

No Daftar FPIPS : 4311/UN40.A2.2/PT/2023

PERKEMBANGAN ANIME DI JEPANG (2010 – 2022)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Pendidikan Program Studi Pendidikan Sejarah



Oleh

AZHAR FARID HALIM

NIM :1807649

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SEJARAH
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2023**

PERKEMBANGAN ANIME DI JEPANG (2010 – 2022)

Oleh :
Azhar Farid Halim
1807649

Skripsi diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana
Pendidikan Progam Studi Pendidikan Sejarah

Azhar Farid Halim
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 2023

© Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lain tanpa izin
penulis.

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

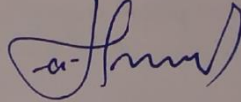
AZHAR FARID HALIM

PERKEMBANGAN ANIME DI JEPANG

(2010 – 2022)

Disetujui dan Disahkan Oleh:

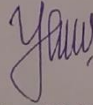
Pembimbing I



Prof. Dr. Agus Mulvana., M. Hum

NIP. 19660808 199103 1 002

Pembimbing II

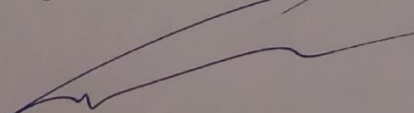


Yeni Kurniawati S. S. Pd., M. Pd.

NIP. 197706022003122001

Mengetahui

Ketua Program Studi Pendidikan Sejarah EPIPS UPI



Dr. Tarunasena., M.Pd.

NIP. 196808281998021001

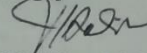
HALAMAN PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

AZHAR FARID HALIM
PERKEMBANGAN ANIME DI JEPANG
(2010 – 2022)

disetujui dan disahkan oleh :

Penguji I



Dr. Leli Yulifar., M. Pd

NIP. 196412041990012002

Penguji II



Dr. Erlina Wiyanarti., M. Pd

NIP. 196207181986012001

Penguji III

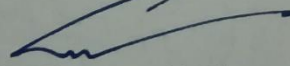


Wildan Insan Fauzi., M. Pd

NIP. 198406232015041001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Pendidikan Sejarah,
Program Sarjana, Magister, dan Doktor FPIPS UPI



Dr. Tarunasena, M. Pd

NIP. 196808281998021001

ABSTRAK

Skripsi ini membahas tentang perkembangan industri anime di Jepang dalam rentang waktu tahun 2010 hingga 2022. Anime telah menjadi salah satu produk budaya yang sangat populer dan memiliki pengaruh global. Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan penjelasan terkait hasil analisis perubahan industri Jepang dari tahun 2010 hingga tahun 2022 kemudian untuk menjelaskan faktor yang memengaruhi perkembangan anime di Jepang serta mengetahui apa saja dampak sosial dan budaya Jepang kepada penggemarnya di berbagai wilayah, termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan dalam produksi, tema, gaya animasi, dan popularitas. Penulis menggunakan metode historis dengan empat langkah yaitu heuristik, kritik, interpretasi, serta historiografi. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa dalam periode 2010-2022, industri anime mengalami transformasi signifikan. Terdapat peningkatan dalam diversifikasi genre anime, dengan penggabungan elemen-elemen baru seperti unsur fiksi ilmiah, fantasi, isekai, dan slice of life yang menghadirkan pengalaman yang lebih kaya bagi penonton. Selain itu, teknologi canggih seperti animasi 3D dan VR semakin terintegrasi dalam produksi anime, memberikan dimensi baru dalam cara cerita disampaikan. Namun, terdapat tantangan yang dihadapi industri anime, seperti peningkatan persaingan, isu-isu hak cipta, dan kebutuhan akan inovasi konstan untuk mempertahankan minat penonton. Penelitian ini memberikan wawasan tentang dinamika kompleks industri anime selama periode penelitian dan dapat menjadi dasar bagi penelitian lebih lanjut tentang tren perkembangan budaya pop di masa depan.

Kata Kunci: anime, industri anime, perkembangan, tren, Jepang, media sosial, teknologi, genre.

