

KONSEP DIRI PEREMPUAN PECINTA FILM ANIME
(Studi Deskriptif Kualitatif Konsep Diri Perempuan Pecinta Film *Anime* di Kota Medan)

M. Sholihul Amri Nasution, Haris Wijaya

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Konsep Diri Perempuan Pecinta Film *Anime*, sebuah studi kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui konsep diri perempuan yang menyukai film *anime* di Kota Medan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah psikologi komunikasi, konsep diri, keterbukaan diri dan teori interaksionalisme simbolik. Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam yang melibatkan lima informan perempuan yang menyukai semua hal yang berhubungan dengan *anime* di Kota Medan sebagai subjek penelitian. Teknik penentuan informan yang digunakan adalah purposive sampling dan snowball sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan kelima informan perempuan yang menyukai film *anime* memiliki konsep diri positif. Konsep diri positif sendiri ditandai dengan beberapa hal, dua diantaranya adalah merasa setara dengan orang lain dan menyadari bahwa setiap orang memiliki berbagai perasaan, keinginan dan perilaku yang tidak seluruhnya disetujui oleh masyarakat. Mereka menyadari bahwa keputusan mereka untuk menjalani aktivitas yang berhubungan dengan *anime* akan mendapatkan pandangan miring dari masyarakat karena masih banyak masyarakat yang belum tahu dengan budaya populer Jepang ini. Akan tetapi hal tersebut tidak membuat mereka merasa malu dengan hobi yang telah mereka tekuni ini.

Kata Kunci: Konsep Diri, Perempuan, Film *Anime*

PENDAHULUAN

Konteks Masalah

Manusia bertindak sebagai makhluk sosial di mana manusia memiliki kebutuhan dan kebiasaan untuk berinteraksi dengan manusia lainnya. Interaksi yang dilakukan tidak terlepas dari adanya peran komunikasi di dalamnya. Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (Mulyana, 2007: 68). Komunikasi merupakan suatu hal yang lazim dilakukan dalam kehidupan bermasyarakat. Menurut Tubs dan Moss (dalam Mulyana, 2007: 52), secara luas dapat dikatakan bahwa komunikasi merupakan suatu proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan sewaktu-waktu bila individu ingin berkenalan, menjalin hubungan dengan individu lain serta ketika seorang individu ingin mengungkapkan kebutuhan dan keinginan mendasar yang hanya dapat dirasakan oleh individu tersebut.

Konsep diri merupakan salah satu faktor yang penting dalam menentukan komunikasi interpersonal seseorang, bagaimana seseorang mengenal dirinya, dan bagaimana ia menempatkan diri ketika berkomunikasi dengan orang lain. Maka,

komunikasi akan menimbulkan kesan bagi diri sendiri dan orang lain. Kesan yang dirasakan orang lain terhadap kita dan cara mereka bereaksi dengan kita, bergantung pada cara berkomunikasi dengan mereka, termasuk cara kita berbicara dan cara penampilan kita.

Perkembangan berbagai budaya populer pada zaman ini semakin terasa kehadirannya di sekitar masyarakat. Terpaan budaya-budaya asing sangat mudah dijumpai dalam kehidupan sehari-hari. Hadirnya budaya populer juga dapat mempengaruhi gaya hidup masyarakat yang menganggap budaya populer tersebut menarik untuk diikuti demi mengikuti arus perkembangan zaman. Ada banyak budaya asing yang semakin dikenal di luar negaranya dan mulai merambah ke negara-negara lain yang mudah sekali dimasuki budaya asing. Contohnya saja budaya populer Korea yang dikenal dengan istilah *Korean Wave* dan budaya populer Jepang atau biasa disebut *Japanese Popular Culture*.

Perkembangan *anime* di Indonesia tidak berhenti hanya di televisi saja. Pada era ini, masyarakat sangat mudah dalam mencari dan menelusuri *anime* di berbagai media. Contohnya majalah *anime* di Indonesia ada AMH Magz!, di radio ada 101.40 Trax Fm dengan nama segmen IROIRO, berbagai macam portal berita seperti *duniaku.net*, *jurnalotaku.com*, lalu TV dengan saluran Animax, Crunchyroll, Aniplus, NHK World, *website streaming* seperti *animeindo.tv*, *oploverz.in* dan info-info yang ada di media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* dan *Line*.

