

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi yang terus berkembang pada era kontemporer telah mengubah cara negara-negara di dunia berinteraksi satu sama lain, tidak hanya melalui kekuatan militer atau ekonomi, tetapi juga melalui daya tarik budaya yang dimilikinya. Kemajuan teknologi informasi dapat mempercepat proses ini, sehingga produk-produk budaya dari suatu negara dapat menyebar secara luas dan memengaruhi masyarakat di berbagai negara tanpa dibatasi. Fenomena inilah yang kemudian mendorong berbagai negara untuk memanfaatkan budaya sebagai instrumen strategis dalam membangun hubungan internasional, salah satunya adalah Jepang.

Hal ini dapat terlihat dari diplomasi yang mengalami perubahan yang tidak hanya terbatas pada urusan politik, tetapi dapat meluas ke diplomasi publik dengan menjadikan budaya sebagai alat diplomasi (Garmabar, et al., 2024:2). Anime atau animasi Jepang merupakan salah satu hasil yang muncul dari budaya populer di Jepang, yang berhasil diterima pada masyarakat Jepang dan juga di seluruh dunia termasuk Indonesia (Aditya & Roosiani, 2021). Kemudian dengan teknologi informasi yang sampai sekarang terus berkembang, dapat membantu tersebarnya budaya populer Jepang melalui kemudahan akses internet. Internet dapat memunculkan berbagai platform digital seperti situs ataupun aplikasi streaming legal untuk menonton film, acara televisi dari berbagai negara. Sosial media yang dapat menghubungkan para penggemar dari sebuah fandom seperti penggemar anime untuk membentuk sebuah komunitas secara daring (Pristianti, 2024:94).

Fenomena anime sebagai alat diplomasi budaya populer Jepang, merupakan bagian dari strategi *soft power* Jepang yang dikenal dengan “Cool Japan”. Pemerintah Jepang secara aktif mempromosikan produk-produk budaya kreatif seperti anime, manga, game, dan fashion sebagai alat diplomasi budaya (Alifa, et. al. 2023). Tujuan dari “Cool Japan” tidak hanya untuk mengangkat nama baik Jepang di dunia internasional, tetapi juga untuk memberikan pengaruh di negara

lain secara berkelanjutan. Popularitas anime juga tidak terlepas dari proses produksinya yang melibatkan industri animasi Jepang secara menyeluruh, mulai dari studio produksi hingga animator yang bekerja dengan sistem kerja dan nilai-nilai budaya kerja khas Jepang (Rosami dan Parastuti, 2025:4).

Pengaruh budaya populer tidak hanya pada tingkat konsumsi saja, tetapi juga dapat masuk ke dalam ranah produksi dan praktik secara profesional. Menurut Razak dan Ibnu (2022:38) dalam konteks industri animasi, dapat diketahui bahwa anime telah menjadi semacam sarana edukasi secara informal bagi para animator kreatif industri. Maka para animator yang menonton anime tidak hanya menikmati karya-karya tersebut sebagai hiburan, tetapi juga secara tidak langsung dapat menggunakan anime untuk mempelajari teknik animasi, visual, membuat cerita, dan juga etos kerja dari karya-karya yang mereka tonton. Dalam survei yang dilakukan oleh Pristianti (2024:111), dapat diketahui bahwa sebagian besar dari penggemar anime menganggap bahwa anime merupakan sumber inspirasi untuk mendorong mereka ke dalam bidang seni kreatif. Pengaruh anime terhadap animator di Indonesia maupun di luar negeri, tidak hanya sebagai motivasi awal agar mereka memasuki industri animasi. Namun berpengaruh juga sebagai pembentuk identitas profesional dan juga orientasi karier mereka sebagai animator. Orientasi karier yang dimaksud adalah bagaimana para animator dapat menentukan arah, pilihan, dan nilai-nilai profesional dalam perjalanan kariernya. Maka, anime tidak hanya menginspirasi seseorang untuk menjadi animator, tetapi juga membentuk bagaimana mereka bekerja dan ke arah mana mereka untuk mengembangkan karier profesional mereka.

