

Pengalaman Komunikasi dan Identitas Diri Pelaku Cosplayer Anime Perempuan

Nadilawati Kurwiniarti Nurjanah¹, Zainal Abidin², Nurkinan³

^{1,2,3} Universitas Singaperbangsa Karawang

Nadilawati185@gmail.com

ABSTRACT

This study uses a qualitative method and a phenomenological approach, because in this study, researchers examine a phenomenon that aims to find out the communication experiences experienced by female cosplayers in Jabodetabek. This study uses observation techniques, in-depth interviews, and analysis of the data needed. Research is going well and researchers must seek in-depth information in order to get what is actually needed. The theory used in conducting this research is the phenomenological theory of Alfred Schutz which is the basis for this research. The results obtained from this study after obtaining data from informants show that the communication experience of female cosplayers in Jabodetabek. Cosplayer is identity and happiness, where a high sense of love for anime characters becomes a motivation to form oneself and not give up. Motives for liking anime characters and becoming a cosplayer are their families who support fans of anime characters. socializing and forming relationships is also one of the reasons for being a Cosplayer, financial readiness before it has to be carried out in a mature manner. Self-identity is independence arising from feelings of worth, ability and self-mastery. The difference in the meaning of social construction or reality depends on experience, education, social or social environment of each individual. Experience is one of the keys to moving forward. Doing Fan Service always greets fans, invites photos together.

Keywords: Phenomenology, Cosplayer, Communication Experience, Social Reality.

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan pendekatan fenomenologi, karena dalam penelitian ini, peneliti meneliti suatu fenomena yang bertujuan untuk mencari tahu pengalaman komunikasi yang di alami oleh para cosplayer perempuan di Jabodetabek. Penelitian ini menggunakan Teknik observasi, wawancara mendalam, serta analisis data yang di butuhkan. Penelitian berjalan dengan baik serta peneliti harus mencari informasi secara mendalam agar bisa mendapatkan yang dibutuhkan dengan sebenarnya. Adapun teori yang di gunakan dalam melakukan penelitian ini adalah teori fenomenologi Alfred Schutz yang menjadi sebuah landasan dalam penelitian ini. Hasil yang di peroleh dari penelitian ini setelah memperoleh data dari informan menunjukkan bahwa pengalaman komunikasi para *cosplayer* perempuan di Jabodetabek. *Cosplayer* adalah sebagai jati diri dan kebahagiaan , dimana rasa cinta yang tinggi terhadap karakter *Anime* untuk menjadi motivasi semangat membentuk diri tidak pantang menyerah. Identitas diri adalah kemandirian timbul dari perasaan berharga, kemampuan dan penguasaan diri. Mendukung menyukai karakter *Anime* serta menjadi seorang *Cosplayer* yakni keluarga mereka yang mendukung menyukai karakter *Anime*. bersosialisasi dan membentuk relasi juga salah satu alasan seorang *Cosplayer*, kesiapan secara finansial sebelum harus bisa di jalankan secara matang matang, Perbedaan makna konstruksi sosial tas realistas terganggu dari pengalaman, Pendidikan , lingkungan

pergaulan ataupun sosial setiap individu. Pengalaman menjadi salah satu kunci untuk terus maju berkarya. Melakukan *Fan Service* selalu menyapa penggemar, mengajak foto Bersama.

Kata kunci: Fenomenologi, Cosplayer, Pengalaman Komunikasi, Realitas Sosial

PENDAHULUAN

Asal usul terlahir istilah *cosplay* di Jepang dengan adanya kegiatan yang populer di kalangan pelajar Jepang, dan mereka berdandan serta memakai kostum menyurahi karakter *anime*, *manga* dan *video game* yang mereka sukai. Pada saat ini *cosplay* menjadi suatu bisnis yang besar di negara Jepang, *cosplay* dan toko yang menjual aksesoris untuk kostum bermunculan dan mengubah menjadi sebuah tren di kalangan masyarakat luas. Para *cosplay* akan menghabiskan berjam-jam mengumpulkan pakaian ataupun membeli komponen dari toko *cosplay* di Akihabara.

Dan beberapa komunitas-komunitas yang mulai terbentuk tersebut untuk pertama kalinya mengadakan *event* bertema Jepang, seperti Gelar Jepang UI (Universitas Indonesia) pada tahun 2000-an. Dan Gelar Jepang UI bisa dikatakan sebagai salah satu pionir dalam pelaksanaan *event* Jepang di Indonesia. Berlanjut dari *event* bertema Jepang, beberapa pemuda maupun pemudi mulai memperagakan hobi permainan kostum atau *cosplay* yang mengambil langsung referensi dari karakter *anime* dan *manga* Jepang.