Medan adalah kota multietnis yang mana penduduknya terdiri dari orang-orang dengan latar belakang budaya dan agama yang berbeda-beda. Selain Melayu sebagai penghuni awal, Medan didominasi oleh etnis Batak, Jawa, Tionghoa dan India. Istilah "*Colorful Medan*" adalah kata yang paling tepat untuk menggambarkan kota Medan yang kaya akan alam, budaya, modernisasi, kuliner dan sejarah (medan.tribunnews.com). Menjadi seorang *otaku* di tengah berbagai budaya di Indonesia khususnya di Kota Medan yang penuh dengan interaksi langsung dengan sesama manusia, tentunya menjadi tantangan tersendiri. Meskipun fanatisme *otaku* di Indonesia tidak sama dengan fanatisme *otaku* di Jepang, tetapi kondisi sosial yang ada di Indonesia yang semakin kurang peduli dengan masyarakat satu sama lain akan memicu fanatisme untuk terus berkembang. Fanatisme yang berkembang akan membuat *otaku* semakin terobsesi dengan dunianya sendiri dan cenderung akan menutup diri dari kehidupan sosialnya.

Beberapa komunitas telah terbentuk di Kota Medan dengan berdiri atas kegemaran terhadap budaya populer Jepang. Komunitas tersebut pada dasarnya menjadikan *cosplay* sebagai kegiatan rutin yang kerap kali dilakukan pada saat mereka membuat atau menghadiri sebuah kegiatan tentang kebudayaan Jepang. Di Kota Medan sendiri sudah sering diadakan berbagai acara yang menyangkut dengan kebudayaan Jepang. Di antaranya ada *Bunkasai*, *Hinode* dan *Clas:H*. Mirip seperti *bunkasai*, *Hinode* merupakan kegiatan budaya yang dibuat dalam rangka memperingati Dies Natalis Fakultas Ilmu Budaya USU. Sedangkan *Bunkasai* atau yang biasa disebut Festival Budaya Jepang merupakan kegiatan yang diadakan oleh mahasiswa Jurusan Sastra dan Bahasa Jepang. Kegiatan tahunan ini menjadi wadah bagi para *otaku anime* untuk lebih mengenal

kebudayaan dari Negeri Sakura selain dari artikel yang mereka baca ataupun film *anime* yang mereka tonton. Terdapat beberapa kegiatan acara yang diadakan dalam *bunkasai* seperti, parade *mikoshi*, lomba *shodo*, lomba *manga*, demo *sushi*, bazaar, lomba J-style, foto *yukata*, *workshop origami*, *obake yashiki*, demo *kendo* dan lomba *cosplay*.

Cosplayer pada dasarnya melakukan kegiatan *cosplay* untuk mengungkapkan ekspresi para *otaku* melalui tata busana untuk menunjukkan pada khalayak bahwasanya mereka mampu mewakili satu karakter dalam film *anime* atau *game* pada dunia nyata. Banyak di antara mereka adalah remaja perempuan yang gemar dengan hal-hal yang bertemakan Jepang daripada dengan budaya Korea yang sedang populer di Indonesia. Tidak jarang juga diantara mereka adalah perempuan yang menggunakan pakaian minimalis demi mengikuti kegiatan *cosplay* dan menjadi karakter yang mereka gemari dari dunia *anime*. Bahkan ada yang rela melepas hijabnya sementara untuk mengikuti kegiatan *cosplay*. Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk meneliti konsep diri perempuan pecinta film *anime* di Kota Medan.

Fokus Masalah

“Bagaimana Konsep Diri Perempuan Pecinta Film *Anime* di Kota Medan?”

Pembatasan Masalah

1. Penelitian hanya terbatas kepada perempuan yang memiliki minat besar terhadap dunia *anime* dan berdomisili di Kota Medan.
2. Penelitian ini hanya terbatas pada perempuan yang telah mengikuti lebih dari 20 judul film *anime*.
3. Penelitian ini hanya terbatas kepada perempuan yang telah mengenal kebudayaan Jepang lebih dari 3 tahun.
4. Penelitian ini ingin melihat dan mengetahui konsep diri perempuan pecinta film *anime*.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan di atas, maka adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui konsep diri pada perempuan pecinta film *anime* di Kota Medan.

