

## Menonton Anime *Attack on Titan* Terhadap Perubahan Perilaku Anak SMA Kelas 2 SMA Swasta Eria Medan

Reyhan Asyraf Zarfitra  
Alumni Ilmu Komunikasi FISIP UISU

eMail: zakaria.siregar@fisip.uisu.ac.id

### Abstrak

Pengaruh tayangan media sosial bisa menjadi penghasut yang mengubah perilaku seseorang. Begitu pula dengan tayangan Anime di media sosial. Budaya dan perilaku yang ditampilkan lewat tayangan Anime terlihat menarik untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari bagi para penggemarnya yang memiliki julukan otaku. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pengaruh Anime dan perubahan perilaku korelasional tentang menonton anime *Attack on Titan* dan media sosial terhadap anak SMA Kelas 2 SMA Swasta Eria Medan. Serta ingin mengetahui bagaimana perubahan perilaku siswa kelas 2 SMA. Penelitian ini pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei dan menggunakan kuesioner sebagai instrument penelitian. Sampel diambil secara keseluruhan atau sampel jenuh, yang dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner kepada 40 responden atau seluruh siswa kelas 2 SMA. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah "Uses and Effect" yang dikemukakan oleh Sven Windahl. Teori ini beranggapan bahwa karakteristik individu, harapan dan persepsi terhadap media, dan tingkat akses kepada media, akan membawa individu kepada keputusan untuk menggunakan atau tidak menggunakan isi media. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa terpaan anime di media sosial memiliki pengaruh tinggi terhadap perilaku seorang anak SMA kelas 2 SMA Swasta Eria Medan.

**Kata Kunci:** Media Sosial, Anime, Uses And Effect, Perubahan Perilaku

### PENDAHULUAN

Remaja merupakan bagian dari generasi muda sebagai salah satu sumber daya manusia yang memiliki peran yang strategis dan mempunyai ciri serta sifat yang khusus, serta sangat memerlukan bimbingan dan perlindungan dalam perkembangannya. Dalam fase kehidupannya remaja mengalami perkembangan dan pertumbuhan, pertumbuhan dalam arti fisik, sedangkan perkembangan adalah dalam arti psikis termasuk perilakunya. Dalam perkembangan perilakunya, seorang remaja belajar melalui pengalaman-pengalaman yang ditemui dan belajar dari mengidentifikasi model yang diamatinya.

Pembentukan atau perkembangan perilaku remaja dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor intern (dari dalam diri remaja) dan faktor ekstern (dari luar diri remaja). Yang termasuk faktor intern yaitu herediter, umur dan jenis kelamin. Sedangkan yang termasuk faktor ekstern adalah lingkungan keluarga, sekolah, masyarakat, media sosial, kultur dan sebagainya"

*Attack on Titan* yang belakangan ini sedang naik daun lagi setelah beberapa tahun anime tersebut redup/sedikit peminatnya yang mau menonton atau membaca manga dari anime *Attack on Titan* tersebut. Termasuk

anak siswa/siswi dari SMA Swasta Eria Medan yang ikut serta menonton atau membaca manga dari *Attack on Titan* tersebut.

Animasi dapat menarik perhatian, serta mampu menyampaikan suatu pesan dengan baik. Adapun pendapat para ahli mengenai animasi sebagai berikut: Animasi merupakan sekumpulan gambar yang disusun secara berurutan. Ketika rangkaian gambar tersebut di tampilkan dengan kecepatan yang memadai, maka rangkaian gambar tersebut akan terlihat bergerak (Hidayatullah dkk, 2011:63).

Menurut Munir (2013:340) “animasi berasal dari bahasa inggris, *animation* dari kata *to anime* yang berarti “menghidupkan”. Animasi merupakan gambar tetap (*still image*) yang disusun secara berurutan dan direkam dengan menggunakan kamera”.

Sedangkan menurut Vaughan dalam Binanto (2010:219) menyatakan bahwa “animasi adalah usaha untuk membuat presentasi statis menjadi hidup”. Menurut pendapat beberapa ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa animasi merupakan sekumpulan gambar yang disusun secara berurutan dan direkam menggunakan kamera untuk membuat presentasi statis menjadi hidup.