Biasanya baik itu kalangan muda ataupun dewasa bila sudah sangat menyukai hal tersebut atau disebut juga dengan hobi, mereka tidak ragu-ragu untuk mengumpulkan uang agar bisa memerankan tokoh yang mereka inginkan. Dan tokoh yang mereka perankan pun bermacam-macam karakternya diantaranya. Adapun karakter yang terdapat dalam film animasi seperti menjadi *cosplayer* tokoh *Marvel*, *Joker*, *Harley Queen*, serta ada beberapa film *Thriller* yang tayang di Platform *Netflix* yaitu Karakter Wednesday dalam film *Wednesday Addams*, dan beberapa film lainnya. Tidak kalah juga beberapa karakter dari *game online* yang saat ini sedang ramai dimainkan oleh kalangan remaja maupun dewasa pada saat ini yaitu karakter *Hero* dari *Game Genshin Impact* diantaranya Nahida *Genshin Impact*, Lumine *Genshin Impact*, Keqing *Genshin Impact*, Yunjin *Genshin Impact* dan beberapa karakter lainnya yang terdapat dalam game *Genshin Impact*, dan masih banyak lainnya.

Ketertarikan kepada *Anime* ini berawal dari mereka menonton tayangan *anime* di televisi setelah itu mereka berlanjut menjadi menyukai *Manga* atau komik yang sangat banyak episodenya. *Anime* adalah animasi khas Negara Jepang yang biasanya di cirikan melalui gambar-gambar berwarna-warni yang menampilkan tokoh berbagai macam, lokasi dan cerita yang ditunjukkan kepada penonton dan jenisnya beragam. Kalangan remaja menyukai *anime* dikarenakan gaya seninya yang ditampilkannya. Gaya yang digunakan dalam karakter *anime* sangat unik. Karena karakter tokoh *anime* memiliki mata yang besar dan berbagai macam gaya rambut yang memberi kesan unik. Namun untuk beberapa kalangan muda yang terlalu menyukai *anime* atau terobsesi dengan karakter *anime* ataupun budaya

jepang juga berbahaya bagi individu itu sendiri. seseorang yang terlalu menyukai Anime itu di sebut *Wibu* atau *Weeboo*. Namun beberapa orang beranggapan salah , sebenarnya arti dari kalimat *Wibu atau Weeboo* yaitu sebuah perumpamaan yang di tunjukan kepada seseorang yang bukan berasal dari Negara Jepang. Biasanya seorang yang di anggap *Wibu* biasanya sangat menyukai dengan kegiatan yang berhubungan dengan kebudayaan Jepang dan beberapa dari mereka juga bisa bersikap seperti layaknya orang Jepang, (Afiuddin, 2019). Budaya populer Jepang atau sering disebut dengan J- pop pada umumnya biasanya meliputi event atau pertunjukan , televisi, film, komik atau manga , *anime*, music dan fashion,(Venus, 2017). Budaya populer Jepang yang pesat pada saat ini yaitu *anime*, manga, kuliner dan fashion,yang khususnya untuk kalangan muda Jepang

Budaya populer pada jaman saat ini berkembang dan menyebar secara menyeluruh keseluruh dunia. Dan perkembangannya budaya populer meningkat dengan cepat di karenakan pada saat ini informasi yang mudah di jangkau oleh semua kalangan,sehingga pertukaran budaya setiap negara mudah di sukai dan di pelajari setiap keragamannya. Menurut (Abidin et al., 2018). *Littlejohn* menyebutkan “ *phenomenology makes actual lived experience the basic data of reality* “ (1996:204), jadi fenomenologi menjadikan pengalaman hidup yang sesungguhnya sebagai data dasar dari realita. Mengutip dari pendapat *Richard E. Palmer*, *Littlejohn* lebih menjelaskan bahwa fenomenologi yaitu membiarkan segala sesuatu menjadi nyata sebagaimana aslinya. Fenomenologi di kenal dengan aliran filsafat dan metode dalam berpikir, yang mempelajari fenomena itu, realitas objektifnya dan penampakannya.