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan peneliti serta memperluas wawasan di bidang ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian Psikologi Komunikasi.
2. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pengembangan serta sebagai referensi dan sumber bacaan mahasiswa FISIP USU, khususnya Ilmu Komunikasi.
3. Secara pragmatis, penelitian ini dapat memberikan gambaran bagi masyarakat secara umum mengenai konsep diri perempuan pecinta film *anime* di Kota Medan dan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait dalam penanganan masalah-masalah dalam ruang lingkup ilmu komunikasi khususnya Psikologi Komunikasi.

KAJIAN PUSTAKA

Paradigma Kajian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma *postpositivisme*, karena menurut Salim (dalam Mariska 2016: 5) menjelaskan *postpositivisme* sebagai berikut: paradigma ini merupakan aliran yang ingin memperbaiki kelemahan-kelemahan positivisme yang hanya mengandalkan kemampuan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti. Secara ontologi aliran ini bersifat *critical realism* yang memandang bahwa realitas memandang dalam kenyataan sesuai dengan hukum alam, tetapi suatu hal, yang mustahil bila suatu realitas dapat dilihat secara benar oleh manusia (peneliti). Oleh karena itu secara metodologi pendekatan eksperimental melalui metode *triangulation* yaitu penggunaan bermacam-macam metode, sumber data, peneliti dan teori.

Kajian Pustaka

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yang dianggap relevan adalah sebagai berikut:

Ilmu Komunikasi

Menurut Hovland, Janis, Kelley (dalam Muhammad, 2007: 2) komunikasi adalah proses individu mengirim stimulus yang biasanya dalam bentuk verbal untuk mengubah tingkah laku orang lain. Sedangkan menurut Louis Forsdale (dalam Muhammad, 2007: 2) komunikasi adalah suatu proses memberikan sinyal menurut aturan tertentu, sehingga dengan cara ini suatu sistem dapat didirikan, dipelihara dan diubah. Pada definisi ini komunikasi dianggap sebagai suatu proses.

Psikologi Komunikasi

Psikologi dan komunikasi merupakan dua ilmu yang saling berkaitan. Komunikasi adalah kegiatan bertukar informasi yang dilakukan oleh manusia untuk mengubah pendapat atau perilaku manusia lainnya, sementara perilaku manusia merupakan objek bagi ilmu psikologi. Psikologi menyebut komunikasi pada penyampaian energi dari alat-alat indera ke otak, pada peristiwa penerimaan dan pengolahan informasi, pada proses saling mempengaruhi diantara berbagai sistem dalam diri organisme dan di antara organisme. Pada diri komunikan, psikologi merupakan karakteristik manusia komunikan serta faktor-faktor internal maupun eksternal yang mempengaruhi perilaku komunikasinya (Lubis, 2015: 5).

Konsep Diri

Menurut William D. Brooks (dalam Rakhmat, 2007: 99) mendefinisikan konsep diri sebagai “*Those physical, social, and psychological perception of ourselves that we have derived from experiences and our interactions with other*”. Jadi, konsep diri adalah pandangan dan perasaan kita tentang diri kita. Dengan mengamati diri kita, sampailah kita pada gambaran dan penilaian diri kita. Ini yang disebut konsep diri.

Teori Johari Window

Jendela Johari adalah konsep komunikasi yang diperkenalkan oleh Joseph Luth dan Harry Ingram (karenanya disebut Johari). Jendela Johari pada dasarnya menggambarkan tingkat saling pengertian antar orang yang berinteraksi. Jendela Johari ini mencerminkan tingkat keterbukaan seseorang yang dibagi dalam empat kuadran.

Teori Interaksionalisme Simbolik

Interaksionisme simbolik merupakan suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna. Blumer menyatukan gagasan-gagasan tentang interaksi simbolik lewat tulisannya, dan juga diperkaya dengan gagasan-gagasan dari John Dewey, William I. Thomas, dan Charles H. Cooley (dalam Mulyana, 2001: 68).

