

**PERILAKU FANATISME PADA COSPLAYER ANIME**



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam  
Indonesia**

**Oleh**

**MOH. NAUVAL. R**

**19321193**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL BUDAYA**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2025**

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**  
**PERILAKU FANATISME PADA COSPLAYER ANIME**

Oleh:

(Moh. Nauval R)  
(19321193)

Telah disetujui dan disahkan oleh Dosen Pembimbing Skripsi

Tanggal: ..... 17 Oktober 2025

Mengetahui

Dosen Pembimbing Skripsi



Ratna Permata Sari, S.I.Kom, M.A.

NIDN. 0509118601

الجامعة الإسلامية  
الاندونيسية

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**SKRIPSI**  
**PERILAKU FANATISME PADA COSPLAYER ANIME**

Disusun oleh:

(Moh. Nauval. R)  
(19321193)

Telah Diuji dan disahkan oleh Dosen Penguji Skripsi  
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia

Pada Hari : Selasa  
Tanggal : 25 November 2025

Dosen Penguji :  
Ketua : Ratna Permata Sari, S.I.Kom, M.A.  
NIDN. 0509118601  
Anggota : Anggi Arif Fudin Setiadi, S.I.Kom., M.I.Kom  
NIDN. 0511119003



Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia

  
Dr. Zaki Habibi, M.Comms  
NIDN. 0517078101



## PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : M.Nauval Rafli Ramadhan

Nomor Mahasiswa : 19321193

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Budaya Universitas Islam Indonesia

Dengan ini menyatakan hal – hal sebagai berikut:

1. Selama proses penyusunan skripsi ini, saya tidak melakukan pelanggaran akademik dalam bentuk apa pun, termasuk pada plagiarisme, penggunaan jasa penulisan karya ilmiah oleh pihak lain, atau bentuk pelanggaran lainnya yang bertentangan dengan prinsip dan etika akademik yang dijunjung tinggi oleh Universitas Islam Indonesia.
2. Oleh karena itu, skripsi ini sepenuhnya merupakan hasil karya ilmiah saya sendiri sebagai penulis, dan bukan merupakan hasil plagiarisme atau karya milik pihak lain.
3. Dalam proses penyusunan skripsi ini, saya memanfaatkan teknologi Generative Artificial Intelligence secara bertanggung jawab dan terbatas pada aspek-aspek berikut:
  - a. [Nama Sistem AI], digunakan untuk **[deskripsi penggunaan, misalnya menyusun struktur awal]**.
  - b. [Nama Sistem AI], digunakan untuk **[deskripsi penggunaan, misalnya pengecekan tata bahasa]**.
  - c. dan seterusnya.
4. Apabila di kemudian hari, setelah saya dinyatakan lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti yang meyakinkan bahwa skripsi ini bukan merupakan hasil karya ilmiah saya sendiri, melainkan merupakan hasil plagiarisme atau karya milik pihak lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang berlaku di lingkungan Universitas Islam Indonesia.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dari pihak mana pun, untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 13 oktober 2025

Yang menyatakan,



M.Nauval Rafli Ramadhan, 19321149

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Moh. Nauval Rafli. R  
Tempat dan Tanggal Lahir : Bandung 29 November 2001  
NIM : 19321193

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **FANATISME COSPLAYER TERHADAP ANIME** secara keseluruhan Adalah hasil penelitian karya saya sendiri, kecuali pada bagian bagian yang di rujuk sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini Adalah hasil plagiasi, maka saya siap untuk dicabut gelar sarjana yang dianugerahkan dan mendapatkan sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan penuh tanggung jawab.

Yogyakarta, 25 Desember 2025

Yang menyatakan,



Moh. Nauval-Rafli. R

NIM 19321193

## **MOTTO**

“Tidak ada mimpi yang gagal, yang ada hanyalah mimpi yang tertunda, cumin sekiranya kalo teman teman merasa gagal dalam mencapai mimpi, jangan khawatir, mimpi-mimpi lain bisa di ciptakan”

(Windah Basudara)

## **PERSEMBAHAN**

Pertama saya ucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala nikmat yang telah di berikan berupa kesehatan, kekuatan, dan inspirasi yang sangat banyak dalam proses menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam selalu terlimpah pada baginda Nabi Muhammad SAW. Skripsi ini saya persembahkan sebagai bukti semangat usaha serta cinta dan kasih kepada orang orang yang sangat berharga dalam hidupku.

Karya ini saya persembahkan sebagai tanda bukti sayang dan cinta yang tak terhingga kepada kedua orang tua tercinta. Yang terkuat Bapak Andi Surya Gandamana serta yang teristimewa Ibu Lina Mardiana yang telah melahirkan, membesarkan, merawat dan melindungi dengan tulus dan ikhlas serta yang memberikan doanya tanpa putus di sepanjang sholatnya.

Karya ini juga saya persembahkan kepada seluruh keluarga tercinta dan terkasih yaitu kaka, dan dua adik kembarku yang selalu memberikan semangat dan dukungan.

Ku persembahkan skripsi ini kepada ibu Ratna Permata Sari, S.I.Kom., MA., Dosen pembimbing saya yang telah membimbing dan mengarahkan saya dalam proses pembuatan skripsi ini.

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
PERSEMBAHAN .....	iii
DAFTAR ISI .....	iv
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT .....	ix
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1. Latar Belakang .....	1
2. Rumusan Masalah .....	6
3. Tujuan Penelitian .....	6
4. Manfaat Penelitian .....	6
5. Tinjauan Pustaka .....	6
6. Kerangka Teori .....	9
7. Metode Penelitian .....	12
8. Jenis Penelitian dan pendekatan .....	12
BAB II .....	16
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN .....	16
1. Anime .....	16
2. Cosplay .....	20
A. JENIS JENIS COSPLAY .....	23
B. Event cosplay yang ada di Indonesia .....	25
BAB III .....	27
TEMUAN DATA .....	27

1. Profil responden .....	27
2. Alasan tertarik pada anime .....	28
3. Alasan tertarik dengan cosplay .....	29
4. Cara menunjukkan diri sebagai cosplayer .....	32
5. Pengeluaran sebagai penggemar anime dan cosplay .....	39
6. Interaksi yang di lakukan sebagai cosplayer .....	45
7. Tampilan social media responden .....	48
BAB IV .....	54
PEMBAHASAN .....	54
1. Alasan tertarik kepada cosplay dan anime .....	54
2. Fanatisme terhadap anime .....	55
3. Penguat dari penelitian terdahulu .....	58
BAB IV .....	62
PENUTUP .....	62
1. Kesimpulan .....	62
2. Keterbatasan Penelitian .....	62
3. Saran .....	63
DAFTAR PUSTAKA .....	65

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayatnya. Tidak lupa sholawat serta salam dipanjatkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi tauladan bagi seluruh umatnya. Keteladanan beliau telah memotivasi seluruh umatnya sebagai orang-orang yang beriman.

Dengan izin Allah atas doa, upaya serta kerja keras yang peneliti lakukan akhirnya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Perilaku Fanatisme pada Cosplayer Anime. Skripsi ini telah disusun sebagai syarat untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dari Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Psikologi Dan Ilmu Sosial Budaya Universitas IslamIndonesia.

Melalui penelitian ini, peneliti memperoleh wawasan yang lebih luas, mempelajari berbagai hal baru, serta mendapatkan perspektif yang lebih mendalam terkait bidang ilmu pengetahuan, khususnya dalam konteks ilmu komunikasi. Proses penyusunan skripsi ini tentu tidak lepas dari berbagai hambatan dan rintangan yang harus dihadapi. Namun, berkat doa, dukungan, dan motivasi yang diberikan oleh berbagai pihak, peneliti dapat menyelesaikan penelitian hingga tahap ini. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus dan sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung selama proses penelitian ini berlangsung.

1. Allah SWT, atas semua Rahmat dan karunia yang diberikan sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
2. Keluarga tercinta, Mamah Lina Mardiana dan Papah Andi Surya Gandamana, terima kasih karena sudah memberikan doa yang selalu di panjatkan untuk kesehatan dan kesuksesan penulis, juga dukungan yang tiada batas demi anaknya. Kemudian Kaka Krisna dan dua adik kembar penulis Allycia dan Allysa yang selalu memberikan pertanyaan kapan selesai kepada penulis, yang menjadi pendorong
3. Bapak Iwan Awaluddin Yusuf, S.IP., M.Si., Ph.D sebagai ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi Dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia.
4. Ibu Ratna Permata Sari, S.I.Kom., MA., sebagai dosen pembimbing skripsi.

Terima kasih untuk bimbingan, waktu, dan kesabaran yang diberikan selama proses penelitian ini.

5. Para narasumber dari cosplayer (Wilbert, Rahma, Damar, Rea, Rafli).
6. Segenap dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia dan staf prodi ilmu komunikasi telah memberikan banyak pengetahuan, memberikan arahan, dan membantu dalam berbagai cara.
7. Kepada seluruh teman teman belajar dan bermain penulis Bintang, Hamdi, Prasta, Dwiki, Dimpur, Dimas, Agus, Gading, Dedi, Adit, Mahesa dan Satria, yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis, serta meluangkan waktunya untuk nongkrong, tentu untuk membahasa tentang skripsi, penulis juga ber terima kasih atas kehadiran kalian dalam hidup ini.
8. Last but not least, I wanna thank me I wanna thank me for believing in me I wanna thank me for doing all this hard work I wanna thank me for having no days off I wanna thank me for, for never quitting I wanna thank me for always being a giver And tryna give more than I recieve I wanna thank me for tryna do more right than wrong I wanna thank me for just being me at all times

Peneliti menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar tanpa dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua orang yang telah memberikan kontribusi, motivasi, dan doa selama proses penelitian dan penulisan skripsi ini. Peneliti berharap bahwa Allah SWT, Tuhan Yang Maha Pengasih dan Penyayang, akan membalas segala kebaikan, kemurahan hati, dan usaha semua pihak yang telah membantu peneliti dengan balasan yang berlipat ganda, baik di dunia maupun di akhirat. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan menjadi amal jariyah yang terus mengalir dan mendatangkan keberkahan dalam hidup mereka. Aamiin.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 27 Februari 2025

## **ABSTRAK**

**Ramadhan, Nauval. 19321193. Perilaku Fanatisme Pada Cosplayer Anime (Skripsi Sarjana). Program studi Ilmu Komunikasi , Fakultas Psikologi dan Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. 2025.**

Anime (animasi Jepang) menjadi sangat populer di Indonesia. pada tahun 2000 ke atas budaya populer Jepang mulai merambat luas pada kalangan anak muda, seperti pelajar dan mahasiswa. salah satunya adalah cosplay. Cosplay menjadi salah satu cara untuk menunjukkan kefanatisan mereka kepada anime, dengan menggunakan kostum karakter anime mereka meniru semua hal dari karakter yang mereka cosplay, dan cosplayer merupakan orang yang melakukan hal tersebut. Berdasarkan hal tersebut peneliti melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana bentuk fanatisme pada cosplayer anime. Penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan melewati berbagai tahapan seperti pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menyimpulkan perilaku fanatisme para cosplayer anime di bagi menjadi empat karakteristik yaitu 1) keterlibatan secara internal dengan cara membeli barang atau aksesoris seperti action figure, gantungan kunci dan kostum. 2) keterlibatan eksternal, responden membranding diri sendiri di sosial media sebagai cosplayer dan pecinta anime. 3) keinginan untuk memperoleh sesuatu yang berhubungan dengan objek fanatis seperti menghalukan karakter anime sebagai pasangan mereka. 4) berinteraksi dengan orang yang memiliki minat yang sama, pada karakteristik ini yang di lakukan yaitu membentuk sebuah wadah untuk menampung individu yang memiliki minat yang sama pada anime dan cosplay melalui komunitas.

**Kata kunci :** Anime, Cosplayer, Fanatisme

## **ABSTRACT**

**Ramadhan, Nauval. 19321193. Fanatism Behaviors in Anime Cosplayers. (Undergraduate Thesis) Department of Communication. Faculty of Psychology and Socio-Cultural Sciences, Universitas Islam Indonesia. 2025.**

Anime (Japanese animation) became very popular in Indonesia. in 2000 and above Japanese popular culture began to spread widely among young people, such as students and students. one of them is cosplay. Cosplay is one way to show their fanaticism for anime, by using anime character costumes they imitate everything from the characters they cosplay, and cosplayers are the people who do this. Based on this, researchers conducted a study that aims to find out how the form of fanaticism in anime cosplayers. This research will use descriptive qualitative methods by going through various stages such as data collection, data reduction, data presentation and conclusion drawing. The results of this study conclude that the fanaticism behavior of anime cosplayers is divided into four characteristics, namely 1) internal involvement by buying goods or accessories such as action figures, key chains and costumes. 2) external involvement, respondents branding themselves on social media as cosplayers and anime lovers. 3) desire to acquire something related to the fanatic object such as having an anime character as their partner. 4) interacting with people who have the same interests, in this characteristic what is done is to form a forum to accommodate individuals who have the same interest in anime and cosplay through the community.