Industri animasi Indonesia memiliki perkembangan yang lumayan terlambat dibandingkan negara-negara seperti Amerika Serikat dan Jepang, yang sudah jauh lebih terkenal dengan karya-karya yang sudah dihasilkan dari kedua negara tersebut. Hal tersebut disebabkan oleh terbatasnya animator profesional di Indonesia, sarana yang kurang mendukung, dan biaya teknologi yang tinggi (Nurjati, et al, 2020:226). Meskipun banyak warga negara Indonesia yang memiliki kemampuan untuk membuat animasi yang hebat yang berasal dari berbagai jalur pendidikan ataupun bakat sendiri, karya mereka hanya terpuji di sosial media saja.

Hal ini dikarenakan belum adanya ekosistem yang dapat menghubungkan antara dunia pendidikan, industri, dan pasar yang menyebabkan Industri animasi di Indonesia berjalan secara individu dan belum mampu untuk bersatu dan menguasai pasar secara luas (Prakoso, 2025).

Namun dalam beberapa tahun terakhir, Industri animasi Indonesia dapat menunjukkan perkembangan yang baik. Seperti kesuksesan film animasi *Jumbo* (2025), yang telah tercatat menjadi salah satu film terlaris di Indonesia sepanjang masa dengan jumlah melebihi 10 juta penonton (Tempo, 2025). Hal ini memperlihatkan bahwa studio animasi lokal dapat menghasilkan karya berkualitas tinggi untuk pasar domestik dan juga internasional. Studio-studio ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat berkreasi, tetapi juga sebagai tempat di mana animator Indonesia dapat mengembangkan identitas profesional mereka.

Salah satu studio animasi yang berlokasi di daerah Depok, Motion Circus Animation merupakan sebuah studio animasi yang berdiri pada tahun 2021. Studio ini dikenal dalam memproduksi konten animasi untuk berbagai platform dan klien yang terkenal seperti film *Jumbo* (2025), beberapa episode dari series *BoBoiBoy* dan juga iklan-iklan seperti *PUBG Mobile*. Profil animator yang bekerja di studio ini, jika dilihat melalui LinkedIn dan juga bagian pengikut dari akun Instagram "motioncircusanimation" sebagian besar merupakan dari generasi yang bertumbuh dengan konsumsi anime yang mulai menjadi populer di Indonesia setelah disiarkan pada acara televisi pada tahun 1990-an, sehingga terdapat peluang untuk mencari tahu bagaimana pengalaman menonton anime di masa lalu mereka dapat berpengaruh terhadap pilihan dan praktik profesional mereka saat ini. Begitu juga saat penulis melakukan survei awal, dapat diketahui bahwa Motion Circus Animation pernah melakukan kerja sama dengan sebuah studio animasi dari Jepang. Saat menjalankan kerja sama tersebut Studio Head dari Motion Circus Animation mengucapkan bahwa proses produksi antara Jepang dan Indonesia mirip, sehingga dapat dipermudah untuk beradaptasi dengan budaya kerja Jepang.

Penelitian yang membahas mengenai anime sudah cukup banyak dilakukan di Indonesia, tetapi yang membahas mengenai bagaimana konsumsi anime dapat membentuk orientasi karier untuk seorang animator profesional secara spesifik

masih sangat terbatas. Penelitian-penelitian terdahulu sebagian besar berfokus pada resepsi penonton, komunitas fandom, lalu pengaruhnya menonton anime secara sosial dan budaya. Bagaimana anime dapat memengaruhi pilihan karir, preferensi pekerjaan, dan pengembangan identitas profesional seorang animator masih belum banyak diteliti secara mendalam.