Budaya Populer Jepang

Pada tahun 2000-an sampai sekarang, budaya pop Jepang sudah berkembang begitu pesat. Jepang sendiri telah memiliki judul ratusan *anime* dan *manga* yang mereka produksi dengan minat penonton yang positif. *Anime* seperti Doraemon juga sudah meluas hampir keseluruh penjuru dunia. Benua seperti Asia, Afrika, Eropa dan Amerika sudah familiar dengan karakter Doraemon. Bahkan *Doraemon* sendiri menjadi duta *anime* internasional atau duta diplomasi budaya Jepang (<http://wuripranaasiwi.blogspot.co.id>). Begitu pula dengan *anime* mereka seperti *One Piece* bahkan masuk rekor dunia sebagai jumlah komik terbanyak yang diterbitkan oleh satu pengarang. Sebanyak 320.866.000 telah tersebar ke seluruh dunia.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Penelitian deskriptif hanya memaparkan situasi atau peristiwa penelitian, tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Peneliti bertindak hanya sebagai pengamat, hanya membuat katagori perilaku, mengamati gejala dan mencatat dalam buku observasinya (Rakhmat, 2004:4).

Metode Kualitatif

Penelitian kualitatif adalah: “realitas jamak”. Oleh karena itu, tidak menggunakan sampel dari populasi. Sampelnya betul-betul mandiri-tiga orang, sembilan orang, atau berapa saja, sesuai dengan kebutuhan. Yang penting dapat memenuhi tujuan penelitian (Ardial, 2014: 249). Bogdan Taylor (dalam Moleong, 2007: 3 dalam Ardial, 2014: 249) mengemukakan bahwa metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dan perilaku dari orang-orang yang diamati.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah informan yang dimintai informasi mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Adapun subjek penelitian ini adalah perempuan pecinta film *anime* di Kota Medan.

Objek Penelitian

Sasaran penelitian tidak tergantung pada judul dan topik penelitian, tetapi secara konkret tergambar dari fokus masalah (Bungin, 2008: 76). Objek penelitian merujuk pada masalah yang diteliti. Objek penelitian ini adalah konsep diri pada perempuan pecinta film *anime* di Kota Medan.

Unit Analisis

Unit analisis pada umumnya dilakukan untuk memperoleh gambaran yang umumnya dan menyeluruh tentang situasi sosial yang diteliti objek penelitian. Unit analisis sistem penelitian ini meliputi tiga komponen menurut Spradley (dalam Sugiyono, 2007: 68) yaitu:

1. *Place*, tempat di mana interaksi dalam penelitian ini akan berlangsung, penelitian ini akan berlangsung di Kota Medan.
2. *Actor*, pelaku atau orang yang sesuai dengan objek penelitian tersebut, dalam hal ini adalah remaja perempuan yang telah mengenal kebudayaan populer Jepang, khususnya dunia *anime* lebih dari 3 tahun dan telah mengikuti lebih dari 20 judul film *anime*.
3. *Activity*, kegiatan yang dilakukan aktor dalam situasi sosial yang sedang berlangsung. Kegiatan yang akan diteliti adalah konsep diri perempuan pecinta film *anime* dalam konteks psikologi komunikasi.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian komunikasi ada beberapa teknik pengumpulan data yaitu :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian (Ardial, 2014: 359).

- a. Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*) adalah salah satu teknik pengumpulan data yang pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung dengan yang di wawancarai maupun tidak langsung.
- b. Observasi atau pengamatan adalah kegiatan manusia dengan menggunakan pancaindera mata sebagai alat bantu utamanya selain pancaindera lainnya seperti: telinga, hidung, mulut dan kulit.
- c. Studi Kepustakaan yaitu dengan mencari, mengumpulkan dan membaca literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, literatur yang digunakan oleh peneliti adalah literatur yang berkaitan dengan Konsep Diri, Psikologi Komunikasi, Komunikasi Verbal dan Non verbal, Komunikasi, *Anime*.

2. Data Sekunder

Data sekunder berasal dari data primer yang telah diolah lebih lanjut menjadi bentuk-bentuk seperti tabel, grafik, diagram, gambar dan sebagainya (Ardial 2014: 360).

