

Surabaya. Pada skripsi Muhammad Setyo Budi Utomo, menentukan informan di wilayah Jawa Timur. Sedangkan dalam penelitian ini lebih khusus pada informan di wilayah Surabaya saja.

2. Jurnal yang berjudul “Hobi *Costume Play (Cosplay)* Dan Konsep Diri: Studi Korelasi Hubungan Antara Hobi *Cosplay* Dengan Konsep Diri Anggota Komunitas *Cosplay* Medan”, oleh Farouk Badri Al Baehaki (NIM. 100904029) dari Universitas Sumatera Utara. Fokusnya pada korelasi antara *cosplay* dan konsep diri dan memilih lokasi penelitian di Medan, serta memakai metode penelitian kuantitatif. Adapun teori yang dipakai sebagai alat analisis adalah Komunikasi Intrapersonal dan Konsep Diri. Dalam jurnalnya dia ingin mengetahui sejauh mana hubungan hobi *cosplay* dengan konsep diri anggota komunitas di Medan, yang mana dia tertarik dengan penjiwaan dan pemeranan karakter seorang *cosplayer* yang berhubungan dengan konsep diri *cosplayer* itu sendiri. Yang dimaksud dengan konsep diri ialah kumpulan keyakinan dan persepsi diri mengenai diri sendiri yang terorganisasi. Menggunakan metode korelasional yang teknik pengumpulan datanya dengan penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan.
3. Jurnal dari Naufal Alif Prabowo, mahasiswa program studi Sastra Jepang Fakultas Ilmu Budaya Universitas Airlangga dengan judul “*Cosplay* Sebagai Sarana Rekreasi Bagi *Cosplayer* Komunitas COSURA Yang Telah Menikah”. Fokus kajiannya pada komunitas COSURA, sebuah komunitas yang lahir dan besar di Surabaya. COSURA memiliki anggota

kegemaran yang relatif baru di masyarakat global cukup mengundang perhatian masyarakat dewasa ini. terbukti dengan membeludaknya penggemar sekaligus penikmat *cosplay* di pelbagai negara. Berkostum dan berias semirip mungkin dengan salah satu karakter dalam anime, dan segala *jejepangan* adalah bentuk kegiatan *cosplay*. Adapun pelaku *cosplay* disebut dengan *cosplayer* atau pun biasa disingkat menjadi *coser*.

Meskipun di Indonesia masih belum begitu banyak masyarakat menggemari *cosplay*, akan tetapi masyarakat Indonesia tidak sedikit yang sudah mengenal dan menggemari *jejepangan* meliputi anime, film animasi Jepang; *manga*, komik Jepang; *manhwa*, komik Korea; game dan pelbagai macam produk virtual Jepang lainnya. Sehingga *cosplay* ini termasuk dalam budaya populer yang berkembang begitu pesat di Indonesia, salah satunya di Surabaya. Secara umum, perkembangan *cosplay* telah tersebar luas di hampir seluruh bagian dunia yang menjadi tempat persinggahan produk-produk virtual asal Jepang yang telah disebut tadi. Indonesia menjadi salah satu negara dengan penggemar *jejepangan* terbesar, sehingga perkembangan *cosplay* juga ikut serta melambung dan meluas ke seluruh penikmatnya yang tersebar di pelbagai daerah.

Meskipun secara substansial *cosplay* hanya wahana euforia semata, akan tetapi bagi penggemar anime, *cosplay* merupakan hal yang disukai dan sangat menyenangkan. Di sisi lain, *cosplay* adalah produk media yang mewabah remaja Indonesia. Karena semua serba komersiil, hiburan dan hobi pun didapatkan dengan cara yang komersiil pula. Seperti saat *meet and greet*

dalam *cosplay*, dengan harga selangit pun para maniak atau biasa disebut *wibu* tetap saja menghadirinya. Mereka tidak sadar bahwa telah terhegemoni oleh rayuan akan fantasi yang berlebihan dan menginginkan fantasi tersebut menjadi nyata.