Pemilihan Studio Motion Circus Animation sebagai fokus penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan. Studio ini merupakan salah satu studio independen di Indonesia yang telah memproduksi beberapa konten secara komersial dan juga kreatif. Kemudian beberapa dari tim animator pada studio ini terbukti pernah mengonsumsi budaya anime melalui akun sosial media beberapa animator yang membuat karya berhubungan dengan anime, sehingga dapat memungkinkan penelitian untuk menghubungkan konsumsi anime dengan pengaruhnya terhadap jalur karier mereka. Kemudian melalui survei awal di studio Motion Circus Animation, penulis dapat mengetahui bahwa studio tersebut pernah bekerja sama dengan sebuah perusahaan studio animasi di Jepang, dan menyatakan bahwa proses bekerja antar studio hampir sama. Hal itu dapat memunculkan pertanyaan budaya kerja Jepang apa saja yang secara tidak langsung dirasakan oleh para karyawan animator di Motion Circus Animation. Oleh karena itu, studio ini dapat dijadikan tempat yang relevan untuk memahami bagaimana anime dapat berpengaruh dan membentuk pandangan karier animator di Indonesia.

1.2 Penelitian yang Relevan

1. Penelitian yang dilakukan oleh Razak dan Ibnu (2022) dalam jurnal of sciences yang berjudul "*The Influence of Manga and Anime on New Media Students' Creative Development*" berfokus untuk menemukan bahwa manga dan anime dapat berfungsi sebagai sarana edukasi dan berpengaruh pada perkembangan kreativitas bagi mahasiswa jurusan media baru. Penelitian ini menggunakan teori uses and gratifikasi dan menggunakan wawancara kepada beberapa mahasiswa jurusan media baru untuk pengambilan data. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa manga dan anime memiliki pengaruh terhadap mahasiswa

di bidang media kreatif dalam konteks pembelajaran dan pengembangan mereka di bidang animasi dan konten visual.

Persamaan penelitian penulis dengan penelitian Razak dan Ibnu (2022) adalah sama membahas bahwa anime dapat berpengaruh terhadap individu yang berada di bidang media kreatif, khususnya pada animasi. Kedua penelitian ini juga mengakui bahwa anime tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi sebagai sumber pembelajaran secara informal yang dapat membentuk preferensi estetika dalam bidang kreatif.

Perbedaannya penelitian Razak dan Ibnu (2022) berfokus pada mahasiswa jurusan media baru di Universitas Teknologi MARA di Malaysia, sedangkan penelitian penulis berfokus pada animator profesional yang telah bekerja di industri animasi, khususnya di studio lokal Indonesia. Kemudian penelitian sebelumnya membahas pengaruh anime terhadap perkembangan kreativitas dan penggunaan sebagai sarana edukasi dalam konteks akademis, sedangkan penelitian ini berfokus pada peran anime sebagai faktor yang membentuk identitas profesional dan arah karier seorang animator.

2. Penelitian yang telah dilakukan oleh Amelia, Yessica, Ruslaini, dan Gilang Romadan (2024) dalam penelitian yang berjudul "*Pengaruh Menonton Anime Terhadap Ketertarikan Bekerja di Jepang dan Keputusan Karier di Masa Depan*". Metodologi yang digunakan adalah pendekatan penelitian kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner melalui platform sosial media untuk mendapatkan data. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa seorang individu yang mengonsumsi anime dapat memengaruhi persepsi mereka, dan memiliki kecenderungan yang lebih kuat untuk menjadikan Jepang sebagai tujuan kerja dan jalur karier pada perencanaan masa depan mereka. Hal ini juga disebabkan oleh faktor-faktor seperti minat pribadi, nilai-nilai, dan kesempatan yang memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan karier mereka.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Amelia, Yessica, Ruslaini, dan Gilang Romadan (2024) dengan penelitian ini adalah sama membahas bagaimana mengonsumsi anime dapat berpengaruh terhadap keputusan dan orientasi karier seseorang, anime dapat dijadikan sebagai sumber motivasi dan inspirasi dalam

menentukan pekerjaan yang diinginkan. Perbedaannya adalah fokus penelitian sebelumnya pada masyarakat Indonesia secara umum yang memiliki ketertarikan terhadap Jepang, anime dapat memengaruhi minat untuk bekerja di Jepang, sedangkan penelitian penulis berfokus pada animator profesional yang bekerja di studio lokal Indonesia, para animator yang bekerja di Indonesia memiliki orientasi karier yang terpengaruhi oleh anime.

