksi yang menarik, dan nilai-nilai kehidupan yang relevan. Pengaruhnya melampaui layar televisi, menjadi inspirasi bagi banyak orang untuk terus berjuang mencapai impian mereka dan hidup sesuai dengan prinsip yang mereka yakini. Karena alasan-alasan inilah Naruto tetap menjadi salah satu anime yang paling dicintai dan dijadikan contoh dalam kehidupan sehari-hari hingga saat ini.

### 2.3 Teori S-O-R (*Stimulus, Organism, Response*)

Teori SOR (*Stimulus-Organism-Response*) merupakan salah satu teori yang sering digunakan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat dalam proses komunikasi, psikologi, dan perilaku manusia. Teori ini pertama kali dikembangkan oleh para psikolog dalam aliran behaviorisme seperti Ivan Pavlov dan B.F. Skinner, namun kemudian diaplikasikan lebih luas ke berbagai bidang, termasuk komunikasi (Saleh & Pitriani, 2018).

Teori SOR menyatakan bahwa suatu *stimulus* (S) yang berasal dari lingkungan akan memengaruhi *organisme* (O), yaitu individu atau entitas yang menerima stimulus tersebut. *Respons* (R) yang dihasilkan adalah hasil dari proses internal yang terjadi dalam organisme sebagai reaksi terhadap stimulus tersebut. Dengan kata lain, teori ini menjelaskan hubungan linier antara rangsangan

eksternal, proses internal individu, dan perilaku yang dihasilkan. Stimulus di sini merujuk pada rangsangan yang dapat bersifat fisik, emosional, atau simbolik, seperti pesan komunikasi, iklan, atau bahkan kejadian tertentu. Organisme mengacu pada individu atau entitas yang merespons rangsangan, dan respons adalah tindakan atau reaksi terhadap rangsangan tersebut .

Teori S-O-R (*Stimulus-Organism-Response*) adalah salah satu model komunikasi yang digunakan untuk memahami bagaimana stimulus eksternal dapat mempengaruhi reaksi atau respons seseorang. Teori ini merupakan pengembangan dari konsep dasar behaviorisme, yang awalnya hanya berfokus pada hubungan antara *stimulus* (S) dan *respons* (R). Namun, dalam teori S-O-R, unsur "*Organism*" (O) diperkenalkan sebagai komponen penting yang menjembatani hubungan antara stimulus dan respons, menambahkan dimensi psikologis ke dalam proses komunikasi.

Pada konteks teori ini, "*Stimulus*" mengacu pada rangsangan atau pengaruh eksternal yang datang dari lingkungan atau dari komunikasi yang diterima individu, seperti iklan, pesan media, atau informasi dari orang lain. Stimulus ini dapat berupa apa saja yang dapat mempengaruhi panca indera atau pemikiran seseorang. "*Organism*" merujuk pada individu atau penerima stimulus, yang memiliki kondisi internal seperti emosi, persepsi, motivasi, dan pengalaman sebelumnya. Organism ini memproses stimulus yang diterimanya berdasarkan faktor-faktor internal tersebut. Dengan kata lain, individu tidak hanya bereaksi secara otomatis terhadap stimulus, tetapi juga melalui proses kognitif dan emosional yang kompleks.

"*Response*" adalah reaksi atau tindakan yang dihasilkan setelah individu

memproses stimulus yang diterimanya. Respons ini bisa berupa tindakan fisik, keputusan untuk membeli suatu produk, perubahan sikap, atau perubahan perilaku lainnya. Teori S-O-R menjelaskan bahwa reaksi seseorang terhadap suatu stimulus tidak selalu langsung dan sederhana, tetapi dipengaruhi oleh proses internal yang terjadi dalam organisme (individu). Ini berarti bahwa dua orang yang menerima stimulus yang sama mungkin merespons dengan cara yang sangat berbeda, tergantung pada bagaimana mereka memproses informasi tersebut secara internal.

## 2.5 Defenisi Perilaku

B.F. Skinner, seorang psikolog behavioris terkenal, menyatakan bahwa perilaku adalah respons atau reaksi seseorang terhadap lingkungan. Menurut Skinner, perilaku manusia dapat dipahami melalui prinsip-prinsip penguatan (*reinforcement*) dan hukuman (*punishment*). Dengan kata lain, perilaku yang diperkuat cenderung berulang, sementara perilaku yang dihukum cenderung berkurang (David, 2011). Menurut Albert Bandura (Kurnia, 2005), melalui teori belajar sosialnya, berpendapat bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh pengamatan dan pembelajaran dari lingkungan sosial. Bahwa manusia tidak hanya bereaksi secara pasif terhadap rangsangan, tetapi juga aktif mempelajari perilaku melalui pengamatan orang lain, proses yang disebut modeling.

