

Fetisisme Samurai pada Desain Budaya Populer *Mecha*

Rendy Iswanto

Departemen Visual Communication Design, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Ciputra
Citraland CBD Boulevard, Surabaya 60219

E-mail: rendy.iswanto@ciputra.ac.id

Abstrak

Budaya populer Jepang terdiri dari beberapa hal, yakni manga atau komik Jepang, anime, atau film kartun animasi Jepang, *video games*, dan budaya *idol*. Anime dan manga seperti layaknya film juga memiliki genre-genre tersendiri, baik itu genre komedi, action, misteri dan lain lain. Salah satu genre yang populer adalah genre *mecha*, sebuah genre sains fiksi yang menitik beratkan peran robot raksasa yang dikendarai oleh manusia dalam cerita utamanya. Desain para robot raksasa tersebut banyak terinspirasi dari budaya budaya yang ada selama ini, sebagai contoh desain kepala robot Tetsujin 28 yang mengambil desain helm perang Yunani kaum Sparta. Di mana praktik untuk memasukkan unsur segi dari suatu kebudayaan tertentu kedalam desain robot raksasa menjadi hal yang lumrah sebagai salah satu bentuk fasinasi terhadap suatu kebudayaan atau fetisisme. Metode penelitian yang digunakan adalah metode dan teknik pengumpulan data, yaitu metode literatur dengan teknik catat. Analisis dilakukan terhadap model, desain, fetisisme samurai dan dilakukan perbandingan pada desain budaya Mecha. Metode dan teknik analisis data menggunakan metode formal serta metode deskriptif analisis. Metode dan teknik penyajian hasil analisis data yaitu dengan metode informal (Ratna, 2009:50). Penyajian hasil analisis data terarah pada penjelasan dengan uraian kata-kata dan pernyataan secara naratif.

Kata kunci: Fetisisme, Samurai, desain, mecha.

Abstract

Japanese popular culture consists of several things, namely manga or Japanese comics, anime, or Japanese animated cartoon films, video games, and idol culture. Anime and manga like movies also have their genres, be it comedy, action, mystery, and others. One of the popular genres is the mecha genre, a science fiction genre that focuses on the role of giant robots driven by humans in the main story. The designs of these giant robots are inspired by many cultures that have existed so far, for example, the design of the head of the Tetsujin 28 robot took the design of the Greek war helmets of the Spartans. The practice of incorporating aspects of a certain culture into the design of giant robots is commonplace as a form of fascination with a culture or fetishism. The research method used is data collection methods and techniques, namely the literature method with note-taking techniques. Then there are analyzes of the model, design, samurai fetishism, and a comparison of the design of mecha culture. Methods and techniques of data analysis are formal and descriptive analysis methods. Methods and techniques for presenting the results of data analysis are informal methods (Ratna, 2009:50). The presentation of the results of data analysis is directed at explanations with descriptions of words and statements in a narrative manner.

Keywords: *Fetishism, Samurai, design, mecha.*

Pendahuluan

Negara Jepang, selain terkenal akan kemajuan teknologinya dan budaya tradisionalnya seperti samurai, kimono, upacara minum teh, Jepang juga terkenal akan kebudayaan populer atau *subculture*-nya yang biasa dikenal juga dengan budaya populer Jepang (Azizah 2015). Budaya populer Jepang terdiri dari beberapa

hal, yakni Manga atau komik Jepang, anime, atau film kartun animasi Jepang, *Video games*, dan budaya *idol*. Anime sendiri memiliki perbedaan yang cukup mencolok jika dibandingkan dengan film kartun lainnya seperti film kartun Disney ala Amerika. Perbedaannya terletak dari tampilan visual atau gaya gambar dari anime itu sendiri, di mana desain karakternya digambarkan memiliki mata yang

besar. Hal tersebut jika dibandingkan dengan gaya visual kartun Disney di mana gaya visualnya masih mendekati anatomi manusia pada umumnya. Timothy J. Craig (2000) mengatakan bahwa ciri khas yang merupakan keunikan dari karya-karya budaya populer Jepang anime ini adalah nilai kualitas berupa nilai artistik, ketelitian dan teknik pengerjaan yang tinggi dan sering sekali memasukkan unsur unsur perpaduan antara nilai modernitas dan nilai tradisional Jepang.



