

Edukasi Cerdas Dalam Konsumsi Bagi Para Penggemar Anime Jepang

Reski P^{1,*}, Rahmat Nur², Yuli Apriati³, Sang Putri Sidik⁴

^{1,2,3}Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin and 70123, Indonesia

⁴Universitas Negeri Manado, Manado and 95618, Indonesia

Email: *reski@ulm.ac.id

ARTICLE INFO

Article history

Received : 2021-11-20

Revised : 2021-11-27

Accepted : 2022-01-04

Keywords

Edukasi

Cerdas

Konsumsi

ABSTRACT

This community service aims to provide Intelligent Education in consumption for Japanese Anime Fans in East Antasan Kecil Village, Banjarmasin City. This service activity is carried out with two methods, namely: 1. Lecture method, used to explain the material that has been prepared by the service team regarding Smart in consumption for Japanese Anime Fans. The Question and Answer method is used to respond to the extent of the participants' understanding of the material that has been prepared by the service team regarding the Smart way of consumption for Japanese Anime Fans. The implementation of community service was successfully carried out by the service team with enthusiasm from the service participants and also from the questionnaire filled out by the participants with the majority being very satisfied with the service activities carried out by the service team. It is hoped that this education about smart consumption will continue to target a wider partner considering the negative impact of this consumptive behavior so smart ways are needed to be able to avoid this behavior.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](#) license.



1. Pendahuluan

Manusia adalah makhluk yang tidak pernah terlepas dari kegemarannya akan sesuatu, dan kegemaran itu bisa berbeda-beda antara satu individu dengan lainnya. Ketika menjadi suatu kegemaran maka manusia bisa saja menjadi sangat fanatik terhadap sesuatu yang digemarinya termasuk dalam perilakunya mengkonsumsi apa yang menjadi kegemarannya.

Hills realitas penggemar muncul dari adanya emosi seseorang atau komunitas ketika mengonsumsi produk, tetapi patut dicatat bahwa di balik itu semua ada nilai-nilai yang muncul dari apa atau siapa yang menjadi idola mereka (Nasrullah 2016). Penggemar adalah orang-orang yang menunjukkan minat, kasih sayang, dan keterikatan terhadap figur atau aspek yang mereka pilih (Jenkins 2006).

Berkaitan dengan hal tersebut diatas para penggemar menjadi konsumen sesuai dengan apa yang mereka gemari, seperti yang terjadi pada para penggemar anime Jepang yang ada di Kota Banjarmasin. Para penggemar Anime Jepang inilah kemudian menjadi konsumen seperti yang diistilahkan oleh Baudrillard, mencirikan masyarakat konsumen sebagai masyarakat yang didalamnya terjadi pergeseran logika dalam konsumsi, yaitu dari logika kebutuhan menuju logika hasrat, yaitu bagaimana konsumsi menjadi pemenuhan akan tanda-tanda (Suyanto 2013). Bagi Baudrillard apa yang orang beli belum tentu memiliki kebutuhan atas produk tersebut, tetapi lebih pada ketergodaan propaganda media. Konsumsi bukan sekedar hiruk-pikuk membeli kelimpahan komoditas, melainkan lebih pada pemenuhan atas kenikmatan individualitas dan memenuhi kemakmuran diri melalui konsumsi benda (Syah 2016).

Hal yang dapat dilihat dari diterimanya budaya Jepang di Banjarmasin terlihat dari perilaku keseharian penggemarnya. Perilaku yang ditampilkan untuk mengonsumsi yang mereka gemari, seperti membeli manga, menonton anime, mengunjungi atau mengikuti event Jepang, membeli pernak pernik anime Jepang, dan berburu jajanan Jepang. Contohnya pada saat perkuliahan, ada penggemar anime yang menonton anime di dalam kelas sambil menunggu dosen pengajar memasuki ruangan perkuliahan, penggemar tersebut memiliki gantungan kunci anime yang digantung pada tasnya, serta terkadang menggambar sketsa anime yang pernah ditontonnya dibuku tulis (Ruhama 20121).

