



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB II

### KERANGKA PEMIKIRAN

#### 2.1 Tinjauan Literatur

##### 2.1.1 Kajian Visualisasi Figur *Superhero* Sebagai Pembentuk Identitas Remaja Usia 16-18 Tahun di Surabaya

Penelitian pertama ditulis oleh Indra Jaya Susanto dari Universitas Kristen Petra, Surabaya. Penelitian ini mengkaji tentang bagaimana figur-figur *superhero* dapat menjadi model bagi remaja dalam membentuk identitas dirinya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kecenderungan preferensi karakteristik visualisasi karakter *superhero* pada remaja dan karakteristik visualisasi *superhero* sebagai rujukan yang mempengaruhi identitas remaja di Surabaya.

Teori atau konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori mengenai remaja, identitas diri, dan semiotika. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif analisis dengan pendekatan etnografi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan angket, wawancara, dan observasi.

Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa figur *superhero* yang telah diamati oleh remaja baik selama sebelum memasuki

masa remaja maupun setelah memasuki masa remaja akhirnya akan tetap berada pada representasi kognitif remaja yang akan disortir dan disintesis untuk membantu remaja dalam membentuk identitasnya dalam memutuskan siapakah mereka, apa keunikannya dan apa yang menjadi tujuan hidupnya, sehingga dalam hal ini figur *superhero* kegemaran remaja menjadi sebuah peran model yang dapat berpengaruh pada pembentukan kognitif dan identitas remaja.

### **2.1.2 Fashion Punk dan Identitas Remaja**

Penelitian kedua ditulis oleh Arum Sutrisni Putri dari Universitas Sebelas Maret, Surakarta. Rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana makna simbol-simbol visual *fashion* Punk modis terkait dengan identitas remaja. Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan pesan yang ingin disampaikan oleh komunitas punk modis melalui pakaian yang mereka kenakan, bahwa mereka memiliki sisi unik dan tidak selalu identik dengan kelakuan yang buruk.

Teori atau konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi, semiologi, *fashion*, subkultur dan konsep mengenai punk. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif menggunakan analisis semiologi. Teknik

pengumpulan data yang digunakan adalah dengan observasi, wawancara dan studi pustaka.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam *fashion* komunitas punk modis SGM di Surakarta terdapat makna dan pesan pemberontakan atau perlawanan subkultur remaja terhadap budaya orang tua dan masyarakat dominan atau *mainstream*. Walaupun pemberontakan tersebut hanya terdapat pada level simbolik saja.

Tabel berikut adalah menggambarkan persamaan dan perbedaan pada penelitian terdahulu dengan penelitian ini:

| PENELITIAN          | PERSAMAAN  | PERBEDAAN   |
|---------------------|--|---|
| <p>PENELITIAN 1</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sama-sama membahas tentang identitas diri.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Subjek penelitian adalah anak remaja, sedangkan penelitian ini dewasa muda.</li> <li>- Penelitian terdahulu meneliti tentang hubungan</li> </ul> |

|                         |  |  |
|-------------------------|--|--|
|                         |  | <p>visualisasi<br/><i>superhero</i><br/>sebagai<br/>pembentuk<br/>identitas diri<br/>remaja.</p>   |
| <p>PENELITIAN<br/>2</p> | <p>- Sama-sama<br/>membahas<br/>tentang<br/><i>fashion</i><br/>(kostum)<br/>dan<br/>kaitannya<br/>dengan<br/>identitas<br/>diri.</p> | <p>- Subjek<br/>penelitian<br/>adalah anak<br/>remaja,<br/>sedangkan<br/>penelitian ini<br/>subjek<br/>penelitian<br/>adalah dewasa<br/>muda.<br/>- Penelitian<br/>terdahulu<br/>membahas<br/>tentang<br/>simbol-simbol<br/><i>fashion</i> anak<br/>punk dan<br/>kaitannya</p> |

|  |  |                               |
|--|--|-------------------------------|
|  |  | dengan identitas diri remaja. |
|--|--|-------------------------------|

Tabel 2.1 Persamaan & Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian ini.

## 2.2 Teori atau Konsep yang Digunakan

### 2.2.1 Pengertian Komunikasi

Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup seorang diri tanpa berhubungan dengan orang lain. Semua orang secara alamiah memiliki kebutuhan untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan sesamanya.

Pengertian komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris dijelaskan dalam Mulyana (2008:46) berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. Akan tetapi definisi-definisi kontemporer menyarankan bahwa komunikasi merujuk pada cara berbagi hal-hal tersebut, seperti dalam kalimat “Kita berbagi pikiran”, “Kita mendiskusikan makna”, dan “Kita mengirimkan pesan”.

Sedangkan menurut Bernard Berelson & Garry A. Steiner dalam (Riswandi, 2009:2) komunikasi adalah sebuah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, angka-angka, gambar-gambar, dan lain-lain.

John Fiske dalam Effendy (1997:10) menjelaskan bahwa komunikasi tidak dilihat hanya sebagai transmisi pesan, melainkan juga pada produksi dan pertukaran pesan, yaitu dengan memperhatikan bagaimana suatu pesan berinteraksi dengan masyarakat yang bertujuan memproduksi makna. Makna sendiri menurut David K. Berlo dalam (Rakhmat, 1996:276) tidak tertelak pada lambang-lambang tapi terletak pada pikiran setiap orang, pada persepsinya. Makna terbentuk dari pengalaman individu.

### **2.2.2 Komunikasi Non-verbal**

Dalam Samovar (2010:294) dituliskan bahwa komunikasi non-verbal meliputi semua stimulus non-verbal dalam sebuah situasi komunikasi yang dihasilkan, baik oleh sumbernya maupun penggunaanya dalam lingkungan dan memiliki nilai pesan yang potensial untuk menjadi sumber atau penerima.

Hidayat menuliskan dalam bukunya (2012:14) bahwa komunikasi non-verbal adalah pesan yang diekspresikan secara sengaja atau tidak sengaja melalui gerakan-gerakan, tindakan-tindakan, perilaku atau suara-suara atau vokal yang berbeda dari penggunaan kata-kata dalam bahasa verbal.

### 2.2.2.1 Karakteristik Komunikasi Non-verbal

Dalam bukunya Liliweri (1994:98) merumuskan karakteristik komunikasi non-verbal sebagai berikut:

1. Prinsip umum komunikasi antarpribadi adalah manusia tidak dapat menghindari komunikasi. Manusia tidak mungkin tidak menggunakan pesan non-verbal. Bahkan saat diam manusia juga berkomunikasi.
2. Komunikasi non-verbal merupakan model utama, bagaimana manusia menyatakan perasaan dan emosi. Manusia selalu mengkomunikasikan tentang isi dan tugas melalui komunikasi non-verbal. Bahasa non-verbal mengacu pada pertukaran perasaan, emosi dengan orang lain dalam proses *human relations*.
3. Komunikasi non-verbal selalu meliputi informasi tentang isi dari pesan verbal. Komunikasi non-

verbal memberi suatu tanda bahwa pesan verbal memerlukan penjelasan. Dengan tanda yang sama untuk menjelaskan isi suatu kata, dengan tanda yang sama dapat menunjukkan keinginan mendapatkan relasi.

4. Pesan verbal dipandang lebih *reliable* daripada pesan non-verbal. Tetapi pesan non-verbal diperlukan untuk pesan verbal yang dianggap tidak *reliable*.

#### **2.2.2.2 Fungsi Komunikasi Non-verbal**

Knapp dan Tubbs dalam (Liliweri, 1994:107) mengatakan bahwa komunikasi non-verbal merupakan satu bagian dari komunikasi yang menyeluruh, tidak dapat dipisahkan; sejauh mana perilaku non-verbal memberikan dukungan bagi perilaku verbal, yaitu:

1. Pengulangan (*Repeating*). Perilaku non-verbal mengulang kembali pesan yang telah disampaikan.
2. Kontradiksi (*Contradicting*). Perilaku non-verbal bisa berbeda dengan perilaku verbal.
3. Substitusi (*Substituting*). Perilaku non-verbal dapat menggantikan perilaku verbal.