**Keywords :** Anime, Cosplayers, Fanaticism

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1. Latar Belakang**

Anime merupakan animasi bergerak bergaya jepang yang kini di nikmati oleh masyarakat dunia, terutama di kalangan anak muda dan remaja. Pada dasarnya anime adalah animasi buatan tangan dan komputer yang berasal dan di produksi dari Jepang. Pada awalnya anime hanya di tujukan untuk pasar jepang sendiri, seiring bertambahnya waktu tayangan anime mulai merambah ke berbagai negara, tidak terkecuali Indonesia. Kini anime menjadi tontontan yang sangat di minati, dengan di kemas dalam bentuk kartun yang memiliki banya genre dari Fantasi, Aksi, Psychologi, hingga Slice Of Life sehingga anime tidak hanya di tunjukan untuk kalangan anak kecil saja, dari remaja bahkan sampai orang masih menikmati animasi yang berasal dari Jepang ini.

Popularitas anime semakin meningkat berkat kemajuan teknologi dan platform streaming seperti Netflix, Crunchyroll, dan Bilibili, yang memudahkan penonton untuk mengakses berbagai judul anime dengan kualitas tinggi dan terjemahan multi-bahasa (Ito, 2017). Selain itu, anime juga menjadi bagian dari budaya populer global, dengan karakter-karakter ikonik seperti Goku (Dragon Ball), Naruto (Naruto), dan Sailor Moon (Sailor Moon) yang telah menjadi simbol budaya yang diakui secara internasional (Napier, 2005). Di Indonesia, anime telah memengaruhi berbagai aspek kehidupan, mulai dari gaya hidup, fashion, hingga komunitas penggemar yang aktif mengadakan event seperti Anime Festival Asia dan Comic Con (Rahman, 2014).

Tidak hanya sebagai hiburan, anime juga sering kali menyajikan cerita yang mendalam dan kompleks, dengan tema-tema seperti persahabatan, perjuangan, dan pencarian identitas, yang mampu menyentuh emosi penonton dari berbagai usia (Cavallaro, 2006). Hal ini membuat anime tidak hanya sekadar tontonan, tetapi juga sebagai medium untuk menyampaikan pesan moral dan filosofis. Dengan demikian, anime telah menjadi fenomena budaya yang terus berkembang dan memengaruhi generasi demi generasi, baik di Jepang maupun di seluruh dunia.

Anime mulai hadir di Jepang sejak tahun 1907. Anime dengan judul *Katsudo Shasin* merupakan anime pertama yang muncul, namun belum diketahui siapa pencipta anime tersebut. Pada tahun 1917 negara Jepang mulai serius dalam memproduksi anime namun masih dikemas dalam animasi tanpa suara dan berwarna hitam putih. Perkembangan anime mulai surut ketika Perang Dunia II dan pada saat itu juga terjadi gempa besar Kanto pada 1923. Karena pada masa Perang Dunia II, tidak mudah untuk mendapatkan penayangan anime di Jepang (Nurmana, 2023).



*Gambar 1. 1 Anime One Piece*

Setelah Perang Dunia II usai, Jepang mulai memproduksi anime kembali. Pada tahun 1945, Jepang menayangkan film anime untuk pertama kalinya dengan berdurasi 74 menit. Film anime tersebut berjudul *Momotaro : Umi no shinpei* dalam bahasa Inggris berjudul *Momotaro's Divine Sea Warriors*. Film anime *Momotaro : Umi no shinpei* di garap oleh pihak tentara Jepang yang bertujuan sebagai propaganda pemerintah yang dikemas dengan animasi bergaya Jepang. Setelah perang usai, produksi anime mulai menunjukkan peningkatan yang signifikan dan mulai bangkit kembali. Anime berwarna mulai diproduksi oleh seorang produser anime bernama Hiroshi setelah menonton animasi Disney dari Amerika Serikat. Pada tahun 1964 Hiroshi mulai membuat studio anime berwarna bernama Toei Animation.

Pada sekitar tahun 1970, anime mulai mewabah di Indonesia. Salah satunya stasiun televisi di Indonesia yang menayangkan anime adalah TVRI, yang menayangkan anime berjudul *Wanpaku Okukashi Kum Kum*. Anime tersebut menjadi serial anime pertama yang ditayangkan di stasiun televisi Indonesia. Pada tahun 1991, stasiun televisi swasta pertama di Indonesia, RCTI mulai menayangkan serial anime berjudul *Doraemon*. Serial anime *Doraemon* yang ditayangkan oleh RCTI sukses besar karena banyak anak

kecil sampai dewasa yang menggemari serial anime tersebut. Sejak saat itu stasiun televisi lain mulai mengikuti jejak tersebut untuk menayangkan serial anime yang berbeda, oleh karena masyarakat Indonesia mulai mengetahui apa itu anime. Beberapa judul anime yang ditayangkan oleh stasiun televisi Indonesia antara lain Naruto, One Piece, Detective Conan, Dragon Ball, Tsubasa, Samurai X, Crayon Shinchan, Pokemon dan banyak lainnya. Namun sekarang sudah sedikit stasiun televisi menayangkan serial anime. Kini para penggemar anime menikmati anime melalui layanan internet atau aplikasi-aplikasi yang memang menayangkan anime misalnya Netflix dan Bstation (Ayumi, 2020).

Semenjak tahun 2000 ke atas budaya populer Jepang mulai merambat luas pada kalangan anak muda, seperti pelajar dan mahasiswa. Terutama pada kota-kota besar seperti Jakarta dan Bandung. Terbukti dengan meningkatnya jumlah event Jepang yang diadakan di tiap-tiap kota di Indonesia, seperti Jakarta, Bandung, Padang, dan lain-lain (Amalina, 2012). Beriringan dengan semakin banyaknya event Jepang yang ada di Indonesia, komunitas-komunitas pecinta anime (fandom) juga mulai bermunculan seperti ). Komunitas anime memudahkan para pecinta anime dalam mencari informasi mengenai anime yang mereka sukai. Saat ini banyak ditemukan komunitas anime di Indonesia seperti, Komunitas Anime Manga Indonesia (KAMI, 2015), One Piece Lover Indonesia (KOPI, 2015), Komunitas Anime Otaku Rakyat Indonesia (KAORI, 2015), Komunitas Pecinta Naruto Indonesia (KPNI, 2015), dan masih banyak lainnya (Ihsan, 2016).

Banyak anak muda yang kini mengikuti budaya dari luar negeri, termasuk budaya populer Jepang. Cosplay merupakan salah satu budaya populer yang berasal dari Jepang yang kini diminati oleh masyarakat dunia, terutama Indonesia. Cosplay dalam bahasa Jepang yaitu *kosupure*, adalah kombinasi dari kata "Costume" (コス) dan "bermain" (プレ). 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).

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 Cosplay juga dapat disebut seseorang yang berdandan atau berkostum menyerupai sebuah karakter dalam Anime, manga dan film. Istilah cosplay pertama

kali di gunakan oleh Nobuyuki Takashi pada juni 1983 pada sebuah artikel dalam majalah My Anime. Pelaku cosplay disebut Cosplayer, cosplay dan cosplayer dapat ditemui pada event jejepangan. Cosplay merupakan salah satu bentuk dalam mengungkapkan kecintaan mereka terhadap sebuah anime dan film. Cosplay pertama kali muncul pada tahun 1964 di Harajuku, Jepang. Cosplay sendiri merupakan sebuah bentuk penyaluran hobi dan kesenangan pribadi untuk memamerkan kostum unik.



*Gambar 1. 2 cosplayer anime One Piece*

Sebelum istilah cosplay mulai digunakan oleh media massa, asisten Minky Yasu sering melakukan cosplay kostum tokoh Minky Momo dalam acara temu darat mami no RADI-karu communication yang disiarkan antara lain oleh Radio Tōkai sejak tahun 1984. Pada tahun 1985 hobi cosplay semakin populer di kalangan masyarakat Jepang. Pada masa itu anime Captain Tsubatsa sedang populer sehingga seseorang dapat “bercosplay” dengan hanya bermodalkan T-shirt pemain Captain tsubatsa.

Menurut Widiatmoko (2013), budaya cosplay baru mulai dikenal di Indonesia pada tahun 2000-an, dengan ajang cosplay pertama yang diadakan di Universitas Indonesia. Pada periode awal tersebut, partisipasi dalam acara cosplay masih terbatas. Namun, seiring berjalannya waktu, sekitar tahun 2008, minat terhadap cosplay mulai meningkat di Indonesia, terutama di kalangan generasi muda. Meskipun demikian, pada masa itu, mendapatkan kostum dan perlengkapan cosplay tidak sepopuler atau sesederhana seperti sekarang.

Masuknya budaya cosplay di Indonesia berawal dari popularitas anime, kartun Jepang, serta film aksi dan serial Tokusatsu Jepang yang sangat diminati oleh anak-anak. Tidak hanya anime, tetapi juga film-film aksi Jepang dan serial Tokusatsu, seperti "Satria Baja Hitam" (Kamen Rider Ichigo), sangat digemari di Indonesia pada periode tersebut. Pengaruh dari berbagai jenis media Jepang ini menjadi salah satu faktor utama yang memicu perkembangan cosplay di negara ini.

Di Indonesia, cosplay telah menjadi komunitas yang luas dan aktif. Cosplayer Indonesia dikenal karena dedikasinya dalam membuat kostum yang detail dan menghadiri acara dan konvensi untuk memamerkan karya mereka. Mereka memiliki beragam minat, termasuk budaya pop Jepang, video game, komik Barat, dan budaya lokal Indonesia. Beberapa cosplayer Indonesia bahkan telah mencapai pengakuan internasional dengan berpartisipasi dalam kontes dan konvensi cosplay global. Platform media sosial sangat penting dalam menghubungkan dan mempromosikan karya mereka, dan budaya cosplay di Indonesia menekankan inklusivitas dan rasa hormat.

Cosplayer anime cenderung sangat berusaha untuk menciptakan kostum dan tampilan yang setia kepada karakter anime yang mereka cintai. Mereka ingin memastikan bahwa setiap detail dari kostum mereka, termasuk riasan wajah dan gaya rambut, sesuai dengan karakter anime tersebut. Sebagai cosplayer biasanya memiliki pemahaman mendalam tentang karakter karakter anime yang mereka perankan. Mereka sering meneliti latar belakang, kepribadian, dan cerita karakter untuk dapat menghayati peran dengan baik. Tidak hanya itu, mereka sering kali menghabiskan waktu berjam-jam untuk merancang dan membuat kostum yang detail, memastikan setiap elemen sesuai dengan karakter yang mereka idolakan.

Fanatisme ini juga bisa tercermin dalam partisipasi mereka di berbagai acara anime, seperti konvensi dan pameran, di mana mereka dapat bertemu dengan penggemar lain, menghadiri panel, dan berpartisipasi dalam kompetisi cosplay. Mereka juga aktif dalam mengikuti perkembangan terbaru dalam dunia anime, termasuk rilis seri terbaru, film, dan berita terkait. Fanatisme ini mencerminkan cinta dan penghargaan yang mendalam terhadap anime sebagai bentuk seni dan hiburan, dan banyak cosplayer anime merasa bahwa cosplay adalah cara yang sempurna untuk mengungkapkan cinta mereka terhadap karakter dan cerita anime yang mereka gemari. Selain itu, banyak dari mereka yang juga terlibat dalam komunitas online, berbagi tips, tutorial, dan pengalaman cosplay mereka, sehingga menciptakan jaringan dukungan yang kuat di antara sesama penggemar. Melalui cosplay, mereka tidak hanya

menghidupkan karakter favorit mereka, tetapi juga membangun ikatan sosial dan budaya yang memperkaya pengalaman mereka sebagai bagian dari komunitas anime yang luas.

## **2. Rumusan Masalah**

Dari pemaparan latar belakang tersebut, maka terbentuklah sebuah pertanyaan atau rumusan masalah dari penelitian ini yaitu : “ Bagaimana perilaku fanatisme yang terjadi pada cosplayer anime?”

## **3. Tujuan Penelitian**

Dari pertanyaan dan rumusan masalah yang terbentuk, maka tujuan dari penelitian ini adalah agar dapat mengetahui informasi terkait bagaimana perilaku fanatisme yang terjadi pada cosplayer anime.

## **4. Manfaat Penelitian**

Dari segi akademis penelitian ini dapat di jadikan sebagai data dan rujukan untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya, khususnya bagi mahasiswa dalam rumpun progam studi ilmu komunikasi. Bagi pembaca, penelitian ini dapat menambah wawasan tentang dunia cosplay dan juga anime.

Berdasarkan segi praktis penelitian ini dapat menjadi pedoman dan acuan bagi masyarakat tentang gaya hidup cosplayer yang fanatic terhadap anime.

## **5. Tinjauan Pustaka**

### **1. Penelitian terdahulu**

Penelitian pertama yang relevan dengan penelitian ini berjudul “Fanatisme otaku terhadap anime One Piece (studi kasus pada nakama istimewa Yogyakarta)” penelitian ini dilakukan oleh Muhammad Malik Hamka Sukarman mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Penelitian ini memiliki fokus untuk menjabarkan pengaruh apa saja yang disebabkan oleh fanatisme terhadap anime One Piece dengan tujuan untuk menjabarkan bagaimana fanatisme terhadap anime One Piece mempengaruhi gaya hidup otaku. Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian kualitatif menggunakan teknik pengumpulan data wawancara, observasi partisipan dan kajian dokumen. Hasil dari penelitian ini

peneliti menemukan bahwa fanatisme terhadap anime dapat mempengaruhi gaya hidup seperti menjadi Otaku One Piece memiliki pengaruh terhadap aktifitas yang dilakukan seperti mengikuti perkembangan One Piece yang menyebabkan para fans lebih memprioritaskan One Piece dan kehilangan kemampuan dalam manajemen waktu, timbulnya perilaku konsumtif, dan adanya suatu keterikatan terhadap budaya jepang. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti oleh penulis yakni penelitian ini berfokus pada gaya hidup seorang otaku atau fanatis anime, sedangkan objek yang diteliti oleh penulis adalah cosplayer yang fanatic terhadap anime, sedangkan persamaan dengan penelitian ini yakni terdapat pada objek fanatisnya yaitu anime.