Menurut Kuntowijoyo, masyarakat modern atau masyarakat industrial ditandai dengan komersialisasi. Komersialisasi dalam penjelasan gampangya adalah segala sesuatu harus memakai uang atau diperjual belikan, seperti saat *wibu* membutuhkan hiburan dan memuaskan keinginan atas hobi, harus membayar *cosplayer* dalam artian membeli tiket *meet and greet* di even dengan harga mahal, meskipun dalam acara *meet and greet* tersebut hanya diisi dengan acara makan malam dan berfoto bersama. Di sisi lain, *cosplayer* (yang sudah terkenal), masih akan menjual-belikan foto-foto dan pernak-perniknya kepada *wibu* dengan harga tinggi pula. *Cosplayer*, *wibu*, *otaku* dan masyarakat *cosplay* lainnya seolah menjadi sasaran industri pencipta anime Jepang untuk meningkatkan *brand* “Japan” dalam persaingan pasar global.

Masyarakat serba bersaing untuk mendapatkan pengakuan keren, kaya dan lain sebagainya dengan bantuan *brand* dan hobi. Dimana saat kita memiliki pakaian dengan *brand* mahal dan hobi yang atributnya mahal adalah suatu bentuk kepuasan diri.

Begitu pula dengan hobi bermain *game online* yang pelakunya disebut *gamer*. Bayangkan saja mereka rela mengeluarkan uang ratusan bahkan jutaan untuk membeli item di dalam *game* tersebut.

Dampak negatif *game* jauh lebih dahsyat daripada manfaat positifnya. *Game* akan dan bisa menjadi candu. Rata-rata para *cosplayer* dan *otaku* adalah orang yang juga menggilai *game* Jepang. Sehingga dalam dunia *cosplay* tidak hanya beraktifitas bereferensikan anime saja, namun sudah merambah ke *game*. Seperti *game* Dynasty Warrior dan Mystic Massanger yang kini sedang *buming* menjadi referensi baru bagi *cosplayer* dalam ber-*cosplay*.

Adapun dampak negatif dari hiburan yang bernama *game* ini:

1. Menimbulkan kekerasan. Misalnya, karena sudah ketagihan *game online* yang berbayar, maka saat tidak memiliki uang akan cenderung melakukan kekerasan terhadap orang tua atau orang lain dengan memaksa meminta uang. Atau bisa juga dengan gangguan psikis yang mana saat suka memainkan *game* yang berbau kekerasan, maka akan terpengaruh pada kehidupan sehari-harinya. Misalnya pada *game action*, ia akan mencontoh tindakan pertarungan pada *game* tersebut pada dunia nyata.
2. Membuat kita jadi bodoh. Misalnya, karena kebanyakan bermain *game*, maka waktu akan terkikis dan semakin miskin waktu untuk belajar. Jadi, belajar bukanlah menjadi hal yang utama lagi dalam hidup. Kemana-mana tidak akan bisa lepas dengan gadget, PSP (sejenis elektronik yang khusus untuk main *game*), atau waktu yang terkuras berjam-jam hanya untuk duduk dan bermain *game* di Warung Internet (warnet).
3. Mengikis nilai-nilai sosial. Nilai adalah apa yang dianggap baik dan buruk oleh masyarakat atau pantas dan tidak pantas. Pengikisan ini dikarenakan kita terlalu sibuk dengan *game*, yang menyebabkan kita kurang

menghormati orang lain. Misalnya tidak memedulikan orang lain ketika mengajak bicara karena sibuk bermain *game*. Seorang *gamer* akan semakin tidak punya waktu untuk berinteraksi dengan orang-orang lain seperti teman sekolah, tetangga dan keluarga, dan menjadikannya cenderung individualis dan introvert, karena telah merasa bahwa teman sejatinya hanyalah *game*.