ABSTRACT

This thesis discusses the development of the anime industry in Japan from 2010 to 2022. Anime has become one of the most popular cultural products and has a global influence. This research aims to present an explanation related to the results of the analysis of changes in the Japanese industry from 2010 to 2022 then to explain the factors that influence the development of anime in Japan and find out what are the social and cultural impacts of Japan to its fans in various regions, including factors that influence changes in production, themes, animation styles, and popularity. The author uses the historical method with four steps: heuristics, criticism, interpretation, and historiography. The results of the study show that in the period 2010-2022, the anime industry underwent a significant transformation. There was an increase in the diversification of anime genres, with the incorporation of new elements such as science fiction, fantasy, isekai, and slice of life elements that brought a richer experience to the audience. In addition, advanced technologies such as 3D animation and VR are increasingly being integrated in anime production, providing a new dimension in the way stories are told. However, there are challenges facing the anime industry, such as increased competition, copyright issues, and the need for constant innovation to maintain audience interest. This research provides an insight into the complex dynamics of the anime industry during the study period and can serve as a basis for further research on future trends in pop culture development.

Keywords: anime, anime industry, development, trends, Japan, social media, technology, genres.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	9
1.1 Latar Belakang	9
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.4.1 Manfaat Teoritis	14
1.4.2 Manfaat Praktis	14
1.5 Struktur Organisasi Skripsi	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
2.1 Anime	16
2.2 Anime sebagai Budaya Populer	22
2.3 Anime sebagai Genre	25
2.4 Anime sebagai Perkembangan Teknologi	26
2.5 Anime sebagai Difusi Budaya Global	28
2.6 Penelitian Terdahulu	29
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Persiapan penelitian	38
3.1.1 Penentuan dan pengajuan topik penelitian	38
3.1.2 Penyusunan Rancangan Penelitian	38
3.1.3 Proses Bimbingan	39
3.2 Pelaksanaan penelitian	40
3.2.1 Pencarian sumber (Heuristik)	40
3.2.2 Kritik Sumber	41

3.2.3 Penafsiran Sumber (Interpretasi).....	43
3.2.4 Historiografi	44
3.3 Laporan Hasil Penelitian	44
BAB IV PERKEMBANGAN ANIME DI JEPANG (2010 – 2022)	46
4.1 Perubahan dalam industri anime di Jepang selama tahun 2010 – 2022.....	46
4.1.1 Adanya Dorongan Globalisasi Anime	46
4.1.2 Perkembangan Kolaborasi Anime.....	51
4.1.3 Peningkatan Kualitas Teknologi Produksi Anime	54
4.1.4 Peningkatan Kesadaran Kultural Anime	55
4.1.5 Pandemi Covid – 19.....	56
4.2 Faktor – Faktor yang mempengaruhi perkembangan anime di Jepang selama tahun 2010 – 2022.....	57
4.2.1 Adanya Perubahan Dalam Strategi Pemasaran dan Distribusi	57
4.2.2 Adanya Penyebaran Media Sosial.....	60
4.2.3 Adanya Perubahan Pola Konsumsi	61
4.3 Dampak sosial dan budaya yang dihasilkan oleh anime pada komunitas penggemar, dan acara konvensi anime.....	64
4.3.1 Dampak Sosial pada Komunitas Penggemar	64
4.3.2 Dampak Budaya pada Acara Konvensi Anime.....	65
BAB V PENUTUP	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Rekomendasi	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	76
RIWAYAT PENULIS.....	80

