



## ANALISIS TANDA OTAKU IDOL DALAM ANIME BACK STREET

### GIRLS: GOKUDOLS.

Leonika Putri Hariananta<sup>1</sup>, Ni Nengah Suartini<sup>2</sup>, Gede Satya Hermawan,<sup>3</sup>

Program Studi Pendidikan Bahasa Jepang Universitas Pendidikan Ganesha, Jl. A. Yani No.  
67 Singaraja, Bali 81117

Correspondence Email : leonikaputrihariananta15@undiksha.ac.id

#### Abstract

This study aims to describe semiotic signs of otaku idol on Back Street Girls: Gokudols anime. Using descriptive qualitative method with Roland Barthes' (1972) two order of signification semiotic analysis produced the denotative, connotative and myth of signs. The result of the study showed there are visual and verbal data that indicate signs of otaku idol. The denotation meaning could be understood from characterization of otaku, visual scenes and verbal dialogues. The connotation meaning showing the concepts of otaku appearance, consumerism pattern, obsession, delusion, imitation and sexual connotation. While the myth reference to otaku character design, consumerism ideology, celebrity worship phenomenon, and sexual deviance.

**Keywords:** *Semiotic, Roland Barthes, anime, otaku*

#### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tanda-tanda semiotik otaku idol dalam anime Back Street Girls: Gokudols. Menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan analisis semiotika signifikasi dua tahap Roland Barthes (1972) menghasilkan makna denotasi, konotasi dan mitos dari tanda. Hasil penelitian menunjukkan terdapat data visual dan verbal yang mengindikasikan tanda otaku idol. Makna denotasinya dapat dipahami melalui penokohan otaku, adegan visual dan dialog verbal. Makna konotasinya menunjukkan konsep penampilan otaku, pola konsumerisme, obsesi, delusi, imitasi dan konotasi seksual. Sementara mitosnya merujuk pada desain karakter otaku, ideologi konsumerisme, fenomena celebrity worship dan penyimpang seksual.

**Kata kunci:** *Semiotika, Roland Barthes, anime, otaku*

#### Pendahuluan (Sub judul 1, Times new roman 12 pt)

*Otaku* (オタク) merupakan istilah dalam bahasa Jepang yang digunakan untuk merujuk kepada orang-orang dengan ketertarikan obsesif, umumnya terhadap *anime*, komik dan *game* (Ho, 2019: 82-92). Berkembang sejak tahun 1980-an, *otaku* telah menjadi sub-kultur yang mengakar dalam budaya populer Jepang. Salah satu industri yang memiliki komunitas *otaku* terbesar adalah *idol*.

Dalam budaya Jepang, *idol* (アイドル *aidoru*) perempuan adalah profil media (penyanyi, model, profil selebriti, dsb.) remaja yang dianggap memiliki penampilan menarik (Xie, 2019). Sementara penggemar *idol* adalah orang-orang yang memiliki kekaguman atau rasa simpati tinggi terhadap kelompok musisi tertentu dan merupakan

prioritas mereka untuk secara aktif mencari informasi tentang *idol* (Nomura Research Institute, 2004).

Sebagai sub-kultur yang berpengaruh besar terhadap penyebaran budaya populer Jepang, *otaku* sering dirujuk kembali dalam media-media budaya populer tersebut seperti *anime*, *manga*, *dorama*, *film*, dan sebagainya. Salah satu caranya adalah melalui penokohan. Beberapa judul *anime* yang menunjukkan tokoh-tokoh *otaku* yaitu *Wotaku ni Koi wa Muzukashii* dan *Himouto! Umaru-chan*. *Anime-anime* tersebut menjadikan *otaku* sebagai tokoh utama dan digambarkan dengan desain karakter yang diharapkan untuk disukai oleh penonton. Persamaan tokoh *otaku* pada *anime* di atas diantaranya yaitu penampilan fisik yang menarik, berusia remaja, obsesi yang digambarkan dengan cara yang positif dan kebanyakan berusaha menyembunyikan ke-*otaku-an* mereka di depan umum.

