

## Dinamika Hubungan Parasosial Penggemar Karakter Anime: Studi pada Penggemar Karakter Naruto

Surya Chandra<sup>1</sup>, Septia Winduwati<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta  
Email: [surya.915210085.untar.ac.id](mailto:surya.915210085.untar.ac.id)

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta\*  
Email: [septiaw@fikom.untar.co.id](mailto:septiaw@fikom.untar.co.id)

Masuk tanggal : 20-12-2024, revisi tanggal : 25-01-2025, diterima untuk diterbitkan tanggal : 21-02-2025

---

### **Abstract**

*Naruto anime is one of the most popular anime in the world including in Indonesia. This anime has many fans ranging from teenagers to adults. Naruto anime tells the story of a young ninja from Konoha who aspires to become Hokage, the leader of Konoha Village. This study aims to determine the behavior of Naruto anime fans from the age group of 20 years and over. The theories used in this research are mass communication theory and parasocial interaction. Data collection was carried out by in-depth interviews and documentation studies. The research subjects are fans of Naruto characters in Indonesia. The results show that informants have parasocial behavior in their own ways, such as: feeling an imaginary friendship with Naruto; showing empathy for Naruto's emotions both in sadness and happiness; involvement in fan communities; and consuming Naruto content in depth, including watching anime and reading manga.*

**Keywords:** *anime, mass communication, Naruto characters, parasocial interaction, parasocial behavior*

### **Abstrak**

*Anime Naruto adalah salah satu anime populer di dunia termasuk di Indonesia. Anime ini memiliki banyak penggemar mulai dari usia remaja hingga dewasa. Anime Naruto menceritakan tentang seorang ninja muda dari Konoha yang bercita-cita menjadi Hokage, pemimpin Desa Konoha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku penggemar anime Naruto dari kelompok usia 20 tahun ke atas. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori komunikasi massa dan interaksi parasosial. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam dan studi dokumentasi. Subjek penelitian merupakan para penggemar karakter Naruto di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa informan memiliki perilaku parasosial dengan caranya masing-masing, seperti: merasakan pertemanan khayalan dengan Naruto; menunjukkan empati terhadap emosi Naruto baik dalam kesedihan maupun kebahagiaan; keterlibatan dalam komunitas penggemar; dan mengonsumsi konten Naruto secara mendalam, termasuk menonton anime dan membaca manga.*

**Kata Kunci:** *anime, interaksi parasosial, komunikasi massa, karakter Naruto, perilaku parasosial*

### **1. Pendahuluan**

*Anime Naruto pertama kali tayang tahun 2002 dan diproduksi oleh Studio Pierrot. Anime ini diadaptasi dari manga Naruto yang diciptakan oleh Masashi Kishimoto. Anime ini memiliki banyak penggemar karena manga Naruto sendiri*

sudah memiliki penggemar setia. Ketika *Naruto* diadaptasi menjadi *anime*, dengan cepat menarik perhatian penonton, para pecinta *anime* di seluruh dunia. Jumlah penggemar *anime* *Naruto* di dunia sudah mencapai 985 juta di tahun 2022. (Ady Prawira Riandi & Andika Aditia, 2022).

Penyebaran *anime* di Indonesia sangat luas dan berkembang pesat. Hal ini didukung dengan komunikasi massa yang memanfaatkan media massa. Para penggemar *anime* saat ini sudah dapat mengakses *anime* melalui internet dan beberapa aplikasi seperti Netflix, AbemaTV, dan Bilibili. Setiap orang mempunyai tingkat kegemaran yang berbeda-beda pada *anime* yang mereka tonton, bahkan sampai tahap menyukai atau mengagumi karakter dalam *anime* tersebut (Pertiwani & Winduwati, 2023).

Komunikasi massa merupakan proses komunikasi pesan kepada massa yang sangat luas atau masyarakat umum secara sekaligus melalui media massa. Media massa adalah cara kita berbagi informasi kepada banyak orang sekaligus dan menggunakan alat seperti televisi, radio, media cetak, internet, dan media sosial. Pengertian sederhana yang dikemukakan oleh Bittner tentang komunikasi massa pada buku Komunikasi Massa oleh Khomsahrial Romli (2017) yaitu pesan yang dikomunikasikan dari media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large member of people*).

Budaya populer Jepang mencakup *anime*, cosplay, fashion Harajuku, visual kei, dan manga, yang telah menjadi ciri khas negara ini. Banyak elemen budaya populer Jepang, seperti *anime*, cosplay, dan manga, telah masuk ke Indonesia. Melalui manga dan *anime*, Jepang berhasil memperkenalkan keunikan nilai-nilai budayanya, memberikan dampak yang kuat pada masyarakat Indonesia, terutama di kalangan generasi muda, mengenai nilai-nilai Jepang (Amalina, 2012).

*Fandom* karakter *anime* adalah komunitas penggemar yang berfokus pada karakter-karakter dari *anime*, yang merupakan film atau serial animasi asal Jepang. Menurut Jenkins (2018) *fandom* dapat dipahami sebagai komunitas atau kelompok penggemar yang terhubung dalam praktik dan identitas terkait media tertentu. *Fandom* mencakup keterlibatan emosional dan interaksi sosial di antara penggemar, serta bagaimana mereka bernegosiasi dengan teks media yang mereka sukai. Secara umum, *fandom* mencerminkan dinamika budaya partisipatif di era digital, di mana penggemar tidak hanya mengonsumsi media tetapi juga berkontribusi secara aktif dalam menciptakan makna dan pengalaman bersama (Jenkins, 2018).