Penelitian selanjutnya yang dapat mendukung penelitian ini adalah karya dari Abdurrahman Fadhil Pinem dari Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan judul penelitian “Psikologi komunikasi remaja otaku cosplay terhadap konsep diri di kalangan komunitas cosplayer Medan”. Pada penelitian ini penulis bertujuan untuk menguraikan konsep mind dan konsep self dari otaku cosplay di kota Medan dan mengetahui Significant orde dan reference group yang membangun konsep diri otaku cosplay di komunitas cosplayer kota medan. Rumusan masalah dari penelitian ini adalah “bagaimanakah Psikologi Komunikasi Remaja “otaku cosplay” Terhadap Konsep Diri di Kalangan Komunitas Cosplayer Medan dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah peneliti dapat menyimpulkan bahwa konsep diri Otaku Cosplay terbentuk sejak masih anak-anak dikarenakan menonton kartun asal jepang yang terus menerus mereka lakukan sampai saat ini tanpa adanya pengawasan dan memvisualisasikan karakter atau tokoh anime yang mereka sukai kedalam bentuk nyata membuat mereka senang dan merasa puas.(Pinem,2018). Yang membedakan dari penelitian ini yakni penelitian ini menfokuskan pada psikologi komunikasi yang terjadi pada remaja otaku cosplay, sedangkan penelitian yang diteliti oleh penulis berfokus pada perilaku fanatisme yang terjadi pada cosplayer anime.

Penelitian berikutnya adalah karya dari Sarah Fakhirah dari Universitas Islam Indonesia dengan judul “ Perilaku Fanatisme dan Loyalitas Penggemar Vachirawit Chiva-aree (Bright)”. Pada penelitian ini bertujuan agar dapat mengetahui bagaimana perilaku fanatisme dan loyalitas penggemar Vachirawit

Chiva-aree (Bright). Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu “Bagaimana perilaku fanatisme dan loyalitas penggemar Vachirawit Chiva-aree (Bright)?” dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, Teknik pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah peneliti menunjukkan bahwa responden yang diidentifikasi sebagai penggemar Bright melakukan perilaku fanatisme terhadap Bright dengan cara yang berbeda. Peneliti menggunakan teori karakteristik fanatisme yang terbagi menjadi empat: keterlibatan internal dengan membeli merchandise, berdonasi, mempromosikan, menonton konser, dan hal lainnya. Selain itu, dalam keterlibatan eksternal, responden melakukan hal-hal seperti membuat akun khusus untuk memposting segala sesuatu tentang Bright, mengunggah barang atau produk Bright di media sosial, membuat highlight di Instagram, memposting kegiatan di konser, mengedit dan memposting karya yang dibuat untuk Bright, dan mengupdate dan meretweet berita tentang Bright. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah objek dari yang di teliti, dalam penelitian ini objek yang di teliti adalah penggemar Bright dan perilaku loyalitas yang di lakukan oleh penggemar Bright, sedangkan objek pada penelitian yang di tulis oleh peneliti adalah cosplayer yang menggemari anime. persamaan diantara kedua penelitian ini adalah perilaku fanatisme sebagai penggemar dan metode penelitian yang di gunakan merupakan metode penelitian kualitatif deskriptif.

Penelitian keempat merupakan penelitian yang ditulis oleh Perwitasari, Fauzia, dan Hidayatullah (2019) dengan judul “Hubungan Fanatisme Pada Anime Dengan Sense Of Community Pada Anggota Komunitas ROD Banjarmasin. ” Dalam penelitian ini, penulis menjelaskan bahwa budaya populer Jepang, khususnya anime, telah menyebar di Indonesia sejak tahun 2000-an. Hal ini menyebabkan berbagai kalangan di tanah air tertarik dan bahkan menjadi penggemar fanatik anime. Peneliti juga menguraikan bahwa individu yang memiliki kecenderungan untuk menyukai sesuatu secara berlebihan, atau yang disebut fanatis, cenderung mencari teman yang memiliki minat yang sama. Mereka berusaha membentuk komunitas untuk memenuhi kebutuhan bersama dalam berbagi ketertarikan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif korelasional dengan teknik pengambilan sampel jenuh, di mana seluruh populasi dijadikan subjek penelitian. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat fanatisme terhadap anime, semakin kuat pula sense of community yang terbentuk, dan sebaliknya.

Penelitian terakhir merupakan penelitian yang di tulis oleh Yopi Anggita Syahputri (2024) dengan judul Hubungan Fanatisme dengan Prilaku Konsumtif pada Penggemar Anime di Medan. Dalam penelitian ini peneliti menjelaskan bahwa saat ini anime sangat populer di Indonesia dan ini menjadi bukti bahwa pengaruh anime tidak boleh di pandang sebelah mata. Anime sudah bukan hanya hiburan semata saja namun jika sudah kecanduan anime bisa mempengaruhi banyak aspek kehidupan, salah satunya membeli barang yang berbau anime seperti action figure, baju, topi dan poster. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan fanatisme dengan perilaku konsumtif penggemar anime di Medan. Metode yang di gunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan berjenis korelasi. Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara fanatisme (X) dengan perilaku konsumtif (Y) pada penggemar Anime. Penelitian ini menggunakan pendekatan korelasi bivariat (bivariate correlational). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi fanatisme maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif, sebaliknya semakin rendah fanatisme, maka semakin rendah pula perilaku konsumtif.

## **6. Kerangka Teori**

### **1. Fanatisme**

Menurut Chaplin (2009) menyatakan bahwa fanatik adalah keyakinan yang terlalu kuat terhadap satu hal atau alasan tertentu. EYD mengatakan bahwa kata "fanatisme" berasal dari kata "isme", yang berarti "fahaman." Fanatik berbeda dengan fanatisme karena fanatik adalah sifat yang muncul saat seseorang menganut fanatisme, atau pemahaman fanatik. Karena itu, fanatisme adalah sebab, dan fanatik adalah akibatnya.

Menurut Tartila, P. L. (2013) akibat hasil komoditas budaya Jepang, perilaku konsumsi fans atas pembuktian kecintaannya ini dapat menyebabkan sindrom fanatisme. Fanatisme didefinisikan sebagai keyakinan atau keyakinan yang terlalu kuat terhadap suatu ajaran (politik, agama, dsb.). Seseorang yang sangat fanatik ini seringkali disebut sebagai penggemar atau sebagai fans selebritis, serial televisi, band, dan elemen

budaya Jepang lainnya, seperti halnya dalam komunitas anime. Fanatisme dapat digambarkan dalam berbagai cara. Media juga merupakan alat yang dapat digunakan untuk melihat bagaimana fanatisme penggemar tersebut berkembang. Maka dari itu perilaku fanatisme ini menjadikan seseorang bersikeras terhadap suatu objek yang menurut mereka benar.

Menurut (Throne & Burner, 2006) karakteristik utama fanatisme di kategorikan menjadi beberapa bagian.

- 1) Terlibat secara internal, yaitu mempunyai rasa kekaguman yang tinggi kepada sesuatu yang mereka gemari, mencakup aktivitas yang dilakukan sebagai penggemar. Biasanya tidak dimiliki oleh seseorang yang bukan penggemar.
- 2) Terlibat secara eksternal, yaitu menicirikan perilaku seorang penggemar dalam menunjukkan keterlibatan dirinya dalam suatu aktivitas yang terkait dengan idolanya. Keinginan untuk menunjukkan keterlibatan eksternal tergantung tingkat fanatismenya.
- 3) keinginan untuk memiliki, yaitu keinginan yang kuat untuk memiliki segala hal tentang objek fanatis, dengan itu penggemar akan merasakan kepuasan tersendiri dari objek tersebut.
- 4) Keinginan untuk berinteraksi dengan orang-orang yang memiliki minat yang sama mencakup hubungan interpersonal dan komunikasi melalui percakapan dan pertemuan tatap muka dengan fandom lain. Fanatisme dapat terjadi baik secara individu maupun kelompok, sehingga menimbulkan ikatan sosial melalui komunikasi dan interaksi.

## 2. Anime

Gilles Poltras mengatakan bahwa anime memiliki dua pengertian: pertama, kata "anime" digunakan oleh orang Jepang untuk menyebut segala jenis film animasi, tidak peduli dari mana asalnya. Kedua, kata "anime" digunakan di luar Jepang untuk menyebut film animasi yang berasal dari Jepang. Oleh karena itu, ada dua pengertian tentang anime: satu dari orang Jepang, yang mengatakan bahwa anime adalah segala jenis film animasi dari seluruh dunia, dan satu lagi dari luar yang menyebut anime adalah animasi dari Jepang.

Anime dan manga telah menjadi komponen penting dari kultur Jepang. Meskipun keduanya dipengaruhi oleh animasi Walt Disney, dapat

dikatakan bahwa anime pada dasarnya berbeda dari animasi pada umumnya—terutama animasi buatan Amerika. Salah satunya, Anime mewakili sebagian besar genre film di dunia, seperti science fiction, fantasy, dan historical fiction (Dobson, 2009:11). Dengan kata lain, cakupan target segmentasi Anime sangat besar karena variasi genre yang ditawarkannya. Menurut Jiro Nishihiro (2016), Anime memiliki satu hal yang pasti: dasar teknik animasi yang tidak berubah. Beberapa Anime masih digambar secara tradisional dengan tangan, meskipun beberapa proses dibantu oleh computer.

### 3. Cosplay

Cosplay adalah salah satu budaya populer saat ini yang begitu marak melanda masyarakat Indonesia. Menurut definisi Kroski dalam bukunya *Cosplay in Libraries: How to Embrace Costume Play in Your Library*, cosplay adalah aktifitas berdandan dalam kostum sebagai karakter yang dikagumi untuk menunjukkan antusiasme dan fandom (Kroski, 2015:1). Sebagai bentuk budaya populer, cosplay biasanya muncul selama konvensi anime di seluruh dunia. Jika ini adalah inti dari usaha ini, Karena cosplay bukan hanya semata-mata mengenakan kostum, ada arti yang lebih mendalam. dan teknologi kontemporer. Budaya populer Jepang telah diterima dengan baik di timur dan tenggara Asia karena pemberitaan media, mulai dari animasi dan manga hingga fashion, musik pop, dan drama televisi (Allen & Sakamoto).

Dalam jurnalnya Ardhani, S. R., Wulan, R. R., & Malau, R. M. U. (2017) menjelaskan ketika seseorang bercosplay, identitas mereka akan sangat terlihat. Saat memakai kostum aneh dan unik dengan wig berwarna-warni dan berjalan-jalan di acara bertema Jepang, akan sangat jelas sedang menjadi tokoh apakah dia. Apakah ia sedang menjadi karakter "Uzumaki Naruto" dengan wig kuning dan jaket hitam oranye, atautkah ia sedang menjadi karakter "P-Man" dengan topeng di wajah dan jubah di belakang punggung. Semua orang sekarang tahu bahwa mereka yang melakukan cosplay bertindak sebagai orang lain dengan memakai kostum, beracting, dan melakukan pose yang mirip dengan karakter anime yang mereka tonton.

## **7. Metode Penelitian**

Dalam tahapan ini penulis menjelaskan bagaimana metode yang di gunakan dalam mendapatkan jawaban atas penelitian tersebut. Metode penelitian yang digunakan pada judul “Fanatisme Cosplayer Terhadap Anime” beberapa tahapan penelitian, yaitu sebagai berikut:

## **8. Jenis Penelitian dan pendekatan**

Penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif, sehingga data yang dikumpulkan dilakukan secara kualitatif. Menurut Creswell dalam Raco (2018:7), metode kualitatif digunakan untuk menemukan dan memahami masalah. Penelitian ini juga dilakukan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Sugiyono (2016) menyatakan bahwa metode kualitatif deskriptif mencari makna dari suatu peristiwa atau keadaan daripada generalisasi. Akibatnya, fokus utama penelitian adalah objek alamiah. Penelitian kualitatif deskriptif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk memberikan penjelasan lebih lanjut tentang individu, kelompok, atau peristiwa tertentu. Hal terpenting dalam melakukan penelitian ini adalah berupa manusia dan hasilnya berupa pernyataan yang relevan dengan apa yang terjadi pada objek penelitian. Menurut Moelong (2010), dalam pendekatan kualitatif deskriptif, data yang diperoleh memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan pendekatan kuantitatif yang berfokus pada angka. Data dalam penelitian kualitatif lebih bersifat naratif, disajikan dalam bentuk gambar dan kata-kata. Sumber data ini berasal dari berbagai alat pengumpulan, seperti hasil wawancara, video, foto, catatan lapangan, serta dokumentasi pribadi dan dokumentasi lainnya. Hasil dari penelitian kualitatif biasanya diungkapkan dalam bentuk kutipan dari transkrip wawancara yang telah melalui proses pengolahan dan disajikan secara deskriptif.

### **1. Waktu dan lokasi**

Peneliti akan mewawancarai cosplayer anime langsung dan mengikuti kegiatan mereka di komunitas, karena penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif dan teknik pengumpulan data observasi partisipasi. Pada bulan agustus 2024 peneliti melakukan observasi secara langsung mendatangi suatu event cosplay untuk mencari responden yang akan di wawancarai. Lalu di bulan januari 2024 penulis akan mengolah data yang sudah didapatkan dan di

tulis dalam bentuk skripsi. Lokasi penelitian dilakukan di kota Yogyakarta dan penelitian ini akan dilakukan secara *virtual* dan *face to face*.