DAFTAR PUSTAKA

Artikel

- AI Amroshy, A. (2014). *Hegemoni Budaya Pop Korea pada Komunitas Korea Lovers Surabaya (KLOSS). Program Studi Sosiologi, II*, 1-8.
- Aziz, M., & Ong, S. (2023). *The Implementation of Japanese Animation (Anime) in Advertising. Jurnal Indonesia Sosial Sains, IV*, 370 - 383.
- Budianto, F. (2015). *Tinjauan Buku "Anime, Cool Japan, dan Globalisasi Budaya Populer Jepang. Ejournal LIPI*, 179-185.
- Choo, K. (2012). *Nationalizing "cool" : Japan's Global Promotion of the Content Industry in Popular Culture and the State in East and Southeast Asia*. (E. Ben-Ari, & N. Otmazgin, Penyunt.) *Routledge*, 85-105.
- Dolle - Weinkauff, B. (2006). *The attractions of intercultural exchange: Manga market and manga reception in Germany. In: Mobile and pop culture Asia conference. Universite Hallym, Cuncheon Coree*.
- Farozi, R. (2020). *Perkembangan Produk The Idolmaster Sebagai Budaya Populer Di Jepang. Ilmu Sosial*, 1 - 70. Diambil dari : <http://repository.unsada.ac.id/id/eprint/1849>
- Harsana, I., Putra, K., & Putra, M. (2020). *Analisis Semiotika Representasi Budaya Jepang dalam Film Anime Barakamon. Jurnal Pendidikan Bahasa Jepang, IV*, 1-12.
- Hirasawa, N., & Mihara, R. (2022). *How an Animation Production Studio Survived the Pandemic: The Case of Graphinica, Inc. Journal of Bussiness Anthropology, XI*, 1-10. Diambil kembali dari <https://rauli.cbs.dk/index.php/jba/article/download/6778/7240>
- Iwabuchi, K. (2002). *From Western Gaze to Global Gaze : "Japanese Cultural Presence in Asia."*. *Global Culture : Media, Arts, Policy, and Globalization*, 256-274.
- Kelts, R. (2020). *Anime Businesses Move Online to Survive the Pandemic. Japan Spotlight*, 35-38. Diambil dari : https://www.jef.or.jp/journal/pdf/234th_Special_Article_01.pdf

- Laila, R., Hendrastomo, G., & Lestari, P. (2014). *Cosplay Sebagai Identitas (Studi pada Cosplayer di Yogyakarta)*. Skripsi Jurusan Pendidikan Sosiologi.
- Lamerichs, N. (2013). *The cultural dynamic of doujinshi and cosplay: Local anime fandom in Japan, USA and Europe*. *Participations*, X, 157. Diambil dari : <https://www.participations.org/10-01-10-lamerichs.pdf>
- Muhammad, M. (2022). *Pengaruh Anime Terhadap Kemampuan Berbahasa Jepang Siswa Ekstrakurikuler Pesat Japanese Club SMA PLUS PGRI Cibinong*. *repository Unsada*, 8 - 23. Diambil dari : <http://repository.unsada.ac.id/id/eprint/1726>
- Moline, A. (2008). *Manga in Spain*. *CERI Intenational Conference*.
- Nugroho, P., & Grendi, H. (2017). *Anime Sebagai Budaya Populer (Studi pada Komunitas Anime di Yogyakarta)*. *E - Societas*, VI, 1 -15. Diambil dari : <https://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/societas/article/viewfile/909/9/8770>
- Pellitteri, M. (2006). *Manga in Italy : History of a Powerful Cultural Hybridization*. *International Journal of Comic Art*, 8, 56-76.
- Pisha, N. (2010). *Anime in America, Disney in Japan: The Global Exchange of Popular Media Visualized Through Disney's " Stitch"*. *Scholarworks The College of William and Mary*, 1 - 75.
- Rozalina, R. (2011). *Representasi Stereotype Tionghoa Dalam Novel Clara Ng Berjudul Dimsum Terakhir (Studi Semiologi Representasi Stereotype Tionghoa Dalam Novel Clara Ng Berjudul Dimsum Terakhir)*. Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi.
- Ross, K., & Nightingale, V. (2003). *Media and Audience*. *Open University Press*, 136.
- Shiraishi, S. (2011). *マンガというイノベーションとそのグローバルな普及モデル (Manga Innovation and the Model of its Global Diffuse) 日本文化と社会の潮流 (Understanding Contemporary Japanese culture and society)*. *International Symposium*, 167-176.
- Tim redaksi. (2019). *Eksplorasi Baru dalam Riset Pendidikan Sejarah Masa Kini*. *Prodi Pendidikan Sejarah*, -. Diambil kembali dari

[http://sejarah.upi.edu/artikel/dosen/eksplorasi-baru-dalam-riiset-
pendidikan-sejarah-masa-kini/](http://sejarah.upi.edu/artikel/dosen/eksplorasi-baru-dalam-riiset-
pendidikan-sejarah-masa-kini/)

Wahidati, L., Kharismawati, M., & Mahedra, A. (2018). *Pengaruh Konsumsi Anime dan Manga Terhadap Pembelajaran Budaya dan Bahasa Jepang*. *Jurnal Universitas Diponegoro*, VII, 1 - 10.