Menurut Kurt Lewin (Luik, 2020), perilaku seseorang merupakan fungsi dari interaksi antara individu (P) dan lingkungan (E), yang dinyatakan dalam formula  $B = f(P,E)$ . Perspektif ini menekankan pentingnya faktor-faktor internal seperti kebutuhan, kepribadian, dan emosi, serta faktor eksternal seperti norma sosial dan situasi lingkungan dalam membentuk perilaku. Perilaku manusia tidak

terjadi secara acak atau kebetulan. Ia terbentuk dan dipengaruhi oleh berbagai mekanisme yang terorganisir, seperti proses belajar, pengkondisian, imitasi, dan internalisasi nilai-nilai sosial. Misalnya, seseorang dapat belajar untuk menghindari perilaku tertentu setelah mengalami konsekuensi negatif dari tindakan tersebut, atau seseorang dapat meniru perilaku orang lain yang dianggap sebagai panutan (Ali, 2010).

Selain itu, perilaku juga dipengaruhi oleh tujuan atau motif yang mendasarinya. Sebagai contoh, perilaku membantu orang lain bisa didorong oleh keinginan untuk mendapatkan pujian, rasa belas kasih, atau bahkan kewajiban moral. Di sisi lain, perilaku agresif mungkin muncul sebagai hasil dari frustrasi, ketidakamanan, atau dorongan untuk mempertahankan diri (Blum, 1974., dalam Maulana, 2009). Dalam menganalisis perilaku, penting untuk memahami bahwa setiap individu memiliki karakteristik yang unik, sehingga perilaku yang muncul dalam situasi yang sama namun bisa berberda. Misalnya, dalam situasi stres, beberapa orang mungkin menunjukkan perilaku melarikan diri atau menghindar, sementara yang lain mungkin menunjukkan perilaku menghadapi atau menyelesaikan masalah (Skinner, 1938., dalam Notoatmodjo, 2007).

Menurut Sarlito wirawan Sarwono (1983) perilaku juga dapat dikategorikan ke dalam perilaku adaptif dan maladaptif. Perilaku adaptif adalah perilaku yang membantu individu untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan atau situasi tertentu secara efektif, sedangkan perilaku maladaptif adalah perilaku yang justru menghambat kemampuan individu untuk berfungsi secara optimal dalam kehidupannya (Norhabiba & Ragil Putri, 2018). Dalam konteks sosial, perilaku memiliki peran penting dalam membentuk dan mempertahankan hubungan

antarmanusia. Perilaku sosial seperti komunikasi verbal dan nonverbal, empati, kerja sama, dan kepatuhan terhadap norma sosial adalah elemen kunci yang memungkinkan terbentuknya interaksi sosial yang harmonis (Belay, 2022).

Secara keseluruhan, perilaku adalah cerminan dari kondisi internal individu serta interaksinya dengan dunia luar. Memahami perilaku memerlukan pendekatan yang komprehensif, melibatkan pemahaman tentang aspek biologis, psikologis, dan sosial yang berkontribusi terhadap bagaimana seseorang bertindak dan bereaksi dalam berbagai situasi.

## 2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No .	Judul dan Nama Peneliti	Teori/Metode	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Pengaruh anime culture Jepang terhadap gaya hidup kaum muda urban di Indonesia, Muhammad Rivaldi Nur Alamsyah (2022)	Penelitian ini Bermaksud untuk memahami fenomena social yang terjadi yaitu perubahan gaya hidup yang diakibatkan oleh Anime. Penelitian ini berdasarkan teori Albert Bandura yaitu teori Belajar Sosial ( <i>Social Learning Theory</i> ).	Penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh Kebudayaan Anime Jepang terhadap gaya hidup masyarakat Indonesia karena semakin meningkatnya kepopuleran anime.	Memiliki persamaan menganalisis tentang anime Jepang	Penelitian ini menggunakan teori belajar social sedangkan peneliti menggunakan teori Stimulus, Organism, Respon
2	Pengaruh Perkembangan Budaya Anime Jepang terhadap perubahan perilaku kaum remaja di kota Bandung, Dio Muhammad Haikal (2018)	Penelitian ini dikembangkan dengan menggunakan teori globalisasi, dimana Anime muncul sebagai fenomena yang mempengaruhi masyarakat dunia secara massal.	Penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh Kebudayaan Anime Jepang yang juga berkembang pesat di Indonesia. Seiring dengan semakin	Memiliki persamaan meneliti pengaruh anime Jepang	Penelitian ini menggunakan teori globalisasi sedangkan peneliti menggunakan teori Stimulus, Organism, Respon

