

# Media dan Identitas: *Cultural Imperialism* Jepang Melalui *Cosplay* (Studi terhadap *Cosplayer* yang Melakukan *Crossdress*)

Ranny Rastati

## Abstrak

Tulisan ini membahas mengenai bagaimana peran media dalam membentuk identitas cosplayer dan bagaimana identitas cosplayer yang melakukan crossdress. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, menggunakan paradigma critical-constructionism, metode studi kasus dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan observasi terlibat. Konsep yang digunakan adalah konsep budaya populer termasuk di dalamnya cosplay yang merupakan salah satu bentuk soft power Jepang untuk menyebarkan budayanya ke seluruh dunia. Selain itu dilihat juga bagaimana peran media dalam pembentukan identitas, konsep identitas, konsep anak muda, serta gender dalam pakaian dan fesyen. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, ditemukan bahwa identitas seorang cosplayer dipengaruhi oleh media, komunitas, dan sosok yang menjadi idola atau seseorang yang dikagumi.

*This paper looks at the media's role in shaping the identities of cosplayer and how their identity relates to crossdressing. This research is a qualitative research that employs critical-constructionism, case study for its method, and collects data from in-depth interviews, direct observation, and participant observation. The concept used is popular culture, that includes cosplay as a form of Japanese soft power for cultural dissemination. Aside from that, it is also studied how the media plays a role in shaping identities, concepts of identities, youth, and gender in relation to clothing and fashion. Based on the analysis, it is found that the identity of a cosplayer is influenced by the media, community, and rolemodels.*

## Kata Kunci/Keywords

Peran media massa, identitas, cultural imperialism, anak muda, budaya populer Jepang, cosplay, cosplayer, crossdress.

*Mass media role, identity, cultural imperialism, young people, Japanese popular culture, cosplayer, crossdress.*

Ranny Rastati (*chibi\_ranran@yahoo.com*) atau Chibi lahir di Ujung Pandang, 13 Juli 1986. Alumni Sastra Jepang UI (2004-2008) ini sempat mengikuti program summer school di University of Sydney tahun 2010. Sembari kuliah di S2 Ilmu Komunikasi UI, ia bersama teman-teman klub mendirikan kembali UI Hangugo Dongari atau Klub Pecinta Korea UI yang sempat vakum dua tahun. Kini ia bekerja di LOTTE Shopping Avenue Indonesia (LOTTE Department Store) sebagai HR Training.

## Latarbelakang

Banyak anak muda yang melakukan eksperimen untuk mencari jati diri atau menemukan identitas dirinya. Salah satu caranya adalah dengan menggunakan cosplay yang termasuk dalam budaya populer Jepang. *Cosplay* yang berasal dari penggabungan dua kata bahasa Inggris *costume* dan *play* adalah sebuah istilah yang digunakan untuk menyebut kegiatan anak muda yang memakai kostum ala karakter dalam manga atau komik Jepang dan *anime* atau kartun Jepang. Dari istilah *cosplay* lahirlah istilah *cosplayer* atau yang disebut juga layer yang berarti orang yang melakukan *cosplay*. Karakter-karakter dalam *manga*, *anime*, *game*, dan

artis Jepang pun menjadi referensi untuk membangun identitas cosplayer.

*Cosplay* pertama kali muncul di Harajuku, Jepang pada tahun 1964 bertepatan dengan Olimpiade Musim Panas. *Cosplay* sendiri merupakan sebuah bentuk penyaluran hobi dan kesenangan pribadi untuk memamerkan kostum unik sekaligus menjadi sebuah bentuk perlawanan anak-anak muda Jepang terhadap kode-kode berpakaian di Jepang yang kaku dan konservatif (Tokyo Essential, 2011). Anak muda dapat mengekspresikan diri sembari mencari identitasnya dalam karakter yang di-*cosplay*-kan. Melalui *cosplay* pun seorang *cosplayer* dapat menentukan bagaimana ia ingin dikenali dan diterima.

Pada mulanya *cosplay* tidak begitu banyak dikenal di Indonesia. Sampai akhirnya pada pertengahan tahun 1990-an ada beberapa festival bertepatan Jepang, atau biasa disebut festival Jepang, yang menampilkan budaya populer Jepang seperti *cosplay*. Salah satu festival tersebut adalah yang diadakan Himpunan Mahasiswa Japanologi Universitas Indonesia yang diberi nama Gelar Jepang Universitas Indonesia (Gelar Jepang UI)<sup>1</sup> yang rutin diadakan setiap tahun. Dengan bertambahnya minat terhadap *cosplay*, berbagai festival Jepang pun mulai sering hadir di sekolah, kampus, dan mal. Belakangan muncul majalah-majalah yang membahas mengenai *manga* dan *anime* Jepang seperti Animonster<sup>2</sup> dan Nakayoshi yang turut mensponsori berbagai festival Jepang di Indonesia.

Media membawa pengaruh besar bagi kehidupan dan gaya hidup masyarakat kota, termasuk di dalamnya masalah identitas (Titiwening, 2001). Identitas yang merupakan hasil pembentukan media menjadi sesuatu yang berubah-ubah semuanya tergantung pada acara dan waktu, dapat diciptakan, dan dimodifikasi oleh seseorang (Kellner, 2010). Jika seseorang ingin memperbaharui diri, ingin mengubah identitas, dan menjadi sukses, maka seseorang harus berfokus pada citra, gaya, dan *fashion*. Tampilan dan citra seseorang membantu menciptakan identitas seseorang seperti bagaimana seseorang dikenali dan dihubungkan.

Belakangan ini muncul fenomena menarik di antara para *cosplayer*, yaitu munculnya fenomena *cosplayer* laki-laki yang ber-*cosplay* menjadi perempuan dan *cosplayer* perempuan yang ber-*cosplay* menjadi laki-laki. Dalam dunia para *cosplayer*, pelaku fenomena itu disebut *crossdresser*. *Crossdresser* berasal dari penggabungan dua kata bahasa Inggris *cross* dan *dresser*, dapat diartikan sebagai orang yang berpakaian lintas gender. Fenomena itu merupakan sebuah kudeta terhadap kode pakaian konvensional dan membenarkan semua kombinasi pakaian dan ornamen yang ingin dipakai oleh seseorang.

Hal tersebut menunjukkan bahwa sebuah identitas dapat diubah semuanya dan membentuk identitas

baru. Pesan bahwa setiap orang bisa memilih citra dan konstruksi diri mereka sendiri dengan berusaha memperluas batas peran gender maskulin dan feminin yang diperbolehkan, seksualitas yang terbuka, dan ambiguitas modernis. Para *cosplayer* yang memainkan peran gender dengan memakai kostum berlawanan dengan jenis kelaminnya ingin menyampaikan sebuah pesan bahwa laki-laki dan perempuan merupakan sebuah konstruksi sosial yang bisa didekonstruksi, serta menunjukkan bahwa laki-laki dapat menduduki posisi, peran, dan perilaku perempuan, begitu pula sebaliknya.

## Permasalahan

Fenomena *cosplay* yang meluas belakangan ini menuai kritikan dari luar komunitas *cosplay* tersebut. Beberapa pihak menuding para *cosplayer* tersebut adalah generasi muda yang kehilangan identitas dan nasionalisme terhadap tanah air karena mereka lebih menyukai budaya populer negara lain daripada budaya negaranya sendiri. Tudingan yang gencar disampaikan baik dalam kehidupan sehari-hari hingga melalui forum diskusi di internet seperti Kaskus, Japanese<sup>3</sup>, dan Facebook itu menuai protes dari para *cosplayer*.

Bagi *cosplayer*, *cosplay* merupakan wahana untuk menciptakan identitas mereka sendiri melalui penolakan terhadap kode *fashion* konvensional dan menciptakan pernyataan *fashion* mereka sendiri dan melawan kode *fashion* yang dominan. *Cosplay* adalah komunitas hobi yang sama seperti komunitas lainnya seperti komunitas *punk*, komunitas bola, dan komunitas Harley-Davidson. *Cosplay* merupakan wahana untuk mewujudkan semua imajinasi liar mereka dan selama beberapa jam dapat menjadi pribadi yang berbeda dengan dirinya sehari-hari. Inilah yang membuat *cosplayer* yang tadinya hanya sebagai penikmat kemudian berubah menjadi pelaku budaya yang merealisasikan imajinasi dalam *manga*, *anime*, dan *game* ke dunia nyata.

Beberapa tahun belakang, muncul fenomena baru dalam komunitas *cosplay* yaitu munculnya *crossdresser*. *Crossdresser* adalah *cosplayer* yang memakai kostum yang tidak sesuai dengan jenis kelaminnya. Laki-laki memilih untuk ber-*crossdress* menjadi perempuan dan sebaliknya merupakan sebuah fenomena menarik karena batas identitas maskulin dan feminin menjadi bias. Para *crossdresser* menjadikan *cosplay* sebagai ruang untuk mengekspresikan diri dan mendobrak batas-batas konvensional mengenai gender. Hal tersebut kemudian melahirkan karakter dan identitas baru dalam komunitas *cosplay*. Identitas yang terbentuk dari ranah perjuangan di mana tiap individu dapat memilih makna budaya dan gaya mereka masing-masing (Kellner, h.220). Permasalahan yang ingin dikaji dalam penelitian ini adalah mengenai pem-

1 Festival tahunan tentang budaya Jepang yang diselenggarakan oleh Himpunan Mahasiswa Japanologi (Sastra Jepang) Universitas Indonesia. Biasanya festival dilaksanakan 2 hari berlokasi di PSJ dan parkir dosen FIB UI

2 Animonster adalah salah satu majalah yang membahas mengenai budaya populer Jepang seperti *manga*, *anime*, *game*, info seputar *cosplay*, musik, dan artis Jepang

3 Forum pecinta Jepang untuk orang Indonesia yang ada di internet. Dalam forum ini umumnya melakukan diskusi seputar budaya populer Jepang seperti *manga*, *anime*, dan *game*, membahas mengenai artis dan aktor Jepang, film dan drama Jepang, hingga memberikan info terkini mengenai jadwal festival budaya Jepang yang akan dilaksanakan di berbagai tempat di Indonesia.

bentukan identitas *cosplayer* melalui *cosplay* dan bagaimana identitas para *cosplayer* yang melakukan *crossdresser*.

### Pertanyaan penelitian

Dari permasalahan di atas, maka timbul beberapa pertanyaan, yaitu:

1. Bagaimana peran media terhadap *cosplayer* dalam membentuk identitasnya?
2. Bagaimana identitas seorang *cosplayer* yang melakukan *crossdress*?

### Tujuan penelitian

Penelitian ini bertujuan memberikan gambaran bagaimana peran media terhadap *cosplayer* dalam membentuk identitasnya dan bagaimana identitas para *cosplayer* yang melakukan *crossdress*.

### Metode penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan menjelaskan fenomena sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Menurut Kriyantono, apabila data yang terkumpul sudah dapat menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu menambah sampling lagi. (2009, h.36). Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif yang bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat suatu objek tertentu. Peneliti sudah memiliki konsep dan kerangka konseptual atau landasan teori (Kriyantono, 2009, h.67).

Penelitian ini menggunakan paradigma *critical-constructionism* yaitu paradigma yang sebagian besar memadukan antara dua teori besar yaitu teori konflik (paradigma kritis) dan simbolik interaksi (paradigma konstruksionis) (Heiner, 2006, h.7). Menurut Heiner, paradigma ini berasumsi bahwa cara kita memandang sebuah masalah yang ada di masyarakat telah terdistorsi oleh sebuah kekuatan yang memiliki kepentingan untuk mengkonstruksikannya (2006, h.11). Paradigma *critical-constructionism* tidak menyediakan solusi dari sebuah masalah, namun menyediakan perspektif yang membuat kita mampu menerjemahkan apa masalah sebenarnya yang berada di masyarakat dan memberikan prioritas dasar kerasionalan, sebuah dasar yang peduli pada kesejahteraan sosial dan tidak berat sebelah kepada masyarakat elit.

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus suatu metode penelitian yang menggunakan berbagai sumber data atau sebanyak mungkin data untuk meneliti, menguraikan, dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, organisasi, atau peristiwa secara sistematis (Heiner, 2006, h.65). Metode ini juga mengungkapkan banyak detail karena mampu melihat hal-hal yang tidak terungkap oleh metode lain. Selain itu juga dapat menangkap makna di balik kasus dan pada saat yang sama objek tetap berada dalam kondisi alami. Penelitian ini hendak meneliti identitas *crossdresser* dengan melihat berbagai konteks yang terkait termasuk peran media massa dalam meng-

konstruksi identitas tersebut. Penelitian ini juga menjadikan individu sebagai fokus penelitian dengan memperhatikan pengalaman keseharian mereka.

Subjek penelitian ini adalah individu-individu yang selanjutnya disebut informan yang berada dalam komunitas *cosplay* yang ada di Jakarta. Informan yang merupakan seorang *cosplayer* umumnya berasal dari kaum muda mulai ber-*cosplay* ketika masih duduk di bangku sekolah menengah. Jika dilihat dari jam terbang, ada dua jenis *cosplayer* yaitu *cosplayer* junior dan *cosplayer* senior. *Cosplayer* junior adalah *cosplayer* yang belum lama berkecimpung dalam bidang *cosplay* dan rata-rata baru ber-*cosplay* selama 1 tahun. *Cosplayer* senior adalah *cosplayer* yang sudah lama berkecimpung di dunia *cosplay*, aktif ber-*cosplay* selama empat tahun, dan terus ber-*cosplay* hingga sekarang. Pentingnya perpaduan antara *cosplayer* junior dan senior untuk menjadi satuan analisis penelitian ini disebabkan terlihat perbedaan yang signifikan antara keduanya. Jika *cosplayer* junior belum memiliki pengalaman *cosplay* yang banyak, *cosplayer* senior memiliki jam terbang lebih tinggi, tingkat kepopuleran yang lebih tinggi, dan tingkat keamanan finansial yang lebih tinggi dibanding *cosplayer* junior dengan asumsi *cosplayer* senior sudah lulus bangku universitas dan telah bekerja. Tingkat keamanan finansial merupakan salah satu aspek terpenting karena kisaran biaya pembuatan sebuah kostum adalah Rp100.000; hingga Rp6.000.000; sebuah nominal yang besar bagi *cosplayer* pemula atau yang masih duduk di bangku sekolah. Melalui satuan analisa *cosplayer* junior dan senior, maka akan terlihat perbedaan signifikan yang dapat memperkaya temuan penelitian. Dengan demikian, kriteria pemilihan informan dalam penelitian ini adalah anak muda laki-laki dan perempuan usia 12-26 tahun yang mengkonsumsi budaya populer Jepang seperti *manga*, *anime*, dan *game* sejak bangku sekolah, dan aktif ber-*cosplay* minimal tiga kali dalam satu tahun. Informan berjumlah tiga orang yang terdiri dari satu perempuan dan dua laki-laki yang terdiri dari dua *cosplayer* senior dan satu *cosplayer* junior.

Penelitian dilakukan selama tiga bulan (Desember 2010-Februari 2011) dengan lokasi penelitian di Jakarta saat berlangsungnya kegiatan *cosplay* dari festival Jepang. Peneliti yang aktif menjadi juri *cosplay* sejak tahun 2006 hingga 2010 juga aktif menghadiri festival Jepang yang diadakan di Jakarta dan Depok. Peneliti memilih Jakarta sebagai batasan lokasi penelitian karena Jakarta merupakan pusat pergerakan komunitas *cosplay* terluas di Indonesia. Selain itu peneliti juga melakukan observasi di Depok sebagai salah satu data penunjang penelitian, mengingat di Depok terdapat Universitas Indonesia yang cukup sering mengadakan festival Jepang.

Peneliti menggunakan empat sumber data utama yang dipakai untuk pengumpulan data dalam studi kasus, yaitu wawancara mendalam, observasi langsung, observasi partisipatori, dan bukti fisik lainnya. Observasi dilakukan secara terbuka dengan menjelaskan maksud dan tujuan peneliti kepada informan.