## 2. Responden

Penelitian yang sedang dilaksanakan menggunakan teknik purposive sampling untuk menentukan responden. Menurut Sugiyono (2013), purposive sampling merupakan metode pengambilan sampel yang memilih sumber data berdasarkan pertimbangan tertentu. Responden yang dipilih adalah cosplayer yang berdomisili di Yogyakarta dan dalam memilih responden peneliti menggunakan Teknik purposive sampling atas beberapa pertimbangan untuk dapat mewakili populasi atau yang memiliki aspek aspek tertentu agar lebih memudahkan untuk menggeneralisasi sampel penelitian kualitatif. Peneliti juga melakukan observasi terhadap media sosial responden, seperti Instagram dan Twitter, untuk mengamati aktivitas mereka yang berkaitan dengan anime dan cosplay. Data yang dikumpulkan dari media sosial tersebut dapat berupa teks, foto, ataupun video.

Responden yang dijadikan objek penelitian telah ditetapkan dengan identitas yang telah ditentukan. Adapun kriteria dalam memilih responden sebagai berikut, minimal pernah melakukan cosplay dan datang ke event, menonton anime, melakukan aktivitas sebagai penggemar anime di sosial media, dan rela mengeluarkan uang untuk membeli hal yang berhubungan dengan anime.

## 3. Pengumpulan data

Penelitian ini akan menggunakan beberapa teknik pengumpulan data. Data yang akan dikumpulkan dalam penelitian ini akan berupa data primer dan sekunder melalui beberapa metode, termasuk observasi dan wawancara.

### A. Observasi

Menurut Hadi (dalam Sugiyono, 2010), observasi adalah proses yang rumit dengan komponen biologis dan psikologis. Peneliti akan melakukan observasi secara langsung dengan berinteraksi bersama para cosplayer yang berada di komunitas dan acara-acara cosplay. Observasi pada penelitian ini penulis datang langsung ke event cosplay dan berinteraksi dengan beberapa cosplayer yang ada di event tersebut. Kemudian mencari cosplayer yang berkriteria untuk menjadi responden.

### B. Wawancara

Wawancara, menurut Sugiyono (2016), adalah metode pengumpulan data yang menggunakan proses bertanya dan menjawab pertanyaan antara dua individu untuk memperoleh informasi dan gagasan tentang topik tertentu. Proses wawancara dilakukan dengan memberikan pertanyaan kepada responden untuk mendapatkan hasil dari penelitian ini. Wawancara dilakukan secara face to face dan virtual.

#### C. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2016), dokumentasi adalah catatan yang terdiri dari tulisan, gambar, atau karya sebelumnya. Data ini digunakan sebagai tambahan untuk proses observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Pengambilan dokumentasi dilakukan saat observasi dan wawancara secara face to face dan pengambilan gambar berupa screenshot saat melakukan wawancara secara virtual.

#### 4. Analisis data

Setelah melewati proses pengumpulan data, maka selanjutnya data akan di analisis dengan menggunakan beberapa metode.

##### A. Pengumpulan data

Pengumpulan data pada penelitian ini terdiri dari observasi, wawancara dan dokumentasi. Dari pengumpulan data akan memperoleh data yang banyak dan bervariasi, oleh karena itu dalam proses pengumpulan data membutuhkan waktu kurang lebih selama satu bulan. Pada tahap ini peneliti akan melakukan observasi melalui akun social media responden dengan tujuan memahami konteks dan perilaku yang sesuai dengan pola perilaku yang relevan. Kemudian peneliti akan menghubungi responden untuk menentukan waktu dan lokasi agar proses wawancara dapat dilakukan.

##### B. Reduksi data

Proses pemilihan, penyederhanaan, dan pengelompokan data yang ditemukan dalam penelitian dikenal sebagai reduksi data kualitatif. Tujuan dari reduksi data adalah untuk menghasilkan informasi yang berguna dan memudahkan penarikan kesimpulan. Peneliti memperoleh gambaran yang lebih spesifik dan mendalam tentang fenomena yang diteliti melalui proses reduksi data. Selain itu, proses ini mempermudah peneliti untuk mencari data tambahan jika diperlukan.

##### C. Penyajian data

Penyajian data adalah salah satu langkah penting dalam penelitian kualitatif untuk menghasilkan informasi yang dapat disimpulkan dan bermakna. Proses penyajian data dapat dilakukan dengan menampilkan fenomena dan membuat hubungan antar fenomena untuk memahami apa yang sebenarnya terjadi dan apa yang perlu dilakukan untuk mencapai tujuan penelitian.

#### D. Kesimpulan

Langkah terakhir dari penelitian ini adalah membuat kesimpulan. Hasil analisis data yang dihasilkan adalah temuan baru yang belum pernah ada sebelumnya berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat. Oleh karena itu, pada Kesimpulan penelitian kualitatif bersifat sementara dan dapat berubah jika dilakukan studi tambahan tentang subjek yang sama.

## BAB II

### GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

#### 1. Anime



*Gambar 2. 1 kumpulan Anime  
(sumber : beebom.com)*

Anime adalah istilah yang merujuk pada animasi yang berasal dari Jepang. Secara internasional, istilah ini mencakup berbagai jenis animasi dari Jepang, baik itu film, serial televisi, maupun video pendek (Napier, 2021). Istilah "anime", singkatan dari "animasi" dalam bahasa Inggris, umumnya digunakan untuk merujuk pada film animasi yang dibuat di Jepang di seluruh dunia. Anime memiliki banyak genre, cerita, dan gaya seni unik, dan telah menjadi fenomena global dengan penggemar yang luas di banyak negara.

Anime memiliki gaya seni yang unik, ditandai dengan karakter-karakter yang mempunyai mata besar, rambut berwarna-warni, dan ekspresi wajah yang dramatis (Steinberg, 2012). Helen McCarthy, penulis dan ahli anime, dalam bukunya "The Anime Encyclopedia: A Guide to Japanese Animation Since 1917" (2015), menekankan bahwa anime adalah bentuk seni visual yang unik. McCarthy

menjelaskan bahwa anime menggunakan teknik animasi yang berbeda dari animasi Barat, seperti penggunaan simbolisme visual, ekspresi wajah yang berlebihan, dan latar belakang yang detail. Anime juga sering kali menggabungkan elemen tradisional Jepang, seperti seni lukis ukiyo-e, dengan teknologi modern.

Anime memiliki banyak tema, mulai dari fantasi dan petualangan hingga drama, romantis, horor, dan fiksi ilmiah. Anime juga dapat ditujukan untuk berbagai kelompok usia, mulai dari bayi hingga orang dewasa. Anime dapat berasal dari berbagai sumber, seperti manga (komik Jepang), light novel, visual novel, dan permainan video. Beberapa anime juga merupakan karya asli yang dibuat khusus untuk animasi. Anime tidak hanya menonjolkan gaya visual yang khas, tetapi juga menawarkan kedalaman cerita yang kompleks dan beragam, sering kali menggabungkan elemen budaya Jepang dengan tema universal yang dapat dinikmati oleh penonton di seluruh dunia. Selain itu, anime sering kali mengeksplorasi isu-isu filosofis, psikologis, dan sosial, sehingga tidak hanya menghibur tetapi juga memicu pemikiran kritis. Popularitas anime telah melampaui batas geografis, dengan banyak serial dan film anime yang diadaptasi ke dalam berbagai bahasa dan meraih pengakuan internasional, bahkan memenangkan penghargaan bergengsi. Fenomena ini juga mendorong munculnya komunitas penggemar yang aktif, baik secara online maupun offline, seperti konvensi cosplay, klub penggemar, dan forum diskusi. Dengan demikian, anime tidak hanya menjadi bentuk hiburan, tetapi juga bagian integral dari budaya populer global yang terus berkembang dan memengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk seni, fashion, dan bahkan teknologi.

Komunitas penggemar anime, atau yang dikenal sebagai otaku, adalah bagian penting dari budaya anime. Menurut penelitian dalam jurnal *Transformative Works and Cultures* (2012), fandom anime sering kali terlibat dalam berbagai aktivitas, seperti cosplay, pembuatan fan art, fan fiction, dan partisipasi dalam konvensi anime. Komunitas ini tidak hanya mengonsumsi anime, tetapi juga memproduksi konten yang memperkaya pengalaman bersama.

Anime telah menjadi bagian penting dari budaya populer global. Menurut penelitian dalam jurnal *International Journal of Cultural Studies* (2018), anime tidak hanya populer di Jepang, tetapi juga memiliki pengaruh besar di negara-negara seperti Amerika Serikat, Eropa, dan Asia Tenggara, termasuk Indonesia. Anime telah memengaruhi berbagai aspek budaya, termasuk fashion, musik, dan bahkan bahasa.

a. Sejarah anime

Animasi Jepang pertama kali muncul pada awal abad ke-20. Film animasi pendek seperti "Namakura Gatana" (1917) dan "Namakura Gatana - Ryakushou" (1917) adalah contohnya. Animasi berkembang pesat di tahun 1930-an dan 1940-an, meskipun banyak karya yang hancur selama Perang Dunia II. Pada periode ini, anime seringkali dipengaruhi oleh propaganda. Industri animasi Jepang mulai pulih setelah Perang Dunia Kedua. "Hakujaden", atau "The White Snake Enchantress", dianggap sebagai film animasi berwarna pertama di Jepang pada tahun 1958. Serial televisi seperti "Astro Boy" (Tetsuwan Atom) dan "Speed Racer" (Mahha GoGoGo) memperkenalkan anime kepada penonton internasional pada tahun 1960-an dan 1970-an. Banyak anime setelah "Mobile Suit Gundam" memulai genre mecha pada tahun 1980-an. Studio Ghibli didirikan oleh Hayao Miyazaki dan Isao Takahata pada tahun 1985. Film-film seperti "My Neighbor Totoro" (1988) dan "Princess Mononoke" (1997) membuatnya menjadi terkenal di seluruh dunia. Perkembangan teknologi komputer membawa perubahan dalam proses produksi anime. Pada tahun 1995, "Neon Genesis Evangelion" menjadi fenomena dan mengubah lanskap anime dengan pendekatannya yang inovatif terhadap mecha dan cerita. Anime menjadi fenomena global pada tahun 2000-an dan seterusnya. Serial TV seperti Naruto, One Piece, dan Dragon Ball Z sangat terkenal di seluruh dunia. Penonton di luar Jepang dapat dengan mudah mengakses berbagai judul anime berkat popularitas platform streaming online seperti Crunchyroll dan Netflix. Seiring berjalannya waktu, anime mengalami banyak genre dan gaya seni yang berbeda. Anime telah menjadi bagian penting dari budaya Jepang dan terus berkembang sebagai bentuk seni dan hiburan yang berpengaruh di seluruh dunia. Sekarang tidak lagi terbatas pada cerita anak-anak, tetapi juga mencakup tema-tema dewasa, fiksi ilmiah, misteri, dan banyak lagi. Anime tetap menjadi industri yang kreatif dan dinamis seiring dengan popularitasnya yang terus meningkat.

b. Sejarah dan perkembangan anime di Indonesia

Anime mulai dikenal di Indonesia pada awal tahun 1980-an melalui stasiun televisi nasional. Salah satu anime yang sangat populer pada waktu itu adalah "Doraemon," yang menjadi sangat ikonik dan masih memiliki basis penggemar yang kuat hingga saat ini. Di Indonesia, tahun 1990-an adalah masa kejayaan anime. Beberapa judul anime yang sangat populer adalah Dragon Ball, Sailor Moon, Slam Dunk, dan Detective Conan. Anime-anime ini disiarkan di televisi nasional dan di stasiun televisi swasta juga. Sebuah blok acara kartun yang disiarkan oleh RCTI, Kartunetwork, juga berkontribusi besar dalam memperkenalkan anime kepada penonton Indonesia. Anak-anak sangat menyukai anime seperti "Pokémon" dan "Digimon". Manga Jepang (komik) juga mulai diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia seiring dengan popularitas anime di televisi. Selain itu, anime semakin populer dalam bentuk VCD dan DVD, yang memungkinkan penonton untuk menikmati anime dengan lebih fleksibel. Perkembangan teknologi digital juga memperluas akses melalui platform streaming seperti Netflix dan Crunchyroll, yang menyediakan anime dengan kualitas tinggi dan terjemahan multi-bahasa (Ito, 2017). Selain anime, komponen budaya pop Jepang lainnya, seperti cosplay, J-Pop, dan J-Dorama, juga mendapat perhatian di Indonesia. Misalnya, komunitas cosplay di Jakarta dan Surabaya rutin mengadakan event besar seperti Indonesia Comic Con dan Anime Festival Asia, yang menarik ribuan peserta (Rahman, 2014). Fenomena J-Pop turut memengaruhi industri musik lokal, dengan munculnya grup idola seperti JKT48 yang mengadopsi konsep idol culture ala Jepang (Iwabuchi, 2002). Anak-anak mengembangkan budaya otaku, yang dikaitkan dengan penggemar anime dan manga. Budaya ini tidak hanya terbatas pada konsumsi media, tetapi juga meluas ke produksi konten kreatif, seperti fan art dan fan fiction, yang dibagikan melalui platform media sosial (Lamerichs, 2011). Sejarah anime di Indonesia masih terus berkembang, dan dampaknya terus menyebar ke berbagai komunitas. Sejak era 1990-an, anime seperti Doraemon dan Sailor Moon menjadi pintu masuk bagi generasi muda Indonesia untuk mengenal budaya Jepang (Nilan, 2011). Anime telah menjadi komponen penting dari budaya populer Indonesia, dan kecintaan terhadap anime telah diwariskan dari generasi ke generasi. Bahkan, beberapa

universitas di Indonesia kini memasukkan kajian anime dan manga ke dalam kurikulum studi budaya untuk memahami dinamika soft power Jepang (Otmazgin, 2013). Hal ini menunjukkan bahwa anime tidak hanya sebagai hiburan, tetapi juga sebagai medium edukasi dan diplomasi budaya.