No	Judul dan Nama Peneliti	Teori/Metode	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			populernya Anime Jepang tersebut, ternyata berdampak pada ketertarikan dan perilaku masyarakat Indonesia.		
3	Dampak positif Otaku Anime Terhadap Perilaku Mahasiswa	Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif	Menurut hasil pengambilan data, dan olahan data, dapat disampaikan bahwa menjadi otaku anime dapat memberikan dampak positif terhadap perilaku manusia	Dalam penelitian ini memiliki persamaan, yaitu tentang anime. Dalam penelitian ini lebih meneliti dampak positif di kehidupan sehari-hari bagi mahasiswa	Perbedaan dalam penelitian ini adalah metode yang digunakan, dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif, sedangkan peneliti menggunakan metode kuantitatif
4	Hubungan menonton anime Jepang (Anime) dengan konsep diri remaja di komunitas Atsuki Yogyakarta	Metode yang digunakan penelitian ini adalah Analistik Kausalitas dengan rancangan cross sectional.	Ada hubungan menonton animasi Jepang (anime) dengan konsep diri remaja di komunitas Atsuki Yogyakarta	Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama ingin meneliti tentang anime dampak dalam kehidupan sehari-hari	Perbedaan penelitian ini yaitu metode penelitian yang digunakan. Penelitian ini lebih meneliti kepada komunitas tertentu.
5	Analisis terhadap konsep diri remaja pecinta anime di Komunitas Genesis Art Semarang	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif	Keempat informan sebagai pecinta anime memiliki konsep diri yang positif. Hal ini didasarkan pada konsep diri positif yang	Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama dalam konsep anime bagi orang-orang yang	Perbedaan dalam penelitian ini yaitu pada metode penelitiannya menggunakan kualitatif

No .	Judul dan Nama Peneliti	Teori/Metode	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			dijelaskan oleh William D.Brooks dan Philip. Yang mana konsep diri positif ini terbentuk akibat rangsangan dari lingkungan maupun dari dalam diri.	mengikuti anime.	pendekatan deskriptif. Sedangkan peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif.

## 2.7 Kerangka Teori

Kerangka konsep adalah suatu hubungan teoritis yang menghubungkan variabel-variabel dalam penelitian, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Hubungan ini akan diamati atau diukur melalui penelitian yang akan dilakukan ( Sugiyono, 2014).



Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir

Sumber: Peneliti (2024)

## 2.8 Defenisi Variabel

Variabel-variabel yang digunakan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (X) Variabel bebas adalah faktor atau unsur yang dianggap sebagai penyebab atau pendahulu dari variabel lain, yang disebut variabel terikat. Dalam penelitian ini, variabel bebasnya adalah anime Naruto dari

Jepang yang mempengaruhi perilaku penggemar.

2. Variabel Terikat (Y) Variabel terikat adalah variabel yang diperkirakan sebagai akibat atau dipengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya (variabel bebas). Dalam penelitian ini, variabel terikatnya adalah perilaku penggemar anime Naruto dari Jepang.

## 2.9 Defenisi Operasional

Tabel di bawah ini akan menjelaskan mengenai definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 2. 2 Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Alat Ukur
V. Bebas a. Pengaruh Anime Naruto Jepang di Media sosial	Durasi, frekuensi, dan atensi yang responden berikan ketika mengakses anime di media sosial	Kuesioner
b. Faktor Pribadi yang memengaruhi komunikasi	Variabel-variabel psikologis yang dapat memengaruhi proses komunikasi	Kuesioner
c. Terikat Perilaku Penggemar	Tanggapan atau reaksi individu yang terwujud dalam perilaku sehari-hari	Kuesioner

Sumber: Peneliti (2024)

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Pada hakikatnya, metode penelitian merupakan kegiatan ilmu pengetahuan yang bersifat terencana dan ditujukan pada tujuan praktis dan teoritis tertentu. Teknik pengumpulan data untuk tujuan dan penggunaan tertentu inilah yang mendefinisikan metodologi ilmiah (Sugiyono, 2012 : 3). Metode penelitian kuantitatif telah digunakan dalam penelitian ini. Metode kuantitatif, sebagaimana didefinisikan oleh Sugiyono (2015: 14), adalah pendekatan penelitian yang menggunakan filsafat positivis penelitian sampel dan penelitian populasi. Tujuan dari metode kuantitatif adalah untuk menentukan tingkat di mana variasi dalam suatu faktor dikaitkan dengan perubahan dalam satu atau lebih faktor lain, tergantung pada koefisien korelasi, seperti yang ditunjukkan oleh Subrata dalam Ardial (2015: 308) dan penelitian korelasional.

#### **3.2 Tempat dan Waktu Penelitian**

Penulis melakukan penelitian kepada siswa SMK Telkom yang berada di Jl. Jamin Ginting Km. 11 No. 9C, Simpang Selayang, Kec. Medan Tuntungan, Kota Medan, Sumatera Utara 20135. Penelitian akan penulis lakukan rencananya pada bulan 5 awal sampai 6 Juni.

#### **3.3 Teknik Pengumpulan Data**

Ada beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan, yaitu kuisioner, studi pustaka dan observasi.

##### **1. Kuisioner**

Kuesioner merupakan perangkat penelitian yang berisi serangkaian pernyataan

atau pertanyaan yang dirancang untuk mendapatkan informasi yang relevan dari para responden. Dalam konteks penelitian ini, kuesioner bertujuan mengumpulkan data dalam bentuk tanggapan dari peserta, baik mengenai sikap, opini, maupun persepsi mereka terhadap fenomena sosial tertentu yang menjadi objek studi dan untuk mengukur tanggapan responden, digunakan skala *Likert*, yang merupakan salah satu metode pengukuran dalam penelitian sosial yang sering digunakan untuk menilai sikap atau pendapat seseorang. Skala *Likert* berfungsi memetakan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap pernyataan-pernyataan yang diajukan. Skala ini memungkinkan peneliti mendapatkan data kuantitatif dari hal-hal yang bersifat kualitatif seperti sikap dan persepsi. Pada penelitian ini, skala *Likert* yang digunakan memiliki 4 tingkatan, yaitu peringkat 1 hingga 4. Tidak adanya opsi netral (seperti pada skala 5 tingkat) bertujuan untuk mendorong responden memberikan jawaban yang lebih tegas, baik cenderung positif maupun negatif. Contoh peringkat dalam skala *Likert* 4 tingkat adalah:

- 1) Sangat tidak setuju (1)
- 2) Tidak setuju (2)
- 3) Setuju (3)
- 4) Sangat setuju (4)

Pendekatan ini dilakukan berdasarkan panduan dari Sugiyono (2014: 58), yang menekankan bahwa penggunaan skala *Likert* bertujuan untuk membuat data tanggapan responden lebih relevan dan mudah dianalisis. Penilaian menggunakan skala *Likert* memberikan kesempatan bagi peneliti untuk mengubah data yang bersifat abstrak seperti sikap atau opini menjadi data yang

bersifat konkret dan kuantitatif, yang dapat dianalisis dengan metode statistik. Proses pengisian kuesioner ini juga menjadi penting untuk menjaga keabsahan data, dimana responden diharapkan mengisi sesuai dengan pemahaman dan persepsi pribadi mereka. Data yang dihasilkan dari tanggapan responden kemudian digunakan untuk mengidentifikasi pola, hubungan, atau kesimpulan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.

## 2. Studi Pustaka

Langkah pertama dalam studi pustaka adalah melakukan identifikasi dan pencarian sumber-sumber yang relevan. Peneliti bisa menggunakan katalog perpustakaan, *database* online, dan mesin pencari ilmiah seperti Google Scholar untuk menemukan referensi yang sesuai. Setelah itu, peneliti akan melakukan seleksi terhadap literatur yang ditemukan berdasarkan relevansi dan kredibilitasnya. Sumber-sumber yang dipilih harus berasal dari penulis atau lembaga yang terpercaya serta memiliki keterkaitan yang erat dengan topik penelitian. Selanjutnya, peneliti akan membaca dan menganalisis literatur yang telah dipilih. Tahap ini mencakup pemahaman terhadap isi literatur, pencatatan poin-poin penting, dan penilaian terhadap kualitas informasi yang disajikan. Peneliti juga mungkin akan membandingkan berbagai sumber untuk melihat apakah ada kesamaan atau perbedaan pandangan di antara para ahli dalam bidang tersebut. Selain itu, penting bagi peneliti untuk melakukan sintesis dari informasi yang telah diperoleh. Sintesis ini melibatkan penggabungan berbagai ide dan temuan dari literatur yang berbeda menjadi satu kerangka yang koheren dan komprehensif. Peneliti harus mampu menyusun narasi yang menghubungkan konsep-konsep yang ditemukan dalam literatur, serta

mengidentifikasi kesenjangan atau pertanyaan yang belum terjawab dalam penelitian sebelumnya. Pada akhirnya, hasil dari studi pustaka akan digunakan sebagai landasan teori dan kerangka konseptual dalam penelitian. Studi pustaka memungkinkan peneliti untuk memahami latar belakang masalah, mengidentifikasi tren dan perkembangan dalam bidang tersebut, serta menemukan metode atau pendekatan yang paling sesuai untuk digunakan dalam penelitian. Dengan demikian, teknik pengumpulan data melalui studi pustaka menjadi langkah penting dalam membangun dasar yang kuat untuk penelitian yang lebih mendalam.