Gambar 1. Perbandingan gaya visual anime dengan gaya visual kartun Disney
Sumber: Google images

Sama halnya dengan manga, manga sendiri memiliki gaya visual yang sama dengan anime. Memiliki ciri khas yang sangat membedakannya dengan gaya visual komik-komik lain terutama gaya komik barat. Anime dan manga seperti layaknya film juga memiliki genre-generen tersendiri, baik itu genre komedi, action, misteri dan lain lain. Salah satu genre yang populer adalah genre *mecha*. Genre *mecha* merupakan sebuah genre sains fiksi yang menitikberatkan pada peran robot raksasa yang dikendarai oleh manusia dalam cerita utamanya.



Gambar 2. Perbandingan manga dan komik barat
Sumber: Google images

Kata "*mecha*" sendiri berasal dari kata "*mechanical*" yang bisa mengacu pada semua hal yang berbasis mekanikal, baik itu berupa mobil, peralatan elektronik, mesin, dan bahkan robot. Genre *mecha* pertama kali muncul pada tahun 1956 dari manga karya Misuteru Yokoyama dengan judul *Tetsujin 28-Go*. Kemudian dibuat versi animenya pada tahun 1963 yang lalu dirilis secara internasional dengan judul baru "*Gigantor*". Anime ini bercerita tentang robot raksasa yang dikendalikan oleh manusia bernama Shotaro Kaneda untuk melawan musuh-musuhnya. Ide cerita ini mendapat sambutan yang baik dan menjadi inspirasi bagi genre *mecha* di generasi berikutnya.

Desain-desain dari masing masing robot raksasa tersebut memiliki beraneka ragam desain, dimana satu judul serial *mecha* pasti akan memiliki desain robot raksasa yang berbeda jika dibandingkan dengan judul *mecha* yang lain. Desain para robot raksasa tersebut banyak terinspirasi dari budaya budaya yang ada selama ini. Sebagai contoh desain kepala robot *Tetsujin 28* yang mengambil desain helm

perang Yunani kaum Sparta. Di mana praktik untuk memasukkan unsur dari suatu kebudayaan tertentu ke dalam desain robot raksasa menjadi hal yang lumrah sebagai salah satu bentuk fasinasi terhadap suatu kebudayaan atau fetisisme.



Gambar 3. Tetsujin 28 Go

Sumber: Google images

Oleh karena itu dalam penelitian ini, peneliti akan melihat bagaimana fetisisme samurai pada desain budaya mecha.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dan teknik pengumpulan data, yaitu metode perpustakaan dengan teknik catat (Ratna, 2009:39). Data yang berkaitan dengan penelitian dicatat agar tidak ada data yang terlupakan. Analisis model, desain, fetisisme samurai dan melakukan perbandingan pada desain budaya mecha. Metode dan teknik analisis data menggunakan metode formal serta metode deskriptif analisis. Metode dan teknik penyajian hasil analisis data yaitu dengan metode informal (Ratna, 2009:50). Penyajian hasil analisis data terarah pada penjelasan dengan uraian kata-kata dan pernyataan secara naratif.

Hasil dan Pembahasan

Anime merupakan istilah yang disingkat untuk menyebutkan film animasi Jepang. Anime berasal dari kata "animation" yang dalam pe-

lafalan bahasa Jepang menjadi "animeshon". Anime telah menjadi komoditas internasional. MacWilliams (2011:5) menyebut anime merupakan bagian kunci dalam budaya visual populer Jepang. Di tengah besarnya peran media massa (masu-komi) dalam masyarakat Jepang, anime dan juga manga (komik Jepang) menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam kehidupan masyarakat Jepang yang sangat visual. Anime berperan penting dalam pembentukan *mediascape global*, baik cetak maupun elektronik. McWilliams (2011: 3) menyebut Jepang sebagai "image world" di mana media massa Jepang yang sangat visual dikonsumsi oleh tidak hanya masyarakat Jepang sendiri, namun juga kini oleh masyarakat global.