Setiap tayangan yang disuguhkan oleh media sosial memiliki dampak bagi yang menontonnya. Dampak tersebut dapat terlihat secara langsung ataupun tidak. Hal itu terjadi dikarenakan adanya pertukaran informasi yang disampaikan oleh media sebagai bagian dari komunikasi massa kepada masyarakat yang menonton. Dampak dari pengaruh tayangan tersebut memiliki efek beragam bagi masing-masing individu yang

menyaksikan suatu tayangan. Pengaruh tersebut dapat dilihat secara langsung ataupun tidak langsung. Dari sisi lama pengaruh, dampak media sosial dapat terlihat dalam waktu pendek sehingga dengan cepat memengaruhi khalayak dan memberikan efek dalam waktu yang lama. Maka tidak mengherankan jika media saat ini disebut sebagai penghasut yang bisa mengubah sikap dan perilaku seseorang.

Contohnya pada awal tahun 2008, di Semarang, seorang anak yang berusia 10 tahun Revino Siahaya, meninggal dunia dengan cara bunuh diri. Ditengarai hal itu ia lakukan karena meniru gaya dalam film kartun *Naruto*. Sedangkan di Rusia, seorang anak laki-laki berumur 14 tahun melompat dari sebuah gedung apartemen di kota Chaikovsky. Ia melakukan itu setelah mengetahui tokoh favoritnya, Itachi Uchiha tewas dalam cerita tersebut.

Berdasarkan penaparan di atas, anime cukup memberi pengaruh terhadap perilaku seseorang, oleh karna itu penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh dari menonton anime (kartun Jepang) dari media sosial terhadap anak sma kelas 2 SMA swasta Eria Medan.

## METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian ini menekankan kepada pembuktian terhadap hubungan-hubungan antar variable yang satu dengan yang lainnya dan kemampuan dari berbagai variable serta identifikasi terhadap variabel. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa/siswi kelas 2 SMA Swasta Eria Medan yang berjumlah 40 orang. Karna populasi

kurang dari 100, maka sampel yang diambil adalah sampel jenuh.

Setelah melakukan pengumpulan data, langkah selanjutnya adalah pengolahan dan analisis data. Pengolahan data adalah kegiatan lanjutan setelah pengumpulan data dilaksanakan. Pada peneliti kuantitatif, pengolahan data secara umum dilaksanakan dengan melalui tahap memeriksa (editing), proses pemberian identitas (coding), dan proses pembeberan (tabulating).

a. Analisis Editing

Editing merupakan kegiatan yang dilaksanakan setelah peneliti selesai menghimpun data di lapangan. Dimulai dari memberikan identitas pada instrumen penelitian yang telah terjawab lalu memeriksa semua kuesioner yang telah di isi oleh siswa secara online untuk instrument pengumpulan data, dan kemudian memeriksa poin-poin serta jawaban yang tersedia. Tidak ada lembar kuesioner yang dieliminasi dalam penelitian ini.

Setelah melakukan tahap editing, selanjutnya adalah mengklasifikasi data-data tersebut melalui tahapan koding. Pada tahap ini yaitu data yang telah diedit tersebut diberi identitas sehingga memiliki arti tertentu pada saat dianalisis. Pemberian nomor 1 hingga 40 responden, dan mengkodekan nilai 1 hingga 4 untuk menjawab responden.

Kemudian tahap yang ketiga adalah tabulasi (proses pembeberan). Tabulasi adalah bagian terakhir dari pengolahan

data. Maksud tabulasi adalah memasukan data pada table-tabel tertentu dan mengatur angka-angka serta menghintungnya.

Skala data yang digunakan dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis, melukiskan struktur data dan memberikan skor pada karakteristik individual adalah Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social. Skala ini terdiri dari sejumlah pertanyaan yang meminta reaksi responden. Respon negatif (sangat tidak setuju) diberi nilai paling rendah dan respon positif (sangat setuju) diberi nilai paling tinggi.

Skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini menghilangkan jawaban ragu-ragu (undecided). Pertanyaan dibuat demikian karena kategori ragu-ragu memiliki ganda, yaitu dapat diartikan belum bisa memberikan jawaban atau netral. Adapun penilaian dalam bentuk skala Likert adalah sebagai berikut:

- 4 = SS (Sangat Setuju)
- 3 = S (Setuju)
- 2 = KS (Kurang Setuju)
- 1 = TS (Tidak Setuju)

Selanjutnya data yang diperoleh dengan menggunakan kuesioner, dimana hasil analisisnya akan dipresentasikan dalam tabel dianalisis berdasarkan variabel tentang menonton anime dan media sosial yang selanjutnya

dapat dilihat perubahan perilaku koresional tentang menonton anime attack on titan terhadap anak SMA kelas 2 SMA Swasta Eria Medan.

#### b. Analisis Tabel Tunggal

Merupakan suatu analisis yang dilakukan dengan membagi-bagikan variable penelitian kedalam kategori-kategori yang dilakukan atas dasar frekuensi. Tabel tunggal merupakan langkah awal dalam menganalisis data yang terdiri dari kolom, sejumlah frekuensi dan presentase untuk setiap kategori.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Jumlah siswa yang dijadikan responden adalah sebanyak 40 orang. Siswa tersebut terdiri dari 12 orang wanita dan 28 orang laki-laki. Jika dipresentasikan yaitu laki-laki sebesar 75% dan wanita 25%.

Berdasarkan data yang didapat dari siswa kelas 2 SMA Swasta ERIA Medan, sebanyak 24 orang sering menonton anime. Presentase siswa yang sering menonton anime ini paling tinggi, yaitu 74,5% pada urutan kedua, terdapat 13 orang atau sama dengan 24% yang sedang menonton anime. Kemudian ada 3 orang atau 1,5% yang jarang atau tidak sama sekali yang menonton anime.

Setiap film anime pasti terdapat part/bagian yang dimana dibagian tersebut terdapat motivasi/semangat untuk menjadi yang terbaik yang dimana penontonnya terinspirasi untuk menjalani hidupnya menjadi lebih baik lagi. Berdasarkan data yang didapatkan hasil

yang terinspirasi pada ilm anime sebanyak 34 orang atau persentasinya 83%. Dan yang tidak terinspirasi sebanyak 6 orang atau persentasinya 17%.

Berdasarkan hasil yang didapatkan yaitu ada 29 orang yang mengikuti/meniru gaya berbicara atau tingkah lakunya seperti tokoh anime favoritnya atau persentasinya sebanyak 83%. Dan adapun yang tidak mengikuti/meniru tingkah lakunya pada tokoh anime favoritnya sebanyak 11 orang atau persentasinya sebanyak 17%. Lama Responden yang mengakses media sosial untuk mencari informasi anime selama 3-4 jam sebanyak 3 orang atau sebesar 14%. Responden yang mengakses media sosial selama 1-2 jam sebanyak 21 orang atau sebesar 55,5%. Selanjutnya responden yang mengakses media sosial kurang dari 1 jam sebanyak 16 orang atau sebesar 30,5%.

Durasi responden dalam mengakses anime di media sosial memiliki makna berapa lama mereka mengakses anime. Kegiatan mengakses ini contohnya diekspresikan dalam berapa lama menonton serial anime, yang artinya berapa banyak jumlah episode anime yang biasa responden lihat dalam satu hari. Jika satu episode anime berdurasi 30 menit, maka bagi mereka memilih durasi dalam mengakses anime di media sosial selama 1-2 jam (skor terbanyak pilihan responden) dalam waktu dua jam bisa menonton 2 episode anime dan sisanya mencari informasi anime di media siber. Bagi mereka yang mengakses anime di media sosial dengan durasi kurang dari 1 jam menunjukkan bahwa mereka hanya mengakses anime dari media siber aja, untuk menonton serial anime tidak setiap hari mereka lakukan.