### 3. Observasi

Salah satu pendekatan untuk mengeksplorasi atau mempelajari perilaku nonverbal melibatkan teknik observasi. Sugiyono (2018:229) menjelaskan bahwa observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang memiliki ciri-ciri khusus yang membedakannya dengan metode lainnya. Fenomena alam lainnya juga diamati olehnya, bukan hanya manusia. Peneliti dapat memperoleh wawasan tentang perilaku dan implikasinya dengan mengamatinya. Untuk mengamati situasi pedagang mikro di Kecamatan Menteng yang sebenarnya, melakukan pendaftaran dengan metode laba kotor, dan menyusun laporan keuangan bulanan, maka dilakukan penelitian. Menurut Yusuf (2013:384) Observasi merupakan faktor kunci dalam pengumpulan data, karena kemampuan peneliti untuk melihat dan mendengar subjek penelitiannya serta menarik kesimpulan darinya sangat penting. Para peneliti yang mempertanyakan dan menafsirkan apa yang mereka amati dalam kehidupan nyata dan lingkungan adalah mereka yang memahami bagaimana satu aspek

objek memengaruhi yang lain.

### 3.4 Sumber Data

Sumber data pertama yang terdapat di lokasi atau objek penelitian disebut data primer. Semua anggota kelompok vvibu dikirim kuesioner untuk memperoleh data ini. Jumlah anggotanya sekitar 43 orang. Data yang diperoleh dari sumber sekunder diklasifikasikan sebagai data sekunder, tergantung pada kebutuhannya. Para peneliti mengumpulkan informasi dari berbagai majalah mengenai anime Jepang yang berdampak pada semua bidang, termasuk media sosial.

### 3.5 Populasi dan Sampel

Penelitian tentang populasi mencakup banyak tema. Volume pencarian adalah kuantitas barang atau material yang dapat ditemukan di dalam area yang ditentukan. Penelitian ini melibatkan 43 partisipan dari VVIWBU Medan. Jumlah populasinya kurang dari 100 orang, sampelnya sudah jenuh. Sampling jenuh adalah teknik pengambilan sampel yang seluruh anggota populasinya dipilih menjadi sampel.

Sensus adalah istilah lain yang digunakan untuk menggambarkan metode ini. Dalam kebanyakan kasus, pengukuran ukuran sampel dinyatakan sebagai persentase. Jika ukuran populasi sama, maka jumlah sampel yang membentuk 100% dari populasi sampel. Kemungkinan terjadinya kesalahan generalisasi yang lebih tinggi dikaitkan dengan lebih banyak sampel yang terkait erat dalam populasi, sementara mengurangi jumlah atau proporsi sampel penelitian yang lebih kecil meningkatkan kemungkinan.

### 3.6 Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan instrumen penelitian berupa angket atau kuesioner yang sudah pernah digunakan oleh penelitian sebelumnya Indah Permata Sari dengan Judul “Pengaruh Terpaan Anime Di Media Massa Terhadap Gaya Hidup Perilaku Anggota Islamic Otaku Community Episode UIN Jakarta”, sebanyak 10 orang.

### 3.6.1 Uji Validitas

Kualitas kemampuan instrumen pengukuran untuk secara akurat mengukur tujuan yang dimaksudkan ditentukan oleh validitasnya. Validitas penelitian ini dikonfirmasi oleh peneliti menggunakan rumus teknik korelasi *Product Moment*, yang menghitung hubungan antara setiap pertanyaan dan skor total. Koefisien korelasi yang diperoleh ( $r$  perhitungan) harus dibandingkan dengan nilai koefisien korelasi ( $r$  tabel). Dalam penelitian ini responden berjumlah 43 orang dengan tingkat signifikansi 5%. Perhitungan  $r$  yang lebih rendah dari nilai satu sama lain pada tabel (atau karena alasan lain) tidak akan dianggap valid dan dengan demikian item pertanyaan dapat dihapus atau diedit. Selain itu, jika nilai hitung melebihi apa yang ditunjukkan dalam tabel  $r$ , maka ini berarti butir soal tersebut valid. Setelah menilai validitas kuesioner, 43 orang dikirim kuesioner, dan semua pertanyaan ditemukan VALID. Hasil pemeriksaan keabsahan dapat dilihat pada lampiran.

### 3.6.2 Reliabilitas

Keandalan (reliabilitas) adalah ukuran keandalan atau kepercayaan dalam menentukan sesuatu. Penelitian ini menggunakan teknik bagi dua sebagai metode pengukuran reliabilitasnya.