Menurut (Abidin et al., 2018), Fanatisme tidak dapat dilakukan Ketika seorang individu tidak memiliki pengetahuan yang cukup mengenai suatu objek. Fanatisme yaitu suatu pengabdian kepada sesuatu biasanya bisa bersifat baik ataupun bersifat tidak baik serta diikuti secara mendalam pada suatu objek Kegiatan dari *cosplay* mampu bisa memberikan kepuasan dalam berpakaian serta meningkatkan kepercayaan diri bagi yang menyukai karakter itu sendiri. *Cosplayer* yang memerankan karakter *anime*, film serta *game online* yang biasanya dominannya yaitu perempuan. Para *cosplayer* untuk meningkatkan penampilan mereka dengan cara gaya berdandan mereka sesuai dengan karakter mereka perankan. Contoh persiapan yang perlu di perhatikan dalam berpakaian menjadi *cosplayer* yaitu 1. Harus menyiapkan wig cap atau hairnet, guna untuk rambut asli tidak keluar dari wig yang akan di pakai. 2. Wig yang sesuai dengan karakter. 3. Kostum yang akan di gunakan saat menjadi *cosplay*. 4. Aksesoris yang di gunakan seperti anting, kalung, sepatu, kaos kaki, soflens. 5. Sisir .6 Makeup. Dan para *cosplayer* perempuan di daerah Jabodetabek, ini harus bersedia menyiapkan dana guna untuk menyewa atau membeli kostum yang akan mereka gunakan. Berdasarkan Uraian latar belakang masalah di atas penulis dapat merumuskan permasalahan yaitu bagaimana Pengalaman Komunikasi Paara *Cosplayer* Perempuan di Jabodetabek.dan tujuan dari penelitian ini ingin mengetahui

pengalaman komunikasi yang di alami oleh para *cosplayer* perempuan di Jabodetabek selama menjadi *cosplayer*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dimana peneliti menggunakan data deskriptif berupa kata kata tertulis ataupun lisan orang dan perilaku yang dapat di amati. Definisi Penelitian kualitatif dari sisi lain menyatakan bahwa penelitian yang menggunakan wawancara terbuka untuk mengkaji dan memahami perasaan, sudut pandang, perilaku dan sikap tiap individu maupun kelompok.

Dari defnisi diatas bisa di simpulkan bahwa penelitian kualitatif yakni penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena apa yang di alami oleh subjek penelitian. Misalnya, perilaku , persepsi, tindakan dan lain lain dengan cara uraian dalam bentuk kata kata dan Bahasa, dalam konteks alam yang khusus dengan menggunakan berbagai metode ilmiah (Kuswarno, 2009).

Metode penelitian kualitatif adalah salah satu metode yang diaplikasikan untuk mengungkapkan suatu konsep atau fenomena, yang di gunakan untuk memeriksa keadaan subjek alami (sebagai lawan dari eksperimen), dimana peneliti ialah instrument utama , sumber dan sampel data. Menurut (Sugiono, 2013) , Maksud dari kata tersebut di gunakan untuk Teknik pengumpulan data yang di lakukan melalui analisis daa analitik (gabungan) yang bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna daripada konseptualisasi, generalisasi.

Dalam penelitian kualitatif mengasumsikan bahwa setiap individu , budaya, latar belakang yaitu unik serta penting untuk menghargai dari keunikan , generalisasi tergantung pada konteks, memahami fenomena sosial dan meningkatkan pemahaman yang mendalam. Menurut (Moleong, 2005), mengungkapkan bahwa Wawancara mendalam adalah pertemuan langsung yang berulang antara peneliti dan subjek penelitian untuk memahami pandangan peneliti yang diungkapkan dalam bahasa mereka sendiri tentang kehidupan, pengalaman, atau kondisi sosial dengan proses menggali informasi secara mendalam, terbuka, dan bebas dengan masalah dan fokus penelitian dan diarahkan pada pusat penelitian (Moleong, 2005). Waktu penelitian berlangsung dari bulan Januari sampai bulan Mei 2023. Tempat penelitian Penelitian berlangsung di daerah Jabodetabek, karena fokus penelitian dalam penelitian ini berada di Jabodetabek. Dengan melihat Pengalaman para *Cosplayer* perempuan di Jabodetabek yang antusias dalam mengikuti beberapa *event - event* Jepang yang berada di daerah Jabodetabek

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ada Delapan orang informan perempuan seorang *cosplayer* dalam penelitian ini yang ada di daerah Jabodetabek. Sembilan informan tersebut di pilih sesuai kriteria informan yang terdapat dalam penelitian ini, yang di pilih untuk mengetahui apa pengalaman komunikasi yang di alami oleh para *cosplayer* perempuan di Jabodetabek, motif apa yang membuat mereka menjadi *cosplayer*. Informan

tersebut ialah Rissa kira, Shenaz, Rizsha fiqie, Alicia, Patricia, Henna, Jocelyn, Clarissa. Setelah melakukan penelitian kurang lebih 2 bulan melalui pengamatan langsung, wawancara dengan informan serta analisis terhadap dokumen yaitu media sosial, maka dalam penelitian ini telah memperoleh hasil dan mendapatkan berbagai fakta serta data hasil penelitian di lapangan mengenai pengalaman komunikasi para *cosplayer* perempuan di Jabodetabek.