Penelitian dari Setyanto et al., (2017) menemukan bahwa interaksi parasosial adalah suatu interaksi yang dilakukan saat seseorang melakukan interaksi dengan idola yang didukung seolah orang itu benar-benar nyata. Interaksi parasosial merupakan suatu interaksi sosial yang terjalin pada individu dengan artis maupun tokoh media terjadilah interaksi sosial secara langsung. Ini disebabkan karena otak manusia mengolah pengalamannya melihat di media, sama seperti pengalaman langsung sehingga secara spesifik individu akan bereaksi terhadap artis yang mereka sukai seperti yang mereka lakukan terhadap orang yang secara nyata ada di depan mereka. Mereka memberikan respons emosional yang nyata terhadap karakter, meskipun karakter tersebut hanya fiksi atau dua dimensi (Sukmana, 2013). Terdapat 3 bentuk kategori utama yang menimbulkan parasosial menurut Stever dan Sukamana yaitu *identification attraction* di mana merupakan keinginan penggemar untuk menjadi seperti idolanya. Namun ada *task attraction* yang menunjukkan ketertarikan berdasarkan bakat dan kemampuan yang dimiliki oleh idolanya. Lalu *romantic*

*attraction* yang menandakan ketertarikan dari penampilan tubuh atau potensi untuk menjadi pasangan (Sukmana, 2013).

Perilaku parasosial adalah sebuah fenomena psikologis yang di mana individu merasa mempunyai hubungan yang sangat dekat pada tokoh publik maupun karakter fiksi, walaupun tidak ada interaksi nyata yang terjadi di antara keduanya (Pertiwan & Winduwati, 2023). Ini semacam menciptakan sebuah hubungan khayalan dengan seseorang yang mereka lihat di televisi, film, maupun media sosial. Karakter Naruto adalah karakter dua dimensi dan tidak nyata di mana para penggemar dari karakter ini tidak bisa berinteraksi secara langsung dengan Naruto. Maka dari itu penelitian ini akan berfokus membahas aspek perilaku penggemar karakter Naruto bukan interaksi penggemar dengan karakter Naruto.

Menurut artikel berita dari *detikhot*, selama lebih dari dua dekade, Naruto telah menjadi salah satu yang teratas dalam industri manga dan *anime* Jepang. Bersama One Piece, Naruto karya Masashi Kishimoto yang dimulai sejak 1999 ini berhasil menarik perhatian para penggemar budaya pop Jepang. Baru-baru ini, Google mengumumkan bahwa Naruto adalah *anime* yang paling populer dan banyak dicari dalam 25 tahun terakhir. Mesin pencari terkemuka di dunia ini setiap tahun merilis laporan mengenai berbagai tren dan tokoh yang paling dicari. Menurut Comicbook, Google merayakan akhir tahun 2023 dengan menyebutkan "*The Most Searched Playground*," yang mencakup 25 orang, tempat, dan momen yang paling banyak dicari selama 25 tahun terakhir. Peneliti tertarik untuk meneliti tentang penggemar karakter Naruto, Naruto telah menjadi salah satu karya paling berpengaruh dalam industri manga dan *anime* selama lebih dari dua dekade. Dengan pengakuan dari Google sebagai *anime* yang paling banyak dicari dalam 25 tahun terakhir, peneliti ingin meneliti bagaimana Naruto menarik penggemar dari berbagai latar belakang budaya dan geografis. Ini dapat memberikan wawasan tentang daya tarik global anime. Penelitian ini akan mengeksplorasi interaksi sosial di dalam komunitas penggemar karakter Naruto, termasuk bagaimana mereka berbagi pengalaman dan membangun hubungan.

Kelekatan yang terbentuk pada penggemar terhadap karakter dalam *anime* Naruto membentuk interaksi mendalam seperti mengenal karakter tersebut secara personal pada diri si penggemar Naruto. Penggemar karakter Naruto biasanya memiliki pengetahuan yang luas tentang cerita, karakter, teknik ninja, hingga sejarah dunia Naruto. Mereka bisa dengan mudah membedakan berbagai jutsu, iklan ninja, dan alur cerita yang sangat kompleks. Mereka seringkali memiliki keterikatan emosional yang kuat dengan karakter Naruto, mereka bisa merasa senang, sedih, marah, atau terharu mengikuti perjalanan hidup karakter. Banyak penggemar Naruto yang memiliki koleksi *merchandise* seperti figurin, manga, poster, atau pakaian bertema Naruto.

Penggemar Naruto juga aktif berpartisipasi dalam komunitas penggemar Naruto, baik secara *online* maupun *offline*. Mereka mengikuti forum diskusi, bergabung dengan cosplay, atau menghadiri acara-acara yang berkaitan dengan Naruto. Nilai-nilai positif dalam karakter Naruto seperti persahabatan, kerja keras, dan pantang menyerah sering kali menjadi inspirasi bagi penggemar untuk menjalani hidup. Pradhipta (2021) melihat bahwa konsep *parasosial interaction* khalayak dalam budaya digital adalah terkait bagaimana pengguna program dan mesin digital memberikan kualitas kemanusiaan pada entitas digital. Dalam hal ini perilaku parasosial para penggemar Naruto adalah fenomena yang kompleks, meskipun perilaku ini dapat memiliki dampak positif penting untuk menjaga keseimbangan antara dunia fantasi dan realitas.