## **2. Cosplay**

"Cosplay" dan "Kosupure" berasal dari kata Jepang "kostum" dan "bermain." Cosplay dapat didefinisikan sebagai hobi mengenakan pakaian, aksesoris, dan rias wajah seperti yang dikenakan oleh tokoh-tokoh dalam anime, manga, dongeng, permainan video, penyanyi dan musisi idola, dan film kartun. Dengan kata lain, cosplay adalah aktivitas rekreasi di mana kita meniru sifat karakter yang kita idolakan. Cosplay sendiri sering terlihat di festival penggemar, komunitas, atau konser musik di Jepang. Mereka yang menyukai cosplay disebut cosplayer.

Menurut penelitian Winge (2006) dalam *Journal of Fashion Theory*, cosplay tidak hanya sekadar aktivitas mengenakan kostum, tetapi juga merupakan bentuk ekspresi diri dan identitas, di mana cosplayer dapat mengeksplorasi sisi kreatif mereka melalui pembuatan kostum, makeup, dan performa. Selain itu, cosplay juga berfungsi sebagai sarana untuk membangun komunitas dan interaksi sosial, di mana para cosplayer saling berbagi minat dan pengetahuan tentang karakter atau cerita yang mereka idolakan (Lamerichs, 2011). Lebih lanjut, cosplay telah berkembang menjadi fenomena global yang melampaui batas budaya, dengan event-event besar seperti Comic-Con International di Amerika Serikat dan Anime Expo yang menarik ribuan peserta dari berbagai negara. Hal ini menunjukkan bahwa cosplay bukan hanya sebagai hobi, tetapi juga sebagai bentuk partisipasi dalam budaya populer global (Rahman, 2014). Di sisi lain, cosplay juga memiliki dampak ekonomi yang signifikan, dengan industri kostum, aksesoris, dan peralatan cosplay yang terus berkembang. Banyak cosplayer yang bahkan menjadikan aktivitas ini sebagai profesi, baik sebagai pembuat kostum profesional, model cosplay, atau konten kreator di platform media sosial (Chen, 2018). Dengan demikian, cosplay tidak hanya menjadi wadah untuk mengekspresikan kecintaan terhadap karakter fiksi, tetapi juga sebagai medium yang menghubungkan individu dengan komunitas global yang memiliki minat serupa.

### **1. Sejarah dan perkembangan cosplay di Jepang**

a. Sejarah cosplay

Nobuyuki Takahashi dari Studio Hard dari Jepang membuat terminologi cosplay di Los Angeles Science World Fiction Worldcon. Para Cosplayers, atau orang yang mengenakan pakaian cosplay, sering berinteraksi untuk membentuk komunitas di tengah masyarakat saat berkumpul. Cosplay banyak bersumber dari manga dan anime, komik, film, dan video games. Berbagai objek dari dunia nyata atau virtual membawa para cosplayers ke interpretasi dramatik yang mengangkat Dalam sumber penampilan mereka, mereka bertindak sebagai subjek pemeran. Persepsi Menurut psikoanalisis lacan, drama tersebut terdiri dari fantasi pleasure atau jouissance dari pembuatan cermin yang membuatnya mungkin bagi subjek untuk mengidentifikasi subjektivitasnya melalui kekurangan dalam bentuk pakaian dan aksesoris yang menimbulkan semangat dan motivasi tertentu. Asisten penyiar Minky Yasu sudah sering melakukan cosplay sebelum istilah cosplay digunakan oleh media elektronik. Sejak tahun 1984, Minky Yasu sering mengenakan pakaian karakter Minky Momo dalam acara temu darat mami no RADikaru communication, yang disiarkan oleh Radio Tōkai. Acara radio yang sama juga memulai kompetisi cosplay. Ranking kostum cosplay yang sedang populer ditayangkan di TV Asahi dari tahun 1989 hingga 1995. Di Jepang, cosplay menjadi lebih populer sekitar tahun 1985 karena dapat dilakukan dengan mudah. Pada waktu itu, tokoh Kapten Tsubasa kebetulan sangat populer. Orang-orang sudah bisa "ber-cosplay" hanya dengan memakai kaus T-shirt pemain bola Kapten Tsubasa. Cosplay dikabarkan telah berkembang menjadi kegiatan berkelompok sejak tahun 1986. Sejak saat itu, fotografer amatir (disebut kamera-kozō) yang senang memotret acara cosplay (di Indonesia disebut "Kameko") mulai muncul.

b. Perkembangan cosplay

Negara Jepang terkenal dengan budaya modern yang dimiliki oleh negara tersebut. Budaya Jepang modern biasa dikenal dengan budaya populer Jepang (Japanese pop culture) ini, diakui, dinikmati, dan disebarluaskan kepada masyarakat umum di Jepang. Pada akhir tahun 1970-an budaya populer Jepang telah berkembang diluar Jepang khususnya di negara bagian Asia Timur dan Asia Tenggara. Di Jepang, fashion cosplay sudah sangat populer. Popularitas ini muncul sebagai akibat dari ketertarikan remaja terhadap anime dan manga. Dengan adanya internet dan media massa, terutama dalam hal budaya populer Jepang (Japanese pop culture), respons dan antusias masyarakat di seluruh dunia muncul, terutama karena meningkatnya popularitas anime dan manga. Kepopuleran manga dan anime di seluruh dunia

membuat penikmatnya tidak bisa berhenti mengikuti perkembangan terbaru dari setiap bab atau episode. Bahkan orang dewasa dan orang tua juga menikmatinya, karena popularitasnya. Seiring dengan naiknya popularitas anime dan manga di Jepang, beberapa penggemar menggunakan karakter yang ada di dalam anime dan manga dalam gaya cosplay, yang dilakukan oleh beberapa komunitas fandom. Cosplay berasal dari istilah Jepang wasei-eigo, yang merupakan gabungan dari kata "kostum" (untuk kostum) dan "bermain" (untuk bermain). Cosplay dapat berarti meniru atau memeragakan karakter dari manga, anime, game, atau film.

## 2. Sejarah dan perkembangan cosplay di Indonesia

### a. Sejarah cosplay di Indonesia

Masuknya budaya cosplay di Indonesia di barengi dengan naiknya popularitas anime atau kartun Jepang yang masuk ke Indonesia. Selain anime, film aksi Jepang, dan serial Tokusatsu yang sangat populer di Indonesia pada saat itu, Satria Baja Hitam (Kamen Raider Ichigo) Kultur Cosplay awalnya berasal dari Amerika, bukan Jepang. Sebagaimana dikatakan Widiyatmoko (2013), Cosplay sendiri baru dibicarakan di Indonesia sejak tahun 2000an. Universitas Indonesia adalah tempat pertama acara cosplay diadakan. Banyak orang belum datang ke acara tersebut pada saat itu. Cosplay di Indonesia mulai muncul dari tahun 2008 ke atas. Generasi muda Indonesia mulai melirik budaya populer ini. Namun, mendapatkan hubungan atau perlengkapan cosplay tidak semudah sekarang. Sebagai daya tarik acara, beberapa universitas dan komunitas pecinta Jepang mengadakan kompetisi dan parade cosplay. Anime Festival Asia Indonesia, juga dikenal sebagai AFA Id, adalah acara tahunan yang diselenggarakan di berbagai negara Asia Tenggara dan menarik perhatian internasional. Acara ini sudah pernah ada di Indonesia. HelloFest dengan KostuMasa telah berlangsung dari tahun 2007 hingga sekarang dan telah mengumpulkan lebih dari 1000 pengunjung dengan kostum Clas:H, Ecchinoisai, dan lainnya. Di Indonesia, cosplay dapat menjadi karir yang menguntungkan bagi mereka yang melakukannya, bahkan dapat menghasilkan uang. Pekerjaan yang dapat dilakukan termasuk menjadi cosplayer sendiri, membuat, menjual, fotografer, make up artist, dan lain-lain yang terkait dengan dunia cosplay.

### b. Perkembangan cosplay di Indonesia

Widiyatmoko (Widiyatmoko, 2013) mengatakan bahwa Cosplay di Indonesia dikenal sekitar tahun 1998, tetapi tidak sepopuler pada akhir-akhir ini. Pada awal tahun 2000-an, ada sedikit peminat Gelar Jepang Universitas Indonesia. Setelah acara di

Universitas Indonesia itu berakhir, sejumlah kelompok remaja di Bandung mulai mengadopsi gaya Harajuku.

Di Indonesia, cosplay sebagian besar dimulai dengan komunitas dan kelompok kecil yang memiliki hobi yang sama. Beberapa biasanya diadakan di komunitas komunitas kampus dengan jurusan Sastra Jepang atau jurusan yang terkait dengan negara Jepang. Di Indonesia, komunitas cosplayer ini seringkali mengatur acara cosplay secara nasional. Komunitas ini biasanya bertindak sebagai EO atau penyelenggara acara. Kemudian muncul EO besar lainnya yang mengadakan acara lain di tingkat nasional dan internasional, seperti AFAID dan ICC. Selama hampir sepuluh tahun, ICC telah menjadi acara cosplay tahunan terbesar yang ditunggu-tunggu oleh para cosplayer dan pecinta budaya populer. Selain dua acara besar tersebut, Ennichisai blok M, yang biasanya disebut sebagai lebaran cosplayer, adalah acara tahunan yang paling dinanti. dimana para cosplayer yang berasal dari luar kota berkumpul dan mengikuti satu-satunya parade cosplay untuk memamerkan kostum cosplay kesayangan mereka. Selain itu, Ennichisai Blok M juga berpartisipasi dalam kompetisi penyisihan terakhir untuk mewakili Indonesia di Nagoya, Jepang, dalam World Cosplay Submit.

## A. JENIS JENIS COSPLAY

### 1. Cosplay anime

Salah satu jenis cosplay yang paling sering dilihat di event event jepeng adalah cosplay anime. Karakter yang sedang naik daun atau sedang tayang serinya di TV Jepang biasanya merupakan karakter yang ramai di cosplay. Selain itu, kebanyakan cosplayer memilih karakter anime dengan kostum yang sederhana dan tidak terlalu banyak aksori.



*Gambar 2. 2 kumpulan coslayer anime*

## 2. Cosplay game

Para cosplayers yang juga bermain game biasanya akan mengcosplaykan karakter dari sebuah game karena mereka ingin mewujudkan karakter favorit mereka di dunia nyata. Selain itu, mengcosplaykan karakter dari sebuah game biasanya membutuhkan banyak uang. Karena banyaknya aksesoris yang biasanya ada di kostum karakter game tersebut, senjata sebagai aksesoris pelengkap juga mahal dan cukup mahal untuk cosplayer yang masih pelajar.



*Gambar 2. 3 cosplayer dari game mobile legend*

## 3. Cosplay original karakter

Jenis cosplay yang satu ini biasanya dilakukan oleh cosplayer baru. Mereka yang baru bercosplay biasanya mencoba menggunakan karakter original mereka dengan hanya mengenakan apa saja yang mereka miliki agar terlihat seperti sedang bercosplay. Namun, beberapa orang malah menciptakan karakter original mereka sendiri di dunia nyata.

## 4. Cosplay visual key

Cosplay ini mengambil inspirasi dari grup musik jepang terkenal seperti The Gazette, X Japan, dan Versailles 14. Para cosplayer Visual Key biasanya mengkostumkan idola mereka dengan cara yang paling tidak konvensional, termasuk aksesoris, make up, dan kostum yang sangat aneh dengan wig yang sangat panjang dan make up yang terlihat sempurna atau gothic.



*Gambar 2. 4 coslayer visual key*

## **B. Event cosplay yang ada di Indonesia**

1. World Cosplay Summit: Ajang tahunan bagi cosplayer dari seluruh Indonesia yang diadakan di Jepang. Ini menjadi ajang perebutan gelar cosplay terbaik di seluruh negeri.



*Gambar 2. 5 world cosplay summit*

2. Ennichisai Blok M: Setiap tahun diadakan di Blok M, Jakarta, dan merupakan festival budaya Jepang yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman tentang budaya Jepang. Selain itu, itu juga merupakan finalis kompetisi penyisihan untuk mewakili Indonesia di World Cosplay Summit.

3. Cosplay Convention: Di Indonesia, seperti Batam, ada beberapa konvensi cosplay yang mengadakan berbagai acara, seperti kompetisi cosplay, workshop, dan pertunjukan.

## BAB III

### TEMUAN DATA

#### 1. Profil responden

Dalam bab ini peneliti akan membahas profil dari responden yang menjadi subjek dalam penelitian, setelah melalui tahap obeservasi, peneliti berhasil menetapkan lima informan yang telah memenuhi kriteria sebagai responden untuk penelitian ini. Proses wawancara dilakukan terhadap responden berdasarkan pertimbangan yang telah ditetapkan berdasarkan data yang diperoleh dari observasi dan penelitian sebelumnya.