3. Penelitian yang telah dilakukan oleh Khoirunissa Pristianti (2024) dalam penelitian yang berjudul "*Pengaruh Menonton Animasi Jepang di Internet Terhadap Gaya Hidup Wibu di Yogyakarta*". Penelitian ini menggunakan teori SOR (*Stimulus, Organism, Response*) dan menggunakan metode survei kuantitatif di beberapa acara anime di kota Yogyakarta untuk mendapatkan data. Hasil dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa mengonsumsi anime melalui internet dapat membentuk dan mengubah berbagai aspek pada kehidupan sehari-hari di komunitas *wibu* seperti preferensi para penonton anime, fashion pakaian yang terinspirasi dari gaya pakaian di Jepang, keputusan pembelian *merchandise*.

Persamaan pada penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah sama mengakui bahwa anime memiliki pengaruh terhadap perilaku dan pilihan hidup individu, anime dapat membentuk identitas dan gaya hidup. Internet memiliki peran yang penting dalam memberikan kemudahan akses untuk menonton anime, sehingga membentuk komunitas penggemar. Perbedaannya penelitian sebelumnya berfokus pada komunitas *wibu* secara umum pada festival anime di Yogyakarta, sementara penelitian ini berfokus pada animator profesional yang bekerja di studio lokal.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis mengidentifikasi beberapa masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Belum diketahui secara mendalam pengaruh anime membentuk orientasi karier pada animator profesional di Indonesia.

2. Belum terukur seberapa jauh budaya kerja Jepang dapat memengaruhi animator di studio Motion Circus Animation.
3. Penelitian mengenai anime sebagai strategi *soft power* Jepang yang berdampak pada produksi kreatif lokal Indonesia, khususnya pada bidang animasi masih belum banyak diteliti.
4. Penelitian yang menggambarkan konsumsi anime dapat berperan dalam praktik animator profesional di studio animasi Indonesia masih terbatas.
5. Kontribusi anime terhadap motivasi atau minat profesional dalam pemilihan karier generasi muda, terutama pada industri kreatif dalam bidang animasi belum banyak diteliti secara mendalam.

1.4 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang diuraikan sebelumnya, penulis membatasi masalah penelitian pada pengaruh konsumsi anime dalam pembentukan orientasi karier animator Indonesia terutama pada animator di studio Motion Circus Animation yang berlokasi di Depok, Jawa Barat.

1.5 Perumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang telah diuraikan pada latar belakang di atas, penelitian ini difokuskan pada rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengalaman konsumsi anime dapat memengaruhi minat dan orientasi karier animator di studio Motion Circus Animation?
2. Bagaimanakah pengalaman konsumsi anime dan budaya kerja Jepang dapat memengaruhi proses produksi di studio Motion Circus Animation?

1.6 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, maka dapat diketahui bahwa tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan memahami lebih dalam mengenai pengalaman konsumsi anime dapat memengaruhi minat dan orientasi karier animator di studio Motion Circus Animation.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengalaman mengonsumsi anime dan budaya kerja Jepang dapat memengaruhi proses produksi di studio Motion Circus Animation.

1.7 Landasan Teori

Untuk mempermudah analisis, berikut merupakan konsep dan teori yang digunakan untuk membantu penelitian:

1.7.1 Konsep Budaya Kerja Jepang

Jepang memiliki berbagai macam konsep budaya kerja khas yang telah terinternalisasi secara mendalam pada kehidupan masyarakatnya. Berikut adalah beberapa konsep budaya kerja tersebut:

- a. *Kaizen* (改善) menurut Sodicantono (2022:36) adalah filosofi perbaikan berkelanjutan yang melibatkan seluruh anggota organisasi dalam upaya peningkatan kualitas secara terus-menerus.
- b. *Wa* (和) Menurut Sai (1995:29) adalah konsep yang merujuk pada nilai harmoni yang menekankan pengambilan keputusan berbasis konsensus dan kerja sama tim dalam organisasi Jepang.
- c. *Ganbaru* (頑張る) menurut Widarahesty adalah konsep yang merujuk pada semangat kerja keras dan ketekunan yang mendefinisikan budaya kerja Jepang, di mana para pekerja dikenal dengan etos kerja dan disiplin yang kuat meskipun menghadapi kesulitan.
- d. *Senpai-Kouhai* (先輩後輩) menurut Nurita et. Al. (2022:71) adalah sistem hierarki mentorship di mana pekerja senior (*senpai*) membimbing dan mendukung pekerja junior (*kohai*) dalam lingkungan kerja maupun pendidikan
- e. *Hourensou* (報連相) Iqbal (2018:124) adalah sistem komunikasi kerja yang terdiri dari *houkoku* (melapor), *renraku* (menghubungi), dan *soudan* (berkonsultasi), yang bertujuan meminimalkan kesalahpahaman dan menjaga efektivitas kerja dalam organisasi.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa budaya kerja Jepang mencakup sejumlah konsep yang saling berkaitan, meliputi nilai perbaikan berkelanjutan (*kaizen*), harmoni dan kerja sama tim (*wa*), sistem mentorship senior-junior (*senpai-kouhai*), ketekunan menghadapi kesulitan (*ganbaru*), serta komunikasi kerja yang terstruktur (*hourensou*), yang secara keseluruhan mencerminkan etos kerja khas industri Jepang.

1.7.2 Teori Uses and Gratification

Menurut Katz, Blumler, dan Gurevitch (1974, dalam Ruggiero, 2000: 4), audiens media secara aktif memilih jenis media dan konten tertentu untuk memenuhi kebutuhan sosial dan psikologis mereka, sehingga audiens tidak dapat dianggap sebagai penerima pesan yang pasif. Kemudian menurut Ruggiero (2000: 3), teori Uses and Gratifications (U&G) selalu menjadi pendekatan teoretis yang mutakhir pada setiap tahap awal kemunculan media massa baru, mulai dari surat kabar, radio, televisi, hingga internet. Ruggiero (2000: 27) menjelaskan bahwa fokus utama dari teori ini adalah untuk menemukan alasan mengapa seseorang terlibat dengan jenis komunikasi termediasi tertentu, dan gratifikasi apa yang mereka peroleh dari keterlibatan tersebut.

Ruggiero (2000: 6) membedakan antara *gratifications sought* (GS), yaitu motif atau kebutuhan yang mendorong seseorang untuk menggunakan media tertentu, dengan *gratifications obtained* (GO), yaitu kepuasan yang benar-benar didapatkan seseorang setelah mengonsumsi media tersebut. Perbedaan ini penting karena motivasi awal seseorang dalam mengonsumsi media tidak selalu sama dengan manfaat yang benar-benar dirasakannya di kemudian hari. Kemudian Ruggiero (2000: 26) mengelompokkan motivasi penggunaan media ke dalam beberapa kategori, yaitu *diversion* atau pelarian dari rutinitas, *social utility* untuk memperoleh informasi yang dapat digunakan dalam interaksi sosial, *personal identity* untuk memperkuat sikap dan nilai diri, serta *surveillance* untuk mempelajari lingkungan, peristiwa, dan hal-hal baru di sekitarnya.

Dalam konteks media yang lebih modern seperti internet, Ruggiero (2000: 15) menambahkan bahwa konsep audiens aktif semakin diperkuat oleh sifat

interaktif dari media baru, di mana pengguna memiliki kendali yang lebih besar terhadap konten yang mereka pilih dan bagaimana cara mereka menggunakan konten tersebut, dibandingkan dengan media massa tradisional.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa teori Uses and Gratifications adalah sebuah teori yang menjelaskan bagaimana individu secara aktif memilih dan menggunakan media tertentu untuk memenuhi kebutuhan sosial dan psikologisnya, serta membedakan antara motif yang mendorong seseorang menggunakan media dengan kepuasan yang benar-benar diperoleh setelah menggunakan media tersebut.