Naruto adalah karakter dua dimensi yang fiktif, sehingga penggemarnya tidak memiliki kesempatan untuk berinteraksi langsung dengannya. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada perilaku penggemar terhadap karakter Naruto, bukan pada bentuk interaksi yang terjadi antara penggemar dan karakter tersebut. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini akan menelaah perilaku parasosial yang ditunjukkan oleh para penggemar karakter Naruto dalam *anime Naruto*. Peneliti bertujuan untuk mengeksplorasi secara mendalam fenomena perilaku parasosial yang dialami oleh penggemar karakter Naruto.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perilaku parasosial terjadi pada penggemar karakter *anime* Jepang yaitu para penggemar karakter Naruto. Secara akademis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menjadi bahan acuan ataupun referensi bagi penelitian selanjutnya dalam menganalisis perilaku parasosial penggemar karakter *anime* Jepang yaitu para penggemar karakter Naruto dalam sudut pandang yang berbeda. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat membantu pembaca dalam memahami perilaku parasosial yang terjadi pada penggemar karakter *anime* Jepang yaitu para penggemar karakter Naruto, dan diharapkan dapat menjadi rujukan dan gambaran tentang bagaimana perilaku parasosial terjadi pada penggemar karakter *anime* Jepang yaitu para penggemar karakter Naruto.

## 2. Metode Penelitian

Pendekatan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah melalui kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang sifatnya spesifik dan lebih menggunakan analisis. Penelitian kualitatif biasanya menampilkan sudut pandang subjek, proses dan inti dari penelitian tersebut memakai landasan teori-teori sebagai pendukung yang sesuai dengan fakta yang ada. Penelitian ini membangun gambaran yang menyeluruh, menganalisis kata – kata, pendapat, dan informasi yang didapat dari narasumber dalam situasi latar yang alamiah (*natural setting*) dan disajikan di sebuah laporan (Rita Fiantika et al., n.d.). Peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif untuk mengetahui bagaimana karakter *anime* Naruto dapat mempengaruhi perilaku parasosial kepada penggemarnya, dan juga apa yang menyebabkan hal tersebut terjadi.

Dalam pendekatan kualitatif, terdapat beberapa metode penelitian. Dalam penelitian ini peneliti memakai metode fenomenologi. Metode fenomenologi mengacu pada fenomena banyaknya orang yang menonton *anime* Naruto dan menyukai karakter Naruto. Fenomenologi dapat diartikan sebagai studi tentang pengalaman hidup seseorang atau metode supaya dapat mempelajari bagaimana individu secara subjektif merasakan pengalaman dan memberikan arti dari fenomena yang ada (Kirana, 2021). Subjek penelitian pada hakikatnya adalah yang akan dikenai kesimpulan dari hasil penelitian (Azwar, 2013). Sementara itu, menurut Moleong (2018), subyek penelitian adalah individu yang menyerahkan berbagai informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian yang diangkat. Dalam penelitian ini subjek secara umum memiliki kriteria yaitu, informan berusia 20-25 tahun, laki-laki, dan tinggal di Indonesia, menonton semua episode Naruto, mulai dari 220 episode pertama hingga lebih dari 500 episode lanjutan, termasuk film, mengoleksi berbagai *merchandise* terkait Naruto, seperti figure, manga, dan pakaian.

Menurut Sugiyono (2013), objek penelitian adalah suatu sifat, maupun nilai dari orang dan objek kegiatan yang mempunyai ragam tertentu yang ditetapkan oleh

peneliti agar dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya. Objek penelitian harus bisa menguraikan hal-hal yang dinilai perlu agar bisa menjawab rumusan masalah penelitian. Objek penelitian ini yaitu perilaku parasosial para penggemar karakter Naruto.

Dalam penelitian kualitatif, terdapat teknik triangulasi, yang melibatkan penggunaan sumber data tambahan, seperti dokumen, untuk memberikan informasi yang lebih mendalam dalam setiap kasus tertentu. Menurut Pawito, terdapat empat jenis teknik triangulasi, yaitu triangulasi sumber, triangulasi metode, triangulasi teori, dan triangulasi peneliti (Rosintan & Setiawan, 2014). Peneliti menggunakan satu teknik, yaitu triangulasi sumber. Triangulasi sumber ini menunjukkan upaya peneliti untuk mengakses berbagai sumber guna memperoleh data yang terkait dengan masalah yang sama. Teknik ini dipilih karena peneliti melakukan pengumpulan data melalui wawancara. Selain wawancara mendalam, peneliti juga melakukan studi dokumentasi pada sosial media terdahulu para informan. Data yang diperoleh dari wawancara akan diperiksa bersama dengan data dari sumber lain untuk membuktikan keabsahan informasi tersebut.