Kriteria yang digunakan dalam memilih responden didasarkan pada fakta bahwa mereka telah aktif menjadi cosplayer, pernah mengikuti event sebagai cosplayer, dan juga aktif di dalam mengunggah konten yang berhubungan dengan anime dan cosplay di social media. Kriteria ini dipilih untuk memastikan bahwa responden memiliki keterlibatan yang cukup dalam sebagai cosplayer dan memiliki pengalaman yang relevan terkait dengan penelitian ini.

Dengan memilih responden yang memenuhi kriteria yang ditetapkan, peneliti diharapkan dapat mengumpulkan informasi yang mendalam dan berharga mengenai pandangan, pengalaman, dan persepsi penggemar Bright. Bab ini akan menguraikan secara rinci profil masing-masing responden, termasuk latar belakang mereka, pengalaman yang relevan, serta kontribusi mereka terhadap penelitian ini. Melalui pemahaman yang mendalam tentang profil responden, peneliti akan dapat menyusun analisis yang menyeluruh dan mendalam mengenai fenomena yang sedang diteliti.

Dari hasil wawancara yang telah peneliti lakukan, peneliti mendapatkan beberapa informasi dari responden. Berikut merupakan profil dari kelima responden.

Nama	Usia	Asal kota	Instagram	Tiktok	
Wilbert	21	Magelang	@wealbird	@wealbird_	
Damar	21	Magelang	@kaidemapuru	-	
Rahma	23		@ama.rhine	@amarhine	
Rea	23	Bantul	@enryuxlx	-	
Rafly	20	Bekasi			

## 2. Alasan tertarik pada anime

Ketika peneliti menanyakan perihal ketertarikan terhadap anime, jawaban dari ke lima responden memiliki kesamaan yang dominan yaitu mereka tertarik pada alur cerita yang ada dalam anime. Rea mengatakan :

*“Karena alur ceritanya yang membuat menarik, di setiap anime punya konsep alur cerita dan genre yang berbeda beda membuat anime semakin menarik, dan beberapa anime memiliki animasi yang di luar nalar, jadi saya tertarik untuk menonton anime.”(Rea, 23 tahun)*

Rafly memberikan jawaban yang sama Ketika peneliti menanyakan perihal alasan tertarik terhadap anime, menurut rafly anime memiliki alur cerita yang tidak monoton karena memiliki berbagai genre yang bereda, selain itu Rafly tertarik dengan anime karena visual nya yang memanjakan mata, rafly mengatakan :

*“Animasi, alur cerita dan genre mas, ada beberapa anime yang bisa memanjakan mata dengan kualitas animasinya, ada yang membuat penasaran dengan alur cerita dan plot twist, ada yang punya genre kehidupan sosial, jadi seru sih mas nontonya.”(Rafly, 21 tahun)*

Wilbert memberikan jawaban yang hampir sama ketika peneliti menanyakan alasan tertarik pada anime, karena segi visual dan plot cerita yang menarik, menurut Wilbert anime bisa mengeksekusi sebuah cerita yang berbeda dari media lain, Wilbert mengatakan :

*“menurut saya anime itu bisa mengeksekusi sebuah cerita yang berbeda dengan media media lainnya, dari segi visual, audio dan plot cerita membuat saya tertarik dengan anime.”(Wilbert,21 tahun)*

Damar dan rahma juga memberikan jawaban yang sama, menurut Rahma alur cerita yang dimiliki anime berbeda dengan film film yang lain, karena di anime ekspresi dari suatu karakter yang di animasikan bisa menyentuh emosi para penonton, Rahma mengatakan :

*“ anime menarik karena animasinya sih mas, kalo di anime tuh dapet aja feel nya beda sama film film lain, kadang jokes yang ada di anime kalo di masukin ke live action nya jadi kurang berasa, terus ekspresi ekspresi di anime tuh dapet banget.”(Rahma, 23 tahun)*

Para responden memiliki alasan yang dominan sama dalam mengungkapkan alasan mereka tertarik dengan anime. Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat

disimpulkan bahwa ketertarikan seseorang terhadap anime berasal dari beberapa faktor utama. Pertama, alur cerita yang menarik menjadi daya tarik utama. Setiap anime memiliki konsep alur cerita dan genre yang berbeda-beda, seperti action, romance, fantasy, atau sci-fi, sehingga menawarkan variasi yang luas dan tidak monoton. Hal ini membuat penonton selalu penasaran dan ingin mengeksplorasi lebih banyak judul anime.

Kedua, kualitas animasi yang luar biasa juga menjadi alasan kuat. Beberapa anime menampilkan visual dan efek animasi yang sangat detail, kreatif, dan bahkan melampaui ekspektasi, sehingga menciptakan pengalaman menonton yang memukau. Kombinasi antara cerita yang mendalam dan animasi yang memukau inilah yang membuat anime menjadi begitu menarik bagi penonton, termasuk bagi orang yang diwawancarai.

Kombinasi antara cerita yang mendalam dan animasi yang memukau inilah yang membuat anime menjadi begitu menarik bagi penonton, termasuk bagi orang yang diwawancarai. Anime tidak hanya dianggap sebagai hiburan semata, tetapi juga sebagai karya seni yang mampu menyajikan pengalaman visual dan emosional yang unik. Selain itu, anime sering kali mengangkat tema-tema universal, seperti persahabatan, perjuangan, cinta, dan pertumbuhan diri, yang dapat menginspirasi dan memberikan pesan moral kepada penonton. Dengan begitu, anime tidak hanya menghibur, tetapi juga memiliki nilai edukatif dan filosofis yang mendalam, menjadikannya sebagai medium yang disukai oleh berbagai kalangan.

### **3. Alasan tertarik dengan cosplay**

Melalui wawancara dengan beberapa responden, peneliti mendapatkan informasi mengenai alasan para cosplayer tertarik dengan dunia cosplay. Berdasarkan wawancara yang dilakukan terdapat beberapa persamaan mengenai alasan tertarik dengan cosplay. Para responden menjawab bahwa mereka tertarik dengan seni teatrikal atau seni bermain peran dan seni dalam membuat kostum yang akan mereka gunakan untuk cosplay. Para cosplayer menganggap cosplay bukan hanya memakai baju bertema anime tetapi terdapat seni di dalam cosplay itu sendiri. Hal tersebut sesuai dengan apa yang Wilbert katakana dalam wawancara :

*“Banyak hal sih mas yang bikin saya tertarik untuk terjun ke dunia cosplay, yang paling bikin saya tertarik tuh seni teatrikal atau*

*bermain peran karena saat kita cosplay kan kita berperan sebagai karakter yang kita cosplay, terus validasi di sosial media juga bisa memenuhi rasa kepuasan sendiri, dan crafting atau membuat costum cosplay itu jadi mengasah kemampuan kreatif dan keterampilan.”(Wilbert, 21 tahun)*

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dipahami bahwa ada beberapa alasan mengapa seseorang tertarik untuk terjun ke dunia cosplay. Pertama, seni teatrikal atau bermain peran menjadi daya tarik utama. Saat melakukan cosplay, seseorang berkesempatan untuk berperan menjadi karakter yang mereka idolakan, baik dari anime, film, game, atau media lainnya. Proses ini tidak sekadar mengenakan kostum, tetapi juga melibatkan ekspresi, gerak tubuh, dan emosi yang sesuai dengan karakter tersebut. Hal ini memberikan pengalaman unik dan menyenangkan, karena mereka bisa merasakan bagaimana menjadi "orang lain" untuk sementara waktu. Kedua, validasi di media sosial juga menjadi faktor pendorong. Ketika hasil cosplay mereka dibagikan di platform seperti Instagram, TikTok, atau Facebook, respons positif dari orang lain seperti likes, komentar, atau shares dapat memberikan rasa kepuasan dan pengakuan. Validasi ini tidak hanya memotivasi mereka untuk terus berkarya, tetapi juga membangun kepercayaan diri dan rasa bangga atas usaha yang telah dilakukan.

Rafly juga memberikan jawaban yang hampir sama Ketika peneliti menanyakan alasan tertarik terhadap cosplay. Seni bermain peran dan seni crafting dalam cosplay membuat rafly tertarik dengan cosplay. Awal mula rafly tertarik dengan cosplay Ketika mendapat ajakan dari temanya untuk pergi ke event cosplay, Rafly mengatakan bahwa dia tertarik Ketika karakter anime yang biasa dia lihat dilayar kaca menjadi nyata. Hal lain yang membuat rafly semakin tertarik Ketika para cosplayer mulai memeragakan pose karakter anime. rafly mengatakan :

*“Seninya mas, soalnya cosplay ga sesederhana memakai kostum anime, dalam cosplay kita harus memainkan peran dari karakter yang kita cosplay, dan membuat kostum juga tidak semudah itu.”(Rafly, 20 tahun)*

Sebagai penonton anime, Damar ingin membawa karakter yang disukainya ke dunia nyata, dan hal itu menjadi alasan utama mengapa ia tertarik dengan cosplay. Menurut Damar, cosplay adalah cara yang sempurna untuk menghidupkan karakter favoritnya, baik dari segi penampilan, ekspresi, maupun kepribadian, sehingga ia bisa merasakan kedekatan yang lebih dalam dengan karakter tersebut. Selain itu,

Damar menyadari bahwa cosplay sudah memiliki banyak peminat dan komunitas yang besar, baik di dunia nyata maupun di media sosial. Melihat begitu banyaknya orang yang antusias dan kreatif dalam mengekspresikan kecintaan mereka terhadap karakter melalui cosplay, Damar merasa termotivasi untuk mencoba dan bergabung dalam dunia tersebut. Ia melihat cosplay bukan hanya sebagai hobi, tetapi juga sebagai wadah untuk berkreasi, berinteraksi dengan orang-orang yang memiliki minat serupa, dan merasakan kebanggaan saat berhasil menghidupkan karakter favoritnya di depan umum. Semangat dan antusiasme komunitas cosplay inilah yang akhirnya mendorong Damar untuk terjun dan mengeksplorasi dunia cosplay lebih dalam. seperti yang Damar katakan :

*“Karakter anime membuat saya tertarik untuk terjun ke dunia cosplay dan juga karena cosplay juga sudah banyak peminat dan pelaku nya jadi memberanikan diri untuk mencoba cosplay.”(Damar, 21 tahun)*

Sama halnya dengan Damar, Rea juga menjadikan karakter dalam anime sebagai alasan Rea tertarik dengan cosplay. Menurut Rea karakter dalam anime memiliki sifat yang berbeda-beda dan memiliki tingkat popularitas masing-masing. Hal tersebut membuat Rea terpikirkan apabila karakter yang ada di anime berada di dunia nyata, Rea mengatakan :

*“Karena karakter anime sih mas, sifat karakter anime kan berbeda-beda dan setiap karakter memiliki tingkat popularitas yang berbeda-beda, jadi saya tertarik bagaimana apabila karakter ini ada di dunia nyata.”(Rea, 23 tahun)*

Berbeda dengan keempat responden Rahma tidak melihat cosplay sebagai hobi saja menurut Rahma, cosplay memiliki potensi sebagai kompetisi dengan prizepool yang menjadikan cosplay semakin menarik. Fashion dalam cosplay juga menjadi salah satu alasan Rahma tertarik pada dunia cosplay, seperti yang Rahma katakan

*“Alasan tertarik dengan cosplay ya karena Fashion, competitions, pricepool, people, hobbies and money. Karena kebanyakan event cosplay bersifat kompetisi dan pricepoolnya membuat cosplay menjadi semakin menarik.”(Rahma, 23 tahun)*

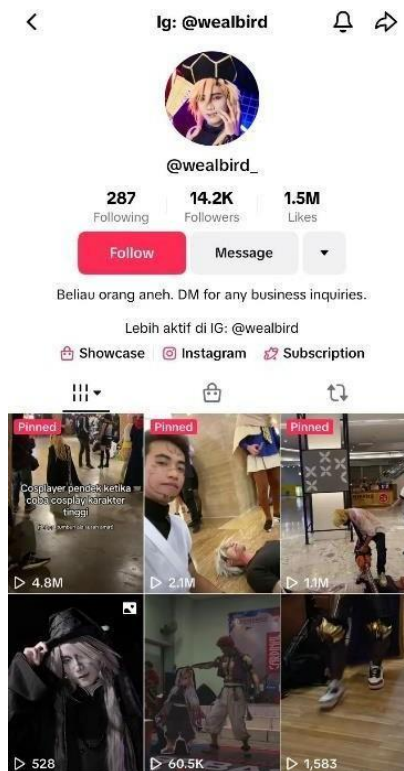
Para responden memiliki alasan yang bervariasi dalam mengungkapkan alasan mereka tertarik terhadap cosplay, walaupun memiliki alasan yang berbeda,

kelima responden memiliki satu kesamaan yaitu sebagai penonton dan penikmat anime. Berawal dari menonton anime dan memiliki karakter favorit masing-masing membuat mereka termotivasi untuk mencoba cosplay.

#### 4. Cara menunjukkan diri sebagai cosplayer

Para responden memiliki cara tersendiri dalam menunjukkan diri sebagai cosplayer. Namun memiliki beberapa persamaan dari kelima responden. Wilbert mengatakan bahwa dia menunjukkan diri sebagai cosplayer dengan personal branding di sosial media, seperti mengunggah hasil cosplay ke sosial media.