Keabsahan Data

1. Triangulasi data

Menurut Patton, triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif (dalam Moleong, 2007: 29)

2. Ketekunan mengamati

Pengamatan bukanlah suatu teknik pengumpulan data yang hanya mengandalkan kemampuan pancaindera, namun justru menggunakan semua pancaindera termasuk pendengaran, perasaan dan insting peneliti. Dengan melakukan pengamatan di lapangan maka derajat keabsahan data telah ditingkatkan pula (Bungin, 2008: 256).

Penentuan Informan

Dalam hal ini peneliti hanya mengungkapkan kriteria sebagai persyaratan untuk dijadikan sampel (dalam Pujileksono, 2015: 3). Adapun kriteria informan dalam penelitian ini adalah :

1. Informan merupakan perempuan yang memiliki minat yang besar terhadap dunia *anime*.
2. Informan merupakan perempuan yang mengenal kebudayaan populer Jepang, khususnya dunia *anime* lebih dari 3 tahun.
3. Informan merupakan perempuan yang memiliki pengalaman luas tentang *anime* dan telah mengikuti lebih dari 20 judul film *anime*.

Dari teknik *snowball sampling* ini yang dijadikan informan kunci adalah Nadya Christie Nugroho yang telah mengikuti lebih dari 50 judul film *anime*.

Teknik Analisis Data

Berdasarkan teknik analisis data di lapangan model Miles dan Huberman, peneliti menganalisis data dengan langkah-langkah sebagai berikut (Sugiyono, 2007: 92):

1. Melakukan reduksi data.
2. Penyajian data (*Data Display*).
3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Data yang disajikan dalam bab ini terdiri dari 3 bagian, yaitu:

1. Karakteristik informan, meliputi nama, usia dan pekerjaan.
2. Pandangan informan mengenai *anime*, *otaku* dan peran informan dalam kehidupan sehari-hari.
3. Konsep diri yang terbentuk dari hobi informan.

Pembahasan

Setiap orang pasti memiliki hobi yang berbeda-beda. Ada berbagai macam hobi yang bisa diminati setiap orang. Seperti membaca buku, menulis, mendengar musik bahkan sampai menonton film. Terpaan budaya-budaya asing sudah sangat mudah dijumpai di kalangan masyarakat sekarang ini. Contohnya seperti korean wave yang berasal dari Korea dan juga *anime* yang berasal dari Jepang. Pada perkembangan zaman sekarang ini, para pecinta *anime* lebih dikenal dengan sebutan *otaku anime*. *Otaku* merupakan sebuah sebutan untuk orang yang sangat menyukai satu hal secara berlebihan, terlebih kepada hal-hal yang berasal dari budaya populer di Jepang (Galbraith, dalam Agustina, 2015: 1).

Para informan dalam penelitian ini beberapa orang peneliti temui saat sedang menghadiri acara budaya Jepang yang diadakan di Cambridge City Square. Informan juga mempunyai hobi yang sama seperti menonton *anime*, membaca *manga*, *seiyu* bahkan sampai *cosplay*. Berbeda dengan kebanyakan perempuan di zaman sekarang yang lebih memilih untuk menonton drama Korea, informan penelitian ini malah lebih suka menonton serial anime yang biasanya diminati oleh kaum pria. Kelima informan adalah perempuan yang memiliki hobi dalam dunia *anime* lebih dari 3 tahun.

Dalam menjalani hobinya, kelima informan memiliki berbagai macam pengalaman seperti *seiyu* dan *costume player*. Bahkan ada informan yang sudah diakui dalam kancah nasional untuk seorang *cosplayer professional*. Di Indonesia sendiri, budaya Jepang merupakan budaya yang masih sulit untuk dipahami oleh masyarakat Indonesia. Stigma negatif sering dialami oleh para informan dalam kehidupan sehari-hari mereka. Perkataan "*freak*" atau aneh sering dilontarkan

untuk informan saat informan menunjukkan kebiasaan-kebiasaan yang mereka dapatkan dalam serial *anime* di kehidupan nyata. Tetapi mereka tetap berpikiran positif dalam menanggapi apa yang mereka dapatkan dari lingkungan. Semua informan berharap agar masyarakat paham akan hobi mereka dan tidak memberi tanggapan negatif terhadap hobi yang mereka minati.