### 3. Hasil Temuan dan Diskusi

#### 3.1 Awal Mula Mendalami *Anime* Naruto

Dari wawancara, informan Hans mengakui bahwa mereka mendalami *anime* Naruto karena adanya internet yang memudahkan akses untuk menonton maupun membaca *anime* dan manga Naruto. Hal ini merupakan bukti adanya pengaruh dari komunikasi massa. Hans mendalami Naruto memiliki ponsel dan akses internet. Hans mulai mengikuti *anime* dan manga Naruto secara lebih intensif, terutama selama masa SMA hingga *anime* tersebut tamat. Selama proses ini, Hans menyadari banyak elemen dalam *anime* Naruto yang dapat dihubungkan dengan kehidupan nyata, menunjukkan bahwa cerita dan karakter dalam *anime* tidak hanya menghibur, tetapi juga menawarkan wawasan dan pelajaran yang relevan. Pengalaman ini menggambarkan bagaimana *anime* Naruto dapat memberikan refleksi yang mendalam tentang kehidupan dan nilai-nilai yang ada di dunia nyata.

*“Kita udah punya Hp lah dan ada akses ke internet, mulai tuh banyak situs – situs manga dan animenya lah. Baru kita ikutin dari situ. sampe akhirnya gua SMA kurang lebih udah tamat kan... dan pas gua dalemin anime Naruto gua baru ngerasa ternyata banyak hal yang relate di anime Naruto dalam dunia nyata” – Hans*

Sementara informan Andy merasa terdorong untuk menonton kembali episode-episode sebelumnya ketika Naruto masih kecil, menunjukkan bahwa perkembangan cerita dan karakter membuat informan ingin mengeksplorasi kembali perjalanan yang telah dilalui. Hal ini mencerminkan bagaimana minat terhadap *anime* Naruto berkembang seiring dengan kematangan dan pemahaman yang lebih dalam.

*“Setelah gua agak dewasa pas umur 13 gitu SMP 1 gitu lah, dan bisa akses internet... gua dalemin tuh apalagi pas yang perang shinobi terakhir yang dia lawan Madara... dari situ gua dalemin dan gua nonton lagi anime Naruto pas si Narutonya masih kecil” – Andy*

Dengan banyaknya episode yang tersedia, informan Neo bisa mengikuti cerita Naruto dengan lebih lancar hingga tamat. Pengalaman ini menunjukkan bagaimana kemajuan teknologi dan aksesibilitas dapat meningkatkan keterlibatan informan dalam menikmati *anime*, memungkinkan dia untuk maraton menonton dan merasakan perjalanan karakter Naruto secara menyeluruh.

*“Nah, pas umur 13 gitu SMP 1.. gitu gua baru dalem la bisa dibilang karena gua udah ada Hp juga kan jadi enak tuh nonton anime Naruto bisa lewat web, atau kadang youtube bahkan hahahah.... Jadi dari Smp baru lah gua bisa dibilang ngikutin Naruto bener – bener sampe dia tamat lah gitu, karena kan pas gua SMP anime Naruto juga udah tamat kan dan udah banyak tuh episode-episode nya di web, jadi gua enak deh marathonnnya” – Neo*

### 3.2. Identifikasi Informan Dengan Karakter Naruto

Karena adanya kesamaan antara individu dengan karakter yang disukainya, dapat membuat individu tersebut mengalami parasosial. Hal ini sesuai dengan yang dirasakan oleh para informan. Informan Hans merasa bahwa dia memiliki banyak kesamaan dengan Naruto, terutama dalam sifatnya yang ceria dan ingin mencari perhatian dari orang lain. Selama masa SD, informan melihat karakter Naruto kecil yang juga berusaha keras untuk mendapatkan perhatian, menciptakan rasa keterhubungan yang kuat. Kesamaan ini menunjukkan bagaimana karakter dalam *anime* dapat mencerminkan pengalaman dan sifat pribadi informan, membuat dia merasa lebih dekat dengan karakter Naruto.

*“Dan dulu apalagi pas SD gua sering menganggap Naruto kecil itu punya kesamaan sama diri gua, Karakter Naruto dan gua itu sama – sama caper lah gitu buat dapetin attention dari orang lain...” – Hans*

Pengalaman pribadi informan Andy sebagai anak pendiam yang sulit berbaur saat duduk di taman kanak-kanak menciptakan rasa empati dan kesamaan dengan karakter Naruto. Hubungan ini menunjukkan bagaimana cerita dan karakter dalam *anime* dapat mencerminkan pengalaman hidup nyata, memberikan dukungan emosional bagi informan yang merasa terasing.

*“Kalo itu sih pasti adengan yang dia dijauhin di desa sih pas dia dikucilin gitu lah karena kan... dia dijauhin karena punya Kyubi kan. Yah itu sih relate karena, pas gua kecil lah ada intinya pas TK gitu. Gua dijauhin karena gua masih belum bisa berbaur gitu dan gua anaknya pendiem pas TK gitu jadi gua merasa ada kesamaan lah sama karakter Naruto ini.” – Andy*

Sebagai anak ketiga yang cenderung ingin menonjol, informan Neo melihat refleksi dari perilaku dan karakter Naruto, yang juga sering berusaha mendapatkan perhatian dan pengakuan dari orang lain. Hubungan ini menunjukkan bagaimana karakter dalam *anime* dapat menciptakan rasa keterhubungan dan pemahaman bagi informan berdasarkan pengalamannya.