Tabel 3. 1 Angka Indeks Korelasi Product Moment

Besarnya "R" <i>Product Moment</i>	Interpretasi
0,00 – 0,20	Sangat rendah
0,21 – 0,40	Rendah
0,41 – 0,70	Kuat
0,71 – 0,90	Sangat kuat
0,91 – 0,99	Sangat kuat sekali
1,00	Sempurna

Sumber: Peneliti (2024)

### 3.6.3 Uji Keabsahan Data

Penggunaan alat ukur yang efektif sangat penting untuk melakukan penelitian, karena penelitian melibatkan pengukuran. Instrumen pengukuran dalam penelitian sering disebut instrumen penelitian. Menurut Sugiyono (2019: 156) Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam dan sosial yang diamati. Dalam penelitian ini penulis menggunakan kuesioner sebagai alat penelitian. Menurut Sugiyono (2019: 199), kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan pengajuan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab oleh responden.

Kuesioner tertutup digunakan dalam penelitian ini. Kuesioner tertutup, sebagaimana didefinisikan oleh Winarno (2013: 99), adalah survei yang memungkinkan responden untuk memilih dari pilihan yang terbatas. Kuesioner adalah kompilasi pertanyaan yang memerlukan jawaban atau masukan dari partisipan, tergantung pada situasinya. Studi ini menggunakan kuesioner yang diberikan kepada siswa sebagai sampel untuk memperoleh informasi tentang kebebasan kerja, toleransi risiko, dan minat dalam kewirausahaan. Alternatif yang diberikan semuanya berdasarkan skala *Likert*.

Jadi dengan skala *Likert* ini peneliti ingin mengetahui pengaruh Pengaruh Anime Naruto Jepang di Media Sosial Instagram (X) Terhadap perilaku

penggemar pada group vvibu (Y). Menurut Sugiyono (2019:147) sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Instrumen Penelitian

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Peneliti (2024)

### 3.7 Teknik Analisis Data

#### 3.7.1 Analisis Tabel tunggal

Teknik digunakan untuk menganalisis data, yang melibatkan pengumpulan informasi dari kuesioner dan menyajikannya dalam satu tabel. Lebih jauh lagi, data tabular menyediakan informasi tentang distribusi respons responden dalam kaitannya dengan *persentase respons*. Data tersebut telah digambarkan sebagai sebuah tabel tunggal yang kemudian diinterpretasikan. Menurut Singarimbun (1995:,266), analisis panel tunggal adalah analisis yang dilakukan dengan membagi variabel-variabel penelitian ke dalam kategori-kategori, berdasarkan frekuensi. Tabel tunggal adalah langkah pertama analisis data yang mencakup kolom, beberapa frekuensi, dan *persentase* untuk setiap kategori. Dengan menganalisis frekuensi dan *persentase*, kategori pencarian dibagi menjadi kelompok terpisah menggunakan analisis tabel tunggal.

#### 3.7.2 Analisis Tabel Silang

Hubungan antara variabel dapat dijelaskan dengan analisis tabulasi silang, yang merupakan metode paling dasar. Untuk memastikan pemahaman yang jelas

tentang hubungan antara variabel, penting untuk mengingat beberapa prinsip dasar saat membuat tabulasi silang. Oleh karena itu dalam menganalisis tabel silang digunakan analisis statistik yaitu Chi Kuadrat (*Chi Square*) yang dilambangkan dengan 2.

### 3.8 Uji Hipotesis

Berdasarkan teori yang digunakan, yaitu *Uses and Effect* maka bisa disimpulkan hipotesis yang akan dibuktikan lebih lanjut melalui penelitian ini.

Hipotesis Konseptual penelitian ini adalah :

Ha : Terdapat hubungan antara terpaan anime di media massa terhadap perilaku gaya hidup anggota *Whatsapp Grub vvibu*

Ho : Tidak terdapat hubungan antara terpaan anime di media massa terhadap perilaku gaya hidup anggota *Whatsapp Grub vvibu*.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan untuk mengetahui Pengaruh pada Anime Naruto Jepang Terhadap Perilaku Penggemar Di Media Sosial Instagram, maka temuan penelitian dan hasil analisis yang telah peneliti lakukan diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh Naruto di Instagram tercermin dalam rumus awal, dengan pengaruhnya ditentukan oleh para pengikut jejaring sosial tersebut. Penelitian yang dilakukan di SPSS menunjukkan bahwa uji tersebut menghasilkan nilai 0,866 dengan tingkat akurasi, dan tingkat signifikansinya adalah Nilai signifikansi harus kurang dari 0,05, jadi jika di bawah 5%,  $H_0$  dan  $H_a$  ditolak sesuai ketentuan, sementara level di bawah 15% akan diterima dan yang lain dengan signifikansi positif. Sementara  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diberi lampu hijau, yang menunjukkan bahwa anime Naruto berdampak pada perilaku penggemar di Instagram.
2. Pengembangan lebih lanjut berupaya untuk mengeksplorasi bagaimana anime Naruto memengaruhi situs jejaring sosial Instagram. Hasil penelitian menunjukkan koefisien korelasi (R) sebesar 0,888 dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar Variabel independen 78,8% lebih berpengaruh daripada variabel dependen, seperti yang ditunjukkan oleh ini. Nilai pengaruh yang tinggi ditemukan pada 78,8% nilai  $R^2$  Kuadrat.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan maka peneliti akan memberikan saran sebagai berikut;