4. Pelengkap (*Complementing*). Prilaku non-verbal melengkapi prilaku verbal.
5. Memberikan tekanan (*Accenting*). Prilaku non-verbal menggarisbawahi apa yang telah diucapkan.
6. *Relating/Regulating*. Prilaku non-verbal meningkatkan hubungan yang sudah ada kemudian berusaha agar tetap mempertahankannya melalui keteraturan-keteraturan yang bersifat permanen.

### 2.2.2.3 Klasifikasi Komunikasi Non-verbal

Komunikasi non-verbal terbagi menjadi dua kategori besar yaitu komunikasi non-verbal yang dihasilkan oleh tubuh dan hal-hal lain di luar tubuh (Samovar, 2010:299). Jalaludin Rakhmat dalam Hidayat (2012:15) mengelompokkan pesan-pesan non-verbal sebagai berikut:

1. Pesan kinesik. Pesan yang menggunakan gerakan tubuh yang berarti, terdiri dari tiga komponen utama: pesan fasial, pesan gestural, dan pesan postural. Pesan gestural menunjukkan gerakan sebagian anggota badan seperti mata dan tangan untuk mengkomunikasikan berbagai makna. Pesan

postural berkenaan dengan seluruh anggota badan, makna yang dapat disampaikan adalah: (1) *Immediacy* yaitu ungkapan kesukaan atau ketidaksukaan terhadap individu yang lain; (2) *Power* mengungkapkan status yang tinggi pada diri komunikator; (3) *Responsiveness*, individu dapat bereaksi secara emosional kepada lingkungan secara positif dan negatif

2. Pesan prosemik disampaikan melalui pengaturan jarak dan ruang. Umumnya dengan mengatur jarak kita mengungkapkan keakraban kita dengan orang lain.

3. Pesan artifaktual diungkapkan melalui penampilan tubuh, pakaian, dan kosmetik. Orang sering berperilaku dalam hubungan dengan orang lain sesuai dengan persepsinya tentang tubuhnya (*body image*). Erat kaitannya dengan tubuh ialah upaya kita membentuk citra tubuh dengan pakaian, kosmetik, serta postur tubuh dan gaya berjalan. Cara seseorang berjalan, duduk, berdiri, dan bergerak memperlihatkan ekspresi dirinya. Postur tubuh dan gaya berjalan merefleksikan emosi, konsep diri, dan tingkat kesehatannya.

4. Pesan paralinguistic adalah pesan non-verbal yang berhubungan dengan cara mengucapkan pesan verbal.
5. Pesan sentuhan dan bau-bauan. Sentuhan dengan emosi tertentu dapat mengkomunikasikan: kasih sayang, takut, marah, bercanda, dan tanpa perhatian. Bau-bauan digunakan manusia untuk menyampaikan pesan-menandai wilayah mereka, mengidentifikasi keadaan emosional, pencitraan, dan menarik lawan jenis.
6. Gerak isyarat adalah yang dapat mempertegas pembicaraan. Menggunakan isyarat sebagai bagian total dari komunikasi.

### 2.2.3 Interaksionisme Simbolik

Larossa dan Reitzes mengatakan bahwa interaksi simbolik adalah (West & Turner, 2008:96):

*“pada intinya ... sebuah kerangka referensi untuk memahami bagaimana manusia, bersama dengan orang lainnya, menciptakan dunia simbolik dan bagaimana dunia ini, sebaliknya, membentuk perilaku manusia.”*

Dalam pernyataan ini dapat dilihat argument Mead mengenai saling ketergantungan individu dengan masyarakat. Smith dan Belgrave berargumen bahwa masyarakat dibuat menjadi “nyata” oleh interaksi

individu-individu, yang “hidup dan bekerja untuk membuat dunia sosial mereka bermakna”. Selanjutnya Mead berkeyakinan bahwa individu merupakan partisipan yang aktif dan reflektik terhadap konteks sosialnya (West & Turner, 2008:97).

Paham mengenai interaksi simbolik adalah suatu cara berpikir mengenai pikiran (*mind*), diri dan masyarakat yang telah memberikan banyak kontribusi kepada tradisi sosiokultural dalam membangun teori komunikasi. Dengan menggunakan sosiologi sebagai fondasi, paham ini mengajarkan bahwa ketika manusia berinteraksi satu sama lainnya, mereka saling membagi makna untuk jangka waktu tertentu dan untuk tindakan tertentu (Morissan, 2013:74).

George Herbert Mead dipandang sebagai pembangun paham interaksi simbolik ini. Ia mengajarkan bahwa makna muncul sebagai hasil interaksi diantara manusia, baik secara verbal maupun non-verbal. Melalui aksi dan respons yang terjadi, kita memberikan makna kedalam kata-kata atau tindakan, dan karenanya kita dapat memahami suatu peristiwa dengan cara-cara tertentu. Menurut paham ini, masyarakat muncul dari percakapan yang saling berkaitan diantara individu. Karena pentingnya percakapan bagi paham interaksi simbolik salah satu konsep interaksi simbolik yang berhubungan dengan komunikator yaitu mengenai diri (*self*) (Morissan, 2013:75).

Menurut paham interaksi simbolik, individu berinteraksi dengan individu lainnya sehingga menghasilkan suatu ide tertentu mengenai diri

yang berupaya menjawab pertanyaan “siapakah anda sebagai manusia?”. Manford Kuhn menempatkan peran diri sebagai pusat kehidupan sosial. Menurutnya, rasa diri seseorang merupakan jantung komunikasi. Diri merupakan hal yang sangat penting dalam interaksi. Orang memahami dan berhubungan dengan berbagai hal atau objek melalui interaksi sosial (Morissan, 2013:75).

Suatu objek dapat berupa aspek tertentu dari realitas individu apakah itu suatu benda, kualitas, peristiwa, situasi atau keadaan. Satu-satunya syarat agar sesuatu menjadi objek adalah dengan cara memberikannya nama dan menunjukkannya secara simbolik. Dengan demikian suatu objek memiliki nilai sosial sehingga merupakan objek sosial (*social objects*). Menurut pandangan ini, realitas adalah totalitas dari objek sosial dari seorang individu. Bagi Kuhn, penamaan objek adalah penting guna menyampaikan makna suatu objek (Morissan, 2013:75).

Menurut Kuhn, komunikator melakukan percakapan dengan dirinya sendiri sebagai bagian dari proses interaksi. Dengan kata lain, kita berbicara dengan diri kita sendiri dalam pikiran kita guna membuat perbedaan di antara benda-benda dan orang. Ketika seseorang membuat keputusan bagaimana bertingkah laku terhadap suatu objek sosial maka orang itu menciptakan apa yang disebut Kuhn suatu rencana tindakan (*a plan of action*) yang dipandu dengan sikap atau pernyataan verbal yang menunjukkan nilai-nilai dimana tindakan tersebut diarahkan (Morissan, 2013:75).

Menurut pandangan interaksi simbolik, makna suatu objek sosial serta sikap dan rencana tindakan tidak merupakan sesuatu yang terisolir satu sama lain. Seluruh ide paham interaksi simbolik menyatakan bahwa makna muncul melalui interaksi. Orang-orang terdekat memberikan pengaruh besar dalam kehidupan kita. Mereka adalah orang-orang dengan siapa kita memiliki hubungan dan ikatan emosional seperti orang tua atau saudara. Mereka memperkenalkan kita pada kata-kata baru, konsep-konsep tertentu atau kategori-kategori tertentu yang kesemuanya memberikan pengaruh kepada kita dalam melihat realitas. Orang terdekat membantu kita belajar membedakan antara diri kita dan orang lain sehingga kita memiliki *sense of self* (Morissan, 2013:75).