*“Iya... gua anak ke-3 itu suka manja dikit lah ya kadang ama ortu gua, nyari perhatian gitu, dan kalau di pertemanan gua agak caper dan selalu ingin*

*menonjollah kadang gitu makanya gua ngerasa ada kesamaan sama si karakter Naruto ini...” – Neo*

### **3.3. Pertemanan Palsu Informan Dengan Karakter Naruto**

Dalam lingkup ini menunjukkan bahwa penonton melihat karakter favorit mereka sama dengan dirinya ataupun teman-temannya. Mereka merasa bahwa mereka berteman dengan sosok karakter Naruto. Informan Hans merasa sangat terhubung dengan Naruto, terutama ketika dia mengalami pengucilan di masa kecilnya, yang mencerminkan pengalaman pribadi informan sendiri. Rasa keterikatan ini membuat informan menganggap Naruto sebagai teman, karena dia dapat merasakan kesedihan dan perjuangan yang dialami karakter Naruto. Hubungan emosional ini menunjukkan bagaimana cerita dan karakter dalam *anime* dapat memberikan dukungan dan pemahaman bagi individu yang menghadapi tantangan serupa dalam hidup mereka.

*“Jadi sempet ada masa gua juga dikucilin, dan itu..gua merasa relate banget sama NARUTO pas dia masih kecil, karena kan Naruto di animenya digituin juga kan jadi udah gua anggep, Naruto itu kayak temen gua lah gitu ...” – Hans*

Informan Andy merasa merasakan empati terhadap karakter Naruto, terutama saat momen-momen di mana Naruto merasa terasing, seperti ketika dijauhi oleh seluruh desa. Informan mengungkapkan bahwa situasi tersebut, khususnya saat Naruto merayakan ulang tahunnya seorang diri, sangat menyentuh dan membuatnya merasa sedih. Hal ini menciptakan keinginan dalam diri informan untuk menjadi teman Naruto, menunjukkan betapa dalamnya ikatan emosional yang ia rasakan terhadap karakter tersebut. Peneliti melihat Naruto bukan hanya sebagai tokoh fiksi, tetapi juga sebagai simbol dari pengalaman kesepian dan pencarian persahabatan yang banyak orang rasakan dalam hidupnya.

*“Pastinya yang tadi itu pas dia dijauhin sama satu desa itu, dan yang menurut gua paling sedih sih yang pas dia ulang tahun sendiri tuh gua rasanya kayak pengen jadi temen dia gitu...” – Andy*

Informan Neo menunjukkan bahwa dia memiliki ikatan emosional yang kuat dengan karakter Naruto, hingga merasa perlu membela karakter tersebut ketika ada yang mengkritiknya. Hal ini mencerminkan bentuk perilaku parasosial, di mana karakter fiktif dianggap sebagai teman yang nyata, menunjukkan kedalaman keterlibatan emosional dan personal dengan cerita dan karakter dalam *anime*.

*“Tapi dulu kalo misalkan ada yang ngatain gitu mungkin gua akan bela karena gua udah ngerasa si Naruto ini kayak temen gua gitu.” – Neo*

### **3.4. Adanya Rasa Empati Kepada Karakter Naruto**

Dalam ranah penggemar karakter Naruto adalah ketika mereka merasa kasihan kepada karakter Naruto, dan juga merasakan hal yang sama dengan karakter Naruto sebagai karakter favorit mereka. Informan Hans merasa terhubung dengan karakter Naruto, yang dikenal sebagai sosok yang ceria dan sering mencari perhatian, karena pengalaman pribadi mereka di masa kecil yang serupa. Sebagai anak yang merasa kesepian dan mencari perhatian, penggemar melihat diri mereka dalam sifat-sifat

Naruto, yang berusaha menjadi lebih dikenal dan diterima oleh orang lain. Keterhubungan ini menciptakan rasa empati dan pengertian yang mendalam terhadap karakter Naruto, sehingga membuat informan memahami perjalanan emosional Naruto meskipun pada saat itu Hans masih belum sepenuhnya mengerti banyak hal.

*“Dan Naruto itu intinya orangnya pas kecil itu caper banget kan.. Nah gua itu bocah yang kayak gitu dulu, cari masalah segala macam karena kesepian kan.. Nah itu gua itu pas kecil yang belum ngerti apa – apa aja bisa relate sama karakternya pas nonton itu.” – Hans*

Sedangkan informan Andy merasa terkesan dan bertanya-tanya bagaimana mungkin ada seseorang sebaik Naruto, yang tetap menunjukkan kebaikan dan kepedulian meskipun dikelilingi oleh orang-orang yang jahat padanya. Rasa empati ini muncul karena informan dapat merasakan kesedihan dan kesulitan yang dialami Naruto, terutama ketika desanya memperlakukannya dengan buruk. Pengalaman ini membuat informan merenungkan nilai-nilai kebaikan dan ketahanan yang ditunjukkan oleh Naruto, serta menyoroti betapa sulitnya untuk tetap peduli dalam situasi yang sulit.

*“Iya, gua cuman ngerasa kenapa ya ada orang sebaik ini gitu, kalo gua jadi dia sih gua peduli amat ya, apalagi waktu itu desanya udah jahat ama dia, gua ikut ngerasain juga gitu.” – Andy*

Informan Neo merasa terhubung dengan Naruto, terutama ketika dia dipandang sebagai sosok yang terbaik, terutama setelah mengalahkan Pain. Keberhasilan Naruto dalam situasi tersebut menciptakan harapan besar dari orang lain, dan informan merasakan hal yang sama dalam kehidupan pribadinya, di mana orang tuanya juga menaruh harapan besar terhadapnya. Hubungan ini menunjukkan bagaimana tekanan harapan dari orang lain dapat mempengaruhi informan dan dia menemukan refleksi pengalaman pribadinya dalam perjalanan emosional dan pencapaian Naruto.