Wong, W. (2006). *Globalizing Manga : From Japan to Hong Kong and Beyond*. *Mechademia : Emerging Worlds of Anime and Manga*, 23-45.

Yamane, T. (2020). *Kepopuleran dan Penerimaan Anime Jepang di Indonesia*. *Publikasi : Jurnal Ayumi*, 68 - 82.

Yuemeng, N. (2019). *Cultural Export: Anime, Cultural Perception, and Escapism*. *Academia*, 1-34.

Zuhri, A. (2022). *Perkembangan Virtual Youtuber Sebagai Soft Power Jepang*. *Repository Unsada*, 13-28. Diambil kembali dari <http://repository.unsada.ac.id/id/eprint/4091>

Buku

Abdurahman, D. (2007). *Metode Penelitian Sejarah*. Jakarta: Logos Wacana Ilmu.
Ismaun. (2005). *Pengantar belajar sejarah sebagai ilmu dan wahana pendidikan*. Bandung: Historia Utama Press.

Allen, J. (2015). *Anime and Manga*. San Diego: ReferencePoint Press, Inc.

Allison, A. (2006). *Millennial Monsters : Japanese Toys and the Global Imagination*. California: University of California Press.

Dobson, N. (2009). *Historical Dictionary of Animation and Cartoons*. United Kingdom: Scarecrow Press, Inc.

Hu, T., & Yokota, M. (2014). *Japanese Animation : East Asian Perspectives* (Vol. I). Hong Kong: Hong Kong University Press.

Iwabuchi, K. (2012). *Recentering Globalization : Popular Culture and Japanese Transnationalism*. London: Duke University Press.

Izuru, Shinmura (1991). *Koujien*. Tokyo : Iwami Shoten.

Kallen, S. (2015). *Animation*. San Diego: ReferencePoint Press, Inc.

Kraidy, M. (2005). *Hybridity or the Cultural Logic of Globalization*. Philadelphia: TEMPLE UNIVERSITY PRESS. Diambil kembali dari

<https://library.oapen.org/bitstream/handle/20.500.12657/31581/626979.pdf?sequence=1>

M. Tsutsui, W. (2010). *Japanese Popular Culture and Globalization*. New York: Ann Arbor.

MacWilliams, M. (2011). *Japanese Visual Culture : Explorations in the World of Manga and Anime*. New York: M. E Sharpe.

Makura, S., & Takeshi, O. (1993). *Jigoku no Sensei Nube no Jiten*. Tokyo: Shueisha. Inc.

Poitras, G. (2000). *Anime Essentials : Everything a Fan Needs to Know*. California: Stone Bridge Press.

Schodt, F. (1996). *Dreamland Japan : Writings on Modern Manga*. California: Stone Bridge Press.

Sjamsuddin, H. (2007). *Metodologi Sejarah*. Yogyakarta: Ombak.

Sjamsuddin, H. (2012). *Metodologi sejarah*. Yogyakarta: Ombak.

Suantari, N. (2016). *Ebook : Dunia Animasi*. Denpasar Timur: Miiia Art. Diambil dari https://www.academia.edu/20117174/Dunia_Animasi

Williams, R. (1983). *Keyword : A Vocabulary of Culture and Society*. New York: Oxford University Press.

Situs Web

Amalia, E. (2021). *The Love Triangle That Exists Between Video Games, Anime, and Esports*. Diambil dari : <https://hybrid.co.id/post/between-video-games-anime-and-esports>

Asahi. (2009). *Anime bubble bursts, DVD sales slump, new programs decrease*. Diambil dari : <http://www.asahi.com/showbiz/manga/TKY200905040063.html>

Chowdhury, P., & Gupta, R. (2021). *Exploring Indian anime culture with Jujutsu Kaisen:0's release*. Diambil dari : <https://www.indiatoday.in/interactive/immersive/Jujutsu-Kaisen-0-Indian-anime-culture/>