Konsep diri merupakan objek sosial penting yang didefinisikan dan dipahami berdasarkan jangka waktu tertentu selama interaksi antara individu dengan orang-orang terdekat. Konsep diri tidak lebih dari rencana tindakan individu terhadap dirinya, identitasnya, ketertarikan, kebencian, tujuan, ideologi serta evaluasi diri. Konsep diri memberikan acuan dalam menilai objek lain. Seluruh rencana tindakan ini berawal dari konsep diri (Morissan, 2013:76).

#### **2.2.4 Identitas Diri**

Merujuk pada *Webster New World Dictionary*, secara etimologis identitas berasal dari kata *identity* yang berarti (Liliweri, 2002:69):

1. Kondisi atau kenyataan tentang sesuatu yang sama, suatu keadaan yang mirip satu sama lain.
2. Kondisi atau fakta yang sama tentang sesuatu yang sama di antara dua orang atau dua benda.
3. Kondisi atau fakta yang menggambarkan sesuatu yang sama di antara dua orang (individualitas) atau dua kelompok atau benda.
4. Pada tataran teknis, pengertian etimologis di atas hanya sekedar menunjukkan tentang suatu kebiasaan untuk memahami identitas dengan kata “identik”, misalnya menyatakan bahwa “sesuatu” itu mirip dengan yang lain.

Dalam bukunya Santrock (2007:69) menjelaskan definisi identitas sebagai potret diri yang terdiri dari berbagai potongan, antara lain:

1. Jalur karir dan pekerjaan yang ingin diikuti oleh seseorang (identitas karir/vokasional).
2. Apakah seseorang konservatif, liberal, atau berdiri di tengah-tengah (identitas politik).
3. Kepercayaan spiritual seseorang (identitas religious).
4. Apakah seseorang lajang, menikah, bercerai, dst. (identitas hubungan)
5. Sejauh mana seseorang termotivasi untuk berprestasi atau mencapai sebuah intelektualitas (identitas pencapaian dan intelektual).

6. Apakah seseorang heteroseksual, homoseksual, atau biseksual (identitas seksual).
7. Berasal dari wilayah manakah seseorang dan sejauh manakah ia mengidentifikasi dirinya dengan warisan kebudayaannya (identitas etnis dan budaya).
8. Hal-hal yang disukai, dalam hal ini bisa termasuk olahraga, music, hobi, dst. (minat)
9. Karakteristik kepribadian individu (seperti introvert atau ekstrovert, kalem atau pencemas, ramah atau ketus, dst) (kepribadian).
10. *Body image* individu (identitas fisik).

Menurut Marcia dan Waterman (Yusuf, 2007:201) Identitas diri merujuk pada pengorganisasian atau pengaturan dorongan-dorongan, keyakinan, kemampuan ke dalam citra diri dengan konsisten yang meliputi kemampuan untuk memilih dan mengambil keputusan baik yang menyangkut pekerjaan, orientasi seksual serta filsafat hidup. Identitas diri dalam Dariyo (2004:80) diartikan sebagai individu yang mampu mewujudkan jati dirinya sehingga individu tersebut siap untuk menghadapi tugas pada perkembangan berikutnya.

Konsep Identitas merujuk pada suatu kesadaran akan suatu kesinambungan pribadi serta keyakinan yang relatif stabil sepanjang rentang kehidupan walaupun terjadi segala macam perubahan (Desmita, 2005:211).

Erikson menjelaskan identitas secara rinci sebagai berikut  
(Gunarsa, 1991:84):

1. Identitas diartikan sebagai suatu inti pribadi yang tetap ada meskipun mengalami perubahan secara bertahap dengan adanya penambahan usia dan perubahan lingkungan.
2. Identitas diartikan sebagai suatu cara hidup tertentu yang telah dibentuk di masa-masa sebelumnya dan dapat menentukan peran sosial mana yang harus dijalankan.
3. Identitas merupakan hasil yang diperoleh pada masa remaja, namun akan tetap mengalami perubahan dan pembaharuan.
4. Identitas dialami sebagai suatu kelangsungan di dalam diri seorang individu dan dalam hubungan individu tersebut dengan luar dirinya.
5. Identitas merupakan suatu penyesuaian peranan sosial yang pasti mengalami perubahan.

Erikson menjelaskan bahwa manusia selalu berusaha untuk memberi penegasan pada “aku adalah seseorang” yang berarti setiap manusia mengalami diri sebagai “Aku”, sebagai diri yang sentral, mandiri dan unik, yang memiliki suatu kesadaran akan kesatuan batiniahnya sendiri (identitas). Akan tetapi “menjadi seseorang” juga berarti individu tersebut diakui oleh orang lain sebagai “seorang pribadi”, hal tersebut membuat individu memiliki suatu peran yang jelas, diakui dan dihargai

oleh orang lain dan masyarakat. Individu yang sedang mencari identitasnya merupakan individu yang ingin menentukan tentang siapakah atau apakah yang ingin individu tersebut lakukan baik pada masa ini atau pada masa mendatang. Setelah melakukan hal tersebut, individu akan memiliki suatu pandangan jelas tentang dirinya, tidak ragu pada identitasnya sendiri, dan juga mengenal perannya di dalam masyarakat. Tetapi hal ini hanya dapat dicapai apabila individu tersebut sadar akan kekhasan pribadinya, apa yang menjadi kesukaan dan ketidaksukaanya, tujuan masa depannya, aspirasinya, serta pemikiran bahwa individu mampu dan harus mengatur tujuan hidupnya sendiri (Santrock, 2007:182).

Dusek menyimpulkan definisi tentang identitas dari beberapa ahli, yaitu bahwa identitas mengacu pada nilai, kepercayaan serta bentuk ideal yang berkaitan dengan perilaku manusia. Identitas merupakan pengembangan yang dihasilkan oleh individu, merupakan proses internal yang mampu mempengaruhi proses pengorganisasian akan perilaku dan kepercayaan individu. Identitas membantu manusia untuk menyadari kekuatan dan kelemahannya, juga menyadari keunikannya (Santrock, 2007:143).

#### **2.2.4.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Identitas**

Dalam Yusuf (2007:202) disebutkan beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangan identitas, yaitu:

1. Iklim keluarga. Hal ini berkaitan dengan interaksi sosio-emosional antar anggota keluarga, sikap serta perlakuan orang tua terhadap anak. Hubungan yang hangat dan harmonis antar anggota keluarga serta perlakuan yang positif dan penuh kasih sayang dari orang tua kepada anak, maka individu akan mampu mengembangkan identitasnya secara realistis dan stabil. Sedangkan sebaliknya, hubungan keluarga yang penuh dengan konflik serta perlakuan keras orang tua dan kurangnya kasih sayang akan menyebabkan individu mengalami kegagalan mencapai identitasnya secara matang, ia akan mengalami konflik, kebingungan atau frustrasi.
2. Tokoh idola. Orang-orang yang dianggap memiliki posisi di masyarakat. Pada umumnya tokoh idola berasal dari kalangan selebriti. Keberadaan figur tokoh idola tersebut juga ikut memberi kontribusi yang signifikan pada pembentukan identitas diri.
3. Peluang pengembangan diri. Kesempatan untuk melihat dan menguji dirinya dalam *setting* kehidupan yang beragam. Eksperimentasi dalam menyampaikan gagasan, penampilan peran-peran dan bergaul dengan orang lain sangat penting dalam proses perkembangan identitas individu.