1.7.3 Teori Konstruksi Karier

Menurut Savickas (2019:3) teori konstruksi karier menjelaskan bahwa seseorang dapat membangun pekerjaan di masa depannya dengan menemukan alasan atau tujuan dengan memberikan makna dari hal-hal yang mereka dilakukan sehari-hari. Menurut Savickas (2019:5) karier adalah di mana seseorang individu dapat membuat cerita hidup mereka sendiri. Hal tersebut mengenai pengalaman mereka di masa lalu, apa yang dikerjakan sekarang, dan apa yang dicita-citakan dapat dijadikan satu cerita yang dapat memberikan individu tersebut untuk lebih memiliki makna dan mempunyai tujuan. Lalu Savickas (2019:10) dapat membagi proses ini ke dalam tiga sudut pandang yang diuraikan menjadi diri sendiri sebagai aktor atau orang yang menjalankan peran, agen atau orang yang memiliki tujuan, dan penulis atau orang yang dapat memberikan makna pada hidupnya. Tujuan dari hal ini adalah untuk menemukan alasan mendalam mengapa seseorang sangat menyukai bidang tertentu, sehingga pekerjaan yang dipilih bukan hanya untuk mencari uang, tetapi juga untuk memenuhi kepuasan diri sendiri.

Kemudian Savickas (2019:24) menjelaskan bahwa teori ini mencoba untuk membangun kesiapan mental seseorang untuk menghadapi tantangan dan juga perubahan pekerjaan. Dengan memahami jalan cerita sendiri, seseorang akan memiliki rasa peduli terhadap masa depannya (*concern*), rasa tanggung jawab untuk mengambil kendali terhadap pilihannya (*control*), rasa ingin tahu untuk mencoba sesuatu yang baru (*curiosity*), dan membentuk rasa percaya diri (*confidence*) dalam

bekerja. Teori konstruksi karier bertujuan untuk menunjukkan hubungan antara hobi atau kesukaan pribadi dengan identitas profesional seseorang di masa depan. Savickas (2019: 22) menekankan bahwa apa yang sangat kita sukai saat masih kecil bisa menjadi modal dasar untuk membangun profesi saat kita dewasa.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa konstruksi karier adalah sebuah proses di mana seseorang dapat membuat cerita hidup mereka sendiri dengan memberi makna dari kegiatan atau kebiasaan yang mereka lakukan dalam kehidupan sehari-hari. Konstruksi karier bertujuan untuk menunjukkan hubungan dari sebuah hobi atau kesukaan pribadi dengan identitas profesional seseorang di masa depan.

1.8 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode deskriptif analisis melalui pendekatan kualitatif dengan penyebaran kuesioner kepada sebanyak 22 orang melalui Google Form untuk mengambil data dari karyawan di studio Motion Circus Animation. Sampel dari penelitian ini adalah para animator yang merupakan karyawan dari studio Motion Circus Animation di Depok, Jawa Barat. Penelitian ini kemudian dilakukan dengan menganalisis data selama tujuh hari.

1.9 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Dalam penelitian ini diharapkan untuk memperluas kajian mengenai pengaruh budaya populer Jepang, khususnya anime dalam konteks orientasi karier di Indonesia, dan menambahkan perspektif pengalaman kreator Indonesia.

2. Manfaat Praktis

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai faktor-faktor yang dapat membentuk motivasi dan minat pada pekerja industri kreatif, terutama pada animator. Kemudian untuk menambahkan pemahaman bagaimana budaya populer global dapat memengaruhi perkembangan industri lokal.

1.10 Sistematika Penyusunan Skripsi

Penulisan pada skripsi ini terbagi menjadi 4 bab, sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, membahas latar belakang, penelitian yang relevan, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori, jenis dan metode penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penyusunan skripsi.

Bab II Kajian Pustaka, merupakan pembahasan mengenai gambaran umum yang berkaitan terhadap Anime, Budaya Kerja Jepang, Uses and Gratification, Konstruksi Karier, Studio Motion Circus Animation.

Bab III Analisis Konsumsi Media Anime Dalam Orientasi Karier Animator Indonesia Pada Studio Motion Circus Animation, merupakan analisis dari data yang telah didapatkan oleh penulis.

Bab IV Simpulan, membahas kesimpulan yang didapatkan dari penelitian ini yang menjawab dari perumusan masalah