### Budaya populer

Raymond Williams memberikan empat makna ter-

hadap istilah budaya populer, yaitu banyak disukai orang, jenis kerja rendahan, karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang, budaya yang memang dibuat oleh orang untuk dirinya sendiri (Storey, 1993, h.10). Budaya populer atau yang biasa disebut budaya pop merupakan sebuah budaya yang menyenangkan atau yang banyak disukai orang. Budaya populer juga didefinisikan sebagai budaya massa yang diproduksi massal untuk konsumsi massa. Penikmatnya adalah orang-orang yang tidak memilih, mengkonsumsi budaya tersebut tanpa berpikir panjang, dan tanpa perhitungan. Oleh karena diproduksi secara massal, budaya ini pun dianggap sebagai budaya yang berasal dari rakyat. Richard Maltby berpendapat budaya populer memberi ruang bagi eskapisme yang bukan hanya lari dari atau tempat tertentu, tetapi suatu pelarian dari utopia kita sendiri (Storey, 1993, h.17). Teks dan praktik budaya populer lebih dilihat sebagai fantasi publik dan dianggap sebagai dunia impian kolektif.

### Budaya populer Jepang

Budaya populer Jepang mulai berkembang saat zaman Edo ketika Shogun Tokugawa (1603-1867) memberlakukan *sakoku*, yaitu politik isolasi negeri dari dunia luar (Surajaya, 2001, h.76). Selama masa itu Jepang yang relatif aman membuat masyarakat Jepang bebas berkembang dalam bidang sosial, ekonomi, seni, dan budaya tanpa campur tangan pihak luar (Gathanti, 2008, h.15). Setelah Perang Dunia II, Jepang mengalami perkembangan perindustrian yang membawanya pada masa modernisasi Jepang. Beberapa contoh budaya populer yang berkembang adalah *manga* atau komik Jepang, *anime* atau kartun Jepang, *game*, musik pop, film, *dorama* atau drama berseri, dan *cosplay*. Kemunculan *cosplay* merupakan sebuah perkembangan lanjutan dari *manga* dan *anime*.

Budaya populer Jepang yang masuk ke Indonesia merupakan salah satu *soft power* yang dilakukan Jepang untuk menyebarkan budayanya ke seluruh dunia termasuk Indonesia. Konsep *soft power* pertama kali diperkenalkan oleh Joseph S. Nye. Ia mengemukakan bahwa *soft power* adalah kemampuan suatu negara untuk mencapai tujuannya dengan lebih menggunakan daya tarik daripada paksaan dan pembayaran. Salah satu bentuk daya tarik itu adalah daya tarik dari budaya negara tersebut (Nye, 2004, h.x). Menurut Nye, Jepang memiliki sumber-sumber *soft power* yang lebih potensial dibanding negara-negara lain di Asia. Salah satu contoh *soft power* Jepang adalah *anime* dan *manga*. Apalagi menurut Japan Information Network, 60% kartun di seluruh dunia berasal dari Jepang (MacWilliams, 2008, h.14). Mantan Menteri Ekonomi dan Kebijakan Fiskal Jepang, Heizo Takenaka, pun berpendapat bahwa *soft power* merupakan kekuatan yang sangat kuat dan akan menjadi kepemimpinan politik yang besar (Beech, 2008).

### Cosplay

Perkembangan *manga* dan *anime* mengakibatkan munculnya *cosplay* di Jepang. Pada awalnya *cosplay* berkembang di Jepang sebagai sebuah hobi

memamerkan kostum unik yang dilakukan oleh anak-anak muda, khususnya perempuan. *Cosplay* pertama kali dilakukan pada tahun 1964 berlokasi di Harajuku bertepatan dengan Olimpiade Musim Panas (The Essentials, 2010). Akibat kepopuleran *cosplay* di Harajuku, berkembanglah istilah gaya Harajuku<sup>4</sup> yang terkenal dengan dandanan dan kostum khas anak muda Jepang.

Pada mulanya *cosplay* tidak begitu banyak dikenal di Indonesia. Sampai akhirnya pada pertengahan 1990-an ada beberapa acara *cosplay* yang diadakan oleh Himpunan Mahasiswa Japanologi Universitas Indonesia yang diberi nama Gelar Jepang UI yang rutin diadakan setiap tahun. Belakangan muncul majalah-majalah yang mengupas mengenai *manga* dan *anime* Jepang seperti Animonster dan Nakayoshi<sup>5</sup> yang turut mensponsori acara *cosplay* di Indonesia.

*Cosplay* dikenal dalam beberapa jenis, yaitu;

- Cosplay manga/anime*, yaitu *cosplay* yang karakternya berasal dari *manga* dan *anime* seperti Sailormoon, Doraemon, dan Crayon Shinchan.
- Cosplay game*, yaitu *cosplay* yang karakternya diambil dari karakter *game*.
- Cosplay tokusatsu*, yaitu *cosplay* yang karakternya berasal dari film *tokusatsu* atau film-film pembela kebenaran seperti Ksatria Baja Hitam, Power Ranger, dan Saint Seiya.
- Cosplay gothic*, yaitu *cosplay* yang karakternya berasal dari karakter bernuansa gelap.
- Cosplay lolita*, yaitu *cosplay* yang karakternya mengikuti gaya Rococo yakni sebuah kostum dengan gaun besar dan pita besar di Prancis.
- Cosplay original*, yaitu *cosplay* yang karakternya tidak ada dalam *cosplay* jenis lainnya dan merupakan hasil kreasi para pelaku *cosplay*.
- Cosplay schoolgirl-uniform fashion*, yaitu *cosplay* yang menampilkan khusus seragam sekolah siswa perempuan.

Pada Februari 2009 Kementerian Luar Negeri Jepang mengangkat tiga duta besar untuk urusan *cosplay* yang disebut Kawaii (*cute*) Ambassadors yaitu Yu Kimura yang mewakili gaya Harajuku, Misako Aoki yang mewakili gaya lolita, dan Shizuka Fujioka yang mewakili gaya *fashion* seragam sekolah untuk siswa perempuan. Para duta besar *cosplay* ini bertugas memperdalam pemahaman anak-anak muda tentang Jepang dalam bidang *fashion* dan *cosplay* seperti yang mereka lakukan di Japan Expo di Paris-Prancis pada Juli 2009, Kawaii Fiesta 2009 di Bangkok-Thailand, dan World Cosplay Summit 2009 di Nagoya-Jepang (Public Relations Office-Government of Japan, 2009, h.10-13).

Pesatnya minat masyarakat terhadap budaya populer Jepang disebabkan cerita-cerita yang disajikan memiliki pesan dan nilai unik yang disampaikan melalui karakter dalam cerita. Pesan dan nilai yang umumnya ditampilkan seperti kisah yang mempesona, dunia fantastik, kisah epik, perjuangan hidup,

4 Harajuku adalah gaya dandanan ala anak muda Jepang yang mengkombinasikan berbagai macam gaya sesuai yang mereka inginkan.

5 Majalah yang membahas budaya populer Jepang, khususnya mengenai *manga*.

hasrat meraih mimpi yang dibumbui tragedi dan kisah melankolis (Craig, 2000, h.143). Hal-hal inilah yang kemudian meresap ke dalam hati pemirsa, menimbulkan koneksi emosi ke dalam hati, dan cerita yang diangkat pun terasa memiliki arti yang dalam. Pemirsa pun merasa seperti mengambil bagian dalam cerita, merasa dirinya dan tokoh dalam cerita memiliki kesamaan yang kemudian membuatnya menjadi penggemar setia cerita yang disajikan.

Menurut Craig, meskipun semua yang ditampilkan itu merupakan penggambaran kehidupan sehari-hari yang didramatisasi, dramatisasi itu membuat *manga* dan *anime* terlihat segar, memiliki hikmah, dan pelajaran bagi pemirsa. Pada dasarnya, *manga* dan *anime* mengajarkan dua elemen yaitu pelajaran mengenai hidup dan semangat untuk terus bermimpi. Pelajaran membuat seseorang mampu bertahan meskipun perjuangan hidup tidak mudah. Namun, jika terus berusaha dan berjuang, pada akhirnya akan mendapat kemenangan dan keberhasilan. Nilai-nilai yang diajarkan ini pun sering didengungkan melalui slogan yang muncul dalam *manga*, *anime*, dan *game* yang menyebutkan “apa pun yang terjadi, jangan pernah menyerah!” (Craig, 2000, h.150)

### Peran media dalam pembentukan identitas

Budaya media merupakan budaya yang telah menggantikan budaya tinggi dan saat ini sedang dominan, menjadi pusat perhatian, dan memberikan dampak pada khalayak. Dengan kehadiran budaya media, maka setiap orang diarahkan pada arus citra dan suara yang beragam yang pada akhirnya menata kembali cara pandang atas ruang dan waktu, menghapus jarak antara realitas dan citra media, memberi berbagai bentuk pengalaman, dan subjektivitas baru (Craig, 2000, h.22). *Cosplay* yang dapat dikategorikan sebagai budaya media visual pun menghasilkan berbagai model identifikasi dan citra mendasar tentang gaya, cara berpakaian, dan perilaku baru.