Kelima informan merupakan individu yang memiliki latar belakang yang berbeda. Ada yang dari awal orang tuanya tidak melarangnya untuk suka dengan hal-hal yang bertemakan Jepang dan ada juga yang sebaliknya. Contohnya seperti informan ke lima yaitu Suci Maghfira. Dari ia masih anak-anak, orang tuanya sudah membiarkannya menyukai *anime* dan tidak mempermasalahkannya dengan itu. teman-teman sebayanya juga banyak yang menyukai *anime*. Tidak seperti keempat informan lainnya yang membutuhkan waktu untuk menjelaskan ke orang tua, teman dan masyarakat bahwa hal ini bukanlah hal yang bersifat negatif. Seiring berjalannya waktu, mereka pun percaya diri terhadap diri mereka yang menyukai *anime*. William H Fitts (dalam Agustiani 2009: 138-139) mengemukakan bahwa konsep diri merupakan aspek penting dalam diri seseorang karena konsep diri seseorang merupakan acuan dalam berinteraksi dengan lingkungan.

Menurut William D. Brooks dan Philip Emmart (dalam Rakhmat, 2007: 105-106) ada lima aspek yang menjadi tanda bahwa seseorang memiliki konsep diri positif dan konsep diri negatif. Peneliti akan menghubungkan dengan jawaban-jawaban yang diutarakan oleh informan dalam penelitian ini. Pertama peneliti akan membahas adalah konsep diri positif, berikut pembahasannya:

1. Yakin dengan kemampuannya dalam menghadapi masalah
2. Merasa setara dengan orang lain
3. Menerima pujian tanpa rasa malu
4. Menyadari bahwa setiap orang memiliki berbagai perasaan, keinginan dan perilaku yang tidak seluruhnya disetujui oleh masyarakat.
5. Mampu menyadari kelemahannya dengan cara mengungkapkan aspek kepribadiannya yang tidak ia senangi dan berusaha mengubahnya.

Kelima informan penelitian juga mampu merubah diri mereka untuk menjadi lebih baik lagi dalam berkarya sebagai *seiyu* maupun *cosplayer*. Memang hal ini ada sebuah hobi bagi kelima orang informan, tetapi mereka bisa memiliki penghasilan dengan hobi mereka dengan mengikuti lomba-lomba dan mereka juga tidak merasa malu ataupun minder dengan apa yang menjadi hobi mereka. Kemudian orang yang memiliki konsep diri negatif memiliki lima tanda. Peneliti akan menghubungkan kelima tanda tersebut dengan jawaban dari kelima informan yang telah diwawancarai sebagai berikut:

1. Peka terhadap kritikan, dalam arti orang ini sangat tidak tahan dengan kritikan yang diterimanya dan mudah marah.
2. Respon terhadap pujian, walaupun berpura-pura menghindari pujian, orang seperti ini tidak dapat menyembunyikan antusiasmenya pada

waktu menerima pujian. Segala macam embel-embel yang menunjang harga dirinya menjadi perhatiannya.

3. Sikap hiperkritis, yaitu ia selalu mengeluh, mencela atau meremehkan apapun dan siapapun. Mereka tidak pandai dan tidak sanggup mengungkapkan penghargaan atau pengakuan pada kelebihan orang lain.
4. Cenderung merasa tidak disenangi orang lain, merasa tidak diperhatikan oleh karena itulah apabila bereaksi kepada orang lain sebagai musuh.
5. Pesimis terhadap kompetisi yaitu ia enggan untuk bersaing dengan orang lain dalam membuat prestasi. Ia menganggap tidak akan berdaya melawan persaingan yang merugikan dirinya. Kelima informan pernah mengikuti kompetisi untuk membuat prestasi mereka. Tetapi semua informan bersikap optimis untuk membuat prestasi. Tidak ada kata pesimis bagi kelima informan. Mereka juga tidak pernah malu untuk menunjukkan hobi mereka ke masyarakat banyak.