CNN Indonesia. (2020). *Sejarah Anime: Sejak 1907 hingga Mewabah ke Indonesia*. Diambil dari : <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20200719125155-225-526357/sejarah-anime-sejak-1907-hingga-mewabah-ke-indonesia>

- ComiPress. (2006). *New Report from JETRO on the Manga Market in Germany*.
Diambil dari : <https://www.comipress.com/article/2006/09/04/675>
- Cooper, L. (2023). *ANIME FROM PEN AND INK TO CGI*. Diambil dari :
<https://www.rightstufanime.com/post/Anime-from-Pen-and-Ink-to-CGI>
- Deepa, D. (2023). *How did Anime go from Nerdy Cringey to mainstream Pop-Culture?* Diambil dari: <https://www.linkedin.com/pulse/how-did-anime-go-from-nerdy-cringey-mainstream-deepa-d-souza>
- Dentsu. (2019). *Harnessing the Power of Anime as an Outstanding Marketing Solution*. Diambil kembali dari Dentsu:
https://www.dentsu.co.jp/en/showcase/harnessing_the_power_of_anime.html
- Eisenbeis, R. (2012). *The Fictional (Yet Amazingly Popular) Singers of Japan*.
Diambil dari : <https://kotaku.com/the-fictional-yet-amazingly-popular-singers-of-japan-5940894>
- Formroom. (2023). *Fantasy Meets Fashion: Exploring the Rise of Anime-Inspired and Cartoonified Design*. Diambil dari : <https://formroom.com/fantasy-meets-fashion-exploring-the-rise-of-anime-inspired-and-cartoonified-design/>
- Fox, D. (2016, September 12). *The Cultural Significance of Manga and Anime*.
Diambil dari: <https://davidcharlesfox.com/cultural-significance-of-manga-and-anime/>
- Gooderick, R. (2021, Agustus 16). *Sony acquires Anime streaming service Crunchyroll for \$1.175bn*. Diambil dari:
<https://www.ampereanalysis.com/insight/sony-acquires-anime-streaming-service-crunchyroll-for-1175bn>
- Grand View Research. (2021). *Anime Market Size, Share & Trends Analysis Report By Type (T.V., Movie, Video, Internet Distribution, Merchandising, Music), By Genre (Action & Adventure, Sci-Fi & Fantasy, Romance & Drama, Sports), By Region, And Segment Forecasts, 2023 - 2030*. Diambil dari :
<https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/anime-market>
- Grimes, H. (2021). *10 Anime Marketing Campaigns That Went Above And Beyond*. Diambil dari : <https://www.cbr.com/anime-most-impressive-wild->

[marketing-campaigns/#a-magical-girl-duo-who-support-families-insurance-needs-was-created-for-a-bank-ad-in-okinawa](#)

Izawa, E. (2003). *Hiroaki Inoue on Computers and Japanese Animation*. Diambil dari : <https://www.mit.edu/~rei/manga-inoue.html>

Jamieson, T. (2009). [The incredible rise of manga](#). *Sunday herald*

JETRO. (2005). [Japanese publishing industry](#). *Japan economic monthly*

JETRO. (2006). [Japanese publishing industry](#). *Japan economic report*

JETRO, (2009). [北米におけるコンテンツ市場の実態2008-2009](#) [The current state of the contents market in North America]

Jess. (2021). *What You Need To Know About Japanese Anime Culture*. Diambil dari : <https://www.superprof.com/blog/what-is-japanese-anime/>

Kincedou. (2010). *Lima Besar Penjualan Komik di Jepang Tahun 2010 Dikuasai One Piece*. Diambil dari : <https://www.kaorinusantara.or.id/newslines/2123/lima-besar-penjualan-komik-di-jepang-tahun-2010-dikuasai-one-piece>

Kono, K. (2022). *Anime in Japanese Advertising – 4 Impactful Examples*. Diambil dari : <https://tokyoesque.com/anime-in-japanese-advertising-4-impactful-examples/>

Kyodo News. (2010). *Established Japan's first comprehensive music chart including digital music*. Diambil dari : <https://web.archive.org/web/20120624041057/https://prw.kyodonews.jp/open/release/201012013190/>

Liam. (2023). *What Is CGI In Anime?* Diambil dari:

<https://vertexmode.com/what-is-cgi-in-anime/>

Loo, E. (2010). *K-On!! Puts 1st Anime Band at #1 on Weekly Singles Chart (Updated)*. Diambil dari : <https://web.archive.org/web/20220322031507/https://www.animenewsnetwork.com/news/2010-05-03/k-on-puts-1st-anime-band-at-no.1-on-weekly-singles-chart>

Maganis, J. (2016). *Top Anime Influencers on YouTube*. Diambil dari :

<https://crowdcreate.us/top-anime-influencers-on-youtube/>

- Marketing. (2013). *Anime Marketing: 5 Effective Strategies to Increase Revenue*.
Diambil dari : <https://www.wealth-ideas.com/anime-marketing/>
- McCurry, J. (2009). *Japan looks to manga comics to rescue ailing economy*.
Diambil dari : <https://www.theguardian.com/world/2009/apr/10/japan-manga-anime-recession>
- Mishra, N. (2022). *Why marketers should care about anime*. Diambil dari :
<https://www.campaignasia.com/article/why-marketers-should-care-about-anime/482299>
- Nguyen, L. (2016). *Anime Conventions – where East meets West*. Diambil dari :
<https://youthcultureandmedia2016.wordpress.com/2016/04/26/anime-conventions-where-east-meets-west/>
- Oricon. (2020). *“KING SUPER LIVE” will be held online on the 30th. Setlist will be created using past live footage*. Diambil dari :
<https://www.oricon.co.jp/news/2163048/full/>
- Oricon. (2022). *What is the definition of “2.5 dimensions” that we hear a lot these days?* Diambil dari : <https://www.oricon.co.jp/special/47672/>
- Parrot. (2021). *Growing Global Demand for Anime*. Diambil dari :
<https://www.parrotanalytics.com/insights/growing-global-demand-for-anime-aug-2021/>
- Perdana, B. (2018). *Industri Anime Mengalami Peningkatan yang Signifikan di Pasar Internasional*. Diambil dari : <https://www.risamedia.com/industri-anime-mengalami-peningkatan-yang-signifikan-di-pasar-internasional/>
- Pratista, H. (2008). *Sekilas Sejarah Anime*. Diambil dari :
<https://montasefilm.com/sekilas-sejarah-anime/>
- Premlall, A. (2022). *Channeling the Power of Anime as an Outstanding Marketing Solution*. Diambil dari : <https://www.premlall.com/channeling-the-power-of-anime-as-an-outstanding-marketing-solution/>
- Rifda, A. (2022). *Apa Itu Anime? Berikut Penjelasan dan Rekomendasinya*.
Diambil dari : <https://www.gramedia.com/best-seller/anime/>
- Rochman, F. (2022). *Sejarah dan Pengertian Anime, Kartun Buatan Jepang yang Populer*. Diambil dari :

<https://katadata.co.id/intan/berita/62d982116d45a/sejarah-dan-pengertian-anime-kartun-buatan-jepang-yang-populer>

Sinarizqi, B. (2022). *Sejarah Anime: Awal Kemunculan dan Perkembangannya di Indonesia*. Diambil dari :

<https://www.kompas.com/stori/read/2022/05/18/090000679/sejarah-anime-awal-kemunculan-dan-perkembangannya-di-indonesia?page=all#:~:text=Anime%20hadir%20di%20Jepang%20sejakanime%20se%20cara%20serius%20pada%201917>

Taisei, I. (2022). *Anime Songs That Reflect the Times*. Diambil dari :
<https://www.70seeds.jp/anison-077/>

Tan, A. (2022). *The influence of anime on the fashion landscape—from the '90s till today*. Diambil dari : <https://vogue.sg/influence-of-anime-on-fashion/>

Teramura, A., (2008). [S. Korea awash with Japanese pop culture](#). *The star online*

User. (2016). *The History of 3D Computer Graphics in Anime*. Diambil dari :

https://myanimelist.net/featured/1444/The_History_of_3D_Computer_Graphics_in_Anime#:~:text=CGI%20remained%20a%20rare%20novelty,in%20Ghost%20in%20the%20Shell.

Vanessa, K. (2019). *Japanese Anime Culture*. Diambil dari :

<https://tokyotreat.com/blog/japanese-anime-culture>