Banyaknya tayangan film kartun yang menampilkan adanya kelompok atau geng. Tidak jarang tayangan tersebut menampilkan kelompok atau geng yang saling bermusuhan. Hal ini membuktikan juga dari hasil penelitian di SMA Swasta Eria Medan. Siswa kelas 2 yang menjadi responden lebih banyak menyatakan setuju bahwa dalam tayangan film anime juga menampilkan adanya kelompok/geng yang saling bermusuhan. Jumlah siswa yang setuju dari 40 orang adalah sebanyak 21 orang atau setara 62%. Kemudian sebanyak 10 orang atau setara 21% menyatakan kurang setuju dengan hal ini. Diikuti pula dengan 7 orang atau setara dengan 16% yang sangat setuju, dan hanya dua orang yang menyatakan bahwa dirinya tidak setuju bahwa dalam tayangan film anime juga menampilkan adanya kelompok atau geng yang saling bermusuhan. Dua orang ini setara dengan 1% jadi dapat disimpulkan, bahwa siswa SMA Swasta Eria Medan lebih banyak yang setuju bahwa dalam tayangan film kartun juga menampilkan adanya kelompok atau geng yang saling bermusuhan.

Sebanyak 18 responden dengan frekuensi 53,5% menyatakan sangat setuju bahwa dalam *anime attack on titan* menarik, 16 responden (44%) menyatakan setuju, 4 responden (1,5%) menyatakan kurang setuju dan 2 responden (1%) menyatakan tidak setuju

## KESIMPULAN

Tayangan anime menayangkan adegan kekerasan yang sangat berbahaya karna dapat ditiru oleh penontonnya, terkhusus remaja atau anak-anak. Dari

hasil survey yang dilakukan, 62% responden menyatakan setuju kalau anime banyak menayangkan adegan kekerasan, dan 16% menyatakan sangat setuju. Ada pula adegan/bagian yang dimana bagian tersebut bisa membuat para penontonnya menginspirasi tokoh anime tersebut seperti semangatnya, motivasinya, sehingga para penonton ingin semangat terus seperti tokoh anime tersebut. Data yang di dapat ada 83% yang menyatakan film anime tersebut menginspirasi mereka

Jadwal atau jam pelajaran seorang siswa sangatlah padat sehingga siswa tersebut jarang meluangkan waktu mereka untuk menonton anime, berdasarkan data yang di dapatkan ada 55,5% atau sekitar 21 siswa yang meluangkan waktunya 1-2 jam untuk menonton anime, sehingga siswa tersebut bisa membagikan waktunya untuk menonton anime dan untuk belajar.

## DAFTAR BACAAN

- Ajidarma, Seno Gumira. 2005. "Kejepangan" Dalam Image Jepang Dimata Orang Indonesia, Jakarta. The Japan Foundation.
- Cangara, Hafied. 2006. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta. Rajagrafindo Persada.
- Efendi, Sofian. 2014. Metode Penelitian Survey. Jakarta. Penerbit LP3ES.
- Fajar, Marheni. 2009. Ilmu Komunikasi: Teori & Praktik. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Lexy J. Moleong, 2000. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung. PT Remaja
- Martono, Nanang. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.

- Multimedia Digital - Dasar Teori dan Pengembangannya. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Moore, Frazier. 2004. Humas Membangun Citra dengan Komunikasi. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran, Terjemah: Benyamin
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Jakarta: Penerbit Alfabeta.
- Sutisna, Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Sutrisna Dewi. 2007. Komunikasi Bisnis. Denpasar : Andi Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandi. 2001. Strategi Pemasaran. Yogyakarta : ANDI. Adobe Premier Pro CS4 untuk Pemula. Yogyakarta: Penerbit Andi. Penulis Madcoms.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2008. Psikologi Komunikasi. Bandung. PT Remaja Rosdakarya
- Sihabudin, Ahmad. 2011. Komunikasi Antarbudaya. Jakarta. PT Bumi Aksara
- Werner J. Severin. James W. Tankard, Jr, 2007. Teori Komunikasi Jakarta: Kencana