

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang penelitian

Kebudayaan merupakan keseluruhan sistem gagasan, tindakan, dan hasil karya manusia dalam kehidupan bermasyarakat yang digunakan sebagai sarana pembelajaran (Koentjaraningrat, 2009, p. 144). Akibat masuknya beberapa budaya asing di Indonesia, membuat sebagian masyarakat tertarik untuk mempelajari kebudayaan yang lain, salah satunya adalah Jepang. Keberagaman budaya Jepang di Indonesia saat ini bertumbuh pesat, budaya populer yang berkembang meliputi film, *anime*, komik, hingga gaya berpakaian (Venus, 2010, p.71).

Dalam masyarakat yang kompleks, kebudayaan dibagi menjadi dua yaitu budaya populer dan budaya bernilai tinggi. Dibandingkan budaya bernilai tinggi, budaya populer lebih mudah berkembang dan dijangkau oleh siapa saja. Kepentingan pokok budaya populer adalah sebagai sarana hiburan masyarakat. Budaya Jepang sendiri digunakan oleh pemerintahan Jepang sebagai pintu masuk diplomasi dan memberikan kesan yang baik bagi masyarakat dari berbagai negara (Aulia, 2012, p. 110).

Mac Williams dalam Budianto (2015, p. 180) mengatakan bahwa, budaya populer Jepang sangat erat kaitannya dengan *anime*. Ia juga menyebutkan bahwa di tengah besarnya peran media massa, masyarakat Jepang tetap tak memisahkan *anime* dan *manga* di kehidupan sehari-hari. *Anime* merupakan salah satu bentuk kebudayaan populer ciri khas Jepang yang muncul pada 1963. Hingga saat ini, *anime* digemari mulai dari masyarakat lokal Jepang hingga mancanegara, salah satunya Indonesia. *Anime* sendiri memiliki beberapa ciri khas, di antaranya adalah gambar warna-warni, memiliki beragam karakter, dan dipengaruhi oleh gaya *manga*. Selain itu, *anime* juga disajikan dengan genre yang beragam untuk memenuhi kepuasan masyarakat (Yamane, 2020, p. 68-70)

Berkembangnya *anime* membuat munculnya fenomena baru, yaitu *cosplay* atau *costume play*. Winge dalam Miranti (2018, p. 107) menjelaskan bahwa *cosplay* merupakan penggabungan antara kata '*costume*' dan '*play*', kegiatan ini adalah

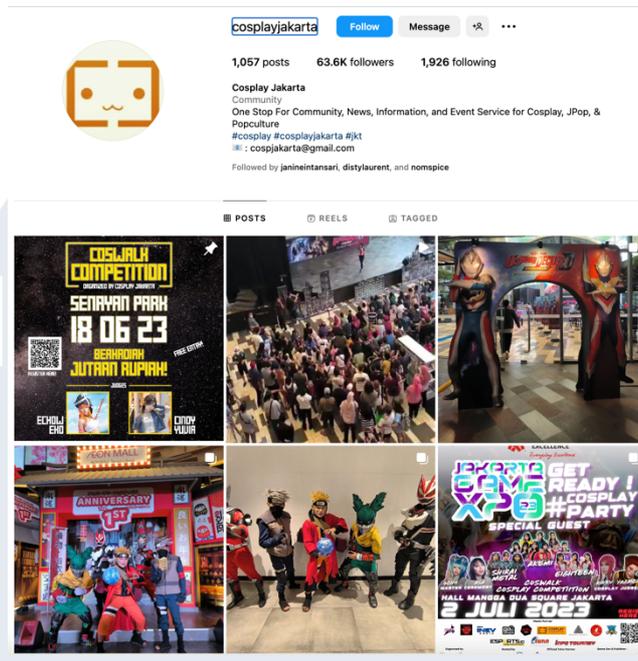
jenis seni pertunjukan saat seorang individu memakai pakaian atau kostum yang sesuai dengan sebuah karakter animasi dari novel grafis, komik, *anime*, *video game*, dan lainnya. Di Jepang sendiri, fenomena *cosplay* sangat populer di kalangan remaja karena adanya ketertarikan terhadap *anime* dan *manga*.