Bentuk penokohan yang berbeda muncul pada *anime Back Street Girls: Gokudols*. Perbedaan antara karakter *otaku* dari ketiga *anime* yang telah disebutkan di atas dengan karakter *otaku* dalam *anime Back Street Girls: Gokudols* bukanlah tokoh utama, melainkan tokoh pendukung jamak dalam jalannya cerita. Mereka diidentifikasi sebagai sub-kultur *otaku idol*, memiliki penampilan fisik dan usia sebagai laki-laki dewasa, dan obsesi mereka terhadap *idol* diperlihatkan melalui banyak cara seperti koleksi, mendatangi konser, jumpa penggemar dan sebagainya.

Sebagai tanda yang mengandung makna tertentu, perbedaan penokohan dalam suatu media mampu dimaknai dengan cara yang berbeda pula. Untuk dapat memahami makna-makna yang ada di balik tanda dalam media dan pesan yang ingin disampaikan, diperlukan pengkajian menggunakan ilmu semiotika.

Semiotika dapat dipahami sebagai ilmu yang mempelajari seluruh objek, peristiwa dan kebudayaan manusia sebagai tanda. Menggunakan semiotika dalam studi media dapat menguraikan sebab, alasan, dan tujuan media untuk mengambil langkah tertentu atau menyampaikan pesan tertentu (Wibowo, 2018). Penelitian ini menggunakan teori semiotika sistem signifikasi dua tahap yang dikembangkan oleh Roland Barthes (1972) yang akan menghasilkan makna denotasi, konotasi dan mitos dari tanda-tanda yang ditampilkan dalam media.

Analisis semiotika mengenai *otaku* dalam media telah dilakukan sebelumnya oleh Fitriani (2016: 176-184) yang membahas mengenai karakter subkultur *otaku* dalam antologi puisi *Otaku Senryu* menggunakan teori semiotika Riffaterre. Perbedaan media, sudut pandang, pesan yang ingin dimunculkan dan metode analisis yang digunakan memungkinkan terdapat sistem penandaan yang berbeda juga. Adanya penelitian yang membahas sub-kultur *otaku* dalam berbagai media Jepang akan memperkaya pengetahuan mengenai sub-kultur ini dalam sudut pandang orang Jepang.

## **Metode**

Penelitian ini merupakan penelitian semiotika dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Subjek dalam penelitian ini adalah *anime Back Street Girls: Gokudols*, dengan unit analisis data dalam penelitian ini dibatasi pada adegan-adegan dalam *anime* yang merupakan tanda *otaku idols* baik secara visual maupun verbal. Metode pengumpulan data menggunakan metode simak-catat dengan alat bantu berupa kartu data. Metode dan teknik analisis data menggunakan teori semiotika sistem signifikasi dua tahap oleh Roland Barthes (1972).

Langkah-langkah yang dilakukan diawali dengan tahap pengumpulan data yaitu menyimak atau menonton *anime Back Street Girls: Gokudolls* secara berulang sembari melakukan pencatatan dan klasifikasi data melalui kartu data. Kemudian data dianalisis melalui pemaknaan tahap denotasi (makna nyata dalam tanda), kemudian konotasi (makna subjektif dari tanda) dan yang terakhir mitos (pemahaman konvensional oleh suatu budaya).

## Hasil dan Pembahasan

Pada bagian ini, data yang dipaparkan dikelompokkan sesuai mitos yang muncul.

### *Desain Karakter Otaku*



Gambar 4. 1 *Otaku* dalam acara jumpa penggemar

(Kode Data: 01-05A)

Dalam tahap denotasi, makna yang dapat diambil dari gambar 4.1 adalah seorang laki-laki dewasa bertubuh gemuk, menggunakan kemeja, bandana, dan membawa ransel sedang bercakap-cakap dengan tokoh *idol* Mari-chan dalam acara jumpa penggemar. Ekspresi laki-laki ini terlihat bahagia dan bersemangat dengan pipi yang merona dan wajah yang penuh keringat.

