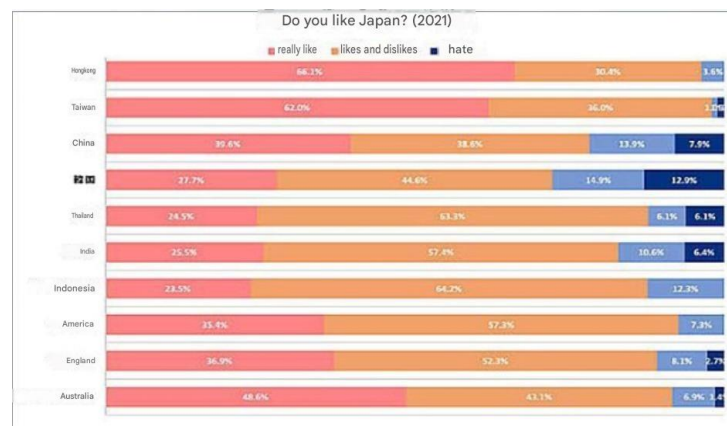


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Budaya pop atau budaya populer merupakan salah satu bagian penting dari kehidupan masyarakat modern yang terlibat dengan konsumsi, produksi serta penyebaran produk suatu budaya populer yang beragam seperti, musik, komik, mode dan film. Menurut Zahra et al. (2020) budaya pop bukan hanya hiburan semata, tetapi juga sebagai medium penting bagi seorang individu untuk mengekspresikan identitas serta nilai sosial. Budaya populer memiliki bentuk yang mudah berubah dari budaya yang muncul setelah adanya industrialisasi dan urbanisasi yang disukai dan dikonsumsi hingga membesar (Storey, 2015). Perkembangan budaya populer dalam masyarakat meningkat dengan cepat karena mudahnya akses melalui teknologi dan internet. Hasil dari Laporan *Digital 2025 Global Overview Report* menyatakan bahwa 98,7% masyarakat Indonesia usia 16 tahun ke atas telah mengakses internet melalui ponsel (Nadira, 2025).



Gambar 1.1 Hasil survei Aun Consulting 2021
Sumber: www.tribunnews.com, (2021)

Hasil survei dari Aun Consulting pada 1 Maret hingga 5 April 2021 menyatakan bahwa sebanyak 87,7% masyarakat Indonesia menyatakan memiliki pandangan positif terhadap Jepang, sedangkan 12,3% sisanya

menyatakan tidak menyukai Jepang (Agustina, 2021). Kebudayaan Jepang telah menjadi salah satu dari banyaknya budaya yang masuk dan berkembang secara pesat di Indonesia, mulai dari bidang kuliner, kerajinan, busana, musik serta hiburan. Perkembangan budaya populer Jepang di Indonesia kini semakin ramai dikarenakan kemudahan akses internet (Dewi, 2018). Salah satu budaya modern dari Jepang yang dikenal sebagai “*J-Pop*” atau “*Japanese pop culture*” merupakan budaya populer Jepang yang digemari oleh masyarakat Indonesia yang meliputi komik, animasi, serial drama, musik, *cosplay* dan banyak lagi (Venus, 2017).

Perkembangan budaya populer Jepang memunculkan sekumpulan individu yang berperan sebagai karakter dari serial animasi atau serial komik yang diciptakan oleh masyarakat Jepang (Thaariq & Dharma, 2025). Hal tersebut merupakan fenomena yang dinamakan *Cosplay* yang merupakan salah satu wujud ekspresi penggemar budaya Jepang di Indonesia. *Cosplay* sendiri merupakan istilah dari Bahasa Inggris yang merupakan penggabungan dua kata yaitu “*Costume*” yang berarti kostum dan “*Play*” yang berarti bermain, maka *cosplay* dapat diartikan sebagai kegiatan bermain dengan menggunakan suatu kostum mengenai suatu karakter atau tokoh fiksi maupun nyata. *Cosplay*, merupakan salah satu budaya yang diciptakan oleh penggemar budaya Jepang. Menurut Kroski (2015) *cosplay* merupakan suatu aktivitas berdandan dalam sebuah kostum sebagai karakter yang dikagumi dalam rangka untuk mengekspresikan kesenangan dan kegemaran.

Fenomena kegiatan *cosplay* menurut Tim Japanese Station et al. (2015) budaya *cosplay* di Jepang sudah ada sejak tahun 1970 melalui buku dari Yushira Takeda yang berjudul *Notenki tsushin: Evangelion o tsukutta otokotachi*. Fenomena kegiatan *cosplay* di Indonesia sendiri sudah hadir sejak tahun 1998 dan mulai populer pada tahun 2000 awal yang dipelopori oleh kegiatan dari komunitas pecinta Jepang yang ada di kota-kota besar di Indonesia (Setiawan, 2013). Kegiatan *cosplay* di Indonesia berjalan dalam bentuk festival budaya Jepang. Festival budaya Jepang dibentuk untuk menarik minat para pecinta

kebudayaan Jepang serta memberikan kesempatan bagi para *cosplayer* untuk mengekspresikan diri mereka. Beberapa contoh festival budaya Jepang yang cukup populer di Indonesia meliputi: *Anime Festival Asia*, *Comifuro*, *Impactnation*, *JKTANIMEFEST*, *CosplayExpo.id* dan masih banyak lagi.



Gambar 1.2 *Cosplay* di Comifuro XX

Sumber: *duniaku.idntimes.com* (2025)

Cosplay bukan hanya sekadar hobi, melainkan sebuah *platform* untuk mengekspresikan diri, belajar, serta memperkuat komunitas yang saling mendukung. Dalam *cosplay*, individu yang melakukan kegiatan *cosplay* disebut sebagai *cosplayer* tidak hanya menunjukkan kreativitas dan kecintaan mereka terhadap karakter, tetapi juga membuka pemahaman baru tentang praktik pemasaran dan peran objek serta benda alam lainnya dalam konteks kreatif. Hal ini membuat *cosplay* berkembang menjadi suatu medium performatif yang memungkinkan penggemar untuk mengaburkan batas antara identitas diri dengan karakter fiksi yang diperankan. Jenkins et al. (2009) dalam konsep *participatory culture* menyebut fenomena ini sebagai praktik budaya partisipatif, para penggemar tidak hanya mengonsumsi, melainkan ikut memproduksi dan menafsirkan karya. Dalam praktik *cosplay*, performa identitas tidak selalu sesuai dengan jenis kelamin biologis seorang *cosplayer*, melainkan bisa menyeberang ke karakter lain lintas gender yang dikenal dengan istilah *crossdressing* dalam *cosplay* atau dikenal sebagai *crossplay* (Tompkins, 2019). *Crossplay* bukan hanya kegiatan estetika atau artistik, tetapi juga mencerminkan suatu dinamika sosial mengenai bagaimana gender ditampilkan, dibatasi, atau dinegosiasikan. *Crossplay* bukan hanya kegiatan estetika atau artistik, tetapi juga mencerminkan

dinamika sosial mengenai bagaimana gender ditampilkan, dibatasi, dan dinegosiasikan, pemilihan karakter laki-laki juga memberikan ruang yang lebih aman bagi sebagian *crossplayer* perempuan karena kostum yang lebih tertutup serta adanya batasan sosial terhadap interaksi maupun kontak fisik dari pengunjung, sehingga mereka merasa lebih nyaman dan terhindar dari perhatian maupun sentuhan yang tidak diinginkan (Andini, 2018). *Crossplayer* perempuan yang memerankan karakter laki-laki (*Female-to-Male crossplay*) memiliki karakteristik tersendiri karena umumnya merepresentasikan karakter pria tampan dengan estetika maskulin yang androgini, representasi tersebut menjadikan *F2M* sebagai konteks yang relevan untuk memahami proses komunikasi identitas gender serta bagaimana identitas tersebut diekspresikan dan dinegosiasikan melalui budaya populer (Nichols, 2019).



Gambar 1.3 Gambaran seorang *geisha* mengenakan pakaian pria

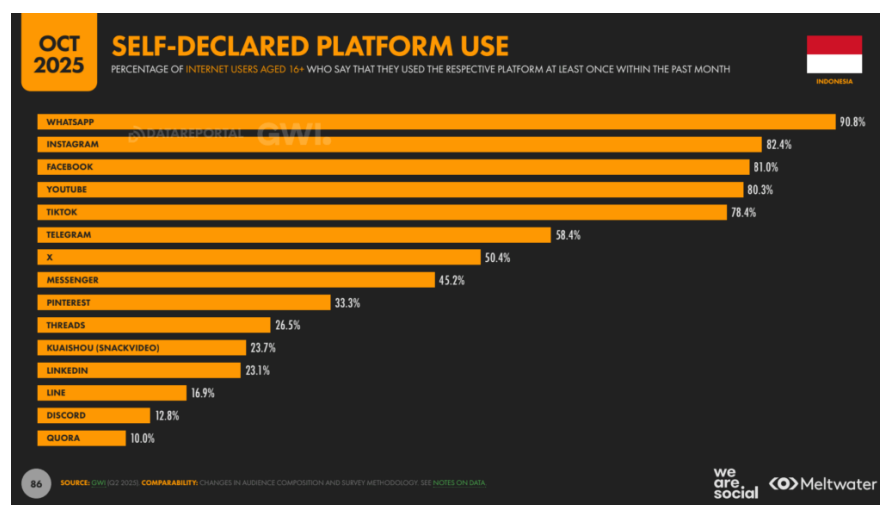
Sumber: www.ukiyoe-ota-muse.jp (2017)

Fenomena *crossdressing* dalam budaya Jepang sebenarnya telah hadir jauh sebelum munculnya budaya *cosplay* modern. Beberapa pameran besar seperti *Crossdressing in Ukiyo-e* di *Ota Memorial Museum Of Art* pada tahun 2017 dan *Third Gender: Beautiful Youths in Japanese Edo-Period Prints and Paintings* di *Royal Ontario Museum* pada tahun 2016 yang menunjukkan bahwa representasi perempuan yang berpenampilan sebagai laki-laki telah menjadi bagian dari

karya seni Jepang sejak periode Edo (American University, 2023). Menurut Tompkins (2019), *crossplay* bukan sekadar variasi hiburan, melainkan praktik yang memunculkan perdebatan tentang gender, performativitas, dan representasi tubuh dalam komunitas *cosplay*. *Crossplay* kemudian menjadi bentuk spesifik dari *crossdressing* dalam ranah budaya populer, *cosplayer* memerankan tokoh dengan gender berbeda dari identitas mereka, fenomena *crossdress* mulai muncul di Jakarta sekitar tahun 2004. Kemudian, *crossdress* semakin berkembang pada tahun 2006 dan berkembang pesat pada tahun 2009 di konvensi *anime*, festival *cosplay*, dan media sosial (Rastati, 2017). Fenomena *crossplay* perempuan ini semakin menonjol ketika dimediasi oleh media sosial, khususnya Instagram. Platform ini memberikan ruang visual yang kuat bagi *cosplayer* untuk menampilkan hasil *crossplay* mereka kepada audiens global, sekaligus mengukur respons sosial melalui *like*, komentar, dan jumlah pengikut.

Hal serupa juga bisa ditemukan di masa kini di Indonesia, meskipun cara penyampaianya berbeda karena kebebasan sosial di ruang publik yang sempit dan membatasi peran para perempuan. Junitasari & Akalili (2023) dalam penelitiannya mengenai representasi konsep diri *crossplayer* yang menunjukkan bahwa *crossplayer* merepresentasikan konsep diri mereka (*self, mind, society*) baik di dunia nyata maupun di ruang *virtual*. Media sosial, khususnya Instagram telah menjadi wadah bagi *crossplayer* untuk mengekspresikan identitas yang tidak selalu dapat disampaikan secara bebas di ruang *offline*. Kehadiran platform *virtual* ini tidak hanya memungkinkan mereka menampilkan sisi diri yang lebih otentik, tetapi juga membangun solidaritas dengan komunitas yang memiliki pengalaman serupa. Interaksi melalui media sosial selain dijadikan sebagai alat memperlihatkan karya juga dijadikan sebagai tempat untuk mendapatkan validasi sosial dalam memaknai identitas diri mereka. Instagram dipilih karena memungkinkan pengguna membangun representasi diri melalui fotografi dan konten visual secara berkelanjutan yang berbeda dengan media sosial yang lebih berorientasi pada percakapan teks atau video singkat, Instagram memfasilitasi proses konstruksi identitas melalui foto, visual, serta kurasi profil sehingga identitas dapat ditampilkan secara konsisten (Caldeira, 2016). *Crossplay* pada

umumnya menekankan pada aspek visual seperti kostum, rias wajah, pose, dan gestur tubuh untuk menampilkan identitas karakter atau gender tertentu (Muhlisian & Azhari, 2022). Data dari WeAreSocial memperlihatkan bahwa Instagram merupakan media sosial dengan tingkat penggunaan yang sangat tinggi di Indonesia, yaitu mencapai 82,4% pengguna internet berusia 16 tahun ke atas, menempatkannya sebagai platform media sosial visual yang paling banyak digunakan setelah WhatsApp.



Gambar 4.4 Data penggunaan media sosial di Indonesia

Sumber: Wearesocial.com (2025)

Selain menjadi ruang visual untuk ekspresi diri, *cosplay* dan *crossplay* di media sosial juga memperlihatkan suatu pola pada demografis tertentu bagi pelakunya. Sebagian besar *crossplayer* yang aktif di *platform* digital, khususnya Instagram, berasal dari kalangan Generasi Z yang tumbuh bersama budaya internet dan media visual. Dalam hal ini, Instagram memberikan ruang yang ideal bagi para pelaku *crossplay* untuk menampilkan performativitas gender melalui unggahan foto dan video yang dapat dikurasi dengan estetika tertentu yang didasarkan dari data *China-JMC Report* tahun 2023 yang menunjukkan bahwa sekitar 50% dari konsumen *cosplay* global berada dalam rentang usia 18–24 tahun (JMC Enterprises, 2025.). Laporan dari PmarketResearch tahun 2024 juga mencatat bahwa 65% pengguna layanan kostum *cosplay* di kawasan Asia-Pasifik berasal dari kelompok usia muda atau generasi-Z (pmarketresearch,

2025). Hal ini dapat menunjukkan bahwa generasi-Z menjadi pendorong utama pertumbuhan budaya *cosplay* dan *crossplay* di dunia digital.



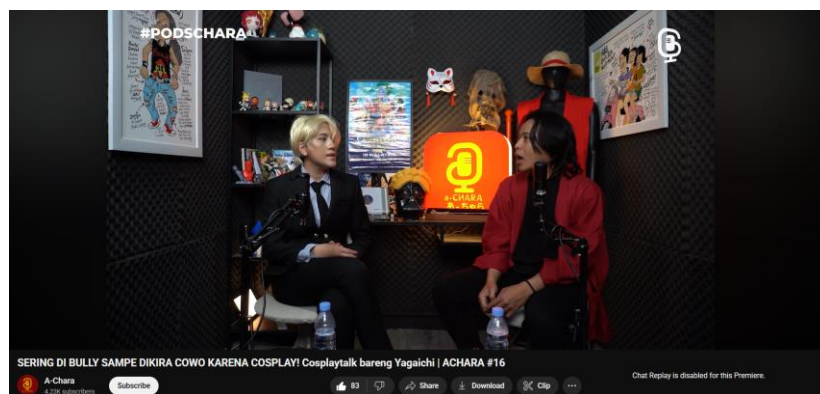
Gambar 1.5 Akun Instagram yagaichi__

Sumber: www.instagram.com, (2023)

Postingan dari akun Instagram Yagaichi menjadi salah satu wadah kreativitas dan ekspresi diri, fenomena ini sering berhadapan dengan stigma sosial yang berakar pada norma gender tradisional. Dalam kerangka budaya patriarki, perempuan masih banyak diharapkan untuk tampil feminin—lembut, anggun, dan penuh kepatuhan—sementara laki-laki dipandang ideal bila maskulin, kuat, dan rasional (Connell, 2005; Rodríguez, 2025). Standar normatif ini menyebabkan praktik yang melintasi batas gender, seperti *crossplay*, sering kali dianggap menyimpang dari “kewajaran” sosial. Dengan demikian, apa yang dianggap “feminin” atau “maskulin” sesungguhnya adalah hasil dari pengulangan norma budaya, bukan sesuatu yang alami. Dalam konteks ini, *crossplay* justru menantang konstruksi sosial tersebut dengan memperlihatkan bahwa gender dapat dimainkan, dinegosiasikan, dan dimaknai ulang melalui kostum, riasan, gestur, maupun interaksi sosial.

Penelitian Mishou (2021) menunjukkan bahwa *cosplayer* yang melakukan *crossplay* sering menghadapi stereotip negatif, misalnya dianggap tidak serius dengan identitas gendernya, dituding ingin “menyamar” sebagai gender lain,

atau bahkan dicurigai memiliki orientasi seksual tertentu. Stereotip ini memperlihatkan bagaimana masyarakat masih kesulitan membedakan antara ekspresi performatif dalam budaya populer dengan identitas personal seseorang. Studi dari (Yang, 2022) di Tiongkok juga menemukan bahwa stigma terhadap *crossplayer* dapat berwujud dalam bentuk ejekan, komentar merendahkan di media sosial, hingga penolakan dari keluarga atau lingkungan sosial. Hal ini memperlihatkan adanya kontradiksi penerimaan: *crossplay* diterima dan bahkan dirayakan dalam komunitas, tetapi rentan terhadap marginalisasi di luar komunitas.

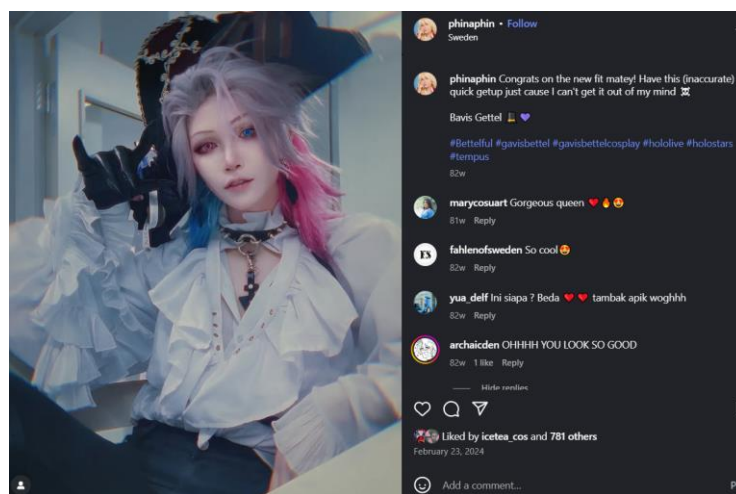


Gambar 1.6 Podcast *Cosplaytalk* akun Youtube A-Chara

sumber: www.youtube.com (2023)

Pada podcast *Cosplaytalk* dari akun Youtube milik A-Chara dengan Yagaichi sebagai *guest star*, dalam video *podcast* tersebut, Yagaichi mengatakan bahwa ia memilih untuk melakukan *crossdress* sebagai bentuk kebebasan berekspresi dan pembuktian kemampuan seni makeup. Ia memilih jalur ini karena merasa fitur fisiknya lebih cocok untuk karakter maskulin dan ia ingin audiens menilai karyanya berdasarkan kualitas visual, bukan berdasarkan gender aslinya. Meskipun sering disalahpahami sebagai laki-laki, ia merasa puas karena itu berarti transformasi karakternya berhasil secara sempurna. Video tersebut juga mengeksplorasi bagaimana stigma terhadap *crossplay* memperlihatkan adanya ketegangan antara kreativitas budaya populer dengan norma gender tradisional. Di satu sisi, *crossplay* membuka ruang untuk menginterpretasikan kembali maskulinitas dan femininitas. Namun di sisi lain, norma sosial yang

kaku masih membatasi penerimaan masyarakat terhadap praktik ini. Melalui kostum, rias wajah, dan performa, *cosplayer* dapat mengekspresikan sisi maskulin maupun feminin tanpa harus terikat pada standar konvensional. Dalam penelitian Yang (2022), *crossplay* dipahami sebagai peluang bagi individu untuk memaknai ulang tubuh serta identitas mereka dalam kerangka budaya populer, sehingga praktik ini menjadi suatu cara bagi seseorang untuk membentuk ulang identitas diri sekaligus menentang norma tradisional.



Gambar 1.7 Akun Instagram phinaphin

Sumber: [www.instagram.com](https://www.instagram.com/phinaphin) (2024)

Fenomena *crossplay* tidak dapat dilepaskan dari aspek komunikasi identitas gender. Dalam masyarakat yang masih kental dengan norma gender tradisional, *crossplay* menantang batasan yang ada. Menurut Judith Butler, gender terbentuk melalui tindakan performatif yang diulang terus-menerus sehingga menciptakan ilusi sebagai sesuatu yang “alami” (Thaariq & Dharma, 2025). Dalam praktik *crossplay*, proses ini menjadi lebih eksplisit karena pelaku secara sadar mengonstruksi penampilan gender berbeda dari identitas aslinya. Komunikasi identitas gender dalam *crossplay* dilakukan melalui berbagai cara. Pertama, simbol visual seperti kostum, rias wajah, gaya rambut, hingga penggunaan *props* menjadi media utama. *Crossplayer* mengatur detail visual sedemikian rupa agar dapat menghadirkan representasi maskulin atau feminin sesuai karakter yang

diperankan. Penggunaan *chest binder* atau pengikat dada, yang umumnya digunakan oleh *cosplayer* perempuan yang berperan sebagai karakter laki-laki, bertujuan untuk meratakan bentuk dada guna menciptakan penampilan maskulin yang lebih autentik (Tuck & Bind, 2025). Teknik ini, meskipun populer, memerlukan perhatian khusus terkait keselamatan dan kenyamanan penggunaannya. Sebagai tambahan, *padding* tubuh digunakan untuk menambah volume di area tertentu seperti bahu atau pinggang untuk membentuk siluet tubuh yang lebih proporsional sesuai dengan karakter yang diperankan.

Dalam konteks ini, identitas gender dalam *crossplay* tidak hanya berhenti pada aspek performatif yang tampak secara visual, tetapi juga berkaitan dengan bagaimana individu memaknai diri mereka secara personal serta bagaimana identitas tersebut dipahami dan direspons oleh orang lain. Hal ini dapat dipahami melalui kerangka *Communication Theory of Identity* (CTI), yang memandang identitas sebagai konstruksi yang terdiri atas beberapa lapisan yang saling berhubungan, yaitu *personal identity*, *enacted identity*, *relational identity*, dan *communal identity*. Pada lapisan *personal identity*, identitas berkaitan dengan bagaimana individu memandang, mendefinisikan, dan memaknai dirinya berdasarkan pengalaman, nilai, keyakinan, serta refleksi personal yang dimilikinya (Hecht & Lu, 2014). Sementara itu, Identitas yang ditampilkan melalui kostum dan cara berinteraksi dengan pengalaman subjektif individu, sekaligus dengan ekspektasi dan penilaian dari komunitas maupun masyarakat luas, karena lapisan-lapisan identitas tersebut bersifat saling berkaitan dan tidak berdiri secara independen (Hecht & Phillips, 2021). Dengan demikian, praktik *crossplay* memperlihatkan bahwa identitas gender merupakan hasil dari proses komunikasi yang berlangsung antara diri, relasi sosial, dan konteks komunitas.

Namun, meskipun penggunaan teknik ini sangat penting untuk menciptakan identitas karakter yang lebih meyakinkan, penelitian mengenai identitas gender dalam kegiatan *crossplay*, khususnya di Indonesia, masih tergolong terbatas. Hal ini dikarenakan penelitian tentang *cosplay* lebih menekankan pada aspek budaya populer, hiburan, atau kreativitas, tetapi belum cukup mendalam membahas

bagaimana *crossplayer* di Indonesia mengomunikasikan identitas gender mereka, baik melalui simbol, performa tubuh, maupun interaksi di ruang digital. Fenomena ini memperlihatkan bahwa *crossplay* berfungsi sebagai medium komunikasi identitas, yang di satu sisi memungkinkan kebebasan berekspresi, tetapi di sisi lain juga berhadapan dengan stigma sosial yang masih kuat.

Seorang *cosplayer* perempuan yang memilih untuk berperan sebagai karakter laki-laki, mungkin melihat kegiatan tersebut bukan sekadar “berubah kostum”, melainkan aksi negosiasi terhadap feminitas mereka sendiri. *Cosplay* atau *crossplay* bagi perempuan yang mengenakan karakter laki-laki tidak sekadar “meniru laki-laki”, tetapi digunakan untuk menciptakan versi maskulin yang mereka desain sendiri, dengan mengambil elemen feminitas yang mereka pilih untuk tetap hadir dalam performa (Glasspool, 2023). Fenomena *crossplay* memperlihatkan bagaimana perempuan menggunakan praktik tersebut sebagai sarana untuk menampilkan bahwa feminitas dapat hadir dalam konteks maskulin. *Crossplay* dapat berfungsi sebagai praktik budaya yang dapat mengubah stereotip gender, karena memungkinkan pelaku untuk secara kreatif menampilkan jangkauan identitas yang fleksibel melalui penampilan dan peran yang dipilih (Hutabarat-Nelson, 2017).

Gender bukan sesuatu yang alami sejak lahir, melainkan dibentuk melalui kebiasaan dan tindakan yang terus diulang dalam kehidupan sehari-hari, sehingga terlihat seolah-olah alami (Thaariq & Dharma, 2025). Dalam praktik *crossplay*, proses ini tampak lebih eksplisit karena individu secara sadar mengonstruksi penampilan gender yang berbeda dari identitas biologisnya. Kostum, riasan wajah, gaya rambut, hingga properti yang digunakan tidak sekadar elemen estetis, tetapi juga berfungsi sebagai media komunikasi yang menyampaikan representasi maskulin maupun feminin. Hal ini menunjukkan bahwa *crossplay* tidak hanya sekadar hiburan, tetapi juga merupakan praktik simbolik yang sarat makna identitas yang memanfaatkan simbol visual, performa tubuh, serta interaksi di media sosial, *crossplayer* menunjukkan bahwa gender dapat dimainkan dan dimaknai ulang. Komunikasi identitas gender

mereka melalui praktik *crossplay* bukan bentuk hiburan semata, tetapi juga sebagai sarana untuk mengekspresikan diri dan menegosiasikan identitas di tengah norma sosial yang masih kuat.

1.2 Rumusan Masalah

Fenomena *crossplay* yang berkembang di Indonesia tidak dapat dilepaskan dari pesatnya arus budaya populer Jepang serta dominasi media sosial sebagai ruang ekspresi generasi-Z. Pada awalnya, *cosplay* dipahami sebagai bentuk hiburan dan kreativitas dalam budaya partisipatif, namun dalam praktik *Female-to-Male (F2M) crossplay* diluar kreativitas tersebut muncul komunikasi identitas gender. Berbeda dengan sekadar merepresentasikan karakter laki-laki, perempuan yang melakukan *F2M crossplay* umumnya memerankan karakter pria tampan dengan estetika maskulin yang androgini. Karakteristik tersebut memberikan ruang bagi perempuan untuk mengeksplorasi dan menampilkan ekspresi gender di luar konstruksi feminitas tradisional, sehingga *F2M crossplay* menjadi konteks yang relevan untuk memahami komunikasi identitas gender. Dalam konteks ini, identitas gender dapat dipahami melalui perspektif *Communication Theory of Identity (CTI)* yang memandang identitas sebagai proses komunikasi yang terbentuk melalui interaksi. Hal tersebut memberikan ruang bagi perempuan untuk mengeksplorasi, membangun, dan mengomunikasikan ekspresi gender di luar konstruksi feminitas tradisional. Dengan demikian, praktik *F2M crossplay* menjadi salah satu sarana bagi perempuan untuk menegosiasikan identitas gender mereka tanpa harus mengubah identitas biologis.

Komunikasi identitas tersebut semakin terlihat dengan munculnya media sosial, khususnya Instagram. Sebagai *platform* yang berorientasi pada konten visual, Instagram memungkinkan *crossplayer* tidak hanya menampilkan hasil transformasi karakter melalui foto, video, kostum, riasan, dan gestur, tetapi juga melakukan kurasi identitas, membangun citra diri, serta berinteraksi dengan audiens melalui fitur komentar, *likes*, dan pengikut. Hal tersebut menjadikan Instagram sebagai ruang komunikasi identitas yang memungkinkan proses pembentukan, penyampaian, dan negosiasi identitas gender berlangsung secara

berkelanjutan. Namun, meskipun *crossplay* memberikan ruang bagi kebebasan berekspresi dan pemaknaan ulang identitas gender, praktik ini masih menghadapi stigma sosial yang kuat di masyarakat Indonesia yang sarat dengan norma gender tradisional. *Crossplayer* perempuan sering dianggap melanggar batas kewajaran atau dikaitkan dengan orientasi seksual tertentu, namun komunitas *cosplay* memandang *crossplay* sebagai ruang artistik dan bentuk ekspresi diri. Ketegangan antara cara seseorang mengekspresikan diri melalui budaya populer dengan aturan sosial yang kaku di Indonesia menunjukkan adanya perbedaan pemahaman tentang bagaimana *crossplayer* menyampaikan identitas mereka dalam media sosial Instagram. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menambah pemahaman lebih lanjut tentang bagaimana praktik *crossplay* Female-to-male (F2M) berfungsi sebagai medium komunikasi identitas gender sekaligus ruang negosiasi terhadap norma sosial dan konstruksi feminitas dalam budaya populer digital masa kini.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dipaparkan, berikut adalah pertanyaan penelitian:

Bagaimana para *crossplayer* perempuan membentuk dan mengomunikasikan *gender identity* mereka?

1.4 Tujuan Penelitian

Memperoleh pemahaman mendalam tentang konstruksi identitas gender pada *crossplayer* perempuan dan cara mereka mengomunikasikan identitas gendanya di media sosial Instagram.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini membantu meningkatkan pemahaman komunikasi identitas gender *crossplayer* di Indonesia melalui *communication theory of identity*.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Memberikan pemahaman bagi *crossplayer* serta *cosplayer* bahwa *crossplay* tidak hanya bersifat hiburan, tetapi juga merupakan proses komunikasi identitas. Hasil penelitian ini dapat membantu *crossplayer* dalam merefleksikan cara mereka membangun dan mengelola identitas gender mereka di Instagram.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap *crossplay* sebagai ekspresi budaya dan identitas, sehingga dapat mengurangi stigma sosial dan mendorong sikap lebih inklusif terhadap identitas gender.

1.6 Batasan Penelitian

Penelitian ini hanya berfokus kepada cara *crossplayer female-to-male* membentuk dan mengomunikasikan identitas gender *crossplayer* Gen-Z. Penelitian ini tidak berfokus pada komunikasi dan pembentukan identitas gender *cosplayer* secara umum maupun *crossplayer male-to-female*.