*“Personal branding di sosial media sih mas, saya menggabungkan akun utama dan cosplay menjadi satu. “(Wilbert, 21 tahun)*



Gambar 3. 1 Screenshot akun Tiktok @wealbird\_

Akun Tiktok di atas merupakan akun pribadi Wealberd yang di khususkan untuk membuat konten tentang cosplay. Wilbert sering mengupload konten di Tiktok, tidak jarang kontennya viral dengan total views dan like jutaan, dan mendapatkan feedback yang baik di kolom komentarnya yang membuat Wilbert merasakan kepuasan tersendiri. Dengan banyaknya views dari konten yang di upload oleh Wilbert membuat Wilbert lebih bersemangat lagi untuk membuat konten yang

menarik. Wilbert merasa bahwa ide konten yang dia pikirkan tidak sia sia dengan hasil yang di berikan.

*“Ketika FYP sih. saya kalo lagi cosplay suka bikin kontan juga terus Viral juga udah beberapa kali. Ketika viral tuh Memunculkan perasaan senang yang tidak bisa didapatkan di kesenangan lain. Kayak ketika cosplay "Mash Masker, Douma cebol, dan Gojo kiko.”(Wilbert, 21 tahun)*



Gambar 3. 2 Screenshot feed Instagram @wealbird

Akun Instagram di atas adalah milik Wilbert, yang dia gunakan untuk membagikan konten cosplay dan kehidupan pribadinya. Dengan menggabungkan keduanya, Wilbert ingin menunjukkan bahwa cosplay adalah bagian penting dari hidupnya. Dia sering membagikan proses membuat kostum, sesi foto, dan penampilannya di event cosplay, sambil tetap membagikan momen-momen pribadi sehari-hari. Dengan cara ini, Wilbert ingin memperkenalkan dirinya secara utuh, baik sebagai seorang cosplayer maupun sebagai individu biasa. Ini juga membantunya membangun hubungan yang lebih dekat dengan pengikutnya, sambil menunjukkan passion-nya terhadap cosplay.

Peneliti juga menanyakan tentang seberapa sering mereka mendokumentasikan dan mengunggah hasil cosplaynya ke sosial media. Wilbert mengatakan untuk selalu mendokumentasikan, namun harus memilah terlebih dahulu hasil dokumentasinya untuk di unggah di sosial media.

*“Tidak selalu mas, tergantung hasilnya sih mas kalo hasilnya bagus saya posting kalo kurang memuaskan saya keep untuk diri sendiri aja mas. Ketika konten yang saya itu benar-benar melakukan perencanaan matang saya akan senang. Tapi jika seadanya saya biasa saja karena tidak ada yang spesial dan saya seharusnya bisa melakukan lebih baik.” (Wilbert, 21 tahun)*



*Gambar 3. 3 hasil cosplay wealbird*

Gambar di atas merupakan salah satu contoh cosplay yang dilakukan oleh Wilbert, meskipun hasilnya tidak diunggah ke media sosial. Wilbert mengungkapkan bahwa ia merasakan kepuasan tersendiri ketika melihat hasil foto cosplaynya sendiri. Bagi Wilbert, melihat dirinya berhasil menghidupkan karakter melalui kostum, makeup, dan pose yang sesuai memberikan rasa bangga dan pencapaian pribadi. Kepuasan ini tidak hanya datang dari penampilan visual yang berhasil ia wujudkan, tetapi juga dari proses kreatif yang dilaluinya, mulai dari merancang kostum, memilih aksesoris, hingga mempersiapkan segala detail yang diperlukan.

Hasil foto cosplay tersebut menjadi sumber motivasi bagi Wilbert untuk terus mengembangkan keterampilannya dan melakukan cosplay dengan lebih baik lagi di masa depan. Ia merasa bahwa setiap pengalaman cosplay memberinya pelajaran baru, baik dalam hal teknik pembuatan kostum, kemampuan merias diri, maupun performa di depan kamera. Wilbert juga menambahkan bahwa meskipun ia tidak membagikannya ke media sosial, kepuasan yang ia rasakan berasal dari pencapaian pribadi dan proses kreatif yang ia jalani. Hal ini mendorongnya untuk terus mengeksplorasi karakter-karakter baru dan menantang dirinya sendiri untuk mencapai tingkat akurasi dan kualitas yang lebih tinggi dalam setiap cosplay yang ia lakukan. Dengan demikian, cosplay bukan hanya sekadar hobi bagi Wilbert, tetapi juga menjadi sarana untuk mengekspresikan diri, meningkatkan kreativitas, dan meraih kepuasan.

Rahma memberikan jawaban yang sama saat peneliti menanyakan tentang cara menunjukkan diri sebagai seorang cosplayer, yaitu dengan membangun personal branding di berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter. Selain itu, Rahma juga aktif membuat konten di platform seperti Trakteer dan Haluapp untuk memperluas jangkauan dan interaksi dengan penggemarnya. Menurut Rahma, personal branding sangat penting di dunia cosplay karena hal ini tidak hanya membantu membangun identitas dirinya sebagai cosplayer, tetapi juga memungkinkan orang lain untuk mengenali dan mengapresiasi karya-karyanya. Personal branding yang kuat dapat membedakan dirinya dari cosplayer lain dan membuka peluang untuk kolaborasi atau proyek-proyek kreatif.

Selain aktif di media sosial, Rahma juga sangat memperhatikan kualitas dokumentasi dari setiap cosplay yang ia lakukan. Ia sering kali menyewa fotografer profesional untuk mengabadikan hasil cosplaynya dengan kualitas visual yang tinggi. Dengan begitu, hasil foto tidak hanya sekadar dokumentasi, tetapi juga menjadi karya seni yang dapat ia banggakan. Rahma mengungkapkan bahwa ia merasakan kepuasan tersendiri ketika melihat hasil cosplaynya, terutama ketika hasil tersebut sesuai dengan ekspektasi atau bahkan melebihi harapannya. Kepuasan ini tidak hanya datang dari penampilan visual yang berhasil ia wujudkan, tetapi juga dari proses kreatif yang ia lalui, mulai dari merancang kostum, memilih aksesoris, hingga berkolaborasi dengan fotografer untuk menciptakan konsep foto yang menarik.

*“Pasti kak, yang saya rasakan bisa saya bilang 100% saya puas, biasanya kalo niat cosplayer itu menyewa fotografer untuk mendokumentasikan hasil cosplaynya, dan fotografer akan engange ke cosplayer yang niat.” (Rahma, 23 tahun)*

Bagi Rahma, melihat hasil cosplay yang berhasil ia wujudkan menjadi sumber motivasi untuk terus berkembang dan meningkatkan kualitas karyanya di masa depan. Ia merasa bahwa setiap cosplay memberinya pengalaman baru dan pelajaran berharga, baik dalam hal teknik pembuatan kostum, kemampuan merias diri, maupun performa di depan kamera. Dengan demikian, cosplay bukan hanya sekadar hobi bagi Rahma, tetapi juga menjadi sarana untuk mengekspresikan diri, membangun identitas, dan meraih kepuasan batin melalui karya-karya yang ia ciptakan.

Dalam wawancara Rahma mengatakan cara untuk mengekspresikan antusiasme terhadap anime melalui cosplay dengan menjadi MC di event cosplay dan datang ke event cosplay sebagai cosplayer, Rahma juga membangun usaha jasa sewa kostum cosplay.

Menurut Rahma tantangan terbesar ketika menunjukkan bahwa dirinya seorang cosplayer adalah tanggapan orang tuanya, menurut orang tua Rahma cosplay merupakan kegiatan yang negative, namun Rahma menjelaskan apa saja yang bisa dilakukan sebagai cosplayer sehingga membuat orang tuanya mengerti keputusan yang di ambil Rahma untuk menjadi cosplayer.

Rea dan Raffly menunjukkan dirinya sebagai cosplayer dengan memposting foto saat cosplay di sosial media, dan membuat story Instagram yang berisi tentang anime, dengan cara itu mereka dapat menunjukkan identitasnya sebagai cosplayer, mereka juga aktif mengikuti event cosplay yang sedang di adakan sebagi cosplayer.



Gambar 3. 4 Screenshot feed Instagram @kaidemaru



Gambar 3. 5 Screenshot akun Instagram @kaidemapuru

Cara Damar menunjukkan bahwa dirinya seorang cosplayer tidak terlalu berbeda dengan yang lain, seperti update di sosial media dan mengikuti event, damar juga aktif dalam mengupload foto feed di Instagram dan update di instastory.



*Gambar 3. 6 Screenshot sorotan Instagram @kaidemapuru*

Gambar di atas merupakan hasil screenshot yang diambil dari salah satu sorotan (highlight) yang ada di akun Instagram Damar. Dari beberapa sorotan tersebut, Damar ingin menunjukkan kepada para pengikut Instagram-nya bahwa dirinya adalah seorang cosplayer yang aktif dan serius dalam mengikuti berbagai event cosplay. Melalui sorotan-sorotan ini, Damar membagikan momen-momen penting, seperti penampilannya di berbagai event, proses persiapan sebelum tampil, hingga interaksinya dengan sesama cosplayer dan penggemar. Dengan cara ini, Damar tidak hanya ingin memamerkan hasil karyanya, tetapi juga memberikan gambaran tentang dedikasi dan passion-nya terhadap dunia cosplay. Sorotan tersebut menjadi bukti bahwa Damar tidak hanya aktif di media sosial, tetapi juga terlibat langsung dalam komunitas cosplay di dunia nyata, sehingga pengikutnya bisa melihat betapa seriusnya ia menekuni hobi ini. Pengeluaran sebagai cosplayer dan pencinta anime

## 5. Pengeluaran sebagai penggemar anime dan cosplay

Dalam wawancara yang dilakukan, peneliti menanyakan seberapa sering memperbarui dan menambah koleksi kostum cosplay, ketiga responden yaitu Damar, Raffly, dan Rea memiliki kesamaan dalam menjawab pertanyaan tersebut, mereka lebih memilih menyewa peralatan kostum karena lebih efisien daripada membeli atau membuat kostum yang baru, Rea mengatakan :

*“Buat memperbarui atau memperluas koleksi kostum tuh kalau buat aku kan kebanyakan kostumnya nyewa ya cuma beberapa aja yang bikin sendiri gitu. kalau buat memperluas kostum tuh karena aku nyewa jadi pilihannya juga terbatas kan cuman untuk karakter yang simple-simple mungkin bisa bikin sendiri dari pakaian-pakaian yang udah ada gitu loh.”(Rea, 23 tahun)*

Berbeda dengan yang lain Wilbert lebih memilih untuk membuat kostum cosplay sendiri dan menambah koleksi kostumnya minimal sebulan sekali, sehingga membutuhkan pengeluaran yang lebih tinggi, dan Wilbert senang melakukan hal tersebut, Wilberd mengatakan karena agar tidak monoton dan bervariasi saat cosplay.

Wilbert juga menjelaskan bahwa pengeluaran dalam pembuatan kostum cosplay biasanya berkisar antara Rp. 500.000 hingga Rp. 1.000.000, atau bahkan lebih untuk kostum yang memiliki tingkat kerumitan tinggi dan membutuhkan banyak aksesoris tambahan. Menurutnya, biaya tersebut dapat bervariasi tergantung pada bahan yang digunakan, detail desain, serta tingkat kesulitan dalam pembuatan kostum tersebut. Wilbert menekankan bahwa membuat kostum sendiri lebih terjamin dari segi kualitas dan kelayakan dibandingkan dengan membeli atau menyewa kostum jadi. Dengan membuat kostum sendiri, seorang cosplayer dapat menyesuaikan setiap detail dengan karakter yang ingin diperankan, memastikan bahwa kostum tersebut pas di badan, serta memiliki kualitas yang lebih tahan lama. Selain itu, proses pembuatan kostum sendiri juga memberikan kepuasan tersendiri karena melibatkan kreativitas dan usaha pribadi, sehingga hasilnya terasa lebih personal dan bermakna.

*“Kurang lebih 500-1juta mas tergantung kerumitan ama bahan kostumnya, Untuk saat ini masih belum bisa dan mampu buat bikin di atas sejuta hehe, masih lebih mending daripada beli pabrikan dari china sih mas kalo kata saya, soalnya bahannya juga bisa milih sendiri yang bagus tapi tetep bergantung skill bikinnya” (Wilbert, 21 tahun)*

Wilbert juga percaya dengan skill miliknya dalam membuat kostum, sehingga kualitasnya terjamin dan dapat di gunakan dalam jangka waktu yang lama. Peneliti juga menanyakan kegiatan yang di lakukan pada saat event cosplay. Biasanya dalam satu event ada lomba coswalk, yaitu memperagakan karakter anime yang sedang di cosplay, Wilbert juga mengatakan hadiah dari satu lomba sekitar Rp,150.000 dalam satu event, hasil dari hadiah tersebut di gunakan untuk mereparasi kostum yang di buat oleh Wilbert. Satu kostum yang di buat biasanya dapat di gunakan dalam delapan kali atau lebih.

Rahma memiliki jawaban yang berbeda karena Rahma memiliki bisnis di bidang rental kostum cosplay, untuk menambah koleksi kostum Rahma mengatakan tergantung pasar yang sedang ramai.

*“sebenarnya tergantung pasar, karena selain bercosplay saya juga menjadi pelaku usaha jasa penyewaan kostum cosplay, jadi saya mengikuti trend yang sedang booming, contoh seperti game bertema anime (honkai star rail, genshin impact), jadi saya akan menyediakan kostum kostum tersebut.” (Rahma, 23 tahun)*

Untuk penggunaan pribadi Rahma lebih memilih menyewa kostum karena lebih menghemat biaya. Rahma juga mengatakan menyewa kostum lebih menghemat biaya dan waktu di dibandingkan dengan membuat kostum sendiri karena memerlukan usaha yang lebih untuk membuat satu kostum apabila kostum tersebut memiliki banyak aksesoris.