4. Menjadikan seseorang apatis terhadap aktifitas sosial dalam lingkungan keluarga, sekolah dan masyarakat, dan seolah lupa akan segala. Saat bermain *game*, waktu terasa berjalan lebih cepat daripada ketika belajar, sehingga suka lupa waktu bahwa pada pukul sekian waktunya untuk beribadah atau pada pukul sekian waktunya untuk belajar.
5. Dapat mengganggu kesehatan. Karena terlalu sering menatap layar komputer, *gadget* dan lain sebagainya, akan sangat mengganggu kesehatan mata disebabkan pancaran radiasi yang timbul dari layar media elektronik. Demikian juga dengan gangguan kesehatan lain, seperti kurangnya waktu untuk istirahat disebabkan siang sampai malam sibuk bermain *game* terus-menerus.
6. Seolah-olah kita menjadi *The King* dalam dunia kita sendiri, padahal sebenarnya hanyalah ilusi sesaat. Saat bermain *game* dan memenangkan sebuah *battle* (pertempuran), kita seolah-olah bangga dan merasa bahwa kita adalah raja dalam permainan itu. Kebanggaan itu bisa jadi mengalahkan kebanggaan saat dipuji dalam dunia nyata. Biasanya dalam *game online* disediakan fitur yang menampilkan ranking para pemain, jika

yang mereka inginkan dan sesuai tokoh yang mereka idolakan. Ulama atau pemuka agama akan mengikuti *fashion* yang digunakan tokoh pemeran agama dalam sebuah sinetron atau film, mulai dari mengikuti model busana muslim, merek sarung dan kopyah, cara bersorban dan lain-lain. Juga bagi pemuda dari golongan ekonomi ke bawah yang tidak malu meniru gaya hidup musisi atau penyanyi dengan kebiasaan minum dan mengonsumsi obat terlarang. Dan tidak ketinggalan pula golongan pecinta film anime yang mulai memudar rasionalitasnya dengan aktifitas meniru gaya busana dan tingkah laku karakter dalam anime, disertai kebiasaan yang seakan-akan anti terhadap sesuatu yang tidak mencirikan karakter anime yang diidolakan.

Seperti yang telah dipaparkan sebelumnya, gaya hidup akan mengalihkan masyarakat dari nilai substansial yang ada dalam diri manusia ke hal yang eksistensial saja. Seorang Ulama akan terlihat lebih religius ketika ia memiliki perangkat atau instrumen (islami) yang lebih lengkap dan trendi, terlepas dari kemampuannya dalam memahami serta mengamalkan ilmu dan ajaran agama. Semuanya akan dipandang dari sisi permukaan saja, mengikuti mode yang telah diatur oleh iklan-iklan produk industri. Iklan yang tidak hanya menawarkan barang, melainkan juga mengindoktrinasi secara perlahan, lembut dan berseduksi. Membangkitkan gairah dan nafsu masyarakat untuk selalu mengonsumsi dan mengonsumsi. Begitu seterusnya.

C. Fenomenologi Peter L. Berger dan Thomas Luckmann

Sejatinya, fenomenologi merupakan reaksi atas metodologi positivistik yang bersifat obyektif terhadap semua kejadian atau peristiwa secara kasat

Kedua, obyektifikasi adalah proses di mana persinggungan yang telah terjadi dalam eksternalisasi menjadi suatu fenomena yang obyektif. Maksudnya, persinggungan seorang individu dengan tayangan anime menimbulkan sebuah hobi yang kemudian dilembagakan menjadi sebuah kegiatan atau tindakan kolektif. Salah satunya adalah *cosplay*. Kegiatan semacam *cosplay* inilah yang kemudian tidak lagi menjadi sebuah pemaknaan individu secara subyektif terhadap lingkungan yang sebelumnya ia singgungi, akan tetapi telah menjadi suatu ruang atau media interaksi sosial yang institusional.

Ketiga, proses internalisasi. Dalam proses ini, titik tekannya ada pada interaksi individu atau masyarakat dengan institusi-institusi dalam lingkungan sosial, baik berupa nilai, budaya atau lembaga dan organisasi sosial. Sehingga memungkinkan bagi individu untuk memaknai posisi dirinya secara subyektif dengan institusi sebagaimana dimaksud. Jika dikaitkan kembali dengan contoh di atas, maka dalam proses internalisasi ini akan berbicara tentang bagaimana seorang individu penggemar anime ketika sudah bersinggungan dengan sebuah nilai, budaya dan organisasi (institusional) yang telah dihasilkan dari proses obyektifikasi, dalam hal ini adalah komunitas *cosplay*. Umpamanya ia akan memosisikan diri sebagai *cosplayer*, *wibu*, *otaku* atau ketiganya sekaligus.