Makna konotasi yang dapat dipahami yaitu seorang *otaku* yang tengah berbicara dengan semangat kepada Mari-chan. Ekspresi wajah dan keringat yang membasahi wajahnya menunjukkan antusiasme untuk bertemu Mari-chan dan mengesankan ia sudah mengantri lama untuk mendapat giliran bersalaman. Pakaian *otaku* yang mencolok (baju motif kotak-kotak berwarna putih-merah-kuning dan hijau neon, bandana kotak-kotak warna merah terang) dan rambut yang berantakan menunjukkan *otaku* merupakan orang yang tidak modis.

Mitos dalam adegan ini merujuk pada desain karakter *otaku* dalam media-media lain, khususnya *anime*. Hal ini dikarenakan penampilan *otaku* yang serupa (baik fisik maupun pilihan *fashionnya*) juga sering dimunculkan kembali dalam desain karakter *anime* lain seperti tokoh *Armeni* dalam *anime Robi-Hachi* (2019), karakter Fujikawa dalam *Oshi ga Budoukan Itte Kuretara Shinu* (2020), Hashida Itaru dalam serial *anime Steins; Gate* (2011). Tokoh-tokoh *anime* ini termasuk dalam kategori *Otaku* pada website [www.anisearch.com](http://www.anisearch.com) yang dinyatakan sebagai tokoh yang memiliki hasrat berlebihan terhadap *anime*, manga dan subjek serupa. Dikatakan bahwa ciri

tersebut harus berdampak pada perilaku tokoh dan seringkali karakter mereka direduksi hanya menjadi stereotip tersebut. Persamaan desain karakter antara satu tokoh *otaku* dengan yang lain dapat dilihat dalam gambar 4.2



Gambar 4. 2 Chart tokoh dalam kategori *otaku* (Sumber: [www.anisearch.com](http://www.anisearch.com))

Kemiripan yang terlihat dari ketiga tokoh *otaku* di atas dengan tokoh *otaku* dalam *anime Back Street Girls: Gokudols* secara fisik adalah laki-laki dengan tubuh gemuk, menggunakan kacamata dan mengenakan bandana atau aksesoris kepala. Selain itu, ada juga kemiripan tokoh berupa sifat obsesi berlebihan terhadap suatu subjek dan obsesi tersebut adalah inti karakter tokoh-tokoh ini. Dalam kasus tokoh *otaku* pada *Back Street Girls: Gokudols*, objek obsesi tokoh *otaku* adalah *idol*.

Pengulangan atau penekanan suatu konsep melalui jenis perilaku tertentu akan semakin memperkuat mitos yang memiliki fungsi untuk menaturalisasi suatu makna (Barthes, 1972). Pengulangan berupa desain-desain karakter yang serupa dalam media akan membuat penonton atau konsumen media menganggap seolah-olah penggambaran tersebut merupakan penggambaran benar dari *otaku*. Maka dapat dipahami bahwa desain karakter untuk suatu tokoh dibuat sedemikian rupa untuk mendorong pesan atau ideologi yang ingin disampaikan pembuat *anime* mengenai *otaku*.

### **Konsumerisme**



Gambar 4. 3 Sebuah acara VIP yang diselenggarakan *Gokudols* (Kode Data: 10-55A)

Dalam data 10-55A terdapat dua cuplikan yang muncul secara berurutan. Makna denotasi yang dapat dipahami dari cuplikan pertama menunjukkan sebuah papan pengumuman bertuliskan 新シングル『助けてください』発売記念VIPイベント!! 5分個人面談会 \*1000枚以上お買

い求めのファン様限定」(‘Acara VIP untuk merayakan perilisan *single* baru “*Tasukete Kudasai*”! Wawancara pribadi selama 5 menit \*terbatas untuk penggemar yang telah membeli 1000 keping CD’). Kemudian adegan berlanjut menunjukkan sebuah ruangan dipenuhi pengunjung yang sedang duduk mengantri dan sebuah panggung kecil di ruangan tersebut. Semua pengunjung merupakan laki-laki dewasa dengan penampilan khas *otaku*. Di atas panggung terdapat 3 ruangan tertutup kecil yang dilabeli nama Mari, Airi, dan Chika. Ada 3 orang laki-laki yang sedang menunggu untuk masuk ke masing-masing ruangan.