Fakta diatas sangat sesuai dengan teori gaya hidup yang dikemukakan oleh Plummer bahwa cara hidup individu itu dapat dilihat melalui cara orang tersebut menghabiskan waktu yang dia miliki, hal apa yang mereka anggap penting di dalam kehidupannya/ketertarikannya dan apa yang mereka pikirkan mengenai duni sekelilingnya/opini, artinya bahwa gaya hidup seseorang dapat dilihat dari aktivitas yang mereka lakukan untuk mengisi waktu luangnya, ketertarikan yang berupa kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam kehidupan, serta opini pandangan mengenai hal yang telah, sedang atau akan dialaminya (Pujileksono 2015).

Pengabdian ini didasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan oleh ashfia ruhama dengan judul Penggemar Anime Jepang di Kota Banjarmasin (Studi tentang Perilaku Konsumsi Penggemar Anime Jepang) bahwa jika dilihat dari tahap konsumsi para penggemar anime Jepang terlihat hasil yang mencengangkan bahwa terkadang para informan mengonsumsi dalam hal ini menonton anime Jepang sekitar 4 jam hingga 5 jam sehari padahal rata-rata dari para penggemar anime Jepang ini adalah mahasiswa yang seharusnya lebih fokus kepada pendidikan yang mereka jalani sehingga perlu dilakukan suatu edukasi kepada para penggemar anime Jepang mengenai cara cerdas dalam konsumsi anime jepang. Menindaklanjuti hal tersebut maka tim pengabdian berencana melakukan kegiatan pengabdian dengan judul kegiatan Edukasi Cerdas dalam konsumsi bagi para Penggemar Anime Jepang di Kelurahan Antasan Kecil Timur, Kota Banjarmasin.

2. Metode Penelitian

Untuk melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat ini tim memberikan edukasi cerdas dalam konsumsi bagi para penggemar anime Jepang. Dalam pelaksanaan kegiatan ini digunakan beberapa metode, antara lain:

1. Metode ceramah, yaitu digunakan untuk memaparkan materi yang telah disusun oleh tim pengabdian mengenai edukasi cerdas dalam konsumsi bagi para penggemar anime Jepang.
2. Metode Tanya Jawab, yaitu digunakan untuk merespon sejauh mana tingkat pemahaman peserta edukasi atas apa yang telah disampaikan oleh Tim Pengabdian.

3. Hasil dan Pembahasan

Program pengabdian masyarakat dengan judul "Edukasi Cerdas dalam konsumsi bagi para Penggemar Anime Jepang di Kelurahan Antasan Kecil Timur, Kota Banjarmasin" telah dilaksanakan secara virtual melalui platform zoom. Program pengabdian ini dilaksanakan dengan metode ceramah dan tanya jawab. Kegiatan ini diawali dengan penyampaian substansi inti mengenai pengertian perilaku konsumsi dan konsumtif, tidak lupa pula tim pengabdian melakukan komunikasi dua arah dengan para peserta pengabdian untuk melihat pemahaman para peserta pengabdian mengenai konsumsi dan juga konsumtif.

Tim pengabdian menjelaskan bahwa setiap pribadi tidak bisa terlepas dari perilaku konsumsi tetapi yang menjadi permasalahan disini adalah bukan konsumsinya tetapi ketika sesuatu itu dilakukan secara berlebihan maka akan masuk kategori konsumtif, dimana individu bukan lagi membeli sesuai bukan karena asas kebutuhan lagi atau pemenuhan kebutuhan lagi tetapi lebih kepada keinginan atau pemuasan keinginan.

Hal tersebut sejalan dengan apa yang diungkapkan oleh Baudrillard (Suyanto 2013), mencirikan masyarakat konsumen sebagai masyarakat yang didalamnya terjadi pergeseran logika dalam konsumsi, yaitu dari logika kebutuhan menuju logika hasrat, yaitu bagaimana konsumsi

menjadi pemenuhan akan tanda-tanda. Bagi Baudrillard (Syah 2016), apa yang orang beli belum tentu memiliki kebutuhan atas produk tersebut, tetapi lebih pada ketergodaan propaganda media. Konsumsi bukan sekedar hiruk-pikuk membeli kelimpahan komoditas, melainkan lebih pada pemenuhan atas kenikmatan individualitas dan memenuhi kemakmuran diri melalui konsumsi benda.