Dengan ciri tersebut, fenomenologi Berger dan Luckmann dapat dikategorikan sebagai fenomenologi eksistensial yang berorientasi pada level individu dari budaya, ini meliputi internalisasi kesadaran subyektif dari

even yang diselenggarakan hampir setiap bulan di pelbagai daerah, untuk memfasilitasi pengapresiasian hobi berkostum dan bertingkah laku semirip mungkin dengan tokoh anime yang disukai. Irasionalitas pelaku *cosplay* (*cosplayer*) terletak pada keberlebihannya dalam mengaktualisasi kegemaran dan kesukaan terhadap film animasi-fiksi melalui kegiatan yang jauh atau bahkan tidak bernilai guna. Kebutuhan finansial seorang *cosplayer* dalam satu kali even, dapat menghabiskan biaya ratusan sampai jutaan rupiah, untuk menyiapkan perlengkapan *cosplay* yang meliputi kostum, aksesoris dan tata rias. Selain itu, penggemar anime – baik *cosplayer* maupun bukan – juga rela mengeluarkan biaya mahal untuk membeli dan memiliki benda atau mainan anime yang hanya berukuran mini.

Tingkah laku dan gaya hidup yang berlebihan dari seorang *cosplayer* – sebagai penggemar anime – sangat mirip dengan pengunjung Disneyland sebagaimana telah dicontohkan Baudrillard di atas. Sebagian besar dari mereka adalah penggemar tokoh dan/atau film animasi produksi Walt Disney Pictures, Amerika Serikat. Film anime Jepang dan film animasi Disney merupakan contoh simulasi yang ditampilkan melalui media massa, yang kemudian melebur dalam kehidupan nyata manusia, begitu pula sebaliknya.

Hiperealitas dan Simulasi sebagai teori sosial posmodern akan menjadi salah satu alat analisa dalam memandang *cosplay* sebagai posmodernisme; juga sebagai budaya yang berkembang di era posmodernitas dengan menfokuskan pada beberapa tinjauan. *Pertama*, tinjauan terhadap *cosplay* sebagai sebuah kenyataan riil. Kegiatan tersebut merupakan sebuah

pengalaman yang secara sadar dialami oleh seorang *cosplayer* maupun penggemar *cosplay*. Peneliti perlu mendalami motif dan tujuan yang ingin dicapai oleh seorang *cosplayer* dalam bermain *cosplay*. Sehingga dengan mengetahui motif dan tujuannya, akan mempermudah peneliti dalam menganalisa *cosplay* dalam tinjauan selanjutnya. *Kedua*, tinjauan terhadap *cosplay* sebagai simulasi lanjutan dari yang telah disimulasikan dalam film anime Jepang. Misalnya film anime Captain Tsubasa yang merupakan pensimulasian dari seorang pemain sepak bola asal Jepang. Dalam tinjauan ini, peneliti akan memusatkan perhatiannya pada rangkaian dan macam kegiatan dalam even *cosplay*. *Ketiga*, meninjau kolektivitas *cosplayer* dalam melakukan hal-hal yang bersifat irasional – sebagai wujud kekaburan *cosplayer* dalam memahami anime sebagai realitas semu – baik ketika ber-*cosplay* maupun beraktifitas sehari-hari di luar even *cosplay*, misalnya dalam memenuhi kebutuhan dan tuntunan bagi seorang *cosplayer* yang harus tampil modis.

Ketidak rasionalannya dalam bergaya hidup dan mengonsumsi sebuah produk, sangat dipengaruhi kekaburan *cosplayer* dalam memahami *cosplay* sebagai realitas semu. Dalam hal ini, peneliti harus mengetahui bagaimana aktifitas dan pola hidup *cosplayer* secara kolektif. *Terakhir*, peneliti meninjau model pengorganisasian *cosplayer*, mempublikasikan *cosplay* dan perencanaan komunitas *cosplay*. Hal ini berkaitan dengan tanda dan kode sebagaimana yang telah dimaksud dalam *simulacra*. *Simulacra* yang kemudian mendominasi kehidupan *cosplayer* menyebabkan *cosplayer* menjadi apatis