Dari makna denotasi tersebut, maka bisa dipahami makna konotasinya yaitu agensi *idol* mengadakan sebuah acara spesial yang memberikan kesempatan penggemar untuk berinteraksi langsung dengan *idol* mereka sebagai strategi pemasaran dan untuk meningkatkan angka pembelian CD musik yang baru rilis. Syarat untuk dapat mengikuti acara-acara seperti ini adalah untuk membeli CD musik *single* terbaru dalam jumlah yang besar. Walau jumlah minimal pembelian untuk dapat mengikuti acara jumpa penggemar spesial ini sangat banyak, para *otaku* tetap saja memenuhi tempat acara. Mereka mampu mengeluarkan uang untuk membeli 1000 keping CD musik demi menghabiskan waktu 5 menit bersama *idol* mereka.

Sementara mitos yang dapat dipahami dari adegan di atas menunjukkan konsep konsumerisme yang muncul akibat paksaan dari pasar yang menghancurkan individu dan membahayakan masyarakat (Swaggler, 1997). Maksudnya adalah, pasar sebagai produsen komoditas yang seakan menentukan daya beli konsumen, bukan sebaliknya. Sebagai industri yang ‘menjual’ image anggotanya, agensi *idol* memanfaatkan loyalitas dan mengeksploitasi daya beli penggemar *idol* untuk meningkatkan angka penjualan.

Asosiasi paling dekat dengan strategi pembelian satu barang dalam kuantitas besar adalah dengan group *idol* AKB48. Okajima dan Okada (dalam Galbraith, 2019) menyatakan bahwa AKB48 merupakan group *idol* yang dibentuk dan dipromosikan sebagai *idol* yang bisa dijumpai. AKB48 menekankan hubungan dengan penggemar baik dalam struktur bisnis maupun praktik pemasarannya melalui interaksi langsung dengan anggota *idol* dalam acara-acara khusus yang diadakan. Contohnya seperti perilisan album ke-8 AKB48 pada Februari 2008 yang dalam setiap pembeliannya mendapatkan sebuah poster. Ada 44 desain poster berbeda dan hanya penggemar yang memiliki ke-44 poster bisa datang ke acara jumpa penggemar khusus (Galbraith, 2019).

Acara-acara sejenis memiliki tujuan utama untuk meningkatkan jumlah penjualan CD dan album melalui konsumsi kuantitas oleh penggemar. Penggemar dieksploitasi melalui janji pengalaman intim yang lebih dan koneksi nyata dengan *idol* mereka. Para penggemar tidak lagi membeli musik melainkan membeli pengalaman emosional mereka dengan para *idol* (Galbraith, 2012). Hal ini dibuktikan dengan total angka penjualan CD dan album AKB48 yang mencapai 128 juta unit terhitung pada tahun 2015 ([www.stage48.net](http://www.stage48.net)).

Interaksi langsung antara penggemar dan *idol* ini telah menjadi strategi umum yang digunakan dalam industri *idol* baik di Jepang maupun di negara-negara lain seperti Korea dan Indonesia. Hal ini menunjukkan pembelian secara besar-besaran sebagai ‘tiket’ untuk berinteraksi langsung dengan para *idol* telah menjadi sesuatu yang dinormalisasi dan merupakan bentuk mitos yang ingin disampaikan oleh pembuat *anime Back Street Girls: Gokudols*.

### Celebrity Worship



Gambar 4. 4 *Otaku* laki-laki yang menyerupai Chika-chan

Dialog:  
オタク : 毎日 チカちゃん見たいからチカちゃんふうに整形してみたらこんなんになっちゃったよ

*Otaku* : *Mainichi Chika-chan mitaikara Chika-chan fuu ni seikei shite mitara konnanni natchatta yo*

Terjemahan bahasa Indonesia

*Otaku* : Karena setiap hari ingin melihat Chika-chan, aku melakukan operasi plastik seperti Chika-chan dan menjadi seperti ini.

(*Back Street Girls: Gokudols*, Episode 10 cerita #55: Hell プミー)  
(Kode Data: 10-55B)

Makna denotasi yang dapat dipahami dari tanda tersebut adalah seseorang dengan suara lelaki dewasa, mengenakan kemeja, memiliki gaya rambut yang sama dengan Chika-chan dan mata berbinar seperti perempuan. Ekspresi wajah tokoh terlihat sedih.