Saat seseorang melakukan *cosplay*, kepribadian mereka seringkali disesuaikan dengan karakter yang diperankan. Pengekspresian sifat dan kepribadian ini dapat memenuhi kepuasan *cosplayer*, penggiat *cosplay*, sebagai wujud pendalaman karakternya (Lotecki, 2006, p.11). Penelitian Miranti (2018), menemukan adanya berbagai persiapan yang dilakukan oleh *cosplayer* untuk tampil di hadapan khalayak, hal ini disebabkan oleh mereka tidak hanya ingin memuaskan kebutuhan dirinya sendiri, melainkan memuaskan kebutuhan penggemarnya juga.

Istilah *cosplay* sendiri diciptakan oleh Takahashi Nobuyuki, pendiri Japanese Studio Hard sekaligus penulis pada 1984. Sedangkan khususnya di Indonesia, fenomena *cosplay* dimulai sejak penayangan *anime* di televisi nasional yang diminati oleh anak-anak. Kemunculan *anime* di Indonesia dimulai saat penayangan “Doraemon” untuk yang pertama kalinya di televisi swasta pada 1970-an (Andina, 2014, p. 124).

Widiatmoko (2013) mengatakan bahwa di Indonesia sendiri, fenomena *cosplay* baru menjadi perbincangan sejak 2000-an, sedangkan kegiatannya sendiri baru menjadi sorotan pada 2008 dengan mengadakan pagelaran acara komunitas *cosplay* yaitu Gelar Jepang Universitas Indonesia yang lebih dikenal dengan GJUI. Sejak saat itu, terjadi peningkatan pada munculnya berbagai *event* bagi komunitas *cosplay*. Perkembangan ini dapat dilihat dari munculnya akun instagram yang rutin memberikan informasi mengenai berbagai *event* di berbagai daerah, salah satu contohnya adalah akun instagram @cosplayjakarta yang sudah memiliki 63,6 ribu pengikut.

Gambar 1.0 Akun Instagram Cosplayjakarta



Sumber: [Instagram.com/cosplayjakarta](https://www.instagram.com/cosplayjakarta)

Semakin luasnya komunitas *cosplay* membuat beberapa media daring di Indonesia turut memuat artikel berita mengenai komunitas ini, tetapi artikel yang dimunculkan di media mainstream masih sering berfokus pada gambaran fisik komunitas *cosplayer*. Belum banyak media daring yang fokus menyajikan pemberitaan mengenai kegiatan komunitas ini, beberapa media malah memuat *headline* yang memunculkan stigma negatif terhadap komunitas *cosplayer*.

Beberapa media daring yang menyajikan berita mengenai komunitas *cosplayer* adalah [Republika.co.id](https://www.republika.co.id) dan [CNNIndonesia.com](https://www.cnnindonesia.com). [Republika.co.id](https://www.republika.co.id) merupakan sebuah media yang didirikan oleh komunitas muslim dan bertujuan untuk menjadi wadah bagi komunitas lokal, sementara [CNNIndonesia.com](https://www.cnnindonesia.com) merupakan media yang menyajikan berita nasional maupun internasional dan disajikan dalam bahasa Indonesia. Pemilihan kedua media ini dikarenakan penulis juga ingin melihat apakah komunitas *cosplayer* lebih dapat menerima pemberitaan komunitasnya di media yang bertujuan sebagai wadah bagi komunitas atau sebaliknya.

Informasi yang dibingkai oleh media seringkali memengaruhi pandangan penerima pesan dalam menginterpretasikan sebuah topik. Hal ini sejalan dengan

peran khalayak dalam proses analisis resepsi yang penulis gunakan pada penelitian ini. Khalayak sebagai penerima pesan dapat menginterpretasikan pesan yang disampaikan media dengan hasil yang berbeda.