Pembahasan Pengalaman Komunikasi Menjadi Cosplayer

Pengalaman muncul berdasarkan fenomena yang telah di alami, di hadapi dan dirasakan oleh setiap individu, pada masa lalunya. Sehingga pengalaman dengan mudah melekat pada diri manusia berdasarkan fenomena atau kejadian yang pernah di alami pada masa lalu. Menurut Abidin, 2019, mengungkapkan perubahan perilaku pada remaja yang mengimintasi gaya berbusana atau *fashion* dalam karakter *anime* atau tokoh kartun prinsip bisa memadukan dan memodifikasi *mix and match*. Identitas diri adalah komponen dari konsep diri yang memungkinkan individu untuk memelihara pendirian yang konsisten dan karenanya memungkinkan seseorang untuk menempati posisi yang stabil di lingkungannya (Rawlins, 1993). Kemandirian timbul dari perasaan berharga, kemampuan dan penguasaan diri. Seseorang yang mandiri dapat mengatur dan menerima dirinya (Keliat, 1992). Harga diri yang tinggi adalah hasil dari pemenuhan kebutuhan peran dan sejalan dengan ideal diri seseorang (Stuart dan Laraia, 2005)

Adapun beberapa informasi mengenai pengalaman informan yang di dapatkan dari hasil wawancara seperti Rissa bisa melakukan *fan service* kepada para pengemarnya dan para *cosplayer* lainnya. Dengan cara mengajak berbicara dan foto Bersama, namun untuk gaya berfoto biasanya Rissa memberi Batasan kepada penggemar agar tidak melewati batas yang sudah di tentukan, sedangkan Shenaz, Rizsha, Clarissa dan Patricia pengalaman yang mereka alami yaitu dalam segi hal persiapan dan finansial untuk menjadi *cosplayer*, untuk menjadi *cosplayer* harus mematangkan biaya dari jauh jauh hari atau bulan agar bisa mendesain atau membuat serta *mix and match* barang yang sudah ada untuk bisa di gunakan sebagai *cosplay*, biasanya untuk persiapan mereka ada yang menabung untuk membuat desain karakter kostum *cosplay nya* atau menyewa kostumnya tersebut beserta aksesoris yang lainnya. Berbeda halnya dengan Alicia, Henna dan Jocelyn mereka melakukan pengalaman dengan *fan service* mereka bisa secara langsung ataupun tidak langsung. Kalau ingin bertemu langsung bisa mengajak foto bareng, ngobrol bareng, namun bila tidak secara langsung bisa melalui media sosial *Instagram* untuk berkenalan atau melalui aplikasi *trakteer* untuk berdonasi dan mensupport mereka dalam menjadi *creator cosplay* dengan membuat FS (*Friend sign*) untuk para pengemarnya.

Dalam teori fenomenologi Alfred Schutz dalam tradisi fenomenologi berasumsi bahwa orang secara aktif menafsirkan pengalaman mereka dalam memahami dunia melalui pengalaman pribadi mereka. Konstruksi identitas ini mengarah akan suatu apa yang dikatakan oleh Berger dan Luckmann Identitas,

dengan sendirinya. merupakan satu unsur kunci dari kenyataan subjektif dan, sebagaimana semua kenyataan subjektif, berhubungan secara dialektis dengan masyarakat. Identitas dibentuk oleh proses-proses sosial. Begitu memperoleh suatu bentuk, hal tersebut akan dipelihara, dimodifikasi, atau malahan dirubah ulang oleh hubungan-hubungan sosial. Tahap-tahap sosial yang terlibat dalam membentuk dan mempertahankan identitas ditentukan sosial.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pengalaman menjadi *cosplayer* harus bisa menyiapkan segala hal untuk menjadi *cosplay* karena tanpa adanya kesiapan baik itu mental dan finansial semua itu tidak akan berjalan dengan baik. Dari kedelapan informan tersebut menunjukkan rasa bahwa menjadi seorang *cosplayer* itu harus ada kesiapan dari segi apapun itu. sebisa mungkin untuk *fan service* harus ramah dan mudah senyum terhadap orang baru, baik itu ke penggemar ataupun teman sebaya, namun kita juga harus mempunyai Batasan sendiri terhadap orang baru di kenal. harus percaya diri dan jangan pantang menyerah untuk terus mengembangkan *skill makeup*, agar mirip dengan karakter *anime* yang ingin di perankan. semangat juang yang tinggi yang memiliki jati diri dengan menanamkan rasa semangat dan keyakinan akan tercapainya suatu keinginan dalam kehidupan. Dan sikap loyalitas mereka terhadap karakter *anime* yang di pengaruhi oleh prestasi mereka berkembang untuk menjadi lebih baik lagi.