*“Ada... itu di mana jadi, dia itu selalu dipandang sebagai yang terbaik lah gitu apalagi pas dia berhasil lawan pain kan... jadi istilahnya kayak semua orang berharap sama dia naruh harapan lah gitu, gua ngerasa relate bahkan sampe sekarang karena orang tua gua naruh harapan besar ke gua pasti sampe sekarang.” – Neo*

### **3.5. Realitas Hubungan Sebagai Penggemar Karakter Naruto**

Dalam lingkup para penggemar karakter *anime* Jepang, mereka tidak bisa mengunjungi atau bertemu dengan karakter mereka. Maka hal yang bisa dilakukan penggemar karakter Naruto adalah dengan berinteraksi dengan orang yang cosplay sebagai karakter Naruto, mengoleksi barang yang berkaitan dengan karakter Naruto, pergi menonton film yang terdapat karakter Naruto ke bioskop, hingga memainkan game yang berkaitan dengan karakter Naruto. Informan Hans mengaku meskipun dia tidak memiliki figur-figur Naruto, dia pernah memiliki *merchandise* lain seperti kaos dan kunai. Kaos tersebut kini sudah tidak muat, tetapi kunai yang dibeli memberikan pengalaman menarik, membuat dia seolah-olah menjadi ninja. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun koleksi barang tidak terlalu banyak, informan tetap menemukan cara

untuk merasakan kedekatan dengan dunia Naruto melalui *merchandise* yang pernah dimiliki.

*“Kalo figur figurannya gua itu ga ada. Tapi gua dulu ada baju Naruto eh kaos yang udah ga muat kan, plus sama kunai – kunai nya si Naruto gitu, dulu gua beli kunainya karena biar gua ngerasa jadi ninja beneran gitu hahaha...” – Hans*

Informan Andy lebih menikmati bermain game, khususnya "Naruto Ninja Storm 4," dan masih aktif memainkannya hingga sekarang, menunjukkan bahwa pengalaman bermain game adalah cara utama informan terhubung dengan dunia Naruto.

*“Gua koleksi barangnya sih engga pernah, kalo ada pun dulu paling stiker – stiker yang buat tempel di buku doang, gua lebih ke main gamenya sih, dan gua juga sampe sekarang masih main gamenya Naruto sih, gua masih mainin Naruto ninja storm 4 sampe sekarang loh hahahaha.”- Andy*



**Gambar 1.** Informan Andy Memainkan Game Naruto Ninja Storm 4

Biasanya, ketika orang menyukai suatu hal, orang tersebut akan gemar atau memiliki keinginan untuk mengoleksi barang yang berkaitan dengan yang mereka suka. Penggemar memiliki kenangan berharga dari masa kecil ketika mereka mendapatkan figur Naruto, yang menjadi simbol kebanggaan dan kegembiraan. Ketika pertama kali melihat Naruto, informan Neo merasa sangat senang, terutama karena karakter tersebut terkenal di kalangan teman-temannya saat di sekolah dasar. Momen ketika mereka memamerkan figur tersebut di les menggambarkan perasaan lucu dan keren yang muncul dari memiliki barang yang terkait dengan karakter favorit, yang sebelumnya hanya bisa mereka saksikan di televisi. Pengalaman ini menunjukkan bagaimana Naruto tidak hanya menjadi bagian dari hiburan, tetapi juga menciptakan kenangan positif dan rasa keterikatan emosional yang mendalam bagi informan.

*“OO.... Dulu pas gua kecil itu ada figurnya Naruto karena kan pertama kali gua liat Naruto, gua seneng banget lah dan karena Naruto terkenal pas gua SD gua pamer – pamerrin lah ke les gua tuh.. Itu momen yang menurut gua lucu sih, gua ngerasa keren aja gitu akhirnya gua bisa punya figur Naruto yang selama ini gua nontonnya di tv doang.” – Neo*

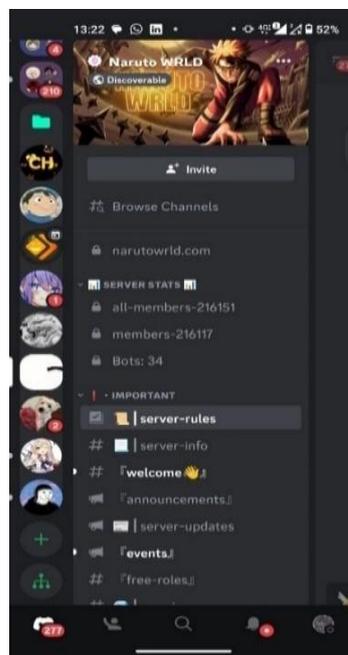


**Gambar 2.** Figur Naruto Milik Neo

### 3.6. Menjalin Persahabatan di Dalam Komunitas Penggemar

Beberapa informan juga ada yang bergabung dengan komunitas penggemar Naruto di internet. Hal ini diakui oleh beberapa informan. Informan Hans mengaku meskipun minat terhadap Naruto mungkin telah berubah seiring waktu, informan masih aktif mengikuti perkembangan tentang Naruto dengan bergabung dalam grup Discord yang membahas tema tersebut. Ini menunjukkan bahwa Hans tetap terhubung dengan komunitas dan menikmati diskusi mengenai Naruto, meskipun intensitas keterlibatan informan mungkin berbeda dari sebelumnya.