1. Menonton anime baiknya jangan terlalu sering karena akan berdampak pada kehidupan sehari-hari.
2. Jangan lupa waktu ketika menonton sehingga lupa untuk makan dan minum.
3. Istirahat yang cukup ketika mata telah lelah menonton.



## DAFTAR PUSTAKA

- Belay, B. S. (2022). *Analisis Terhadap Konsep Diri Remaja Pecinta Anime di Komunitas Genesis Art Semarang*. Semarang: Material Safety Data Sheet.
- Cahyono, A. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Elektronik Universitas Tulungagung*, Vol. 9, No. 1, Hal. 140-157.
- David. (2011). Dimensi Interior. *publication.petra.ac.id/index.php/sastra-tionghoa/article/view/121%0D*, Vol. 8, No. 1, Hal. 44-51.
- Disorder, A., Disorder, E., Nervosa, B. P., Examination, A., & Questionna, E. D. (2021). Pengaruh Perkembangan Budaya Anime Jepang Terhadap Perubahan Perilaku Kaum Remaja di Kota Bandung. *Jurnal Penelitian*.
- Habibah, A., & Irwansyah. (2021). Era Masyarakat Informasi sebagai Dampak Media Baru. *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis*, Vol. 3, No. 2, Hal. 350-363.
- Haikal, D. M. (2018). *Pengaruh Perkembangan Budaya Anime Jepang terhadap perubahan perilaku kaum remaja di kota Bandung*. Bandung: Repository Skripsi Universitas Padjajaran.
- Irwan, S., Antono, H., & Windrawanto, Y. (2022). Dampak Positif Otaku Anime Terhadap Perilaku Mahasiswa. *Jurnal Konseling Gusjigang*, Vol. 8, No.1, Hal. 12-22.
- Kurnia, M. (2005). Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, Vol.6 No.2 Hal. 291-296.
- Luik, J. (2020). *Media Baru Sebuah Pengantar: Halaman 152*.
- Mahesa, P. B., & Irwansyah. (2022). Transformasi Digital: Peran Media Baru Terhadap Masyarakat Jaringan (Network Society). *COMSERVA: (Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat)*, Vol. 2, No. 6, Hal. 843-856.
- Norhabiba, F., & Ragil Putri, S. A. (2018). Hubungan Intensitas Akses Media Baru Dan Kualitas Interaksi Lingkungan Sekitar Pada Mahasiswa Untag Surabaya. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.7 No.1.
- Proborini, A., Hamzah, H., & Muflih, M. (2015). Hubungan Menonton Animasi Jepang (Anime) Dengan Konsep Diri Remaja Di Komunitas Atsuki Yogyakarta. *Jurnal Keperawatan Respati*, Vol.2 Hal. 29-36.
- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika*, Vol. 1, No. 1, Hal. 18-29.

Rambe, E. (2021). Media Baru dan Perubahan Perilaku. *Jurnal Al-Manaj*, Vol. 1, No.1, Hal. 1-10.

Saleh, G., & Pitriani, R. (2018). Pengaruh Media Sosial Instagram dan WhatsApp Terhadap Pembentukan Budaya “Alone Together”. *Jurnal Komunikasi*, Vol. 10, No. 2, Hal. 103-114.

Sudi, M., & Dacossta, A. P. (2019). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Pelajar SMA YAPIS BIAK. *Copi Susu: Jurnal Komunikasi, Politik dan Sosiologi*, Vol. 1, No. 1, Hal. 25-33.

www.imdb.com. (2024). *Naruto Shippuden*. From <https://www.imdb.com/title/tt0988824/> (Di akses pada pukul 21.16 WIB pada tanggal 20 Desember 2024)



## LAMPIRAN

### KUISIONER PENGARUH ANIME NARUTO JEPANG TERHADAP PERILAKU PENGGEMAR DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Nama :

Umur :

Status :

Pada angket ini berdasarkan beberapa pertanyaan dengan Pengaruh Anime Naruto Jepang Terhadap Perilaku Penggemar Di Media Sosial

Berika Tanda Silang (X) Pada kolom yang sudah disediakan, sesuai dengan jawaban anda. Ada 4 pilihan jawaban yang sudah tersedia, yaitu;

- SS : Sangat Setuju
- S : Setuju
- TS : Tidak Setuju
- STS : Sangat Tidak Setuju

#### Lampiran 1 Kuisoner Penelitian

No	Pernyataan	Penilaian			
		SS	S	TS	STS
1	Anda menonton anime Naruto jepang sejak kecil				
2	Anda selalu mengikuti tiap episode anime naruto yang berlangsung				
3	Saat dewasa pun anda masih menonton anime Naruto dan selalu mengikuti tiap episodenya				
4	Anda selalu mengikuti terkait anime Naruto jepang di media sosial				
5	Anda selalu menunggu tiap episode anime Naruto jepang yang akan dating				
6	Di dalam media sosial seperti Instagram anda hanya mengikuti tentang seputaran anime Naruto jepang saja				
8	Menyukai salah karakter anime Naruto yang menjadi inspirasi dalam perilaku sehari-hari				
9	Mengikuti sifat perilaku salah satu karakter anime Naruto				
10	Memahami setiap karakter masing masing anime Naruto				
11	Setiap hal yang ada di media sosial, menyetarafkan atau				

No	Pernyataan	Penilaian			
		SS	S	TS	STS
	mengibaratkan dengan apa yang terjadi di anime Naruto				
12	Anda mempunyai komunitas yang mengikuti anime Naruto				
13	Ingin seperti salah satu sifat karakter yang ada di anime Naruto untuk diterapkan pada media sosial				

### Lampiran 2 Hasil Uji Validitas

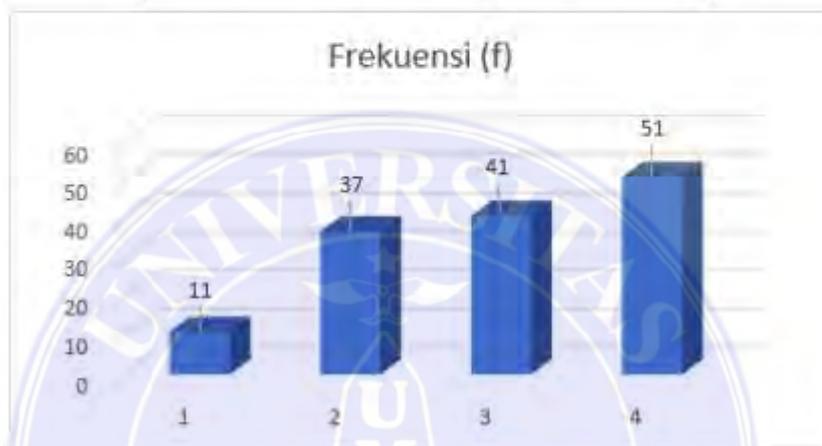
Variabel	Item Pertanyaan	r-hitung	r-Tabel	Keterangan
Pengaruh Anime Naruto	1	.663	0.444	(Valid)
	2	.954	0.444	(Valid)
	3	.875	0.444	(Valid)
	4	.889	0.444	(Valid)
	5	.873	0.444	(Valid)
	6	.901	0.444	(Valid)
	7	.749	0.444	(Valid)
	8	.882	0.444	(Valid)
Perilaku Penggemar Dimedia Sosial	1	.849	0.444	(Valid)
	2	.935	0.444	(Valid)
	3	.921	0.444	(Valid)
	4	.881	0.444	(Valid)
	5	.868	0.444	(Valid)
	6	.957	0.444	(Valid)

### Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Pengaruh Anime Naruto	.795	Reliabel
Perilaku Penggemar di Media Sosial	.814	Reliabel

Lampiran 4 Hasil Analisis Tabel Tunggal

No.	Nilai (x)	Frekuensi (f)
1	1	11
2	2	37
3	3	41
4	4	51
Total		140



Lampiran 5 Hasil Analisis Tabel Silang

Case Processing Summary					
	Cases				
	Valid		Missing	Total	
	N	Percent	Percent	Percent	
Anime naruto jepang *Perilaku penggemar	20	100.0%	0.0%	0	100.0%

Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.888 <sup>a</sup>	.788	.776	2.313

a. Predictors: (Constant), Anime Naruto

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	357.920	1	357.920	66.915	.000 <sup>b</sup>
	Residual	96.280	18	5.349		
	Total	454.200	19			

a. Dependent Variable: Perilaku Penggemar

b. Predictors: (Constant), Anime Naruto

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.825	1.961		.931	.364
	Anime Naruto	.657	.080	.888	8.180	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Penggemar