Anime juga sering disebut-sebut sebagai budaya populer Jepang yang sejajar dengan manga, musik pop, *trend fashion*, grup idola, dan *cosplay*. Menurut Sugeng Pujileksono budaya populer sering digunakan untuk menyebut budaya yang menyenangkan atau banyak disukai orang. Di samping itu penyebaran anime sudah tentu memerlukan media massa untuk mendominasi pasar dunia. Situasi ini seakan mengarahkan aktivitas masyarakat untuk cenderung mengikuti atau mengonsumsi sesuatu harus berdasarkan apa yang sedang beredar di masyarakat sebagai suatu gaya hidup.

Pada tahun 1963, Jepang memasuki masa kejayaan mereka dalam bidang industri anime, berawal dari Osamu Tezuka yang memulai kesuksesannya dengan membuat film berjudul "Tetsuwan Atom" (Astro Boy, 1963) yang merupakan sebuah film dengan tema Science Fiction (Sci-fi) dan luar angkasa yang merupakan genre pertama yang dibuat oleh animator Jepang tersebut. Sejak saat itu banyak animator dan sutradara lainnya yang mengikuti kesuksesan Osamu Tezuka dan mulai membuat anime dengan tema atau genre yang sama yakni *science fiction*. Seperti halnya film animasi lain, anime juga memiliki berbagai macam penonton dari kalangan anak-anak sampai dewasa dengan berbagai macam minat atau selera yang berbeda-beda dari masing-masing individu, tentunya masing-masing penonton tersebut akan memilih serta menikmati anime berdasarkan genre yang mereka sukai.

Dalam memproduksi anime, Jepang biasanya membuat berbagai macam genre atau kategori sendiri yang disesuaikan berdasarkan usia dan minat para penontonnya, seperti *slice of life*,

comedy, romance, action, fantasy, ecchi, school, magic dan *sport*. Salah satu yang akan dibahas pada penelitian kali ini adalah anime bergenre *mecha*, yakni penyebutan orang Jepang yang artinya mekanik atau mesin yang diambil dari serapan kata Bahasa Inggris "*mechanic*".

Genre *mecha* sendiri adalah sebutan untuk genre yang di dalamnya berisi tentang robot-robot dan mesin-mesin modern nan futuristik, di mana 'objek futuristik' tersebut merupakan fokus utama dalam anime bergenre ini

Fetisisme

Fetisisme sendiri adalah sikap yang meng-kultuskan sebuah objek tertentu lantaran objek itu diyakini memiliki kekuatan atau roh. Istilah "fetis" berasal dari bahasa Portugis "feticio" yang berarti pesona, daya pikat atau sihir. Fetisisme secara luas dapat diartikan sebagai sifat-sifat supranatural, kekuatan magis, atau daya pesona tertentu yang terkandung di dalam objek-objek.

Ada tiga konteks penggunaan istilah fetisisme, fetisisme antropologi, fetisisme seksual dan fetisisme komoditi. Fetisisme antropologi memiliki makna, setiap obyek yang dihuni oleh kekuatan tertentu (patung, jimat, pakaian) yang disembah sebagai sesuatu yang memiliki sifat magis (Jean Baudrillard, 1981).

Kepercayaan masyarakat Jepang terhadap Samurai atau Bushido yang dianggap memiliki kekuatan esotis yang terdapat pada sebuah samurai, baju zirah, benda, ataupun tubuhnya. Dalam kajian ini berupa samurai, dinamai oleh ahli barat sebagai dinamisme ("dyna", yang berarti tenaga, energi) (Malaka 1999 : h 310).

Menurut Haviland, kepercayaan yang dipraktikkan melalui pola perilaku, yang diusahakan digunakan oleh manusia. Karena dalam semua kebudayaan yang dikenal tidak ada sesuatu yang sungguh-sungguh dengan pasti dapat mengendalikan alam semesta, maka agama merupakan bagian dari semua kebudayaan yang telah bersama kita ketahui, (Haviland 1985:197). Berdasarkan uraian tersebut, fetisisme antropologi yang berarti pemujaan pada sebuah benda yang dianggap memiliki kekuatan magis merupakan praktik kepercayaan yang merupakan bagian dari kebudayaan.