#### 2.2.4.2 Status Identitas

Marcia percaya bahwa teori perkembangan identitas Erikson memiliki empat status identitas, tergantung dari cara menyelesaikan krisis identitas: *Identity diffusion*, *identity foreclosure*, *identity moratorium*, *identity achievement*. Marcia mengklasifikasikan individu berdasarkan ada tidaknya krisis dan komitmen. Krisis adalah periode dalam perkembangan identitas di mana individu mengeksplorasi berbagai alternatif, kebanyakan peneliti menggunakan istilah eksplorasi, alih-alih krisis. Sedangkan komitmen adalah investasi personal terhadap identitas. Keempat status identitas itu adalah (Santrock, 2007:71):

1. *Identity diffusion*, individu yang belum mengalami krisis, dan belum membuat komitmen. Tidak saja mereka belum memutuskan mengenai pilihan pekerjaan atau ideologis, tetapi mereka juga belum menunjukkan minat terhadap masalah tersebut.
2. *Identity foreclosure*, Individu sudah membuat komitmen, tetapi belum mengalami krisis.
3. *Identity moratorium*, individu tengah berada pada masa krisis tetapi belum memiliki komitmen atau walaupun ada masih sangat kabur.
4. *Identity achievement*, individu yang sudah melalui krisis dan sudah sampai pada sebuah komitmen.

### **2.2.4.3 Faktor-faktor Pembentuk Identitas**

Menurut Marcia dalam (Santrock, 2002:58) ada tiga aspek pembentuk identitas, yaitu:

1. Individu harus membentuk rasa percaya pada dukungan orang tua.
2. Mengembangkan pemikiran untuk giat dan tekun dalam menghasilkan sesuatu.
3. Memperoleh perspektif mengenai masa depan yang merefleksikan diri mereka.

### **2.2.4.4 Tanda-Tanda dan Identitas**

Suatu keanekaragaman masyarakat berhubungan luas dengan tanda-tanda dan penandaan dalam segala hal. Cara tanda-tanda digunakan oleh masyarakat untuk memberikan petunjuk identitas yang lain. Identitas tersebut disini adalah: identitas pribadi, identitas nasional, identitas pekerjaan, identitas badan hukum, identitas jenis, dan identitas keagamaan. Dengan identitas dapat diartikan sebagai keadaan “sama seperti yang lain” dalam hal tertentu dan mempertahankan hubungan pola tertentu (Berger, 2010:125).

Orrin Klap dalam Berger (2010:125) menunjukkan bahwa identitas tidak merupakan suatu fungsi pemilikan materi setiap orang, tetapi sebaliknya, identitas dihubungkan dengan wujud simbolis dan cara seseorang dirasakan oleh yang lain. Klapp menulis:

*“Secara tegas, identitas meliputi segala hal pada seseorang yang dapat menyatakan secara sah dan dapat dipercaya tentang dirinya sendiri – statusnya, nama, kepribadian dan masa lalunya. Namun jika konteks sosialnya tidak dapat dipercaya, ini berarti bahwa dia tidak dapat mengatakan apa pun secara sah dan dapat dipercaya tentang dirinya sendiri.”*

Orang lain menafsirkan tanda-tanda identitas seseorang secara benar karena identitas orang itu dipahami dan disahkan. Pakaian, model rambut, dan seterusnya merupakan kesamaan peringkat dan digunakan untuk “menyiarkan” identitas kita, atau lebih tepatnya untuk menyatakan kepribadian kita meningkat, bahwa istilah *persona* ini berarti “topeng” (Berger, 2010:129).

### **2.2.5 Kostum**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia kata kostum memiliki arti sebagai pakaian khusus (dapat pula merupakan pakaian seragam) bagi perseorangan, regu olahraga, rombongan, kesatuan, dsb di upacara, pertunjukan, dan lain sebagainya.

Kostum, bentuk pakaian khas, termasuk pakaian resmi atau seremonial seperti jubah gerejawi, jubah penobatan, gaun akademik, baju besi, dan gaun teater. Penggunaan ornamen didahului penggunaan pakaian pelindung; tujuannya adalah untuk menekankan posisi sosial dengan layar besar piala, pesona, dan barang berharga lainnya dan untuk meningkatkan daya tarik. Takhayul, perbedaan kasta, dan kebutuhan iklim

semua telah berpengaruh dalam evolusi pakaian (*The Columbia Encyclopedia*, 2012).

Istilah kostum juga termasuk aksesoris, seperti sepatu, topi, sarung tangan, korset, saputangan, kipas angin, payung, tongkat, dan perhiasan; gaya rambut dan jenggot; dan metode primitif tubuh-tanda dan melampirkan ornamen tubuh (*The Columbia Encyclopedia*, 2012).

#### **2.2.5.1 Sejarah Kostum**

Berikut merupakan sejarah kostum yang diambil dari *The Columbia Encyclopedia* (2012):

##### **1. Kostum kuno**

Kostum Mesir kuno untuk pria adalah pertama cawat dibungkus dan kemudian rok atau rok lipit dan kaku dari kain putih. Perempuan Mesir pertama mengenakan kalasiris, *one-piece*, selubung sempit linen transparan, yang kemudian diadopsi oleh orang-orang seperti tunik. Kostum Mesir berkembang menjadi modus yang sangat dekoratif pakaian ditandai dengan penggunaan linen bergalur, perhiasan (terutama manik-manik kuk kerah), dan kosmetik dan parfum; wig juga dipakai. Garmen dasar Yunani, terkenal karena kesederhanaan dan anggun draping, terdiri dari chiton dan korset. Gaun Romawi, dipengaruhi oleh orang-orang

Yunani, sederhana dan bermartabat; toga, yang dikenakan di atas tunik, adalah pakaian khas dari warga negara Romawi.

## 2. Kostum Medieval

Perubahan dari kostum kuno untuk abad pertengahan mulai dengan disintegrasi kekaisaran Romawi. pakaian Romawi, yang sebelumnya telah berasimilasi fitur rumit gaun bizantium, secara bertahap dipengaruhi oleh kostum keras dari penjajah barbar. Baik pria maupun wanita mengenakan tunik ganda; tunik, atau kamisol, memiliki lengan panjang ketat (fitur yang tetap sampai 17 persen.) dan leher yang tinggi; wol overtunik disandang, atau jubah, sering memiliki lengan longgar. Sebuah mantel, atau jubah dalam ruangan, juga dipakai.

Setelah 1200 berbagai macam kain halus dari Timur yang tersedia sebagai akibat dari Perang Salib, dan gaun elegan Eropa feodal berevolusi. Dengan diperkenalkannya berbagai cara memotong dasar garmen, fashion, atau gaya, mulai. Sebuah panjang, tunik disandang, kemudian disebut *cote* atau *cotte*, terus dikenakan di atas kamisol oleh laki-laki dan perempuan; *a surcote* (tanpa lengan dan dengan lengan baju lebar) sering dikenakan di atas itu. Pada saat ini puncak keluarga, atau lambang, menjadi populer, dan pakaian beraneka datang menjadi mode.

Fit tepat itu semakin ditekankan, dan setelah tahun 1300 menjahit telah menjadi penting dan tombol telah menjadi berguna serta hias. Ikat pinggang *cote-hardie*, dengan pakaian pas tubuh dan rok pendek, dikenakan di atas pengetat, *doublet* lengan panjang dan kamisol. Dan,

sebagai kaki laki-laki yang sekarang terbuka, selang ditekankan. Pengenalan dari *houppelande*, atau mantel, menandai penampilan nyata pertama dari kerah. Lebih dari kamisol dan korset wanita mengenakan gaun dengan leher V dan panjang, mengalir kereta api; bagian depan rok sering terselip di sabuk berpingsgang tinggi. Dalam gaya yang ekstrim, gaya periode itu ditandai oleh *dagging* berlimpah (bergigi tepi), berlebihan, tergantung lengan, menunjuk sandal, dan hiasan kepala yang fantastis (lihat hiasan kepala dan kerudung).