Pemateri kemudian melanjutkan dengan menyamopaikan mengenai dampak negatif dari perilaku konsumtif yaitu Pola hidup yang boros dan kecemburuan sosial, mengurangi kesempatan untuk menabung, cenderung tidak mememikirkan kebutuhan yang akan datang, membahayakan kesehatan serta mengganggu aktifitas dampak-dampak negatif yang di uraikan oleh pemateri tentu menjadi warning bagi kesehatan keuangan serta fisik bagi seseorang sehingga memang harus dihindari terutama juga jika dikaitkan dengan terhadap hasil penelitian yang dilakukan oleh ashfia ruhama dengan judul Penggemar Anime Jepang di Kota Banjarmasin (Studi tentang Perilaku Konsumsi Penggemar Anime Jepang) bahwa jika dilihat dari tahap konsumsi para penggemar anime Jepang terlihat hasil yang mencengangkan bahwa terkadang para informan mengkonsumsi dalam hal ini menonton anime Jepang sekitar 4 jam hingga 5 jam sehari padahal rata-rata dari para penggemar anime Jepang ini adalah mahasiswa yang seharusnya lebih fokus kepada pendidikan yang mereka jalani sehingga perlu dilakukan suatu edukasi kepada para penggemar anime Jepang mengenai cara cerdas dalam konsumsi anime Jepang.

Dari fakta diatas sehingga butuh sebuah tips cerdas dalam konsumsi bukan hanya dalam konsumsi sehingga dampak-dampak negatif bisa dihindari sehingga tidak lupa tim pengabdian membagikan tips cerdas dalam konsumsi bagi para penggemar anime Jepang.

Setelah dilaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat dalam bentuk Edukasi Cerdas dalam konsumsi bagi para Penggemar Anime Jepang di Kelurahan Antasan Kecil Timur, Kota Banjarmasin dapat dikemukakan bahwa sasaran kegiatan telah tercapai dengan baik. Terselenggaranya kegiatan edukasi serta antusias para peserta pengabdian dalam menyimak, bertanya dan mendiskusikan mengenai perilaku konsumsi ini juga sangat baik.

4. Kesimpulan

Program Pengabdian Masyarakat dengan judul "Edukasi Cerdas dalam konsumsi bagi para Penggemar Anime Jepang di Kelurahan Antasan Kecil Timur, Kota Banjarmasin" ini berjalan dengan baik, lancar dan menarik. Secara garis besar hasil edukasi yang dapat di simpulkan dalam program pengabdian sosialisasi ini sebagai berikut:

1. Peserta mengetahui informasi mengenai perilaku konsumsi dan konsumtif
2. Materi yang disampaikan dalam program edukasi ini mendapat perhatian dan respon positif dari para peserta pengabdian, hal ini dikarenakan materi yang disampaikan berkenaan dengan mereka sebagai para penggemar anime jepang yang tentu menggemari produk-produk berbau jepang sehingga perlu sebuah upaya agar perilaku konsumsi mereka terhadap barang-barang anime jepang tidak mengarah ke perilaku konsumtif serta terjalin diskusi interaktif yang terjalin dengan pemateri pengabdian dan peserta pengabdian.

Daftar Pustaka

- Jenkins. 2006. "Confronting The Challenge of Participatory Culture: Media Education for The 21st Century." *MacArthur Foundation: Building the Field of Digital Media and Learning, An Occasional Paper on Digital Learning*.
- Nasrullah, Rulli. 2016. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Bandung: Simsimia Rekatama Media.
- Pujileksono, Sugeng. 2015. *Pengantar Antropologi: Memahami Realitas Sosial Budaya*. Malang: Intrans Publishing.
- Ruhama, Ashfia. 2021. "2021. Penggemar Anime Jepang Di Kota Banjarmasin (Studi Tentang Perilaku Konsumsi Penggemar Anime Jepang)." Lambung Mangkurat.
- Suyanto, Bagong. 2013. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Syah, Dedi Kurnia. 2016. *Komunikasi Lintas Budaya*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.