Salah satu kebudayaan yang sering diaplikasikan ke dalam desain Robot raksasa dalam genre *mecha* ini adalah budaya Samurai yang

memang berasal dari Jepang itu sendiri. Hal ini adalah salah satu bentuk fetisisme di mana para desainer *mecha* tersebut berusaha untuk mengaplikasikan semangat Samurai Bushido baik secara visual maupun konseptual, hal ini juga adalah salah satu bentuk kebanggaan mereka terhadap budaya mereka sendiri, dan mereka ingin memperkenalkan dan menyebarkan kebudayaan tersebut melalui praktik desain dari *mecha*. Banyak desain desain *mecha* terinspirasi atau mengambil elemen elemen dari baju zirah dan senjata para Samurai di era perang dulu. Baik dari bentuk ornament-ornamen pada baju zirah tersebut, ataupun bentuk dari bagian-bagian baju zirah tersebut, baik itu bentuk helm, pelindung dada, ataupun pelindung pundak dan dada.



Gambar 4. Perbandingan desain Tetsujin 28 dengan helm Sparta

Sumber: Google images



Gambar 5. Baju Jirah Samurai

Sumber: Google images

Salah satu anime genre *mecha* yang mengaplikasikan desain baju zirah ke dalam desain robot raksasanya adalah seri Mobile Suit Gundam. Mobile Suit Gundam pertama kali tayang dari tahun 1979 dan masih bertahan hingga sekarang, dan sudah menghasilkan beratus ratus robot raksasa yang bernama Gundam hingga tahun 2019 ini, sehingga menjadi salah satu anime genre *mecha* terlaris sepanjang masa (Simmons, 2002). Sama seperti Tetsujin 28 Go, tokoh utama dari seri Gundam ini adalah sebuah robot perang setinggi 18 meter bernama Gundam. Ia dikendalikan oleh seorang manusia. Cerita tentang keadaan bumi di masa depan yang sudah mengalami berbagai macam permasalahan sehingga membagi penduduknya menjadi dua yang saling bertikai satu sama lain. Golongan itu adalah manusia yang menetap di bumi dan manusia yang hijrah untuk berkoloni di luar angkasa dengan menggunakan sistem kalendernya sendiri yang disebut *Universal Century*. Ide cerita dari Gundam ini memiliki kemiripan dengan perang dunia kedua di mana Jepang adalah pihak yang terlibat dari perang tersebut. Dari segi cerita anime Gundam ini membidik pemirsanya yang berusia remaja hingga dewasa dikarenakan inti ceritanya sering melibatkan politik peperangan.

Anime Gundam ini hampir ditiap tahunnya mengeluarkan serial gundam yang baru. Meskipun dengan ide dan cerita yang berbeda namun ide ceritanya tetap berpusat tentang robot perang yang disebut Gundam. Ditiap tahunnya desain robot gundam juga semakin diperbaharui mengikuti perkembangan jaman, namun ada beberapa ciri khas dari desain robot gundam yang tetap dipertahankan, sehingga tidak tampil terlalu beda dengan generasi sebelumnya. Kunio Okawara salah satu desainer dari robot gundam mengatakan bahwa desain robot gundam adalah per-

wujudan dari sosok samurai dengan bentuk yang futuristik dan termekanisasi (Simmons, 2002).