Menurut Katherine Hamley saat ini pembentukan identitas anak muda didominasi oleh konstruksi media. Kondisi tersebut disebutnya sebagai media saturated yaitu media telah mengasai berbagai aspek dalam kehidupan termasuk kehidupan kaum muda (Hamley, 2001). Akses terhadap media seperti televisi, film, majalah, dan internet memudahkan mereka untuk memperoleh berbagai informasi yang dibutuhkan, memutuskan apa yang menyenangkan bagi mereka, dan ingin menjadi seperti apa. Makna yang diperoleh dari media kemudian dibentuk kembali dan disesuaikan dengan kebutuhan pribadi untuk membentuk identitas.

### Identitas

Menurut Stuart Hall, identitas pada awalnya dipandang sebagai satu kesatuan yang utuh yang terdapat dalam individu. Pandangan itu kemudian berubah karena identitas dilihat sebagai sesuatu yang diperoleh melalui interaksi sosial yang merupakan sebuah hasil konstruksi sosial. Individu pun dianggap tidak hanya memiliki identitas tunggal tetapi memiliki identitas pribadi dan sosial. Giddens menggambarkan identitas sebagai proyek yaitu iden-

titas merupakan ciptaan kita yang selalu berproses dan tersusun dari apa yang kita pikirkan tentang diri kita dari masa lalu dan masa sekarang. Identitas sendiri tergantung pada konteks kultural tertentu seperti jenis kelamin, warna kulit, status sosial, dan sebagainya. Di sini identitas pun menjadi penting karena dapat menggambarkan ciri diri dan sosial.

Gerakan sosial baik di masa lalu maupun sekarang seringkali memakai identitas sebagai suatu alat pembebasan. Gerakan yang berbasis gender, orientasi seksual, kelas, etnis, dan identitas kemampuan semuanya mempunyai sejumlah sukses dalam menantang tingkatan hierarki. Identitas juga merupakan suatu jawaban atas pertanyaan “siapaakah aku?”. Label-label yang ada dalam masyarakat seperti label laki-laki, ras kulit putih, heteroseksual mampu memberitahu kita tentang posisi seseorang dalam beragam hierarki. Hal tersebut penting dalam bagaimana seseorang berpikir tentang dirinya. Dengan demikian identitas memisahkan masyarakat yang kemudian membuat kita berpikir bahwa kita berbeda dari yang lain (Maliki, 2006, h.49). Identitas memerlukan perbedaan untuk menunjukkan dirinya dan mengubah perbedaan tersebut menjadi suatu ciri khusus dalam rangka membentuk keberadaan dirinya (Connolly, 2002, h.64).

### Konsep anak muda

Masa muda merupakan suatu rentang usia yang tidak memiliki karakteristik utuh dan tidak juga merupakan tahap transisi yang pasti. Kaum muda lebih tepat dipahami sebagai sekumpulan klasifikasi kultural yang kompleks dan akan terus tergeser dengan bercirikan dari adanya perbedaan dan keragaman. Makna kaum muda sebagai konstruksi kultural memiliki makna yang berbeda-beda pada ruang dan waktu tergantung pada siapa yang sedang mendeskripsikan siapa (Connolly, 2002, h.41). Menurut Barker (2003, h.376), kaum muda adalah suatu konstruksi diskursif yang terbentuk dari cara yang terstruktur dan teratur yang kita gunakan untuk membicarakan dan memunculkan kaum muda sebagai kategori manusia.

Hebdige (1979) melihat anak muda berperan sebagai pemulung dan perakit kebudayaan yang paling aktif menyisir lingkungan mereka, khususnya arena simbolik, untuk mencari bahan-bahan guna merakit identitas mereka dan mengekspresikan keyakinan dan nilai mereka sebagai gaya budaya (Lull, 1998, h.93). Peran mereka menjadi pusat perhatian setelah membentuk budaya kaum muda yang penuh dengan praktek-praktek hidup spektakuler, mencolok, bisng, dan avant-garde. Apa yang menjadi gaya hidup mereka kemudian dianggap sangat berkaitan dengan praktek-praktek tersebut (Apit, 2006, h.65).

Assael mendefinisikan gaya hidup sebagai suatu gaya dari kehidupan yang diidentifikasi melalui berapa lama orang menghabiskan waktunya atau beraktivitas, apa yang penting dipertimbangkan atau yang menjadi minat dalam lingkungannya, apa yang dipikirkan tentang diri dan dunia sekelilingnya atau opininya (Apit, 2006, h.55). Gaya hidup dapat dipakai dalam konteks penelusuran identitas. Praktek-praktek gaya hidup inilah yang seringkali menjadi atribut identitas seseorang. Gaya hidup

mencerminkan bagaimana seseorang menghabiskan waktu dan uangnya yang dinyatakan dalam aktivitas-aktivitas, minat, dan opininya.

### Gender dalam pakaian dan *fashion*

Sebuah paradigma baru dalam kode pakaian mulai muncul dalam masyarakat barat pada tahun 1950-an. Paradigma ini mencerminkan kekuatan budaya anak muda yang kemudian menjadi penentu *trend* pakaian menggantikan kaum bangsawan. Pada tahun 1970-an, muncul komunitas *punk* yang mengecat rambutnya dengan warna-warna aneh, memiliki potongan rambut, model pakaian, dan aksesoris yang tidak lazim seperti menggunakan peniti di hidung. Komunitas ini muncul untuk menyatakan pesan-pesan dari budaya tandingan.

Adanya perubahan dalam struktur peran sosial selama tahun 1950-an hingga 1970-an itu mengakibatkan terjadinya perubahan kode pakaian perempuan. Perempuan mulai memakai celana panjang secara rutin yang mengungkapkan pesan-pesan sosial yang baru. Akan tetapi, situasi sebaliknya seperti laki-laki mengenakan rok tidak pernah terjadi kecuali tradisi pemakaian rok tradisional Skotlandia yang disebut kilt. Dalam masyarakat moderen, laki-laki yang mengenakan rok dicap sebagai banci. Hal tersebut merupakan standar ganda dalam kode pakaian.

Para *cosplayer* yang *notabene* merupakan anak muda ini berusaha menjungkir balikkan peran gender tradisional, kode pakaian, kode *fashion*, nilai, dan perilaku (Apit, 2006, h.363). Pada tahap ini, *fashion* merupakan sebuah kudeta terhadap kode-kode konvensional dengan cara membenarkan semua kombinasi pakaian dan ornamen yang ingin dipakai seseorang. Dengan anggapan bahwa seseorang dapat mengubah identitas dengan mengubah *fashion*, penampilan, dan citranya, bereksperimen dengan berbagai bentuk dan gaya yang berbeda demi menciptakan sebuah citra baru dan identitas baru. Yang ingin ditunjukkan adalah setiap orang bisa memilih citra dan konstruksi diri mereka sendiri dengan berusaha memperluas batasan peran gender maskulin dan feminin yang diperbolehkan, membuka seluas-luasnya seksualitas, dan ambiguitas modernis.

### Temuan penelitian

#### Sosialisasi *cosplay* informan

Penelitian ini melibatkan tiga informan yang terdiri dari satu orang remaja perempuan dan dua orang remaja laki-laki yang ketiganya adalah *cosplayer* sekaligus *crossdresser*. Informan 1 adalah seorang perempuan, anak pertama dari tiga bersaudara, berusia 25 tahun, dan berdomisili di Jakarta. Informan telah aktif ber-*cosplay* selama 8 tahun. Dalam satu tahun ia mampu ber-*cosplay* 5-8 kali<sup>6</sup> dan rata-rata 2-5 kali ber-*crossdress*. Informan menghadiri festival Jepang tak hanya di dalam negeri, tetapi juga di luar negeri. Informan pun sering mengikuti dan memenangkan lomba *cosplay* yang diselenggarakan

di berbagai tempat. Beberapa festival yang diikuti informan seperti Animonster Aishiteru Cosplay<sup>7</sup>, HelloFest<sup>8</sup>, Gelar Jepang, Valentine Animonster<sup>9</sup>, Anime Fair<sup>10</sup> di Singapura, serta Comicat dan Tokyo Fair<sup>11</sup> di Jepang. Informan 2 adalah seorang laki-laki, anak tunggal, berusia 12 tahun, dan berdomisili di Depok. dalam satu tahun ia telah ber-*cosplay* sebanyak 10-15 kali dan mendatangi semua festival Jepang yang ada di Jakarta dan sekitarnya. Festival Jepang yang didatangi informan seperti berbagai *bounenkai*<sup>12</sup>, Gelar Jepang UI, dan Japan Art Festival. Informan pun pernah satu kali meraih juara tiga lomba *cosplay* di festival Komutaku yang diselenggarakan di JCC. Informan 3 adalah teman peneliti saat menjadi juri lomba *cosplay* di Gelar Jepang UI tahun 2010. Informan adalah seorang laki-laki, berusia 26 tahun, anak ketiga dari tiga bersaudara, dan berdomisili di Bogor. Selain berprofesi sebagai *cosplayer*, informan juga mengajar bahasa Inggris di sebuah lembaga pendidikan. Informan telah aktif ber-*cosplay* dan *crossdress* selama 5-6 tahun. Dalam keseharian, informan 3 memakai pakaian ala *cosplay* karena baginya *cosplay* sudah menjadi bagian dari hidup. Kostum yang ia miliki berjumlah lebih dari 100 buah yang terdiri dari 70-80 kostum laki-laki dan 20-30 kostum perempuan.

Pengenalan terhadap *cosplay* diawali melalui peran media. Sejak kecil ketiga informan sudah mengenal budaya populer Jepang seperti yaitu manga, anime, dan game. *Cosplay* hadir sebagai alat untuk melepas ketegangan dari kehidupan nyata.

Informan 1: "...untuk *refreshing* diri sendiri yaa... untuk *cosplay* lebih enak karena kita menjadi orang lain karena saat kita *cosplay* kita tidak jadi

- 7 Animonster Aishiteru (Animonster Aishiteru Cosplay) adalah festival lomba *cosplay* yang diikuti oleh lebih dari 100 *cosplayer* Indonesia yang diselenggarakan oleh Majalah Animonster. Dalam festival tersebut terdapat berbagai bazar yang menjual makanan Jepang, pernak-pernik Jepang, manga, anime, dvd film, dvd game Jepang, kostum *cosplay*, hingga hiburan musik pop Jepang yang biasa disebut J-Pop.
- 8 HelloFest (HelloFest Motion Picture Art Festival) adalah festival yang diselenggarakan oleh Hellomotion Academy, sebuah akademi animasi yang didirikan oleh Wahyu Aditya sejak tahun 2004. Festival ini pada awalnya merupakan lomba film animasi, namun dalam perkembangannya tidak hanya animasi yang dilombakan tetapi juga film dokumenter. Festival ini dihadiri oleh KostuMasa atau penonton berkostum. Selain itu ada juga bazar tokoh kesatria dengan puncak acara menonton karya film pendek kreator Indonesia.
- 9 Valentine Animonster adalah festival Jepang yang diselenggarakan oleh Majalah Animonster untuk merayakan hari Valentine
- 10 Anime Fair adalah festival anime yang diselenggarakan di Singapura. Konsepnya mirip dengan festival Jepang di Indonesia.
- 11 Comicat dan Tokyo Fair adalah beberapa contoh festival tentang manga dan anime di Jepang. Dalam festival ini para *cosplayer* seluruh dunia berkumpul untuk *cosplay* bersama.
- 12 Bounenkai berasal dari bahasa Jepang yang berarti pesta akhir tahun. Di Jepang *bounenkai* dilaksanakan setiap akhir tahun dengan mengadakan pesta bersama rekan kerja atau teman sekolah untuk melupakan semua kesalahan pada tahun tersebut dan siap meraih keberuntungan pada tahun mendatang. Di Indonesia, *bounenkai* diselenggarakan dengan format seperti festival Jepang lainnya. Meskipun seharusnya dilaksanakan pada akhir tahun, namun festival tersebut lebih sering dilaksanakan pada bulan Januari

6 Informan 1 termasuk dalam kategori *cosplayer* senior karena telah ber-*cosplay* selama 8 tahun dan durasi *cosplay* lebih dari 2 kali dalam 1 tahun

Tabel 1  
 Sosialisasi Cosplay Informan

Sosialisasi Cosplay	Informan 1 (Perempuan)	Informan 2 (Laki-Laki)	Informan 3 (Laki-Laki)
Awal Ketertarikan	Game, manga, anime	Manga	Manga, anime
Sumber Awal Informasi	Tokyo Festival Game	Guru les bahasa Jepang	Majalah tentang Jepang
Alasan Menyukai	Refreshing	Jadi unik, kreatif	Lucu, kreatif, menghasilkan uang
Karakter Tokoh	Cari yang cantik/ganteng, sama dengan karakter diri	Original, membuat karakter sendiri	Yang menantang
Pengalaman Cosplay	8 tahun	1 tahun	6 tahun
Cosplayer Idola	Rion (informan 3)	Rion (informan 3)	Manasama (Jepang)
Manfaat	Dapat teman baru, kreatif, refreshing	Dapat teman baru, kreatif, refreshing, jika menang lomba bisa dapat uang	Kreatif, jadi bisa menjahit, menghasilkan uang
Hal Negatif	Konsumtif, menghabiskan banyak uang	Pergaulan bebas, pose seronok	Menghabiskan banyak uang, cosplay seperti narkoba membuat ketagihan
Harapan Informan	Terus ber-cosplay, membawa budaya Indonesia melalui cosplay	Terus ber-cosplay	Terus ber-cosplay

diri sendiri. Jadi kepenatan-kepenatan yang ada di kepala kita, ya keluar aja...”

Selain itu dapat juga menjadi sebuah hiburan komersial yang memiliki kepentingan bisnis di dalamnya. Tak hanya menjadi konsumen, para *cosplayer* pun dapat menempatkan dirinya sebagai produsen budaya dengan menyediakan berbagai kebutuhan *cosplay* seperti kostum, rambut palsu, dan aksesoris lainnya. Sosialisasi *cosplay* informan pun dapat disimpulkan dalam Tabel 1.

### Sosialisasi *crossdress* informan

Fenomena *crossdress* mulai muncul di Jakarta sekitar tahun 2004. *Crossdress* semakin berkembang pada tahun 2006 dan mengalami perkembangan pesat pada tahun 2009. Yang menarik adalah lebih banyak perempuan yang ber-*crossdress* dibandingkan laki-laki. Hal ini disebabkan adanya stigma negatif terhadap *crossdresser* laki-laki yang sering dianggap seperti badut, aneh, dan homoseksual. Di lain pihak, *crossdresser* perempuan dianggap keren dan banyak digemari. Pandangan ini merupakan akibat dari adanya perubahan dalam struktur peran sosial selama tahun 1950-an hingga 1970-an yang mengakibatkan adanya perubahan kode pakaian perempuan. Perempuan mulai memakai celana panjang secara rutin yang mengungkapkan pesan-pesan sosial yang baru. Sebaliknya dalam masyarakat moderen, laki-laki yang mengenakan rok dianggap banci. Hal tersebut menunjukkan adanya standar ganda dalam kode pakaian.

Informan 1: “Gapnya itu besar! Ada dulu gini, saat ada *cosplayer cewek* jadi *crossdresser cowok*, dibidang keren... penuh fans segala macam! Tapi kalau

*cosplayer cowok* jadi *cewek*, pasti mereka diijik-in. Mereka melakukan itu ya di dalam *cosplay aja*. Begitu di luar, mereka kembali lagi jadi *cowok*. Cuma orang-orang men-*judge* mereka... Padahal mereka gak seperti itu. *Crossdresser cowok* lebih dianggap negatif. Yaa, lebih negatif. Jadi lebih ke arah *dibadut-badutin*. Sekarang paling banyak *cewek* yang *nge-cross*. *Cowok* yang *nge-cross* jadi *cewek* lebih sedikit! Karena takut *diketawain* jadi *bencong* atau apa... Apalagi faktor orangtua, takut dibidang *cross*.”