Pernyataan 毎日 チカちゃん見たいから (*mainichi Chika-chan mitaikara* = karena setiap hari ingin melihat Chika-chan) mengkonotasikan obsesi tinggi yang dimiliki *otaku*. Obsesi berlebihan mampu mendorong perbuatan ekstrem seperti melakukan operasi plastik agar terlihat dan bisa terus melihat wajah idolanya.

Mitos yang terbentuk dari hubungan makna denotasi dan konotasi di atas menunjukkan tindakan *celebrity worship* pada tingkat tinggi. *Celebrity worship* pada tingkatan ini dianggap telah masuk pada ambang patologi sosial dan menunjukkan kecenderungan psikotis (McCutcheon, 2002). *Celebrity worship* telah menjadi sesuatu yang umum terjadi di kalangan anak muda seluruh dunia dan diduga dipicu oleh kebutuhan perkembangan jati diri dan keintiman (Josselson dalam Chan, 2008). Para

penggemar kerap mengaitkan idola sebagai pembentuk identitas dan harga diri mereka. Selebriti juga dilihat sebagai citra diri ideal dan penggemar berusaha untuk memiliki sifat kepribadian yang serupa dengan idola mereka seperti penampilan fisik, kemampuan dan sikap sebagai upaya mengimitasi sang idola (Chan, 2008).

Imitasi merupakan proses sosial melalui usaha menirukan seseorang yang dijadikan model. Hergenahhn dan Olson (dalam Kusuma, 2014) menyatakan terdapat empat proses dalam imitasi, yaitu atensi (perhatian dan observasi terhadap model yang diimitasi), retensi (pengingatan informasi model secara simbolis), pembentukan perilaku dan motivasi peniruan terhadap model. Sementara Gerungan (dalam Kusuma, 2014) menyatakan aspek-aspek perlakuan imitasi meliputi minat perhatian yang besar terhadap model, sikap menjunjung tinggi atau mengagumi model, dan adanya penghargaan sosial yang tinggi dari model yang diimitasi. Persamaan antara *celebrity worship* dan imitasi terletak pada aspek-aspek tersebut (Kusuma, 2014). Proses dan aspek-aspek dari imitasi ini dapat menjelaskan kecenderungan terjadinya imitasi pada selebriti yang dijadikan model panutan oleh penggemarnya.

Cheng dan Yue (dalam Maltby dkk, 2007) menyatakan bahwa pemuja selebriti memiliki kecenderungan performa kerja, kepercayaan diri dan pencapaian identitas yang lebih rendah daripada non-pemuja selebriti. Hal ini mengimplikasikan bahwa para pemuja selebriti berusaha untuk membentuk sebuah identitas personal melalui selebriti. Selain itu, sifat *introvert* (tertutup) dan kurangnya hubungan bermakna di antara para pemuja selebriti dianggap mendukung adanya penyerapan psikologis dalam upaya membentuk identitas dan rasa pemenuhan (McCutcheon dkk, 2002). Penyerapan ini kemudian direalisasi dalam bentuk pemusatan perhatian total terhadap selebriti favorit. Hal ini menyebabkan rasa realitas yang tinggi yang memberi keyakinan salah bahwa pemuja selebriti dan fokus perhatian mereka memiliki hubungan yang nyata. Pemuja kemudian dapat terlibat dalam perilaku yang lebih ekstrem untuk meningkatkan pengetahuan dan kedekatannya dengan selebriti tersebut (Maltby dkk, 2007).

Walau terkesan tidak wajar, kasus *celebrity worship* ekstrem seperti melakukan operasi plastik menyerupai idola mereka juga terjadi di dunia nyata. Beberapa contoh kasusnya diulas dalam artikel tabloid *Daily Mirror* yang membahas mengenai 5 orang yang melakukan operasi plastik agar menyerupai selebriti, penyanyi dan aktor terkenal. Dengan lumrahnya kasus-kasus seperti ini terjadi di kehidupan nyata ditambah dengan sorotan dan rujukan kembali oleh media, akan memperkuat normalisasi bentuk *celebrity worship* tidak wajar seperti operasi plastik ekstrem dan asosiasinya dengan para penggemar fanatik selebriti seperti *otaku idol*. Naturalisasi dari suatu ideologi dalam wacana inilah yang merupakan tahap penandaan mitos.