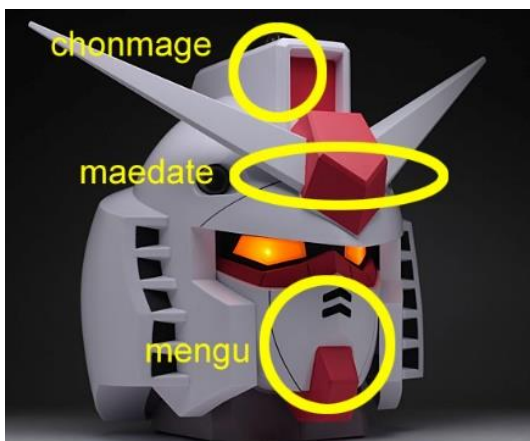
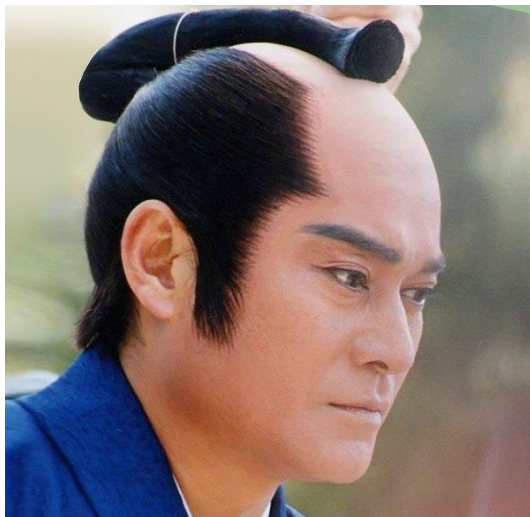
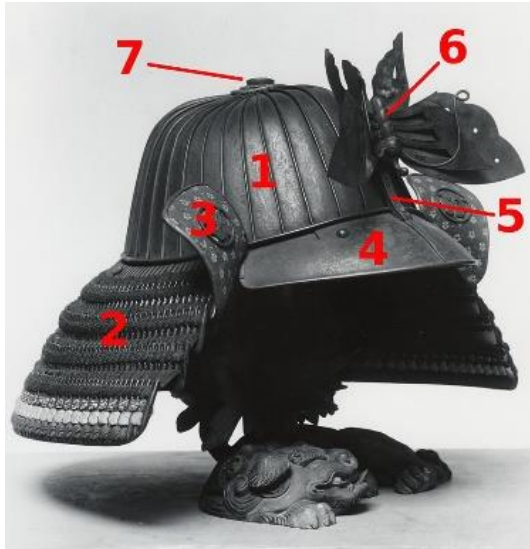
Gambar 6. RX 78 Gundam (Robot Gundam Generasi Pertama)

Sumber: Google images

Bentuk kepala dari robot Gundam adalah perwakilan dari bentuk helm dari baju zirah samurai atau yang disebut juga dengan *Kabuto*. Tonjolan di atas tengah kepala robot Gundam tersebut itu sama dengan potongan rambut Samurai pada zaman dahulu yang disebut juga dengan *Chonmage*. Sedangkan tanduk di dahi robot gundam tersebut adalah *Maedate* yang merupakan ornamen tanduk yang terdapat di helm Samurai sebagai bentuk perwakilan dari sebuah keluarga bangsawan, juga topeng pelindung wajah dari baju zirah Samurai yakni *Mengu*. Sedangkan salah satu senjata dari robot gundam ini adalah *Beam Saber* sebuah pedang sinar seperti dari film sains fiksi *Star Wars*, yang merupakan juga perwakilan dari senjata kebanggaan para Samurai zaman dulu yakni *Katana*.

Dari segi kombinasi warna yang ada pada Gundam adalah kombinasi warna putih, merah, biru dan kuning dimana memiliki arti kekuatan, ketenangan, kehormatan, keagungan, dimana hal hal ini adalah merupakan representasi dari nilai nilai bushido (Pramono, 2017) atau prinsip hidup dari seorang samurai yakni (Fathimah, 2015):

- Gi yang berarti kebenaran
- Yuu yang berarti keberanian
- Jin yang berarti kebajikan
- Rei yang berarti kesopanan
- Makoto yang berarti kejujuran
- Yo yang berarti kehormatan
- Chuu yang berarti kesetiaan



Gambar 7. Detail desain kepala robot Gundam
 Sumber: Google images

Meskipun desain robot Gundam mengalami perkembangan terus menerus di tiap generasinya namun esensi desain yang diambil dari sosok Samurai tetap dipertahankan, dan bahkan di beberapa generasi sosok tersebut ditampilkan lebih kuat lagi, sehingga sosok

robot Gundam tersebut semakin mirip dengan sosok Samurai pada zaman dahulu.