Awalnya informan 2 berpendapat bahwa *crossdress* adalah sesuatu yang aneh. Akan tetapi, rasa aneh itu berubah menjadi rasa penasaran yang membuatnya mencoba ber-*crossdress*. Setelah ia mencoba, ternyata informan merasa bahwa *crossdress* adalah sesuatu yang mengasyikkan dan menyenangkan.

Informan 2: “Yaa... awalnya mikirnya agak aneh *aja gitu*. Kok *cowok-cowok* pada *nge-cross* gitu... *Pas* dicoba eeh ternyata enak-enak *aja*... Hehehe. Jadi berubah ya pandangannya ya. Jadi terputar balik! Hahaha.”

Berbeda dengan informan sebelumnya, sejak awal informan 3 merasa tidak ada yang aneh dengan *crossdress*. Baginya *crossdress* adalah seni peran yang fantastis dan luar biasa karena para *crossdresser* memerankan karakter yang sama sekali berbeda secara totalitas dan maksimal. Informan 3 pun secara gamblang mengatakan bahwa *crossdress* adalah cara untuk menarik perhatian karena dengan ber-*crossdress* ia menjadi sosok yang paling menonjol di antara para *cosplayer* lainnya, terlebih ia pun menganggap dirinya sebagai laki-laki cantik.

Namun, baginya *crossdress* hanya boleh dilakukan dalam festival.

Informan 3: “Pendapat aku *sih kalo* masih dalam

Tabel 2  
Sosialisasi Crossdress Informan

Sosialisasi Crossdress	Informan 1 (Perempuan)	Informan 2 (Laki-Laki)	Informan 3 (Laki-Laki)
Perkembangan	Crossdresser laki-laki dianggap negatif, perempuan dianggap keren	Semua crossdresser laki-laki dianggap homoseksual	Menjadi crossdresser laki-laki butuh mental lebih besar dibandingkan perempuan
Sumber Awal Informasi	Tokyo Fair	Festival Jepang	Video band Jepang (Malice Mizer)
Pemahaman	Crossdress adalah ekspresi	Awalnya merasa aneh, tapi setelah dicoba menjadi suka	Crossdress adalah seni
Alasan Menyukai	Bisa lebih keren dan gentle dari laki-laki, menjadi perempuan kadang risih. Di Jepang, laki-laki ganteng adalah laki-laki cantik	Ikut tren	Menjadi berbeda dari orang lain, unik, ingin menonjol
Karakter Tokoh	Cari yang berkarisma, kuat, perkasa, melindungi yang lemah	Cari yang lucu, menggemaskan, dan gaya gothic	Cari yang menari, unik, dan menantang
Pengalaman Crossdress	8 tahun (2-5 kali/tahun)	1 tahun (4-5 kali/ tahun)	6 tahun (sangat sering)
Manfaat	Tidak ada manfaat, cari teman perempuan	Kreatif	Bangga jika terlihat cantik, nilai artistik
Hal Negatif	Menghabiskan banyak uang, dada sesak	Tidak ada	Menghabiskan banyak uang
Harapan	Jika sudah menikah terus ber-crossdress bila suami mengizinkan	Berhenti crossdress jika sudah menikah	Terus crossdress walau sudah menikah

dunia *cosplay* itu masih teramat *sah sah aja* karena menurut aku itu bagian dari seni. *Cross* itu *fantastic*, *fabulous*, lebih *wah aja*, dan harus siap mental. *Kan* lingkungannya masih dalam konteks seni peran, jadi menurut saya gak apa-apa. Kalo misalkan saya *nge-cross trus mangkal* (menjajakan diri.red) *nah* itu baru bukan! *Kalo* misalnya *gak* ada *event* atau *gak* ada acara apa *trus* dia *nge-cross* itu baru negatif. *Nge-cross tuh* buat cari perhatian dan jadi pusat perhatian orang lain, itu *gak* salah yaa... *Bener*. Soalnya agak-agak *bishounen-bishounen* (cowok cantik.red) gimana gitu... Hahaha... *Nge-cross* itu yang paling menarik itu karena paling mencolok... Hahaha”

Berpakaian ala *crossdress* di luar festival adalah sesuatu yang negatif dan tidak dapat dikategorikan sebagai *crossdress*. Sosialisasi *crossdress* informan dapat disimpulkan dalam Tabel 2.

### Peran media dalam pembentukan identitas cosplayer

Ketiga informan memperoleh pengaruh besar dari media khususnya untuk desain kostum, karakter, dan gaya tokoh yang akan di-*cosplay*-kan. Majalah dan website memberikan beragam informasi yang dibutuhkan para *cosplayer* agar dapat mendalami karakter *cosplay*. Media pun menjadi sumber referensi untuk mendesain dan menciptakan kostumnya sendiri. Meskipun banyak majalah yang membahas tentang *cosplay*, ternyata tidak ada majalah khusus

untuk *crossdress*. Sebagian besar media masih memandang *crossdress* sebagai sesuatu yang negatif. Informan pun menyebutkan sebuah media sosial bernama *Kaskus* pun pernah membuka forum diskusi mengenai *crossdresser*. Dalam diskusi itu, mereka sepakat bahwa semua laki-laki yang ber-*crossdress* adalah homoseksual. Informan merasa tidak nyaman dengan pendapat di forum diskusi *Kaskus* itu. Ia pribadi melakukan *crossdress* untuk kesenangan pribadi dan tak ada kaitannya dengan orientasi seksual.

Informan 2: “Saya *tuh* *gak maho*. Itu cuma buat kesenangan aja kalo *nge-cross*. Jadi *gak* kayak yang diomongin di *Kaskus* *gitu*.... *Sampe* *cowok-cowok* yang *nge-cross* dibilang *maho* semua. Yaa... sama halnya kayak teman-teman saya, *gimana* mereka memandang saya *kalo* lagi *nge-cross*. *Kalo* *cosplayer* mereka juga *udah ngertiin* kalo *nge-cross* itu *gak* harus *cewek*.”

Peran media dalam pembentukan identitas *cosplayer* dapat disimpulkan dalam Tabel 3.

### Identitas ala Jepang informan

Ketika ber-*cosplay* dan ber-*crossdress*, ketiga informan memiliki nama khusus ala Jepang yang dipakai sebagai identitas diri. Informan 1 memiliki nama *cosplay* *Kisame* yang kadang ditambah menjadi *Kisame Widi* atau *Kisame 01*. Informan 2 memilih nama *Cho Kuze* sedangkan informan 3 menggunakan nama *Rion Kazuaki*. Nama yang digunakan untuk

Tabel 3  
Peran Media dalam Pembentukan Identitas Cosplayer

Peran Media	Informan 1 (Perempuan)	Informan 2 (Laki-Laki)	Informan 3 (Laki-Laki)
Pengaruh Media	Sebagai sumber informasi: tips, model kostum, gaya cosplay	Sebagai sumber informasi: tips, model kostum, gaya cosplay	Sebagai sumber informasi: tips, model kostum, gaya cosplay
Media sebagai Inspirator	Media adalah sumber informasi ketika membuat kostum	Media adalah sumber informasi ketika membuat kostum	Media membuat ingin ber-cosplay Media adalah sumber referensi dan informasi ketika membuat kostum
Majalah Langanan	Newtipe, Cosmode, Comagz	Animonster	Gothic Lolita Bible, Animonster, Cosmode
Terpaan Media	Internet: 8 jam/hari	Internet: 2-5 jam/hari	Internet: 3x 1 minggu (2-3 jam)
Situs	Multiply, Curecos	Cosplayhouse, Souldoll	Let'scosplay.com
Representasi Media tentang Cosplayer dan Crossdresser	Ada media yang mendukung (O Channel, Kick Andy, Majalah Cosplay). Ada media yang menganggap cosplay negatif (RCTI). Crossdress dianggap lebih negatif dari cosplay	Ada yang mendukung (Animonster). Ada yang tidak mendukung (Forum di Kaskus menganggap semua crossdresser adalah homoseksual)	Ada yang mendukung (majalah cosplay seperti Animonster, situs cosplayhouse), tapi ada yang tidak. Belum ada liputan khusus tentang crossdress.

*cosplay* dan *crossdress* sama agar orang lain tahu selain menjadi seorang *cosplayer*, informan juga merupakan seorang *crossdresser*.