Saran

Penelitian mengenai pengalaman para *cosplayer* bisa di jadikan pembelajaran bagaimana cara melakukan *public relation* yang baik terhadap orang baru, belajar berkomunikasi yang baik itu lisan ataupun tulisan dan bagaimana bisa melakukan *fan service* terhadap penggemar ataupun teman sebaya. Dan selalu ramah terhadap orang lain dan mau membuka diri dengan orang baru serta mau berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z., Tayo, Y., & . M. (2018). Fanaticism of a Korean Boy Band, "Shinee" as Perceived by K-Poppers "Shinee World Indonesia" in Karawang Regency. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(3.30), 74. <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i3.30.18159>
- Abidin, Z. (2019). Hubungan Antara Tayangan K- Drama di Televisi dengan Perilaku pada Anak Remaja dalam Mengimitasi Korean Fashion. *Komunika Jurnal Dakwah dan Komunikasi* Vol 13, No 1, 1-15. <https://doi.org/10.24090/komunika.v13i1.2075>
- Geaby, M., Kojongian, R., Fakultas, P., Universitas, K., Satya, W. J., Universitas, F. P., Satya, K., Doddy Hendro, W., Fakultas, W., Universitas, P., & Wacana, K. S.

- (2021). Toxic Positivity: Sisi Lain dari Konsep untuk Selalu Positif dalam Segala Kondisi. *Psychopreneur Journal*, 6(1), 10–25.
- Heryanto, A. (2012). Budaya Pop dan Persaingan Identitas. *Budaya Populer Di Indonesia: Mencairnya Identitas Pasca-Orde Baru*, 1–52.
- Ida Aisyah. (2019). ANIME DAN GAYA HIDUP MAHASISWA (Studi Pada Mahasiswa yang Tergabung dalam Komunitas Japan Freak UIN Jakarta). *Skripsi*.
- Iqbal, C. I. (2016). Budaya Populer Game Pokemon Go Sebagai. *Undip*, 5(2), 5.
- Karman, “Konstruksi Realitas Sosial Sebagai Gerakan Pemikiran (Sebuah Telaah Teoretis Terhadap Konstruksi Realitas Peter L. Berger)”, *Jurnal Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika*, 2 (Maret, 2015), 14.
- Kusherdyana, R. (2020). Pengertian Budaya, Lintas Budaya, dan Teori yang Melandasi Lintas Budaya. *Pemahaman Lintas Budaya*, 1–63.
<https://pustaka.ut.ac.id/lib/wp-content/uploads/pdfmk/SPAR4103-M1.pdf>
- Kuswarno, E. (2009). *Fenomenologi: Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Widiya Pajajaran.
- Kuswarno, E. (2013). *Metode Penelitian Komunikasi Fenomenologi*. Bandung: Widiya Pajajaran.
- Korea, K., & Surabaya, L. (2018). *Jurnal kajian media*. 2(1), 1–11.
- Morissan dan Andy Corry Wardhany, 2009. *Teori Komunikasi*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Mulyana, D. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rodaskarya.
- Pramana & Masykur (2020). *COSPLAY ADALAH “JALAN NINJAKU” SEBUAH INTERPRETATIVE PHENOMENOLOGICAL ANALYSIS*.
- Primasari, W. (2021). Dramaturgi Hijab Cosplayer Anime Jepang. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Bisnis*, 7(1), 39–57.
- Rakhmat, J. (2011). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Riyanto, Y. (2010). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Surabaya: Penerbit SIC.
- Sari, W. A. (2019). Motif Otaku Ngecosplay. *Jurnal ilmu soiologi*, 1- 23.
- Venus, A. (2017). Budaya Populer Jepang di Indonesia: Catatan Studi Fenomenologis Tentang Konsep Diri Anggota Cosplay Party Bandung. *Jurnal ASPIKOM*, 1(1), 71. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v1i1.9>
- Wittenfelt (2020). *Practically Naked: Fan Service in Anime as Hyper-Gendered Performances of Spectacle*