“Kalo



**Gambar 3.** Hans Bergabung Grup Fandom Naruto di Discord

*sekarang, sih gua karena bisa dibilang masih ada ngikutin lah tentang Naruto gitu jadi gua join grup discord Naruto gitu...” – Hans*

Begitupun dengan informan Neo yang terlibat dengan dunia Naruto meskipun mungkin tidak seaktif sebelumnya, dengan bergabung dalam komunitas fandom di Facebook. Informan masih menikmati melihat konten yang berkaitan dengan Naruto, menunjukkan bahwa minat dan kecintaan terhadap franchise tersebut masih ada meskipun intensitasnya mungkin telah berkurang.

*“Ada sih, gua join komunitas fandom Naruto di facebook, gua masih suka liatin kadang hal yang masih berhubungan dengan Naruto lah gitu...” – Neo*

**Gambar 4** Neo Bergabung Grup Fandom Naruto di Facebook



### 3.7. Realitas Pemaknaan Penggemar Terhadap Karakter Naruto

Perilaku parasosial para penggemar karakter Naruto yang dikaji di penelitian ini, berlaku layaknya seperti orang yang mempunyai hubungan yang bisa naik dan turun. Para informan masih mengidentifikasi diri mereka sebagai penggemar karakter Naruto, tetapi karena informan di dalam penelitian ini adalah laki-laki yang memiliki usia produktif tentunya intensitas perasaan mereka tidak akan sedalam saat mereka masih berusia remaja. Sama seperti penggemar K-pop idol yang tumbuh bersama idolanya, ketika mereka melihat Naruto yang sudah dewasa dan menjadi Hokage di *animenya* mereka sudah tidak melihat karakter Naruto yang kecil lagi. Mereka tumbuh besar bersama dengan karakter Naruto. Tamatnya *anime* juga berkontribusi pada penurunan keterlibatan, tetapi Naruto tetap menjadi salah satu karakter yang dihargai dalam hati informan Hans. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruhnya masih kuat meskipun intensitas ketertarikan telah berkurang.

*“Kalo, jujur aja pasti lebih lemah karena gua makin dewasa juga dan, udah banyak anime lain juga kan Gua mulai jarang ngikutin lagi soal Naruto karena animenya udah tamat juga kan, tapi gimanapun pasti Naruto itu adalah salah satu karakter anime yang gua masih kagumin sampe sekarang walaupun memang udah berkurang...” – Hans*

Sedangkan Informan Andy merasa minatnya terhadap Naruto semakin pudar seiring dengan bertambahnya usia dan tamatnya *anime*. Informan masih merasa terhubung dengan karakter Naruto. Namun, ketidakpuasan terhadap *anime* Boruto yang dianggap tidak memberikan pengalaman yang sama, membuat informan merasa

kehilangan esensi dari perjalanan ninja yang dia nikmati di Naruto. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun informan tidak lagi mengikuti *anime* secara aktif, dia masih menghargai kenangan dan nilai-nilai yang diajarkan di *anime* Naruto.

*“Bisa dibilang semakin pudar lah pasti karena gua semakin dewasa, kan udah tamat juga animenya, tapi untuk karakter Naruto sendiri sih masih relate, tapi kalo dari anime gua ga ngikutin lagi apalagi anime Boruto ini kan flop ya jadi ya. Bisa dibilang jalan ninja yang gua nonton di anime Naruto ini sekan hilang aja gitu di Boruto gua udah ga dapet feel pas kayak gua nonton Naruto lah gitu...” – Andy*

Begitupun dengan informan Neo yang seiring bertambahnya usia, minat informan terhadap Naruto berkurang karena menghadapi berbagai masalah dan tanggung jawab baru yang membuat dia tidak memiliki banyak waktu untuk mengikuti *anime*. Meskipun dia masih menghargai karakter Naruto dan Sasuke, ketidakminatan terhadap Boruto membuat Neo jarang terlibat dengan *franchise* tersebut, terutama karena Naruto sudah tamat dan tidak ada waktu untuk mengeksplorasi cerita baru.

*“Seiring bertambahnya umur sih berkurang yak karena kan... dihadapi dengan masalah – masalah baru lah, jadi ga ada waktu yah udah dibilang gua udah jarang sih ngikutin Naruto karena ga ada waktu dan apalagi animenya udah tamat kan. Kalo Borutonya sendiri gua kurang interest sama animenya, paling gua cuman ngikutin pas ada Sasuke sama Naruto doang.” – Neo*

#### 4. Simpulan

Perilaku parasosial adalah perilaku yang muncul akibat adanya hubungan parasosial. Hubungan parasosial sendiri merujuk pada interaksi yang terjadi antara seseorang dengan artis atau figur publik. Penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku parasosial pada penggemar karakter Naruto tercermin melalui empat aspek utama: pertemanan khayalan, empati terhadap karakter, keterlibatan dalam komunitas penggemar, dan konsumsi konten secara mendalam. Para informan merasakan hubungan emosional yang kuat dengan karakter Naruto, yang dipicu oleh nilai-nilai yang dihayati Naruto, seperti kerja keras dan pantang menyerah. Selain itu, mereka menunjukkan empati terhadap pengalaman emosional Naruto, aktif berpartisipasi dalam kegiatan fandom, dan secara intensif mengonsumsi berbagai media terkait karakter tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku parasosial dapat membangun keterikatan emosional yang mendalam antara individu dan tokoh fiktif.