Gambar 8. Musha Gundam
 Sumber: Google images

Serial Anime Gundam dari tahun 1979 sampai sekarang telah menghasilkan berbagai macam *merchandise* yang berhubungan dengan serial animenya. Salah satu *merchandise* dari serial anime Gundam yang paling diminati oleh para penggemarnya adalah plastik model kit gundam atau yang lebih dikenal dengan Gunpla di kalangan para pengemarnya.

Gunpla sendiri adalah figur replika dari robot Gundam itu sendiri yang memiliki berbagai skala seperti 1/144, 1/100, 1/60, 1/48 dibandingkan dengan ukuran asli dari robot raksasa gundam itu sendiri yang memiliki ketinggian yang bervariasi dari sekitar 18 meter sampai dengan 30 meter. Menurut Krisdianto et al, Gunpla adalah *action figure* dari tokoh Gundam itu sendiri yang terdiri dari bagian-bagian yang terpisah seperti kepala, dada, tangan, kaki, *backpack*, dan senjata yang harus dirakit satu persatu terlebih dahulu. Hal inilah yang membedakan Gunpla dengan mainan figur pada umumnya. Gunpla ini tidak langsung jadi utuh, melainkan harus dirakit terlebih dahulu. Hal inilah yang membedakan Gunpla dengan mainan-mainan yang lain, di mana banyak orang yang menikmati proses merakit Gunpla itu sendiri dan bahkan para penggemar Gunpla juga sering mengecat dan meng-kustomisasi Gunpla yang mereka beli tersebut sebagai ekspresi diri dan ekspresi kecintaan mereka terhadap seri Gundam itu sendiri.

Meskipun Gunpla ini sendiri merupakan mainan pada awalnya namun perannya bergeser menjadi figur untuk pajangan bak layaknya sebuah karya patung atau juga sebuah ekspresi dari kecintaan terhadap seri Gundam itu sendiri. Hal tersebut sebagai salah satu usaha mereka untuk merealisasikan robot Gundam itu di dunia nyata ini. Hal ini adalah salah satu bentuk dari fetisisme komoditas. Kepopuleran Gundam dan Gunpla tidak hanya terjadi di negara asal saja, namun kepopuleran Gunpla sudah merambah keseluruhan dunia termasuk di Indonesia. Hal tersebut terbukti saat diadakannya *GBWC (Gunpla Builder World Championship)* di tiap tahunnya di berbagai negara termasuk di Indonesia. Masing-masing pemenang dari berbagai negara akan menjadi perwakilan dari masing-masing negara dan bersaing di babak final di Jepang. Penjualan *merchandise* yang berhubungan dengan sebuah serial anime tertentu adalah hal yang sangat lumrah di budaya populer Jepang. Hal ini terjadi karena dari hasil penjualan *merchandise* inilah para produsen atau pembuat anime tersebut mendapatkan keuntungan.



Gambar 9. Finalis GBWC 2016
Sumber: Google images

Fetisime Samurai dan semangat Bushidonya tidak hanya terjadi di serial anime Gundam, masih banyak serial anime bergenre *mecha* lainnya yang merupakan bentuk aplikasi desain Samurai pada tokoh robot raksasanya. Bisa dikatakan bahwa Samurai adalah esensi utama dalam mendesain tokoh robot untuk anime bergenre *mecha*.



Gambar 10. Serial Gurren Lagann
Sumber: Google images



Gambar 11. Robot Dynguar & Robot Daitarn 3
Sumber: Google images

Semangat Bushido dan sosok Samurai juga sering diaplikasikan ke serial anime lain walaupun tidak bergenre *mecha*. Hal ini merupakan salah satu bentuk kebanggaan mereka terhadap kebudayaan Samurai dan usaha mereka untuk melestarikan dan memperkenalkan semangat Samurai dan Bushido ke seluruh dunia.