Nama diri adalah simbol pertama dan utama bagi seseorang yang dapat melambungkan status, cita-rasa budaya, dan kesan tertentu (Mulyana, 2008, h.305). Nama menjadi unsur penting bagi identitas seseorang karena interaksi dengan orang lain dimulai dengan nama. Penggunaan nama Jepang sebagai identitas mereka ketika memasuki dunia *cosplay* merupakan wujud pelepasan diri dari identitas sehari-hari. Umumnya para *cosplayer* pun tidak tahu nama asli rekan sesama *cosplayer* karena mereka tidak terlalu mementingkan identitas asli para *cosplayer*, karena yang terpenting adalah bagaimana kemampuan seorang *cosplayer* seperti desain kostum, penjiwaan karakter, dan totalitas ketika ber-*cosplay*.

### Identitas informan sebagai *cosplayer*

Melalui penjabaran identitas *cosplayer*, ditemukan bahwa identitas ketiga informan sebagai *cosplayer* muncul dari adanya keinginan untuk melepaskan diri dari identitas sehari-hari menjadi unik dan terlihat berbeda dari diri orang lain. Ketika para informan ber-*cosplay*, mereka pun berubah menjadi karakter yang dimainkan. Para *cosplayer* menganggap bahwa *cosplay* adalah gaya hidup, *fashion*, dan bentuk ekspresi seseorang. Menurut Assael, gaya hidup adalah suatu gaya dari kehidupan yang diidentifikasi melalui berapa lama orang menghabiskan waktunya atau beraktifitas. Gaya hidup dapat dipakai dalam konteks penelusuran identitas. Secara sederhana, gaya hidup dapat diartikan sebagai pola yang digunakan orang untuk hidup dan menghabiskan waktu dan uang. *Cosplayer* sejati menjadikan *cosplay* seba-

gai bagian dari hidupnya sedangkan *cosplayer* tidak sejati hanya menempatkan *cosplay* sebagai hobi pada waktu tertentu.

Informan 3: "Bisa. Kayak di Jepang *cosplay* memang udah jadi *lifestyle*. Apalagi tiap hari minggu di Harajuku sama di Ueno Park mereka pasti *ngumpul* di situ. Hilir mudik jalan di pertokoan, Shibuya. Kadang dalam satu hari aja itu saya pasti *cosplay*. *Pas ngajar aja* saya pakai kostum *cosplay*. Tapi kostum sehari-hari masih dalam ruang lingkup yang masih wajar. Sehari-hari *cosplay* yaa jadinya. Jadi setahun 365 kali *cosplay*... Hahaha. *Udah rencana baju tidurnya cosplay* juga. Maunya *sih*... Hahaha"

Berdasarkan analisis tersebut, identitas informan sebagai *cosplayer* dapat disimpulkan dalam Tabel 4.

Dalam Tabel 4 terlihat bahwa ketiga informan menunjukkan pola penggambaran identitas diri yang berbeda. Informan 1 yang merupakan *cosplayer* senior menunjukkan pola emansipatif yang meskipun mengikuti trend *cosplay*, dia masih menyesuaikan dengan norma-norma dalam masyarakat. Informan 2 yang adalah *cosplayer* junior menunjukkan pola peralihan. Ia terlihat kebingungan dalam menemukan pilihan akan mengikuti *trend* atau norma-norma dalam masyarakat. Informan 2 pun melakukan negosiasi dengan menampilkan identitasnya sesuai kenyamanan dirinya. Informan 3 yang merupakan *cosplayer* senior menunjukkan pola konsumtif.

### Identitas informan sebagai *crossdresser*

Sikap orang-orang terhadap identitas *crossdresser* informan memperoleh banyak reaksi. Teman-teman ketiga informan sudah mengetahui bahwa para informan adalah seorang *cosplayer* sekaligus *crossdresser*. Meskipun sebagian besar teman-teman

Gambar 1.  
Informan 1  
sedang ber-cosplay



Gambar 2.  
Informan 3  
sedang ber-cosplay



Tabel 4  
Identitas Informan sebagai Cosplayer

Identitas Cosplayer	Informan 1 (Perempuan)	Informan 2 (Laki-Laki)	Informan 3 (Laki-Laki)
Pembentuk Identitas	Media dan komunitas	Guru les bahasa Jepang mendominasi, media sebagai sumber referensi	Media, komunitas, dan cosplayer idola (Manasama)
Gaya Hidup Sehari-Hari	Tidak	Negosiasi	Mengikuti
<i>Fashion</i>	Mengikuti	Mengikuti	Mengikuti
Pola Gambaran Identitas	Emansipatif	Peralihan	Konsumtif

informan mendukung, tetapi ada beberapa orang yang menilainya telah mempermalukan keluarga karena berdandan dan berpakaian tidak sesuai gender. Informan tidak memperdulikan reaksi tersebut karena bagi mereka *crossdress* di festival bukanlah hal negatif. Yang negatif adalah memakai pakaian yang tidak sesuai jenis kelamin kemudian menjajakan diri di jalan.

Ketiga informan pun sepakat jika *crossdress* belum dapat dijadikan sebagai gaya hidup karena gaya hidup seperti itu belum diterima oleh masyarakat umum. Bagi mereka *crossdress* hanya sekadar *fashion*. Namun informan 1 berpendapat ada kemungkinan suatu hari nanti *crossdress* akan diterima dan dapat dijadikan sebagai gaya hidup sehari-hari. Sebab manusia berubah dan apa yang belum dapat diterima saat ini mungkin dapat diterima pada masa yang akan datang.

Informan 1: “*Kalo lifestyle*, belum mungkin... *Gak tau kalo* misalnya ada perubahan apa. *Gak* ada yang *tau*, *kan* manusia berubah ya...”

Identitas informan sebagai *crossdresser* dapat disimpulkan dalam Tabel 5.

### Kesimpulan

Penelitian ini berusaha mengetahui identitas ala Jepang anak muda Jakarta dengan melihat studi kasus para *crossdresser* yang melakukan *cosplay* lintas gender. Para *cosplayer* menggunakan kostum untuk menunjukkan identitas dirinya. Media berperan penting dalam pembentukan identitas para *cosplayer* dan *crossdresser*. Sebab melalui media, para

*cosplayer* dan *crossdresser* dapat mengadopsi *fashion* yang ditampilkan dan memperkaya pengetahuan mereka mengenai budaya populer Jepang. Umumnya media memberikan ruang bagi *cosplayer* untuk memperkenalkan identitas mereka ke masyarakat. Akan tetapi, ada media yang menggambarkan *crossdress* secara negatif dan tidak memberikan ruang bagi para *crossdresser* untuk diliput di media tersebut.

Meskipun para informan menganggap *crossdress* sebagai sesuatu yang menarik, seru, serta salah satu bentuk ekspresi, namun para informan sepakat jika *crossdress* tidak dapat dijadikan sebagai gaya hidup karena bertentangan dengan norma-norma. Pakaian merupakan salah satu cara untuk mengungkapkan kepercayaan, perasaan, dan menyikapi hidup. Seseorang yang memiliki tingkat kepercayaan diri sering menunjukkan sikap yang lebih bebas dalam memilih gaya berpakaian dibandingkan seseorang yang tidak percaya diri. Bagi para informan, *crossdress* dianggap belum dapat menjadi gaya hidup karena norma-norma dalam masyarakat masih memberlakukan kode pakaian konvensional yang memberikan perbedaan gaya berpakaian antara laki-laki dan perempuan.

Para informan juga berpendapat bahwa *crossdress* hanya boleh dilakukan dalam sebuah festival Jepang dan hanya dalam lingkup *cosplay*. *Crossdress* yang dilakukan di luar festival seperti yang dilakukan oleh waria tidak dianggap sebagai *crossdress* karena sudah tidak sesuai dengan norma, sebab para informan yang melakukan *crossdress* dengan profesional, mendalami karakter yang dimainkan, dan berupaya agar orang lain percaya bahwa ia beridentitas sebagai karakter dari gender yang berbeda.

Gambar 3. Informan 1 sedang ber-crossdress



Gambar 4. Informan 3 sedang ber-crossdress



Tabel 5  
Identitas Informan sebagai Crossdresser

Identitas Crossdresser	Informan 1	Informan 2	Informan 3
Pembentuk Identitas	Media asing	Teman, media asing	Media asing (band Jepang sangat mempengaruhi)
Gaya Hidup Sehari-Hari	Tidak	Tidak	Tidak
Fashion	Mengikuti	Mengikuti	Mengikuti
Pola Gambaran Identitas	Emansipatif	Emansipatif	Emansipatif

Selain itu ada juga beberapa temuan menarik, yaitu:

1. *Crossdresser* perempuan lebih banyak dari laki-laki karena adanya stigma negatif terhadap laki-laki yang ber-*crossdress*. *Crossdresser* laki-laki dianggap aneh, seperti banci, badut, dan dicap homoseksual sedangkan *crossdresser* perempuan dianggap keren dan menarik.
2. Tidak ditemukan komunitas khusus *crossdress*. Para *crossdresser* umumnya bergabung dengan komunitas *cosplay* biasa.
3. Tidak ditemukan situs khusus *crossdress* dan tidak ditemukan majalah yang membuat liputan khusus *crossdress* di Indonesia.

Berdasarkan pemaknaan identitas *cosplayer* dari ketiga informan, maka diperoleh dua bentuk identitas *cosplayer*, yaitu:

- 1) *cosplayer* memperlihatkan identitasnya melalui *fashion* dan dapat mengaplikasikan *cosplay* sebagai gaya hidup, dan;
- 2) *cosplayer* memperlihatkan identitasnya melalui

*fashion*, tetapi tidak dapat dijadikan sebagai gaya hidup. Berdasarkan pemahaman identitas *crossdresser* dari ketiga informan, ditemukan satu pola identitas, yaitu *crossdresser* memperlihatkan identitasnya melalui *fashion*, tetapi tidak dapat dijadikan sebagai gaya hidup.

Menurut Hebdige, anak muda berperan sebagai pemulung dan perakit kebudayaan yang paling aktif menyisir lingkungan mereka khususnya arena simbolik seperti *crossdress* guna mengekspresikan keyakinan dan nilai mereka sebagai gaya budaya. Para informan yang merupakan anak muda memperlakukan *crossdress* sebagai produk budaya mereka yang diperlakukan dengan serius, profesional, dan menjadikannya eksklusif dalam ruang dan waktu tertentu. Bagi para informan *crossdress* adalah sesuatu yang perlu penempatan dalam melakukannya karena *crossdress* belum dapat menjadi gaya hidup karena norma-norma dalam masyarakat masih memberlakukan kode pakaian konvensional yang memberikan perbedaan gaya berpakaian antara laki-laki dan perempuan.

### Daftar Pustaka

- Andrianto, A. (2006). Media dan konstruksi identitas studi etnografi terhadap peran media komunitas subkultur Slanker dalam membentuk identitas kelompok (Tesis). FISIP Universitas Indonesia, Jakarta.
- Barker, C. (2004). *The sage dictionary of cultural studies*. London: Sage Publications.
- (2005). *Cultural studies: teori dan praktik*. Yogyakarta: Bentang.
- Beech, Hannah. (20 November 2008). Japan reaches out. *TIME Magazine*. Diakses tanggal 1 Juni 2012 dari <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1860765,00.html>
- Ben Ari, Eyal, dkk. (1994). *Unwrapping Japan*. Hawaii: University of Hawaii Press.
- Bernard, M. (1996). *Fashion sebagai komunikasi: cara*

- mengomunikasikan identitas sosial, seksual, kelas, dan gender. Bandung: Jalasutra.
- Bhasin, K. (2004). *Memahami gender*. Jakarta: Teplok Press.
- Bourdieu, P. (2010). *Dominasi maskulin*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Bungin, B. (2003). *Analisis data penelitian kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Craig, Timothy J. (2000). *Japan pop!: Inside the world of Japanese popular culture*. New York: M.E Sharpe.
- Connolly, W. (2002). *Identity/difference: democratic negotiations of political paradox*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Danesi, Marcel. (2010). *Pesan, tanda, dan makna*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Departemen Pendidikan Nasional. (2002). *Kamus besar bahasa Indonesia: edisi ketiga*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Ditaputri, S. (2007). Identitas punk kawula muda (studi konsumsi teks terhadap peran media massa dalam mengkonstruksi identitas Punk) (Skripsi). FISIP Universitas Indonesia, Depok.
- Gathanti, Andini Y. (2008). Penggunaan fashion sebagai cara mengkomunikasikan identitas sosial (studi terhadap remaja dalam komunitas cosplay Jakarta) (Skripsi). FISIP Universitas Indonesia, Depok.
- Gilhooly, Helen. (2006). *World cultures: Japan*. London: Hodder Headline.
- Hamley, Katherine. (April 2001). Media Use in Identity Construction. Diakses tanggal 2 Juni 2012 dari <http://www.aber.ac.uk/media/Students/klh9802.html>
- Handayani, Christina S. (2010). *Representasi sosial: seksualitas, kesehatan, dan identitas* (kumpulan penelitian psikologi). Yogyakarta: Penerbit Universitas Sanata Dharma.
- Harajuku and the Meiji Jingu Street. (2010). Tokyo Essentials. Diakses tanggal 1 Juni 2012 dari <http://www.tokyoessentials.com/harajuku.html>
- Heiner, R. (2006). *Social problem: an introduction to critical constructionism*. New York: Oxford University Press.
- Kellner, Douglass. (2010). *Budaya media: cultural studies, identitas, dan politik antara modern dan postmodern*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Kodansha LTD. (1983). *Kodansha encyclopedia of Japan I*. Jepang: Kodansha LTD.
- Kriyantono, Rachmat. (2009). *Teknik praktis riset komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Japan appoints cartoon ambassador. (2012). NBC News. Diakses tanggal 2 Juni 2012 dari <http://www.msnbc.msn.com/id/23716592>
- Lull, James. (1998). *Media komunikasi kebudayaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- MacWilliams, Mark W. (2008). *Japanese visual culture*. New York: M.E Sharpe.
- Maliki, Dyah Nurul. (2006). Rasionalisasi identitas subkultural pada komunitas underground progressive di Indonesia (Tesis). FISIP Universitas Indonesia, Jakarta.
- McQuail, D. (2003). *Teori komunikasi massa*, edisi kedua. Jakarta: Erlangga.
- Mulyana, D. (2008). *Ilmu komunikasi: suatu pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy & Rakhmat, Jalaluddin. (2009). *Komunikasi antarbudaya: panduan berkomunikasi dengan orang-orang berbeda budaya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nye, Joseph S. (2004). *Soft power the means to success in world politics*. New York: Public Affairs.
- (1992). *Memimpin dunia: sifat kekuatan Amerika yang berubah*. Jakarta: Obor.
- Public Relations Office-Government of Japan. (September 2009). "Japan's Pop Culture Broadens Its International Reach". Diakses tanggal 1 Juni 2012 dari [https://newsletter.gov-online.go.jp/subscription/hlj/back\\_number/images/articles200909.html](https://newsletter.gov-online.go.jp/subscription/hlj/back_number/images/articles200909.html),
- Pramudjo, Sri Iswidayati Isnaoen. (2002). *Seni lukis kontemporer Jepang (kajian estetika tradisional wabi sabi Jepang periode '80-an~'90-an*. Pascasarjana Universitas Indonesia, Depok.
- Rogers, Mary F. (2009). *Barbie culture: ikon budaya konsumerisme*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Sarup, Madan. (1996). *Identity, culture, and the postmodern world*. Georgia: The University of Georgia Press.
- Storey, John. (1993). *Teori Budaya dan Budaya Pop*. Yogyakarta: Qalam.
- (2004). *Teori budaya dan budaya pop: memetakan lanskap konseptual cultural studies*. Yogyakarta: Qalam.
- Sugiyono. (2005). *Memahami penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Surajaya, I Ketut. (2001). *Pengantar sejarah Jepang II*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Titiwening, Fransiska. (2001). Punk, punker, ngepunk: masalah identitas dalam metodologi antropologi (Skripsi). FISIP Universitas Indonesia, Depok.
- Tulus, K. Perilaku modeling remaja pecinta komik Jepang Shaman King (Skripsi). Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma, Depok.
- Wahyurini, Chatarina. (2004). Ideologi gender di media remaja: suatu studi analisis wacana majalah Kawanku (Tesis). FISIP Universitas Indonesia, Jakarta.
- Yin, Robert K. (2002). *Studi kasus: desain dan metode*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.