### 3. Kostum Renaissance

Setelah 1450 ada pembalikan dalam mode dari tampilan *Gothic* menunjuk ke tampilan persegi Renaissance. Gaya dalam bentuk berlebihan yang paling diwakili dalam lukisan Holbein ini pengadilan Inggris Henry VIII. Kostum Pria memiliki lebar, bahu persegi dengan lengan kembang, *doublet* empuk, *upperstocks bombasted*, atau batang selang, gaun pendek (jubah), dan sepatu persegi berujung. The doublet, sekarang tanpa lengan, itu dikenakan di atas kemeja (sebelumnya kamisol) dan di bawah rompi tersebut.

Wanita mengenakan gaun persegi berleher dengan korset bertali depan dan melekat pada rok berkumpul di pinggul; bagian depan rok sering terbuka, untuk mengungkapkan rok dekoratif. Ini, bersama dengan preferensi untuk, bahan berat kaya, terutama beludru, dan sebuah trend untuk pemotongan berlimpah-engah dari bahan bawah terlihat melalui garis miring, menciptakan penampilan besar dan besar.

Dalam Elizabethan England (c.1550) kostum itu menegang, dan penampilan yang kurang besar. Baik pria maupun wanita memakai karakteristik "sayap bahu," *stomacher* runcing, dan ruff kaku dan manset terbuat dari renda. Bahan yang berat dan berkilau dan ornamen yang cukup digunakan. Pria mengenakan jubah pendek, dan umumnya dibuat dalam bagian, atau *paned*. Wanita mengenakan korset berlebihan.

#### 4. Kostum Abad Ke-17

Awal abad ke-17 Inggris kostum kurang formal, dengan garis lembut yang diciptakan oleh satin dan sutra bahan. Periode Cavalier dan Puritan ditangkap dalam lukisan istana Van Dyck dan dalam pekerjaan awal Rembrandt. Pria khas mengenakan celana pantalon (selang batang penuh), sepatu bot tinggi, luas, jatuh renda atau kain kerah dan manset, dan jubah penuh. Dalam kostum perempuan, lengan mulai ditampilkan dan leher yang lebih rendah. Korset ini selesai dengan lebar, kerah bulat, atau bertha, di leher, dan menyala, lipit, atau mengacak-acak skirtlike bagian, atau peplum, ditambahkan di bagian pinggang. Apron itu sering bagian permanen dari rok.

Di Inggris setelah tahun 1660 gaun dari periode restorasi menjadi sangat dekoratif, menggunakan pita, lipatan, dan bulu. *The dandies* periode mengenakan celana rok, kemeja *cambric* penuh lengan, dan *doublet bolerolike*. Lukisan pengadilan Sir Peter Lely memperlihatkan contoh yang sangat baik dari kostum tersebut.

## 5. Kostum Abad Ke-18

Dalam persen-18. Prancis, di bawah kekuasaan Louis XIV, menjadi pusat kostum dunia, dengan Mme Pompadour, Mme du Barry, dan Marie Antoinette berturut-turut mendikte mode hari. Itu usia wig, pengaturan rococo, pastel halus dan sutra bermotif kembang, dan bordir. Pada awal abad ide-ide Rousseau mempengaruhi gaya berpakaian. Kostum perempuan menjadi anggun dan pastoral; korset runcing, dicampur erat, selesai dengan syal segitiga, atau fichu, di leher, dan lengan yang mengacak-acak di siku. Ring berbentuk lonceng muncul, dan lingkaran sisi, atau panier, sangat populer. Kostum perempuan, yang pada periode ini menjadi sangat formal, secara bertahap melunak menjadi tampilan romantis (seperti dalam potret oleh Gainsborough) yang mengantisipasi gaya Empire.

Pria abad ke-18 pertama mengenakan jubah selutut dengan banyak kancing melalui rompi sama panjang, dan celana lutut melengkung. Sebagai abad berlangsung, rompi menjadi lebih pendek, rok mantel mulai terbentuk ekor, kerah menjadi lebih tinggi, dan lengan dan celana yang menjadi ketat.

## 6. Kostum Abad Ke-19

Gaya kerajaan terkait di awal abad ke-19 Prancis dengan Josephine, merupakan upaya untuk merebut kembali kesederhanaan klasik. Wanita mengenakan gaun muslin tipis dengan pinggang tinggi, leher putaran rendah, dan sombong lengan pendek. Pria mengenakan

cutaway mantel pendek sepinggang dengan ekor, kerah tinggi, dan kerah besar dan sepatu bot militer; wol polos berwarna menjadi dominan. Penampilan pria itu seluruh mencolok militer. Setelah 1815 wanita, menekankan kerapuhan mereka, mencapai bentuk jam pasir dengan korset yang sangat ketat. Gaun mereka memiliki kerah lebar, bahu miring, kaki-of-domba lengan, dan rok penuh. Pria mengenakan mantel rok, yang dilengkapi dan memiliki rok yang mencapai lutut, dan celana diperkenalkan dan umumnya diadopsi.

Setelah 1840 perempuan Victoria mengenakan lapisan crinoline dekoratif dan setelah 1855 lingkaran itu; Lengannya berbentuk lonceng, dan pinggang dan leher yang menonjol. Meskipun laki-laki masih mengenakan jas berekor dan rok mantel, mantel karung, kadang-kadang dipakai tanpa rompi, itu menjadi populer untuk dipakai sehari-hari. Secara umum, pakaian pria itu menjadi longgar dan lebih tubular dan terutama adalah dari broadcloth muram.

Setelah hiruk-pikuk 1865 menjadi modis bagi perempuan; saat ini, juga, wanita pertama mengenakan jaket disesuaikan dengan kerah dan kelepak-cikal bakal gugatan. Pertumbuhan ditekankan pada olahraga, khususnya tenis dan golf, mulai mempengaruhi kostum. Celana lutut, disebut celana tanggung atau celana, datang ke fashion untuk pria, dan sweater menjadi populer. Setelah 1890 wanita paling sering memakai jas atau Shirtwaist dengan lengan balon dan tawon pinggang: gaun gadis Gibson. Pakaian laki-laki memiliki bahu persegi dan pinggang lurus dan biasanya dari serge atau wol; tuxedo digunakan untuk pakaian resmi.

## 7. Kostum Abad Ke-20

Setelah 1910, sebagai kaki perempuan dan kaki mulai terkena, sepatu diwarnai untuk mencocokkan pakaian. Gaun ini, bagi perempuan, memberi jalan untuk waktu untuk piyama. Popularitas olahraga untuk pria meningkat; kemeja berleher terbuka dikenakan dan celana diborgol dan berkerut. Gaun perempuan setelah 1914 ditandai dengan garis lurus, misalnya, rantai-panjang rok pincang dan kekanak-kanakan, kostum pendek mengitari flapper dan aksesoris yang cocok yang populer pada 1920-an.

Dekade berikutnya menghasilkan perubahan radikal dalam pakaian perempuan, dari rok mengalir dari tahun 1930-an dan pakaian kotak-berjaket 40-an untuk gaun karung awal 60-an. Sejak saat itu hemline berfluktuasi telah menjadi perhatian utama dari mode. Rok mini yang disingkat telah bersaing memperebutkan popularitas dengan maxi full-length dan midi sebetis dalam mantel, rok, dan gaun. Pakaian perempuan telah menjadi lebih longgar dan lebih santai daripada di era sebelumnya. Selama tahun 1960 pakaian pria mengalami perubahan revolusioner dalam warna dan kain, menjadi flamboyan untuk pertama kalinya dalam sen ke-20. The pembakaran manset celana pada 1970-an adalah modifikasi besar dalam bentuk.

## 8. Pakaian Nasional

Gaun nasional tradisional negara-negara Eropa Barat umumnya telah memberikan cara untuk mode standar, meskipun kostum tradisional

masih terkait dengan perayaan nasional dan arak-arakan. Kostum-rok khas berkumpul petani, blus penuh dengan lengan kembang, dan dicampur korset-berwarna-warni dan indah, sering rumit kuno dan bordir, dan ditambah dengan kerudung, hiasan kepala, dan apron.