Dalam hal konsep diri, seluruh jawaban yang diberikan informan kepada peneliti sesuai dengan tanda atau kriteria orang yang memiliki konsep diri positif. Untuk konsep diri negatif tidak ada satupun dari informan yang memenuhi kriteria konsep diri negatif tersebut. Pada dasarnya kelima informan pada penelitan ini memiliki konsep diri yang positif walaupun ditengah pandangan negatif masyarakat tentang hobi yang mereka jalani.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Konsep diri yang dimiliki oleh kelima informan perempuan yang menyukai film *anime* di Kota Medan ini merupakan konsep diri positif. Hal ini berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan kelima informan tersebut. Jawaban-jawaban yang diungkapkan kelima informan dalam penelitian ini sesuai dengan karakteristik konsep diri positif. Mereka yakin dengan kemampuan mereka dalam menghadapi masalah, merasa setara dengan orang lain, menerima pujian tanpa rasa malu dan menyadari bahwa setiap orang memiliki berbagai perasaan, keinginan dan perilaku yang tidak seluruhnya disetujui oleh masyarakat. Konsep diri yang mereka miliki tidak terbentuk secara instan, konsep diri tersebut terbentuk dari perjalanan hidup dan proses komunikasi yang mereka miliki adalah menyadari bahwa setiap orang memiliki berbagai perasaan, keinginan dan perilaku yang tidak seluruhnya disetujui oleh masyarakat.

Kelima informan yang mempunyai hobi yang berhubungan dengan *anime* ini mampu menghadapi semua masalah yang ada dalam keseharian mereka sebagai seorang *otaku anime*. Keputusan mereka untuk memilih hobi yang berhubungan dengan dunia *anime* ini datang dari diri mereka sendiri yang sesuai dengan pertimbangan mereka masing-masing tanpa ada paksaan dari lingkungan sekitarnya dan mereka melakukan kegiatan ini didasari oleh hobi mereka yang berhubungan dengan *anime*. Hal tersebut memperlihatkan bahwa mereka mampu

memahami diri sendiri yang merupakan salah satu bukti bahwa mereka memiliki konsep diri yang kuat.

Saran

1. Saran Akademis

Peneliti berharap agar penelitian ini nantinya berguna bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian serupa, serta dapat melanjutkan penelitian dengan topik yang sama secara lebih terinci. Peneliti berharap agar topik dan pembahasan yang telah dipaparkan dapat menimbulkan rasa keingintahuan untuk melakukan penelitian lanjutan dengan melakukan wawancara yang lebih mendalam kepada pihak yang terkait untuk mendapatkan informasi yang lebih banyak lagi sehingga dapat disampaikan dengan semua pihak.

2. Saran Praktis

Konsep diri tercipta dengan melalui proses dan dalam waktu yang cukup lama. Ada yang memiliki konsep diri positif dan ada yang memiliki konsep diri negatif. Dengan kata lain konsep diri seseorang bukanlah sesuatu yang langsung terbentuk, melainkan dapat terbentuk melalui interaksi dengan orang lain, dari pengalaman hidup seseorang serta lingkungannya. Konsep diri yang kuat haruslah memiliki nilai yang positif agar nantinya seseorang tersebut juga dapat memberikan efek positif ke masyarakat.

DAFTAR REFERENSI

- Mulyana, Deddy. (2007). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muhammad, Arni. (2007). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Rakhmat, Jalaluddin. (2007). *Psikologi Komunikasi edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- Ardial. (2014). *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Bungin, Burhan. (2008). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Politik, Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Pujileksono, Sugeng. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Intransh Publishing
- Patrick W. Galbraith, (2009). *MOE: Exploring Virtual Potential in Post-Millennia Japan*, *Electronic Journal of Contemporary Japanese Studies* 5, <http://www.japanesestudies.org.uk/articles/2009/Galbraith.html> di akses pada tanggal 18 Maret 2018 pukul 13:02
- Ken Kitabayashi, (2004). *The Otaku Group from a Business Perspective: Revolution of Enthusiastic Customers*, Nomura Research Institute, <http://www.nri.com/global/opinion/papers/2004/np200484.html> diunduh pada tanggal 18 Maret 2018 pukul 12:34