Gambar 12. Roronoa Zoro dari Anime One Piece
Sumber: Google images

Simpulan

Budaya populer Jepang terdiri dari beberapa hal, yakni manga atau komik Jepang, anime, atau film kartun animasi Jepang, *video games*, dan budaya *idol*. Anime juga sering disebut-sebut sebagai budaya populer Jepang yang sejajar dengan manga, musik pop, *trend fashion*, grup idola, dan *cosplay*. Anime dan manga seperti layaknya film juga memiliki genre-genre tersendiri, baik itu genre komedi, *action*, misteri dan lain lain. Salah satu genre yang populer adalah genre *mecha*, sebuah genre sains fiksi yang menitikberatkan peran robot raksasa yang dikendarai oleh manusia dalam cerita utamanya.

Fetisisme secara luas dapat diartikan sebagai sifat-sifat supranatural, kekuatan magis, atau daya pesona tertentu yang terkandung di dalam objek-objek. Fetisisme antropologi memiliki makna, setiap objek yang dihuni oleh kekuatan tertentu (patung, jimat, pakaian) yang disembah sebagai sesuatu yang memiliki sifat magis (Jean Baudrillard, 1981).

Kepercayaan masyarakat Jepang terhadap Samurai atau Bushido yang dianggap memiliki kekuatan esotis yang terdapat pada sebuah samurai, baju zirah, benda, ataupun tubuhnya, yang dalam kajian ini berupa samurai, dinamai oleh ahli barat sebagai dinamisme (“dyna” yang berarti tenaga, energi). Salah satu budaya Samurai yang sering diaplikasikan ke dalam desain robot raksasa dalam genre *mecha* ini memang berasal dari Jepang itu sendiri.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa salah satu bentuk fetisisme para desainer *mecha* yaitu mengaplikasikan semangat Samurai Bushido baik secara visual maupun konseptual. Hal ini juga adalah salah satu bentuk kebanggaan mereka terhadap budaya Jepang. Para desainer ingin memperkenalkan dan menyebarkan kebudayaan tersebut melalui praktik desain dari *mecha*. Salah satu bentuk fetisisme Samurai terlihat pada desain-desain *mecha* yang mengambil elemen elemen dari baju zirah dan senjata para Samurai di era perang dulu. Baik dari bentuk ornament-ornamen pada baju zirah tersebut, ataupun bentuk dari bagian-bagian baju zirah, baik itu bentuk helm, pelindung dada, ataupun pelindung pundak dan dada.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Ciputra yang telah mendanai dan mendukung penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Andik, K., et al. (2018). Penerapan Arsitektur Futuristik Terhadap Bangunan Gundam Base Indonesia di Jakarta. *Jurnal Arsitektur PURWARUPA*. 2(1).
- Azizah, S. (n.d.). *Analisis Penerapan Kawaii-Bunka Sebagai Produk Japanese Popular Culture Pada Desain Kemasan Produk Makanan Ringan di Jepang*. 7(1), 59–69.
- Barnard, M. (2011). *Fashion Sebagai Komunikasi: Cara mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas dan Gender (terjemahan)*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Boradkar, P. (2010). *Designing Things: A Critical Introduction to the Culture of Objects*. New York: Berg.
- Craig, T. J. (2000). *Japan Pop! Inside The World of Japanese Popular Culture*. New York: M.E. Sharpe, Inc, 2000.

- MacWilliams, M. (ed.) (2011). *Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime*. New York: M.E. Sharpe.
- Mark, S., et al. (2002) *Animerica: Gundam Official Guide*. San Fransisco: Viz Communications.
- Ratna, D. F. (2015). *Konsep Etika dalam Bushido*.
- Pujileksono, S. (2015). *Pengantar Antropologi: Memahami Realitas Sosial Budaya*. Malang: Intrans Publishing, hal. 43.
- Tim Dant. (1996). Fethishism and the Social Value of Objects. *Lancaster University*. 44(3): 495-516. ISSN 0038-0261.
- Wahyu, S. P. (2017). *Kajian Semiotika Gundam RX-78-2 Sebagai Hero dalam Anime Mobile Suit Gundam (1979-1980)*.