Kostum di Asia Timur memiliki sampai saat ini tetap tidak berubah selama berabad-abad. Di negara-negara Arab baik pria maupun wanita telah selama berabad-abad membungkus diri dengan jubah mengalir tebal yang mengindikasikan suku dan status pemakainya dengan cara gaya, warna, dan kekayaan. Orang-orang dari Malaysia membungkus diri dalam rok longgar, atau sarung. Gaun Cina secara tradisional dibedakan oleh penggunaan tekstil megah dan bordir dan mutiara dan batu giok-semua simbol pangkat dan kekayaan. Namun, dari tahun tak lama setelah rezim Komunis mulai (1949) sampai tahun 1990-an pria dan wanita dari China mengenakan setelan celana berwarna gelap; dalam beberapa tahun terakhir sikap Cina terhadap dress telah berubah sedikit, terutama di daerah perkotaan, memungkinkan untuk gaya pakaian yang lebih bervariasi. Pada Taiwan gaun selubung dengan kerah mandarin dan sisi celah di rok secara tradisional khas pakaian wanita.

Pria dan wanita Jepang telah diadopsi secara luas mode Barat berpakaian, tapi banyak wanita mempertahankan kimono karakteristik dan tabi (kaus kaki) atau geta (bakiak kayu). India juga memiliki kostum tradisional ditentukan oleh agama atau kasta. Wanita pada umumnya memakai kain panjang tersampir, atau sari, sandal, dan perhiasan

berlimpah. Kain kasa indah dan "dicat" katun memiliki dari jaman dahulu telah fitur utama dari pakaian India.

### 2.2.6 Fashion Sebagai Komunikasi

Sebagai kata benda, "*fashion*" berarti sesuatu seperti bentuk dan jenis, atau buatan atau bentuk tertentu. Di sini, "*fashion*" bisa saja dipandang sebagai sinonim dengan kata "cara" atau "perilaku". Sebagai kata kerja, "*fashion*" memiliki arti kegiatan membuat atau melakukan. Istilah "*fashion*" kerap digunakan sebagai sinonim dengan "dandanannya", "gaya", dan "busana" atau juga digunakan sebagai sinonim dengan "pakaian" atau "mengenakan pakaian" (Barnard, 2009:13).

Fiske dalam Barnard (2009:41) menyatakan tentang dua mazhab tentang komunikasi sebagai pengiriman dan penerimaan pesan. Mazhab pertama disebut dengan "proses", karena komunikasi dipandang sebagai suatu proses di mana seseorang menyatakan suatu pesan pada orang lain dengan menggunakan satu atau lebih medium atau saluran dengan beberapa efeknya. Dari sisi ini, garmen, yang merupakan salah satu butir dari fashion atau pakaian, menjadi medium atau saluran yang digunakan seseorang untuk "menyatakan" sesuatu pada orang lain dengan maksud mendorong terjadi perubahan pada orang lain itu.

Selanjutnya, dari sisi ini, garmen merupakan medium untuk mengirimkan pesan pada orang lain. Maksudnya, melalui garmen itulah

seseorang bermaksud mengkomunikasikan pesannya pada orang lain. Dari sudut ini, pesan adalah maksud pengirim dan pesan itu ditransmisikan melalui garmen dalam proses komunikasi. Pesan pun, tentu saja, apa yang diterima oleh penerima. Hal yang amat penting dari pandangan komunikasi ini adalah maksud pengirim, efisiensi proses transmisi, dan efeknya pada penerima (Barnard, 2009:42).

*Fashion* sesungguhnya mengungkapkan banyak tentang identitas pemakainya. Pakaian dipandang memiliki suatu fungsi komunikatif. Busana, pakaian, kostum dan dandanan adalah bentuk komunikasi artifaktual. Komunikasi artifaktual didefinisikan sebagai komunikasi yang berlangsung melalui pelbagai artefak. Karena *fashion*, pakaian atau busana menyampaikan pesan-pesan non-verbal, ia termasuk komunikasi non-verbal (Barnard, 2009:vii).

Barata (2010:46) menambahkan bahwa *fashion* dapat menjadi seperangkat tanda yang dapat dibaca untuk mengetahui apa yang ingin disampaikan oleh penggunanya, baik itu berupa identitas maupun ideologi. *Fashion* juga melibatkan tanda dan kode. Tanda adalah material atau tindakan yang menunjuk pada 'sesuatu', sementara kode adalah sistem di mana tanda-tanda diorganisasikan dan menentukan bagaimana tanda dihubungkan dengan yang lain. *Design fashion* yang dikenakan, jenis bahan, merek, adalah tanda-tanda yang tersusun dalam kode-kode sesuai dengan konteks penggunaannya. Pemilihan desain pakaian yang dihubungkan dengan bahan dan merek dari pakaian tersebut secara

sistemik disusun untuk menyampaikan atau mengkomunikasikan posisi sosial dari penggunanya.

Douglas juga memberikan pendapatnya di mana ia menunjukkan bahwa manusia membutuhkan barang-barang untuk berkomunikasi dengan manusia lain dan untuk memahami apa yang terjadi di sekelilingnya. Memang ini dua kebutuhan, namun sebenarnya tunggal, yakni untuk berkomunikasi hanya bisa dibentuk dalam sistem makna yang terstruktur. Dia menyatakan, *pertama*, bahwa fashion dan pakaian bisa saja dipergunakan untuk memahami dunia setra benda-benda dan manusia yang ada didalamnya, sehingga fashion dan pakaian merupakan fenomena komunikatif. *Kedua*, dia menyatakan bahwa sistem makna yang terstruktur, yakni suatu budaya, memungkinkan individu untuk mengkonstruksi suatu identitas melalui sarana komunikasi (Barnard, 2009:44).

#### **2.2.6.1 Fashion Sebagai Pembentuk Identitas**

*Fashion* dan pakaian digunakan untuk membedakan diri individu yang satu dengan lainnya yang menonjolkan keunikan individu tersebut. Pakaian sering dianggap sebagai sebagai cara untuk membangun dan menciptakan citra diri. Pakaian merupakan sebuah bagian penting individu untuk berkomunikasi dengan lingkungannya. Peran penting seseorang desainer pakaian adalah mempengaruhi identitas pakaian, sekaligus citra penggunanya (Craik, 1993:1).

Salah satu bentuk representasi dari identitas ini adalah *fashion* yang digunakan seseorang dalam kehidupan sehari-hari. Pembentukan identitas ini dalam prosesnya bukanlah sesuatu yang sederhana. Proses ini tidak akan bergerak tanpa dipengaruhi oleh berbagai macam faktor yang bergerak secara bersama-sama. Tidak dapat dipungkiri bahwa globalisasi, dengan bantuan informasi teknologi, berperan dalam proses pembentukan identitas tersebut (Barata, 2010:47).

Globalisasi menyebabkan munculnya *fashion* yang sama, tetapi dengan latar belakang ideologi yang bisa saja berbeda antara satu dengan yang lain. Hal ini memungkinkan diadopsinya *fashion* yang sama di kalangan remaja di Indonesia dan remaja di Amerika Serikat, dengan motivasi pengadopsian yang berbeda di antara keduanya. Dalam hal ini *fashion* digunakan sebagai usaha untuk mengadopsi identitas dimana penggunanya memiliki motivasi tertentu, seperti ingin dianggap sebagai bagian dari kelas sosial tertentu. Motivasi ini yang mendorong pemilihan pola *fashion* tertentu. Diharapkan dengan *fashion* tersebut, usaha seseorang untuk mengkomunikasikan identitas sesuai pilihan dapat diterima oleh lingkungannya (Barata, 2010:49).

#### **2.2.6.2 Fungsi Fashion dan Pakaian**

Beberapa fungsi *fashion* dan pakaian yang diuraikan oleh Malcolm Barnard dalam bukunya yang berjudul “*Fashion Sebagai Komunikasi*”, yaitu:

### 1. Fungsi Retoris

Fungsi pakaian disini membuat masyarakat memungkinkan jadi bagian dari proses produksi dan reproduksi posisi kekuasaan relatif di dalam suatu masyarakat. Klaim posisi otoritas atau status relatif yang semata-mata direfleksikan lewat pakaian, lewat apa yang dipakai.

### 2. Perlindungan

Pakaian berfungsi untuk “menyatakan atau menyembunyikan” identitas kita atau untuk menarik perhatian seksual. *Fashion* dan pakaian dapat melindungi tubuh dari cuaca, kecelakaan yang tidak terduga, tempat dan olahraga berbahaya, dan bahaya fisik maupun psikologis.

### 3. Kesopanan dan Penyembunyian

*Fashion* dan pakaian berfungsi mengkamufase pemakainya agar hal itu tidak menarik perhatian pada dirinya.

### 4. Ketidaksopanan dan Daya Tarik

*Fashion* dimaksudkan untuk memamerkan dan memperkaya daya tarik seksual atau sosial baik pada pria maupun wanita.

### 5. Komunikasi

Fungsi mempersatukan dari *fashion* dan pakaian berlangsung untuk mengkomunikasikan keanggotaan satu

kelompok *cultural* baik pada orang-orang yang menjadi anggota kelompok tersebut maupun bukan.

#### 6. Ekspresi Individualistik

*Fashion* digunakan untuk merefleksikan, meneguhkan, menyembunyikan atau membangun suasana hati. *Fashion* dan pakaian adalah cara individu untuk membedakan dirinya sendiri sebagai individu dan menyatakan beberapa bentuk keunikannya.

#### 7. Nilai Sosial atau Status

Pakaian dan *fashion* sering digunakan untuk menunjukkan nilai sosial atau status, dan orang kerap membuat penilaian terhadap nilai sosial atau status orang lain berdasarkan apa yang dipakai oleh orang tersebut.

#### 8. Definisi Peran Sosial

Pakaian dan *fashion* pun digunakan untuk menunjukkan atau mendefinisikan peran sosial yang dimiliki seseorang. Pakaian dan *fashion* itu diambil sebagai tanda bagi orang tertentu yang menjalankan peran tertentu pula sehingga diharapkan berperilaku dalam cara tertentu.

#### 9. Nilai Ekonomi atau Status

*Fashion* dan pakaian menunjukkan pada *level* manakah dalam ekonomi orang bergerak atau bekerja.

#### 10. Simbol Politis

*Fashion* dan pakaian diadaptasi guna mencoba merefleksikan peran-peran baru di kalangan kelompok-kelompok sosial yang berbeda.

#### 11. Kondisi Magis-Religius

Pakaian yang dikenakan di sini digunakan untuk menunjukkan kekuatan dan kedalaman keyakinan religious dan ketaatan dalam sejumlah cara yang sangat rumit.

#### 12. Ritual Sosial

*Fashion* dan pakaian akan dipandang hanya dalam artian cara yang digunakan untuk menandai awal dan akhir ritual, dan untuk membuat pembedaan antara yang ritual dan nonritual.

#### 13. Rekreasi

*Fashion* dan pakaian memiliki aspek rekreasional sebagian untuk menunjukkan bahwa *fashion* dan pakaian mungkin menimbulkan kenikmatan, karena itu *fashion* dan pakaian sekedar untuk kesenangan, cara menimbulkan kenikmatan.

### 2.2.7 *Cosplays* Sebagai Subkultur

*Cosplay* atau yang biasa diucapkan “*Kosupure*” (コスプレ) oleh masyarakat Jepang merupakan gabungan antara dua kata yaitu “*Costume*” dan “*Role-play*”, sebuah istilah yang digunakan untuk menamai budaya yang berkembang di kalangan anak muda urban di Jepang. Istilah *Cosplay*

di Jepang sendiri baru diperkenalkan pertama kalinya oleh Nobuyuki Takahashi dari *Studio Hard* setelah beliau mengunjungi sebuah acara *Masquerade* di *Los Angeles Science-Fiction Convention* pada Tahun 1984. Atas jasanya mempopulerkan istilah “*Cosplay*” kini beliau dijuluki “*The Father of Cosplay*”. Tren meniru karakter *super hero* yang terdapat di dalam komik pada anak muda di Jepang sebenarnya sudah dimulai sejak tahun 1970-an. Internet dan fotografi digital membuat *Cosplay* menjadi suatu fenomena global subkultur Jepang dan meluas ke berbagai negara di dunia dan Indonesia termasuk salah satunya.

*Cosplay* merupakan sebuah fenomena global subkultur di Jepang karena *Cosplay* muncul sebagai suatu bentuk perlawanan yang dilakukan oleh anak-anak muda Jepang yang menganggap kode etik berpakaian di Jepang terlalu kaku. *Cosplay* merupakan suatu budaya yang terbentuk karena kebutuhan anak muda urban di Jepang yang mencari identitas diri, harga diri, dan tujuan hidup sehingga mereka berusaha mencari orang lain yang memiliki kesamaan minat dengan mereka untuk membentuk kelompok-kelompok.

Tidak hanya kostum, mereka juga menjiwai karakter yang mereka perankan. Seperti mendalami ekspresi wajah, cara berbicara, cara berpose, serta berusaha untuk menjadi semirip mungkin dengan karakter tersebut. Subyek dapat diambil dari setiap entitas dari dunia nyata atau virtual yang cocok untuk diinterpretasikan secara dramatis. Benda mati dipersonifikasi dan dianggap sebagai karakter manusia. Bahkan bukan hal yang tidak biasa untuk merubah jenis kelamin pelaku *Cosplay*, misalnya perempuan

memainkan peran laki-laki dan sebaliknya. Ada juga bagian dari budaya *Cosplay* yang berpusat pada daya tarik seks dimana *Cosplayer* secara khusus memilih karakter yang dikenal karena daya tarik mereka atau kostum menantang.

Awalnya *Cosplay* tidak begitu dikenal di Indonesia. Namun seiring dengan maraknya *game online*, *Role Play Game* (RPG), serta mulai masuknya *manga* dan *anime* ke Indonesia pada awal tahun 2000, maka mulai sering diselenggarakan *event* khusus *Cosplay*. Salah satu contoh *event* tersebut adalah festival yang diadakan oleh Himpunan Mahasiswa Japanologi Universitas Indonesia yaitu Gelar Jepang UI. Festival *Cosplay* ini diselenggarakan setiap tahun dan terus berlanjut hingga sekarang. Hampir setiap bulan juga diadakan *event-event Cosplay* lainnya di Jakarta.

Berbagai *event Cosplay* lainnya yang dilakukan di sekolah, kampus dan *mall* juga bertambah banyak seiring dengan berkembangnya minat terhadap *Cosplay* di Indonesia sehingga para *Cosplayer* tidak kekurangan ruang untuk berekspresi.. Belakangan ini banyak majalah yang membahas tentang *manga* dan *anime* bermunculan, misalnya majalah *Animoster* dan *Nakayoshi* yang juga turut mensponsori berbagai festival Jepang yang diselenggarakan di Indonesia.

### 2.2.7.1 Cosplayer

Para pelaku *Cosplay* dikenal dengan istilah “*Cosplayer*”. Mereka menirukan karakter *manga*, *anime* atau *video game* dengan berdandan seperti karakter tersebut. *Cosplayer* memiliki *Cosname* yang merupakan nama samaran saat melakukan *Cosplay*. Nama samaran tersebut biasanya diambil dari nama Jepang atau nama mereka yang diubah sesuai dengan pelafalan Jepang, misalnya “Akira” dan “Megame Shiawase”. Seorang *Cosplayer* juga memiliki “*cos-card*” yaitu kartu nama yang menggunakan foto *Cosplay* terbaik mereka serta berisikan keterangan mengenai diri mereka. *Coscard* ini digunakan untuk memperluas jaringan sosial antar *Cosplayer* dan juga untuk diberikan kepada fotografer majalah *street-fashion* yang hadir meliput acara *convention* atau yang biasa di singkat dengan “*cons*” (Nurhayati,2012:59).

Selain itu *Cosplay* juga menjadi suatu sarana penyaluran hobi, melepaskan kejenuhan dan stress dari aktivitas sehari-hari, serta pemuasan kesenangan pribadi dengan memamerkan kostum yang unik.

### 2.2.7.2 Kostum dalam *Cosplay*

Tatsumi Inui dalam Nurhayati (2012:63) berpendapat bahwa *Cosplay* di dunia industri dapat di bedakan menjadi dua tipe, yaitu: *Uni-Cos* (*Uniform Cosplay*) dan *Chara-Cos* (*Character Cosplay*). *Uni-Cos* dibagi menjadi tiga, yaitu:

1. *Meido Style*. Para *Cosplayer* menggunakan seragam *maid* untuk mempromosikan *café* tempat mereka bekerja dan menjiwai peran sebagai pelayan rumah mewah ala Eropa.
2. *Butler Style*. Gaya ini sama seperti *Meido Style* hanya saja *Cosplayer* menggunakan kostum pria kepala pelayan rumah ala Eropa.
3. *School Girl Style*. Gaya ini secara umum dibagi menjadi dua tipe yaitu seragam *sailor (sera-fuku)* dan *blazer style*.

Namun Sebenarnya ada satu lagi jenis *Cosplay* unik yang diberi nama *Kigurumi-Cosplay* (kostum kartun yang biasanya berupa maskot binatang seperti karakter *Mickey Mouse* di *Disneyland*).

Secara umum pelaksanaan *Cosplay* di seluruh dunia adalah sama, tetapi setiap negara mengembangkan ciri uniknya tersendiri. Misalnya di Indonesia pembagian kategori untuk *Cosplay* yang sering dilakukan dalam berbagai acara adalah:

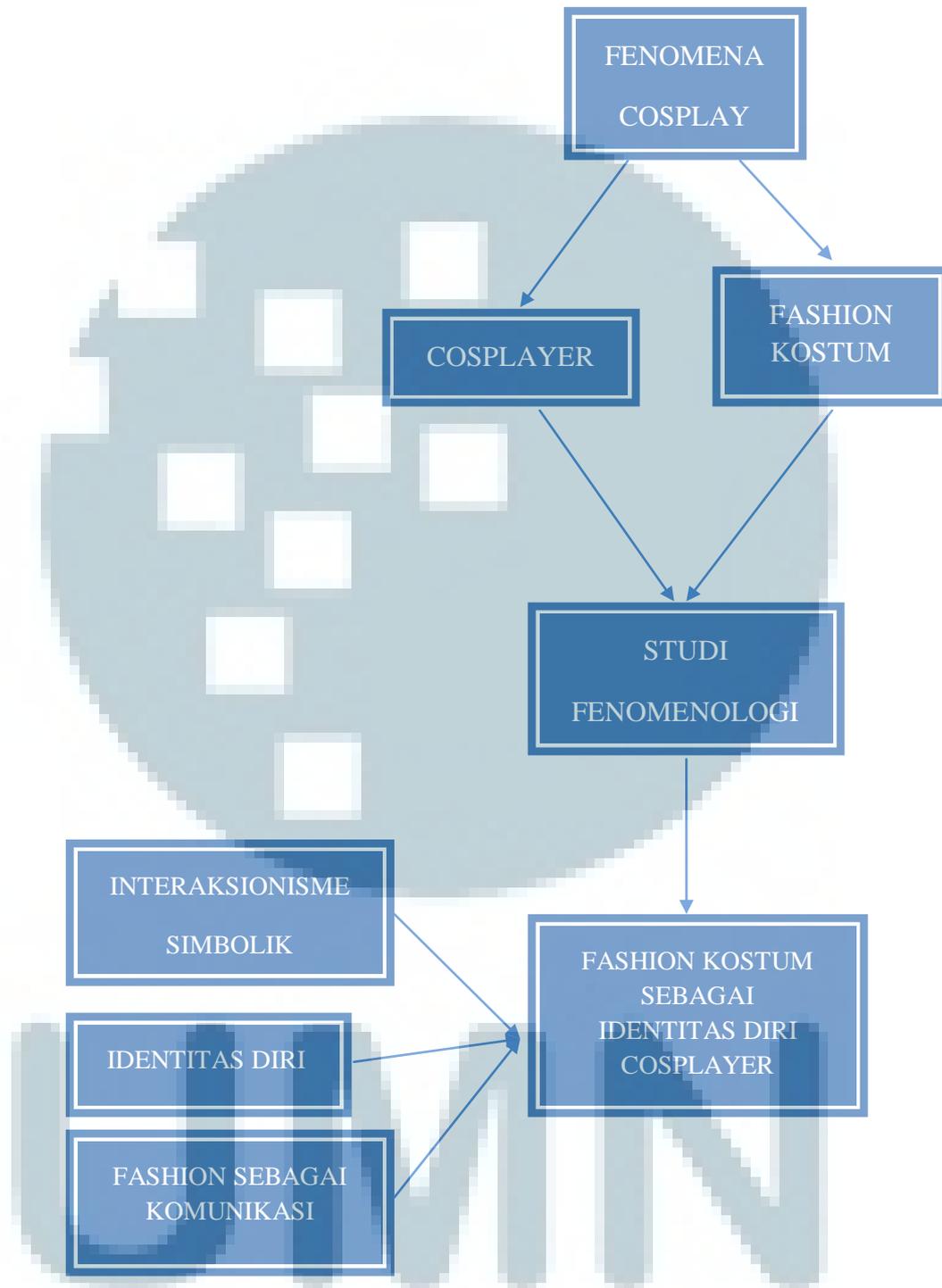
1. *Cosplay anime/manga*. *Cosplay* berasal dari karakter yang terdapat pada *anime* maupun *manga*, termasuk karakter komik dari Amerika.
2. *Cosplay Game*. *Cosplay* berasal dari karakter pada sebuah *game*.
3. *Cosplay Tokusatsu*. *Cosplay* berasal dari karakter di film *tokusatsu (science-fiction)*.
4. *Cosplay Gothic*. *Cosplay* berasal dari karakter yang bernuansa gelap atau *gothic*, biasanya digabungkan dengan kostum *Lolita*.

5. *Cosplay Original*. *Cosplay* yang diciptakan sendiri tidak berdasarkan karakter di *anime*, *tokusatsu* dan yang lainnya.
6. *Harajuku Style*. Beberapa *Cosplayer* sering mengira bahwa *Harajuku style* juga merupakan bagian dari *Cosplay* karena beberapa *Harajuku style* turut muncul dalam *manga/anime*, salah satunya seperti yang terdapat di komik *Nana*.

Narasumber pada penelitian ini terdiri dari dua orang. Narasumber yang pertama adalah Pinky yang terkenal sering melakukan *Cosplay game* karena ia merupakan seorang *gamers*. Narasumber yang kedua adalah Rikku, ia juga melakukan *Cosplay game* namun juga melakukan *Cosplay anime/manga*.

UMMN

### 2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran

*Cosplay* merupakan suatu fenomena global subkultural di Jepang. Kegiatan ini tidak hanya berlangsung di Jepang namun telah meluas ke berbagai negara. Salah satunya adalah Indonesia. Kegiatan *Cosplay* dilakukan oleh orang-orang yang disebut sebagai *Cosplayer*. Semua *Cosplayer* berinteraksi menggunakan simbol baik yang disampaikan secara verbal maupun non-verbal. Salah satu bentuk pesan non-verbal adalah pakaian/*fashion*. Pada penelitian ini akan dibahas mengenai bagaimana kostum sebagai bagian dari identitas diri *Cosplayer*.



UMN