### Penyimpang Seksual



Gambar 4. 5 *Otaku* meminta Chika untuk melihat celana dalam.

Dialog:

[み。。。見てる... チカちゃんが見てるよ。僕のパンツを見てるよ。恥ずかしい。。。恥ずかしい。。。そんなに見つめると恥ずかしいよ!]

*Otaku* : *Nanimo shaberanakute iikara! Tada gopun kan kore wo jii to miteitekure.*

{*mi... miteru... Chika-chan ga miteruyo. Boku no pantsu wo miteruyo. Hazukashii... Hazukashi... Sonna ni mitsumeru to hazukashiiyo!*}

Terjemahan bahasa Indonesia

*Otaku* : Kau tak perlu mengatakan apapun! Lihat saja benda ini selama lima menit.

{*Di... dilihat... Dilihat oleh Chika-chan. Celana dalamku dilihat... Malu... Malu... Kalau dilihat seperti itu aku merasa malu!*}

(*Back Street Girls: Gokudols*, episode 10 cerita #55: Hell プミー)  
(Kode Data: 10-55C)

Pada tahap denotasi, data di atas dapat dipahami sebagai seorang laki-laki mengenakan baju bergambar ikon Chika berada dalam ruangan *interview* VIP bersama Chika-chan. Laki-laki ini lalu meletakkan celana dalam di meja dan meminta Chika-chan untuk menatap celana dalam tersebut selama 5 menit. Ketika Chika-chan melakukan apa yang diminta, napas laki-laki tersebut mulai terengah-engah,

tangganya terkepal, pipinya merona merah. Muncul animasi aura berwarna ungu mengelilingi badannya. Monolog batinnya (ditandai dengan dialog dalam tanda {}) menyatakan bahwa ia merasa malu ketika Chika-chan melihat celana dalamnya yang ada di meja.

Permintaan dan dialog batin oleh *otaku* ini memberikan konotasi seksual berupa *kink* (rangsangan seksual terhadap kegiatan tertentu) yaitu barang pribadi miliknya yang dilihat oleh *idol*. Tanda visual aura gelap di sekeliling *otaku* dan ekspresi *otaku* yang terengah-engah dengan wajah memerah menunjukkan konotasi gairah seksual dari *otaku* ini ketika Chika-chan memenuhi permintaannya. Dialog *otaku* yang menenangkan Chika-chan untuk melakukan permintaan tersebut menunjukkan bahwa sebenarnya *otaku* tersebut tahu bahwa permintaan mereka tidak lazim untuk dilakukan di depan umum.

Penandaan mitos pada data ini menunjukkan *otaku* sebagai orang dengan kecenderungan seksual menyimpang. Adanya asosiasi tersebut dengan sub-kultur *otaku* berawal dari kasus penangkapan Miyazaki Tsutomu pada tahun 1989 yang telah menculik, memperkosa, dan memutilasi empat anak perempuan di bawah umur. Ditangkap pada tahun 1989, pengeledahan yang dilakukan oleh kepolisian menemukan ribuan kumpulan video film dewasa dan horor, termasuk rekaman dan foto perbuatan Miyazaki kepada korban, serta tumpukan koleksi *manga* dewasa yang dimilikinya (Gushiken dan Hirata, 2014). Sisi *otaku* dari kasus pembunuhan ini kemudian disorot oleh media dengan sedemikian rupa, bahkan menjuluki Miyazaki sebagai “*Otaku Pembunuh*” (Garg, 2019).