Narasumber ahli psikologi, Untung Subroto juga menyatakan bahwa hubungan sosial dengan orang asli adalah sesuatu yang tidak bisa digantikan dengan hubungan fiktif. Sehingga, apabila seseorang menjauhi hubungan sosial yang dialami karena perilaku parasosial, hal ini sudah bersifat tidak sehat dan menyebabkan ketergantungan emosional. Terlebih lagi, apabila tokoh yang disukai memiliki pemikiran negatif terhadap kelompok orang-orang tertentu. Hal ini dapat dicontoh oleh orang dengan perilaku parasosial yang berlebihan dan membentuk pandang-pandangan yang negatif. Di sisi lain, apabila perilaku parasosial masih dalam kadar normal, yaitu penonton

masih dapat membedakan antara perilaku fiktif dan nyata serta menganggap bahwa yang dilihat hanya bersifat menghibur, mereka dapat membangun relasi baru dengan orang lain. Contohnya yaitu berbincang-bincang soal karakter favorit bersama teman dan keluarga. Bahkan, bisa juga menemukan grup pertemanan baru yang menyukai karakter atau tokoh yang sama, sehingga memperluas jaringan dan koneksi pertemanan.

Para informan sampai saat ini masih mengidentifikasi diri mereka sebagai karakter Naruto, walaupun intensitas perasaan mereka tidak sedalam di awal saat mengenal karakter tersebut. Para informan tumbuh besar bersama dengan karakter Naruto dan seiring bertambahnya usia, intensitas perasaan terhadap karakter Naruto berkurang karena prioritas hidup yang berubah. Kendati demikian rasa nostalgia dan kenangan positif tetap bertahan. Interaksi parasosial ini juga memberikan dampak positif, seperti mendorong informan untuk menerapkan nilai-nilai seperti kerja keras, pantang menyerah, dan keberanian dalam kehidupan nyata, sambil tetap menjaga keseimbangan antara fantasi dan realitas. Pengalaman masa kecil dan remaja tumbuh bersama dengan karakter Naruto memberikan dampak emosional yang signifikan bagi para informan. Mereka sudah tidak melihat karakter Naruto kecil maupun remaja, namun melihat karakter Naruto sebagai pria yang sudah dewasa sama seperti mereka yang sudah beranjak dewasa.

## 5. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber serta semua pihak yang turut serta membantu sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

## 6. Daftar Pustaka

- Riandi, A.P & Aditia, A. (2022, December). *Daftar Fandom Anime Terbesar di Dunia, Jumlahnya Capai Jutaan*. Kompas.
- Amalina, A. (2012). Budaya Populer Jepang Sebagai Instrumen Diplomasi Jepang dan Pengaruhnya Terhadap Komunitas-Komunitas di Indonesia. *Andalas Journal of International Studies*, 1(2), 14.
- Azwar, S. (2013). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: *Pustaka Pelajar*.
- Jenkins, H. (2018). Fandom, Negotiation, and Participatory Culture. In *A Companion to Media Fandom and Fan Studies* (pp. 11–26). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781119237211.ch1>
- Kirana. (2021, May 3). *Fenomenologi: Apa yang kita rasakan secara indrawi tidak selalu sama dengan yang kita maknai*. <https://Feb.Ugm.Ac.Id/Id/Berita/3232-Fenomenologi-Apa-Yang-Kita-Rasakan-Secara-Indrawi-Tidak-Selalu-Sama-Dengan-Yang-Kita-Maknai>.
- Moleong, L. J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. *PT Remaja Rosdakarya*, 38.
- Pertiwan, I., & Winduwati, S. (2023). Perilaku Parasosial Penggemar Karakter Anime Jepang. *Koneksi*, 7(1), 240–247. <https://doi.org/10.24912/kn.v7i1.21296>
- Pradhipta, A. Y. (2021). Mekanisme ‘gacha’ dan ‘parasocial interaction’ pemain gim seluler. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 5(1), 215. <https://doi.org/10.25139/jsk.v5i1.2478>
- Romli, Khomsahrial. (2017). *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Grasindo

- Rita Fiantika, F., Wasil, M., & Jumiya, S. (n.d.). *Metodologi Penelitian Kualitatif*.  
[www.globaleksekutifteknologi.co.id](http://www.globaleksekutifteknologi.co.id)
- Rosintan, & Setiawan. (2014). Analisis Gaya Kepemimpinan Perempuan di PT Ruci Gas Surabaya. *AGORA*, 2(2).
- Setyanto, Y., Winduwati, S., Savitri, L., & Utami, S. (2017). *Early Adolescent Behavior on Media Toward Idol Figure (Parasocial Study on Preliminary Youth as an Effect of New Media)*  
<https://www.researchgate.net/publication/323471610>
- Sugiyono. (2013). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sukmana, P. D. (2013). *Studi Deskriptif Mengenai Interaksi Parasosial Pada Perempuan Dewasa Awal Di Komunitas Fans EXO Bandung*. 14–33.