Oleh sebab itu, penulis membuat penelitian ini dengan tujuan menganalisis resepsi beberapa orang yang menjadi bagian dari komunitas *cosplayer* saat membaca berita tentang komunitas mereka di media daring. Selain itu, penulis juga akan menganalisis isi berita mengenai komunitas *cosplay* pada dua media berbeda. Penulis akan melihat sejauh mana beberapa anggota komunitas *cosplay* menerima apa yang mereka baca di media mengenai komunitasnya, oleh sebab itu penulis akan menggunakan metode analisis resepsi dengan teori *encoding-decoding* milik Stuart Hall untuk melihat pemaknaan pesan oleh anggota komunitas. Dalam menganalisis isi pesan pada artikel berita, penulis menggunakan analisis *framing*. Pengumpulan data akan dilakukan menggunakan wawancara semi-struktur terhadap lima orang *cosplayer* yang konsisten melakukan *cosplay*. Penelitian ini memanfaatkan teori resepsi khalayak oleh Stuart Hall untuk melihat penilaian komunitas *cosplayer* terhadap berita di media massa.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah penulis buat, rumusan masalah yang dirasa tepat adalah, “Bagaimana pemaknaan komunitas *cosplay* terhadap pemberitaan mengenai komunitasnya di media?”

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penulis merumuskan beberapa pertanyaan penelitian seperti sebagai berikut:

1. Apa pesan yang ingin disampaikan pada artikel berita mengenai komunitas *cosplay*?
2. Bagaimana posisi resepsi komunitas *cosplay* saat memaknai pemberitaan mengenai komunitasnya?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan beberapa pertanyaan penelitian di atas, tujuan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah

1. Untuk mengetahui makna pesan yang ingin disampaikan pada artikel berita mengenai komunitas *cosplay*
2. Untuk mengetahui posisi resepsi komunitas *cosplay* saat memaknai pemberitaan mengenai komunitasnya
- 3.

#### **1.5 Kegunaan Penelitian**

##### **1.5.1 Kegunaan Akademis**

Melalui penelitian ini, penulis berharap dapat membuat jurnalis lebih memerhatikan pesan apa saja yang ingin disampaikan saat membuat pemberitaan mengenai sebuah komunitas. Penelitian ini juga diharapkan dapat meningkatkan minat jurnalis dalam menyajikan tulisan berkualitas mengenai sebuah komunitas. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi saran bagi pada jurnalis serta editor untuk menyampaikan pesan mengenai sebuah komunitas.

##### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Melalui penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan motivasi pada media daring dan jurnalis untuk lebih memperlihatkan keragaman komunitas yang ada di Indonesia dan melakukan pemberitaan mengenai ragam komunitas sebagai bentuk apresiasi terhadap kegiatan masyarakat lokal.

##### **1.5.3 Kegunaan Sosial**

Bersamaan dengan dibuatnya penelitian ini, penulis berharap dapat membuat masyarakat dapat menekuni kesenangannya dalam melakukan hobi dan mengembangkan komunitas-komunitas yang ada.

#### **1.6 Keterbatasan Penelitian**

Hasil penelitian penulis nantinya hanya akan berpusat pada bagaimana pemaknaan komunitas *cosplay* terhadap pemberitaan komunitas mereka di media daring, sehingga penelitian ini hanya akan berguna bagi komunitas itu sendiri. Selain itu, keterbatasan wilayah juga menjadi kekurangan dalam penelitian ini

karena penulis hanya akan menjangkau anggota komunitas *cosplayer* yang berada di jabodetabek sehingga *cosplayer* yang berada diluar daerah tersebut akan merasa kurang relevan. Penulis hanya akan mengambil informan melalui media sosial instagram sebagai wakil dari keseluruhan *cosplayer* yang aktif di media sosial, hal ini menjadi keterbatasan yang lain karena tidak menjangkau media sosial lainnya seperti Twitter, Facebook, dan TikTok.