Perbedaan antara normal dan abnormal telah ditegaskan dengan menyebut Miyazaki sebagai ‘*otaku*’. Dengan begini, penggemar-penggemar tertentu yang sudah dilihat abnormal dan dilabeli sebagai *otaku* di tahun 1980 menjadi terasosiasi dengan pembunuh berantai yang juga seorang *pedophile*, kanibal dan *necrophilia*. Dengan Miyazaki sebagai ‘representatif’ di masa itu, *otaku* kemudian dipahami sebagai laki-laki dengan kecenderungan seksual dan *fetish* yang berbahaya (Galbraith, 2019). Akibat dari kasus tersebut dan publikasi yang besar oleh media, pemahaman ini menjadi citra buruk yang dibawa *otaku* selama bertahun-tahun. Sehingga, walaupun citra *otaku* telah membaik di tahun-tahun terakhir, ide mengenai *otaku* sebagai penyimpang seksual telah menjadi mitos dalam wacana-wacana *otaku*.

## Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka ditemukan hasil penelitian sebagai berikut. Terdapat tanda-tanda *otaku idol* dalam *anime Back Street Girls: Gokudols* yang terdiri dari tanda verbal dan tanda visual. Tanda denotasi ditunjukkan dan dapat dimaknai melalui penokohan karakter yang diidentifikasi sebagai *otaku idol*, adegan visual dan dialog. Makna konotasi menunjukkan konsep penampilan *otaku*, perilaku konsumtif, perilaku obsesif, delusi dan imitasi, serta adanya konotasi seksual. Sementara mitos mengenai *otaku idols* dalam *anime Back Street Girls: Gokudols* merujuk pada desain karakter *otaku* dalam media, ideologi konsumerisme, *celebrity worship* dan penyimpang seksual.

## **Rujukan**

- Barthes, R. (1972). *Mythologies*. New York: The Noonday Press.
- Chan, K & Prendergast, G. (2008) Social comparison, imitation of celebrity models and materialism among Chinese youth, *International Journal of Advertising*, 27:5, 799-826
- Fitriani, I. &. (2016). Otaku Subculture Character in Japanese Poetry Anthology Otaku Senryu. *HUMANIORA*, 17(2), 176-184.
- Gaines, E. (2002). Semiotic Analysis of Myth: A Proposal for an Applied Methodology. *The American Journal of SEMIOTICS*, 17(2), 210-230.
- Galbraith, P. W. (Ed. )2012). *Idols and Celebrity in Japanese Media Culture*. London: Palgrave Macmillan.
- Galbraith, P. W. (2019). *OTAKU AND THE STRUGGLE FOR IMAGINATION IN JAPAN*. Durham: Duke University Press.
- Garg, S. (2019). From Pronoun to Identity: Tracing the History of The Word Otaku. *Journal of Arts, Culture, Philosophy, Religion, Language and Literature*, 3(1), 21-23.
- Gushiken, Y dan Hirata, T. (2014). Processes of Cultural and Media Consumption: The Image of 'Otaku', from Japan to the World. *Sao Paulo*, 37 (2) 133-150
- Ho, T. (2019). The Effect of Technology Innovation and Network Presence on Otaku Identity. *Technological Forecasting and Social Change*, 82-92.
- Ken, K. (2004). The Otaku Group from A Bussiness perspective: Revaluation of Enthusiastic Costumers. *NRI Papers*.
- Kusuma, N. N. (2014). Hubungan Celebrity worship Terhadap Idola K-Pop (Korean Pop) Dengan Perilaku Imitasi Pada Remaja. Universitas Brawijaya.
- Maltby, J. & dkk. (2007). A Clinical Interpretation of Attitudes and Behaviors Associated with Celebrity Worship. *THE JOURNAL OF NERVOUS AND MENTAL DISEASE*, 191 (1).
- McCutcheon, L. & dkk. (2002). Conceptualization and Measurement of Celebrity Worship. *The British Psychological Society* (93).
- Swaggler, R. (1994). Evolution and Application of The Term Consumerism: Theme and Variation. *The Journal of Consumer Affairs*, 28 (2) 347:360
- Wibowo, I. (2018). *Semiotika Komunikasi Aplikasi Praktis bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi, Edisi Ketiga*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Xie, W. (2019). Japanese "Idols" in Trans-Cultural Reception: The Case of AKB48. In J. Bracker, & A. (. Hubrich, *The Art of Reception* (pp. 371-399). Cambridge Schollar Publishing.