

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Saat ini cosplay telah menjadi tren yang telah menyebar ke berbagai negara, termasuk Indonesia. Kata cosplay diambil dari bahasa Inggris, yaitu *costume* dan *play*. Menurut Wang (2010, h.18), kata *costume* diartikan sebagai seseorang yang memerlukan pakaian dan aksesoris untuk dapat menjadi karakter tertentu dan kata *play* diartikan sebagai salah satu jenis kegiatan melakukan suatu hal. Dengan kata lain, cosplay dapat diartikan sebagai sebuah bentuk kegiatan pemakaian pakaian dan memperagakan tokoh karakter fiktif pada sebuah acara tertentu.

Perkembangan cosplay di Indonesia sangat erat dengan perkembangan *manga* dan *anime*. Pada era tahun 90-an, masyarakat Indonesia pada umumnya telah mengenal beberapa produk unggulan *manga* seperti Mary Chan, One Piece, Dragon Ball, dan Detektif Conan. Selain itu, berbagai program *anime* juga ditampilkan di saluran televisi lokal dan menjadi tontonan favorit anak-anak, seperti Saint Seiya, Sailor Moon, Digimon, dan Doraemon.

Saat ini acara-acara cosplay diadakan hampir setiap bulan di kota-kota besar di Indonesia, dan bahkan cosplay telah menjadi sebuah komunitas sosial tersendiri di Indonesia dengan munculnya berbagai wadah-wadah komunikasi cosplay baik di dunia maya maupun di dunia nyata.

Cosplay dikaitkan dengan identitas sosial yang memiliki aspek untuk berpenampilan seperti tokoh atau karakter idola. Mengingat cara berpakaian dan berdandan merupakan bagian dari identitas yang ikut menjadi pernyataan tentang “siapa diri kita”, maka diasumsikan seseorang memiliki kecenderungan untuk berpakaian dan berdandan layaknya seperti yang kita inginkan.

Para perempuan yang menjadi cosplay cenderung akan berpenampilan dan berdandan secantik mungkin agar dapat menyerupai tokoh atau karakter idola, seperti Sailor Moon dan tokoh Sakura dalam Naruto. Perempuan dan kecantikan adalah dua hal berbeda namun saling berkaitan.

Seperti pada masyarakat Jepang yang konsep kecantikannya selalu mengalami perubahan, seperti di era modern ini kecantikan perempuan Jepang yang digambarkan oleh manga atau anime adalah perempuan yang berwajah kecil, bermata besar, rambut yang bergelombang dan berwarna (Husna, 2014, h.11). Masyarakat Jepang pada umumnya akan menyebutnya dengan “kawaii”.

Menurut Kinsella (1995, h.220), kawaii atau imut pada dasarnya mengandung arti kekanak-kanakan, seperti menunjukkan sisi manis, menggemaskan, tidak bersalah, suci, sederhana, lembut, rapuh, lemah, dan kepolosan pada tingkah laku sosial serta penampilan fisik. Selain itu menurut Mc Veigh (2000, h.135), kawaii sudah menjadi standar kecantikan sehari-hari, bukan hanya sebuah siklus fashion budaya populer di Jepang.

Makna cantik pada dasarnya merupakan suatu bentuk keunggulan wajah yang dimiliki oleh seseorang sehingga digunakan sebagai batasan cantik dan jelek

sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh masyarakat. Dengan demikian kecantikan merupakan bentuk aktualisasi diri dari wajah sehingga seseorang dapat dikatakan memiliki wajah cantik atau wajah jelek.

Penelitian ini berawal dari sebuah pemikiran bahwa representasi identitas akan nyata dalam bentuk tindakan. Yang didukung oleh konsep pemikiran milik Terence Turner yang menyebutkan bahwa identitas bukan hanya dibentuk oleh apa yang hadir dalam interaksi sehari-hari para pelakunya (Turner dalam Rudyansjah, 2009, h.243). Oleh karena itu, hanya dengan melalui ekspresinya di tingkat tindakan (*action*), simbol yang termasuk juga sebagai identitas akan memperoleh pemaknaan sekaligus perwujudan konkretnya (Rudyansjah, 2009, h.243).

Oleh karena itu, menurut peneliti kehadiran komunitas cosplay yang berdandan secantik mungkin dan berpenampilan seperti tokoh manga, anime, dan *video games* menarik untuk diteliti. Berbeda dengan komunitas jejepangan lainnya, perilaku para anggota komunitas cosplay terlihat begitu unik. Para cosplayer memiliki identifikasi yang khas karena ditentukan dari hal yang kecil, yaitu hubungan antara tindakan yang tidak lepas dari penampilan dalam melakukan cosplay.

Para cosplayer memang sangat dituntut oleh untuk memerankan tokoh karakter cosplay dengan sangat baik dan berdandan semirip mungkin. Dalam hal ini, kesadaran manusia yang berjalan dalam dimensi ruang dan waktu akan kembali dipertanyakan. Pertanyaan ini berkenaan dengan di mana letak antara

kenyataan dengan khayalan. Kemudian, pertanyaan yang timbul berkaitan dengan sejauh mana hal-hal mengenai budaya Jepang, khususnya mengenai konsep kecantikan dalam budaya Jepang yang kemudian memberikan pengaruh terhadap suatu komunitas cosplay. Seperti pada penjelasan peneliti sebelumnya, bentuk komunitas semacam ini pada akhirnya akan mempengaruhi konsep diri para anggotanya.

Berangkat dari latar belakang inilah, peneliti ingin mengetahui bagaimana komunitas Kishiken Cosplay Community memaknai kecantikan dalam cosplay. Selain itu, peneliti juga ingin mengetahui bagaimana komunitas Kishiken Cosplay Community memaknai diri dan pengalaman sebagai cosplayer. Peneliti memilih komunitas Kishiken Cosplay Community sebagai subjek penelitian dan menggunakan metode studi fenomenologi milik Husserl.

1.2 Perumusan Masalah

1. Bagaimana Kishiken Cosplay Community memaknai kecantikan?
2. Bagaimana Kishiken Cosplay Community memaknai diri dan pengalaman sebagai cosplayer?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana Kishiken Cosplay Community memaknai kecantikan.
2. Untuk mengetahui bagaimana Kishiken Cosplay Community memaknai diri dan pengalaman sebagai cosplayer.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah :

1. Kegunaan Akademis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan berguna bagi pengembangan penelitian komunikasi antarpribadi dalam pendekatan fenomenologi selanjutnya, khususnya mengenai pemaknaan kecantikan dalam cosplay.

2. Kegunaan Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberi pengetahuan bagi individu khususnya para cosplayer dalam pemahaman makna kecantikan.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA