

THE EXPERIENCE OF BEING A COSPLAYER: AN INTERPRETATIVE
PHENOMENOLOGICAL ANALYSIS APPROACH

Ulfa Miranti, Yohanis Franz La Kahija

Fakultas Psikologi, Universitas Diponegoro

Jl. Prof. Soedarto SH Tembalang Semarang 50275

Email: ulfhamiranti002@gmail.com

Abstract

Cosplay is defined as the type of performing arts of an individual wearing a costume as a fictional character, usually from graphic novels, comics, anime media, cartoons, video games, or science fiction and fantasy. The method of data analysis that is used in this study is an Interpretative Phenomenological Analysis (IPA) approach. The procedure focuses on exploring the experiences, thoughts, and unique events the subject has through interviews. Subjects were selected based on following criteria: subject is a cosplayer that has been actively cosplaying for three years and has played more than five characters. The results of this study show three focus themes of character personification, self-transformation and impression for the sake of appreciation. Researchers found that whilst being a cosplayer, subjects are required to imitate the character not only in terms of visual representation but also the nature possessed by the character. Thus, this study is expected to be useful for a description of a participatory modern subculture, such as cosplay, and an understanding of people with an interest in fictional characters.

Keywords: cosplay, role-play, social identification

Abstrak

Cosplay diartikan sebagai jenis seni pertunjukan seorang individu memakai kostum sebagai karakter fiksi, biasanya dari novel grafis, komik, media *anime*, kartun, *video game*, atau fiksi ilmiah dan fantasi. Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengalaman menjadi *cosplayer*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA). Prosedur tersebut berfokus pada eksplorasi pengalaman subjek, pemikiran, dan peristiwa unik yang dimiliki oleh subjek melalui wawancara. Proses pemerolehan subjek menggunakan teknik *purposive*. Subjek merupakan *cosplayer* yang sudah tiga tahun menjadi *cosplayer* dan sudah memerankan lebih dari lima karakter. Hasil dari penelitian ini menunjukkan tiga fokus tema yaitu personifikasi karakter, transformasi diri dan impresi demi apresiasi. Peneliti menemukan bahwa menjadi *cosplayer*, subjek dituntut untuk meniru karakter bukan hanya dari segi visual tapi juga sifat yang dimiliki oleh karakter tersebut. Perubahan menjadikan diri semakin positif dan berusaha untuk tetap bertahan dalam tantangan agar tetap mampu mendedikasikan diri dalam dunia *cosplay*. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan berguna untuk gambaran mengenai subkultur modern yang bersifat partisipatif seperti *cosplay* dan pemahaman terhadap orang yang memiliki minat terhadap karakter fiksi.

Kata Kunci : *cosplay*, *role-play*, identifikasi sosial

PENDAHULUAN

Sektor hiburan Jepang yang terkenal, misalnya *fashion*, musik, film, *manga* (komik Jepang) dan *anime* (film animasi Jepang) telah diterima baik oleh beberapa negara. *Manga* (komik Jepang), *pachinko* (permainan *pinball* Jepang), dan *cosplay* merepresentasikan serta dapat mencerminkan bahasa, budaya, tradisi, dan sejarah Jepang. Salah satu bentuk budaya partisipatif yang direpresentasikan oleh penggemar dengan melibatkan kemampuan dalam ekspresi performatif yaitu *cosplay* (Ito & Crutcher, 2014).

Chen (dalam Rahman, Liu, & Cheung, 2012) mengatakan bahwa *cosplay* dalam konteks subkultur modern sering digunakan untuk menggambarkan kegiatan berpakaian dan bertindak sebagai karakter dari *manga* (komik Jepang), *anime* (kartun animasi), *tokusatsu* (film dengan efek khusus atau acara televisi), *video game*, fiksi ilmiah atau *sci-fi*, dan grup musik. *Cosplay* dapat dikategorikan ke dalam berbagai genre, seperti fantasi, *cuteness*, *romance*, *horror*, *sci-fi*, *fetish*, *gothic*, dan mitologi. Subkultur ini menjadi lebih populer di luar Jepang dan telah bermunculan di banyak bagian Asia termasuk Hongkong, Taiwan, China.

Winge (2006) mengatakan bahwa *cosplayer* tidak hanya berdandan, mengenakan kostum seperti dalam pesta kostum atau *Halloween*, *cosplayer* menghabiskan uang yang banyak, cukup menyita waktu dalam proses pembuatan, membeli kostum, mempelajari pose, juga mempelajari dialog khas karakter yang akan mereka perankan. *Cosplayer* tampil di acara-acara *cosplay* dan mengubah diri dari identitas dunia nyata menjadi karakter fiksi yang telah dipilih. Oleh karena itu, kreativitas saja tidak cukup untuk sebuah totalitas dalam *bercosplay*

Cosplay bukan di sebut sebagai kegiatan tidak masuk akal atau tidak berarti, tetapi bentuk ekspresi pribadi dan manifestasi yang ada di luar dari norma yang diterima oleh budaya *mainstream* lainnya (Winge, 2006). *Cosplay* memungkinkan penggemar untuk meniru karakter favorit mereka dan untuk menciptakan kembali diri yang imajinatif di dunia nyata. Hal tersebut merupakan kegiatan yang menyenangkan, kegiatan bermain, identifikasi karakter, dan objektifikasi diri dari hal yang tidak bisa dilakukan oleh kebanyakan orang di dalam kehidupan sehari-hari (Rahman, dkk., 2012).

Cosplay dalam bahasa Jepang yaitu *kosupure*, adalah kombinasi dari kata "*Costume*" (コ ス) dan "bermain" (ゾ ム). *Cosplay* adalah kata modern digunakan untuk menggambarkan kostum *fandom* yang didefinisikan sebagai penggemar. *Cosplay* adalah jenis seni pertunjukan di mana seorang individu memakai kostum sebagai karakter fiksi. Biasanya dari novel grafis, komik, media *anime*, kartun, *video game*, atau fiksi ilmiah dan fantasi (Winge, 2006).

Istilah *cosplay* (*kosupure*) telah diciptakan pada tahun 1984 oleh Takahashi Nobuyuki, pendiri dan juga penulis dari *Studio Hard Publishing Company*, untuk medeskripsikan penggemar fiksi ilmiah dan fantasi yang memakai kostum idola mereka yang dilihat ketika mengunjungi Con di Los Angeles tahun itu. Takahashi Nobuyuki sangat terkesan dengan apa yang telah dia lihat dan menuliskan pengalamannya di sebuah majalah ketika dia kembali ke Jepang untuk mendorong pembacanya agar menggunakan kostum dengan cara yang sama. Penggunaan kata *cosplay* pada *fandom* modern memiliki pengertian yang salah karena mengatakan bahwa *cosplay* berawal dari

Jepang pada tahun 1980-an dan terbatas pada *anime* dan *manga* saja, karena faktanya penggemar fiksi dan fantasi dari Amerika Utara telah menggunakan kostum seperti idolanya dalam acara *The First World Science Fiction Convention* (Worldcon) yang diadakan di New York, Juli tahun 1939 (Lotecki, 2006).

Cosplay adalah proses konversi dua dimensi (2D) *image* atau fantasi dari sebuah halaman *manga*, cuplikan dari *anime*, atau karakter 2D ke karakter hidup tiga dimensi (3D) kedalam dunia nyata. *Cosplay* memberikan impian, kesenangan, roman, dan fantasi yang tidak dapat dipenuhi atau tidak dapat terwujud dalam kehidupan sehari-hari mereka. Dalam budaya partisipatif seperti *cosplay*, banyak penggemar fanatik (*otaku*) memilih karakter tertentu karena kesukaan mereka terhadap suatu karakter dan persona. Memerankan karakter favorit adalah cara untuk mengekspresikan *fandom* dan *passion* mereka (Rahman, dkk., 2012).

Cosplayer akan berusaha menjiwai peran dan pengkarakteran dari tokoh tersebut. Misalnya seseorang yang di dunia nyata adalah orang yang hiperaktif, memerankan tokoh yang berkarakter pendiam dan pemalu. Seorang *cosplayer* harus mampu memainkan peran tersebut. Begitupun sebaliknya, seseorang yang di dunia nyata adalah orang yang pendiam, bisa saja menjadi hiperaktif dengan memerankan karakter yang diperankan tersebut. Kepribadian *cosplayer* sendiri dipengaruhi juga oleh *cosplay* yang diperankan, apabila seorang *cosplayer* menampilkan atau melakukan kegiatan *cosplay*. Kepribadian juga memengaruhi bentuk *cosplayer* terhadap *cosplay* itu sendiri. *Cosplay* pada tataran tertentu mampu memberikan kepuasan berbusana, tidak saja dalam hal ekspresi tetapi juga bagaimana melakukan penjiwaan tokoh tersebut secara total (Lotecki, 2006)

METODE

Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengalaman seorang *cosplayer*. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologis. Pendekatan ini berusaha mengeksplorasi pengalaman personal dan menekankan persepsi personal individu tentang objek atau peristiwa (Smith, 2009). Fenomenologis memiliki sudut pandang bahwa setiap pengalaman manusia itu unik, meskipun terdapat beberapa individu memiliki pengalaman yang sama, sekali-sekali mereka akan memberi makna berbeda terhadap pengalaman tersebut.

Peneliti menggunakan pendekatan *Interpretative phenomenological analysis* (IPA) dalam penelitian fenomenologis ini. Pendekatan IPA bertujuan untuk menjelajahi pemaknaan partisipan terhadap pengalaman-pengalaman besar dalam kehidupan pribadinya (Smith, Flower & Larkin, 2009). Perspektif fenomenologis dengan pendekatan IPA di atas sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu memahami pengalaman partisipan sebagai *cosplayer*. Karakteristik partisipan dalam penelitian ini adalah *Cosplayer* berusia sekitar 18-25 tahun, dan sudah melakukan *cosplay* selama kurang lebih tiga tahun dan memerankan lebih dari lima karakter.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, peneliti menemukan tiga tema induk dan delapan tema supe-ordinat yang menjadi fokus penelitian. Berikut adalah tabel tema induk, serta tema-tema super-ordinat yang membentuk, sebagai temuan penelitian:

Tema Induk dan Superordinat

Tema Induk	Tema Super-ordinat
Personifikasi karakter	<ul style="list-style-type: none">Menjadi karakterPersiapan sebagai <i>cosplayer</i>
Transformasi diri	<ul style="list-style-type: none">Pandangan terhadap diri sendiriDorongan untuk berubahProduktivitas melalui <i>cosplay</i>
Impresi demi apresiasi	<ul style="list-style-type: none">Unjuk diri sebagai <i>cosplayer</i>Popularitas lewat <i>cosplay</i>Perkembangan <i>cosplay</i> yang negative

Cosplayer berusaha untuk menjadi karakter yang ingin mereka perankan. Mencoba untuk memakai topeng sebagai karakter dengan menampilkan wajah orang lain demi diterima oleh penggemar layaknya karakter tersebut. Dalam hal ini *cosplayer* bermain peran dengan menjadi karakter. Myers (2014) menyatakan bahwa peran (*role*) merujuk pada aksi yang diharapkan dari mereka yang memegang suatu posisi sosial tertentu. Berkaitan dengan itu, realisasi karakter yang diperankan oleh kelima subjek sebagaimana yang telah ditemukan oleh peneliti, kelima subjek memerankan, meniru identitas karakter, dan berperan dengan sifat yang dimiliki oleh karakter, kelima subjek mengupayakan diri menjadi karakter yang disukai dengan berperan sebagai karakter itu sendiri dan menghilangkan sifat pribadi yang melekat dalam diri subjek dan menjadi sifat yang mewakili karakter.

Dalam proses mempersonalisasi karakter, subjek melakukan eksplorasi terhadap karakter, menyelami sifat karakter, dan memperdalam dengan beberapa adegan yang menyerupai karakter tersebut. Berdasarkan hasil temuan peneliti, kelima subjek memilih *cosplay* sesuai dengan minat dan keinginan pribadi, serta berkomitmen untuk terus berkarya walaupun melalui jalan yang panjang serta mendedikasikan diri untuk ber-*cosplay*.

Peneliti menemukan bahwa banyak persiapan yang dilakukan oleh subjek sebelum terjun langsung menjadi seorang karakter. Kebutuhan untuk *cosplay* yang tidak sedikit membuat *cosplayer* harus melakukan berbagai macam cara agar kebutuhan untuk ber-*cosplay* terpenuhi agar mampu tampil sempurna didepan penggemar. Dalam hal ini, terlihat bahwa subjek tidak hanya memenuhi kebutuhan *cosplay* sebagai kepuasan pribadi tetapi memenuhi kebutuhan *cosplay* agar bisa tampil didepan penggemar. Manusia yang berjuang meraih keberhasilan adalah pribadi yang mampu mempertahankan keadaan dirinya dengan melihat masalah sehari-hari dari sudut pandang perkembangan masyarakat daripada sudut pandang pribadi (Feist & Feist, 2012).

Komunikasi intrapersonal adalah komunikasi dengan diri sendiri (Mulyana, 2007). Komunikasi intrapersonal merupakan proses yang terjadi di dalam individu mulai dari kegiatan menerima pesan atau informasi, mengolah, menyimpan, dan menghasilkan kembali. Kesadaran pribadi (*self awareness*) memiliki beberapa elemen yang mengacu pada identitas spesifik dari individu. Salah satu identitas spesifik individu adalah konsep diri. Konsep diri menentukan bagaimana seseorang

mempersiapkan diri mereka sendiri. Proses pengolahan informasi yang disebut komunikasi intrapersonal meliputi sensasi, persepsi, memori, dan berpikir. Subjek melakukan *cosplay* dengan cara mencari informasi tentang *cosplay*, berdiskusi dan *sharing* informasi tentang *cosplay* dengan teman atau anggota komunitas, belajar cara menggunakan kostum, *make-up*, belajar penjiwaan karakter serta berpartisipasi dalam *event-event cosplay*.

Menurut Brian Tracy (2005), konsep diri memiliki 3 (tiga) bagian utama, yaitu ideal diri (*self ideal*), citra diri (*self image*), dan harga diri (*self esteem*). Ketiga elemen tersebut merupakan satu kesatuan yang membentuk kepribadian, menentukan apa yang biasa individu pikirkan, rasakan, dan lakukan, serta akan menentukan segala sesuatu yang terjadi kepada diri sendiri. Subjek menjadikan karakter tersebut sebagai motivasi diri dan ingin menjadi karakter tersebut di dunia nyata, menjadikan *cosplay* sebagai sarana hiburan atau *refreshing* dari rutinitas sehari-hari dan memberikan suatu kesenangan dan kepuasan terhadap subjek. Subjek melakukan *cosplay* dengan pandangan bahwa mereka memang berbeda dengan orang lain dan tidak terpengaruh oleh pandangan negatif dari orang lain. Kepercayaan diri subjek juga meningkat setelah melakukan *cosplay* dan lebih mudah dalam berinteraksi dengan orang lain. Penjiwaan karakter membuat *cosplayer* merasa yakin bahwa mereka bisa berakting atau bermain seni peran. Menjadi kebanggaan tersendiri jika mampu menarik penggemar lebih banyak dan sukses dalam membawakan suatu peran.

Beberapa perubahan dilakukan oleh subjek setelah mengenal *cosplay*. Perubahan tersebut tidak hanya terjadi pada penampilan, tetapi juga sikap dan perilaku. Myers (2014) mengatakan bahwa jika mengubah sesuatu yang penting dalam diri, sebaiknya tidak menunggu inspirasi dan wawasan, terkadang hanya perlu bertindak. Berkaitan dengan itu, peneliti menemukan bahwa subjek tidak menunggu inspirasi ketika ingin melakukan perubahan. Subjek melakukan perubahan karena punya keinginan untuk melakukan perubahan sebagai dasar pengembangan potensi diri dan mengembangkan *cosplay* serta kebutuhan untuk menjadi diri yang positif dan guna membangun komunikasi yang baik dengan orang sekitar setelah melakukan penilaian diri dari pengalaman masa lalu.

Dalam melakukan perubahan diri, motivasi juga mempengaruhi perubahan yang ada di dalam diri subjek. Peneliti menemukan bahwa motivasi terbesar subjek berasal dari dalam diri subjek sendiri. Menurut Santrock (2007) motivasi intrinsik adalah dorongan untuk melakukan sesuatu demi sesuatu itu sendiri (tujuan itu sendiri).

Cosplay tidak hanya sebagai penyaluran minat dan hobi saja tetapi *cosplay* juga menghasilkan materi dan prestasi yang bisa oleh diraih oleh *cosplayer*. Materi dan prestasi merupakan nilai tambah dalam *cosplay* setelah *cosplayer* sukses menampilkan karakter sesuai dengan apa yang diinginkan. Peneliti menemukan bahwa tidak hanya dari prestasi dan materi, tetapi subjek juga mendapatkan relasi yang lebih luas dan berguna untuk keberlangsungan *cosplay* subjek di masa depan, berkumpul dengan kelompok yang memiliki identitas serta sebagai pelarian diri sejenak dari dunia nyata.

Tajfel (dalam Taylor, Peplau & Sears, 2009) menyatakan bahwa *social identity* adalah bagian dari konsep diri individu yang berasal dari keanggotaannya dalam satu kelompok sosial (atau kelompok-kelompok sosial) dan nilai serta signifikansi emosional yang ada dilekatkan dalam keanggotaan itu. Menurut Burke & Stets (1998), identitas sosial merupakan kategorisasi-diri dalam hal kelompok, dan lebih terfokus pada makna yang terkait dalam menjadi anggota kategori sosial.

Subjek merupakan anggota dari komunitas *cosplay* yang memiliki ikatan kuat didalamnya, dimulai dari bergabung dengan proyek *cosplay*, berdiskusi mengenai bahan kostum, bahan properti dan informasi lain yang mampu membuat *cosplayer* tersebut bisa tampil dengan baik. Karena sudah bergaul dengan anggota kelompok, tercipta sebuah kenyamanan dalam kelompok tersebut, dimulai dari membela anggota kelompok dari hal yang negatif, melakukan tour keluar kota sebagai partisipasi dalam *event*.

Maslow (dalam Feist & Feist, 2012) dua tingkatan kebutuhan akan penghargaan adalah reputasi dan harga diri. Reputasi merupakan persepsi akan gengsi, pengakuan atau ketenaran yang dimiliki oleh seseorang dilihat dari sudut pandang orang lain, sedangkan harga diri lebih dari reputasi maupun prestise. Harga diri menggambarkan sebuah keinginan, kemampuan, kepercayaan diri dihadapan dunia, serta kebebasan dan kemandirian. Peneliti menemukan bahwa sebagai manusia yang sedang beraktualisasi diri, *cosplayer* juga ingin mendapatkan pengakuan, penghargaan, serta ketenaran dari orang lain berdasarkan kemampuan yang mereka miliki. Popularitas mendukung perkembangan subjek, belajar dari pengalaman, berubah menjadi lebih baik, mengupayakan penampilan yang terbaik, dan bagaimana bertahan agar tetap dapat memberikan kesan yang baik bagi penggemar.

Menurut Rangarajan, Gelb, dan Vandaveer (2017) setiap orang memulai dengan karakteristik yang dapat meninggalkan kesan pada orang lain. Setiap orang memiliki *personal brand* sebagai hasil dari kesan pertama, kepribadian, dan komunikasi dengan orang lain. Individu harus mempertimbangkan apakah *personal brand* yang dikomunikasikan dapat diterima lebih baik, bagaimana *personal brand* bisa disempurnakan, dan apakah *personal brand* tersebut sesuai dengan kebutuhan. Dalam hal ini, peneliti menemukan *cosplayer* akan berusaha meninggalkan kesan yang baik bagi penggemar dengan menunjukkan karakter yang telah direalisasikan dengan baik, memakai properti yang mendukung karakter serta melakukan adegan layaknya karakter.

KESIMPULAN

Untuk menjadikan karakter yang disukai hidup di dunia nyata, personifikasi karakter merupakan tantangan yang harus dihadapi oleh *cosplayer*. Subjek tidak hanya berpakaian layaknya karakter, tetapi juga harus mendalami sifat karakter, beradegan seperti karakter dan memakai properti yang mampu mewakili karakter. Selama proses menjadi karakter, subjek merasakan perubahan yang ada pada diri, perubahan yang dirasakan yaitu sebelum mengenal *cosplay* dan setelah mengenal *cosplay*. Perubahan yang dirasakan dari segi positif dan negatif. Perubahan tersebut didukung oleh dukungan yang didapatkan subjek baik dari dalam diri sendiri maupun di lingkungan sekitar subjek, tidak terlepas dari penghargaan dan prestasi yang ditujukan kepada subjek. Tampil sebagai karakter tidak terlepas dari perasaan ingin menunjukkan karya dan kesan yang baik kepada penggemar. Proses ini subjek berusaha untuk mengembangkan bakat dan minat mereka sebagai bentuk apresiasi diri mereka terhadap dunia *cosplay*. Pengalaman masa lalu mengajarkan subjek untuk berkembang dan sebagai proses meraih kepopuleran. Walaupun ada pandangan yang negatif, tetapi subjek masih bisa bertahan dan tetap berjuang untuk mendedikasikan diri pada dunia *cosplay*.

DAFTAR PUSTAKA

- Burke, J., P., Stets, E. J. (1998). *Identity Theory And Social Identity Theory*. Washington State University.
- Feist, J., & Feist, G. J. (2012). *Teori kepribadian*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Ito, K., & Crutcher, P. A. (2014). Popular mass entertainment in Japan: Manga, Pachinko, and Cosplay. *Society*, 51(1), 44–48. <https://doi.org/10.1007/s12115-013-9737-y>
- Lotecki, A. (2006). Cosplay culture: The development of interactive and living art through play. *Ryerson University Jurnal*.
- Myers, D. G. (2014). *Psikologi sosial*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Mulyana, D. (2007). *Ilmu komunikasi suatu pengantar*. Bandung : Rosdakarya.
- Rahman, O., Liu W., Brittany Hei-Man Cheung. (2012). "Cosplay": Imagitive self and performing identity. *Fashion Theory*, Vol.16, No.3, 317-342. doi:10.2752/175174112X13340749707204
- Rangarajan, D., Gelb, B. D., & Vandaveer, A. (2017). Strategic personal branding-And how it pays off. *Business Horizons*, 60(5), 657–666. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2017.05.009>
- Rosenberg, R. S., & Letamendi, A. M. (2013). Expressions of fandom: Findings from a psychological survey of cosplay and costume wear. *The Journal of Cult Media*, (5)9, 14. Diakses dari <http://intensitiescultmedia.com/issue-5-springsummer-2013/>
- Sears, D. O., & Freedman, J. L. (2009). *Psikologi sosial*. Edisi Kelima Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Smith, J. A., (2009) *Psikologi kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Smith, J. A., Flower, P., & Larkin, M. (2009). *Interpretative phenomenological analysis: Theory, methods and research*. London: SAGE Publications.
- Taylor, S. E., & Peplau, L. A., & Sears, D. O. (2009). *Psikologi Sosial. Edisi Kedua Belas*. Jakarta: Kencana
- Tracy, B., (2007). *Change Your Thinking Change Your Life*. Bandung : PT Mizan Pustaka.
- Wardana, I. M. (2015). Penggunaan budaya populer dalam diplomasi budaya Jepang melalui world cosplay summit. *Jurnal Universitas Udayana*
- Winge, T. (2006). *costuming the imagination: Origins of anime and manga cosplay*. Minneapolis: University of Minnesota Press.