Gambar 3.7 koleksi action figure Rahma



Gambar 3. 7 koleksi action figure Rahma

, Seperti gambar di atas, Rahma juga mengeluarkan uang untuk membeli action figure dari karakter yang disukainya. Sebagai seorang cosplayer dan penggemar anime, Rahma membagi pengeluarannya dengan terencana ke dalam beberapa kategori. Sebagian besar dana, yaitu sekitar 60%, dialokasikan untuk pembuatan atau pembelian kostum cosplay, karena ini adalah bagian terpenting dalam mengekspresikan karakter yang dibawakannya. Kemudian, 20% dari pengeluarannya digunakan untuk membeli action figure, yang menjadi salah satu cara Rahma mengapresiasi karakter favoritnya secara fisik. Sisa 20% lainnya dialokasikan untuk merchandise dan aksesoris lainnya, seperti poster, pin, atau pernak-pernik anime yang mendukung kecintaannya terhadap dunia anime dan cosplay. Dengan membagi pengeluarannya secara proporsional, Rahma bisa menikmati hobinya secara seimbang tanpa mengabaikan kebutuhan lainnya. Hal ini juga menunjukkan bahwa Rahma sangat serius dan terorganisir dalam mengekspresikan kecintaannya terhadap anime dan cosplay.



*Gambar 3. 8 action figure Douma milik Wealbird*

Gambar di atas merupakan salah satu koleksi action figure karakter Douma yang dimiliki oleh Wilbert. Wilbert mengungkapkan bahwa dirinya merasa sangat puas dan senang karena dapat mencerminkan minat dan kecintaannya terhadap karakter tersebut dalam bentuk fisik yang nyata. Bagi Wilbert, memiliki action figure bukan sekadar tentang mengoleksi barang, tetapi juga tentang menghadirkan bagian dari dunia fiksi yang ia gemari ke dalam kehidupan sehari-harinya. Ia merasa bahwa action figure tersebut menjadi representasi visual dari minat dan passion-nya, sekaligus menjadi sumber inspirasi dan kebahagiaan. Wilbert juga menambahkan bahwa dengan memiliki koleksi seperti ini, ia merasa lebih terhubung dengan karakter yang ia kagumi, serta dapat mengekspresikan identitasnya sebagai penggemar secara lebih konkret. Selain itu, ia menganggap koleksi ini sebagai bentuk apresiasi terhadap karya seni dan desain yang melahirkan karakter Douma, sehingga ia merasa bangga dapat memilikinya.



*Gambar 3. 9 Koleksi kostum milik Damar*

Gambar di atas merupakan koleksi satu set kostum yang dimiliki oleh Damar yang digunakan untuk mengikuti event cosplay, Damar mengatakan bahwa koleksi kostumnya hanya sedikit karena memilih untuk menyewa kostum saja.



*Gambar 3. 10 Gantungan kunci karakter anime*

Damar juga mengoleksi beberapa item lain yang berhubungan dengan anime, seperti gantungan kunci yang terlihat dalam gambar di atas. Menurut Damar, memiliki aksesoris seperti gantungan kunci, pin, atau merchandise kecil lainnya merupakan salah satu cara sederhana namun efektif untuk menunjukkan dirinya sebagai seorang pencinta anime. Aksesoris tersebut tidak hanya berfungsi sebagai barang koleksi, tetapi juga menjadi simbol kecintaannya terhadap karakter atau cerita anime tertentu. Damar sering menggunakan atau membawa aksesoris ini dalam kesehariannya, seperti menggantungkannya di tas, kunci mobil, atau bahkan menjadikannya sebagai hiasan di ruangnya. Dengan cara ini, Damar merasa bisa mengekspresikan identitasnya sebagai penggemar anime tanpa harus mengeluarkan banyak kata. Selain itu, aksesoris ini juga menjadi pembuka percakapan dengan orang lain yang memiliki minat serupa, sehingga membantu Damar terhubung dengan komunitas penggemar anime di sekitarnya. Bagi Damar, koleksi-koleksi kecil ini tidak hanya bernilai sentimental, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidupnya sebagai seorang otaku yang bangga akan hobinya.

## 6. Interaksi yang di lakukan sebagai cosplayer



Gambar 3.11 story Instagram wilbert

Dalam gambar di atas terlihat sebuah postingan Instagram story yang di repost oleh Wilbert dengan caption otsu. Pada postingan tersebut cosplayer menggunakan kata otsu untuk berinteraksi dengan cosplayer lain di social media. Kata otsu kependekan dari otsukaresama yang di ambil dari bahasa Jepang yang berarti, “terima kasih atas kerja kerasmu”. Kata otsu juga di tunjukan untuk rasa apresiasi pada sesame cosplayer.

*“ kalo buat interaksi biasanya yang paling umum tuh upload story pake caption otsu terus saling repost, ya kata otsu udah paling umum sih otsu tuh setauku dari bahasa jepang kayak singkatan gitu artinya makasih dah kerja keras, jadi kaya mengapresiasi buat cosplayer gitu mas” (Wilbert, 21 tahun)*



*Gambar 3.12 contoh foto dari FS (friend sign)*

Foto di atas merupakan contoh lain interaksi dalam dunia cosplay, foto tersebut adalah contoh dari FS yaitu friend sign atau fan sign, biasanya dibuat dengan menuliskan nama atau username social media dari seorang cosplayer di secarik kertas atau di tubuh cosplayer.

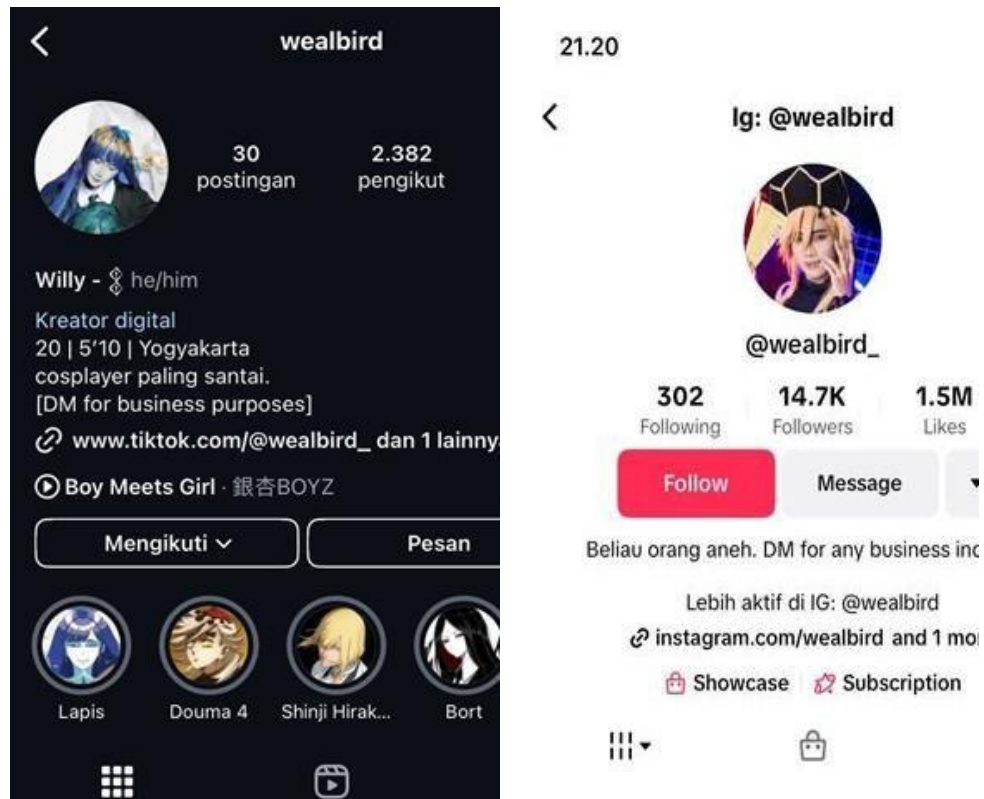
*"contoh lain ya, mungkin fs sih mas, nanti kita tuh nulis di kertas nama atau nama ig dari cosplayer lain terus kita foto pake kostum cosplay kita, nah itu terserah mau di upload atau ga" (Wilbert, 21 tahun)*

Wilbert juga mengatakan FS digunakan sebagai tanda kedekatan atau pertemana sesama cosplayer. FS pada awalnya hanya berlingkup pada sesama cosplayer namun beberapa tahun terakhir pemberian FS semakin meluas, tidak hanya sesama cosplayer namun meluas ke kalangan umum pecinta cosplay, maka pemberian FS ini tidak hanya terjadi antara sesama cosplayer namun juga antara cosplayer dan fans atau pendukung.

*"kalo untuk interaksi paling kaya di komunitas gitu mas, kita ngobrol sama cosplayer yang lain terus ngomongin tentang anime, pokonya komunitas tuh udah kek wadah bagi kita" (Rahma, 20 tahun)*

Dari hasil wawancara dengan Rahma komunitas anime dan cosplay berperan sebagai wadah interaksi sosial yang sangat penting bagi para penggemar, di mana mereka dapat bertemu, berbincang, dan berdiskusi dengan cosplayer lain tentang berbagai topik seputar anime, seperti karakter favorit, cerita menarik, atau bahkan pengalaman pribadi dalam membuat kostum dan melakukan cosplay. Bagi responden, komunitas ini tidak hanya sekadar tempat berkumpul, tetapi juga menjadi ruang aman yang nyaman untuk mengekspresikan diri, berbagi ide-ide kreatif, dan mendapatkan dukungan moral dari orang-orang yang memiliki minat dan passion yang sama. Interaksi di dalam komunitas tidak hanya memperkaya pengetahuan dan wawasan mereka tentang dunia anime, tetapi juga memperkuat ikatan sosial dan rasa kebersamaan di antara para anggota. Responden merasa bahwa komunitas ini telah memberinya kesempatan untuk bertemu dengan orang-orang yang memahami kecintaannya terhadap anime, sehingga membuatnya merasa diterima, terinspirasi, dan termotivasi untuk terus mengembangkan diri. Dengan segala manfaat yang diberikan, komunitas anime dan cosplay telah menjadi bagian tak terpisahkan dari pengalaman hidupnya sebagai seorang penggemar anime dan cosplayer.

## 7. Tampilan social media responden



Gambar 3.13 tampilan profil Instagram dan Tiktok Wilbert

Dari gambar di atas terlihat tampilan profil dari akun Instagram Wealbird, dalam wawancara yang dilakukan dengan mas Wilbert, peneliti menanyakan hal yang melatar belakangi atau alasan khusus foto profil yang di gunakan oleh mas Wilbert untuk akun Instagramnya, karena dari sekian banyak karakter yang di cosplay oleh mas Wilbert yang di gunakan menjadi foto profil adalah foto tersebut.

*“Jadi yang di Instagram itu kan saya pakai profile picture-nya Lapislazuli dari anime Manga sih, Hosekino Kuni. Itu karena emang cakep dan mau rebranding aja sih. Soalnya kan sebelum saya pakai PP ini kan, yang paling ikonik tuh dulu Douma dari Kimetsu no Yaiba Nah dari situ, saya pengen udah lah, bosan jadi Douma terus kan, terus yaudah ganti jadi Lapis.”*

Alasan Wilbert menggunakan karakter tersebut karena alasan estetika dan keinginan untuk untuk rebranding dari foto sebelumnya, dan Wilbert merasa cosplay yang di jadikan foto profil adalah cosplay terbaiknya Wilbert. Dalam dunia anime, karakter dengan desain unik sering kali menjadi favorit untuk di jadikan foto profil.

Berbeda dengan foto profil yang di gunakan Wilbert pada akun Tiktoknya, Wilbert menggunakan karakter yang dia cosplay, alasan Wilbert menggunakan foto profil tersebut karena karakter tersebut merupakan ikonik dari anime Kimetsu No Yaiba, nama karakternya adalah Douma. pada awalnya foto profil Instagram dan Tiktok Wilbert menggunakan foto yang sama, namun Wilbert memutuskan untuk mengganti foto profil Instagram. Wilbert mengatakan pasar yang di incar berbeda antara Instagram dan Tiktok.

*“Yang di tiktok pun masih douma karena emang masih ikonik aja sih Dan kalua yang di tiktok emang gak mau di rebrand Yang di instagram doang Soalnya target pasar saya di tiktok sama di instagram tuh beda.”*



Gambar 3. 14 screenshot konten Wilbert di Tiktok

Gambar di atas merupakan salah satu contoh konten Tiktok yang di unggah oleh Wilbert di akun Tiktoknya, video tersebut memiliki 5 juta views dan 261 ribu likes, konten tersebut salah satu konten yang viral di akun Wilbert, dalam wawancara peneliti menanyakan alasan mengapa konten tersebut bisa viral dan juga maksud dari video tersebut.

*“Konten yang ini viral kayaknya gara-gara emang relate aja sih ke banyak orang. Itu sebenarnya videonya tuh mau dibikin targetnya tuh orang luar kan? Pake caption Inggris. Terus karena, hmm, kayaknya ini relate di secara global gitu. Jadi yaudah aku bikin versi Indo sama versi Inggrisnya. Dan yang rame malah Indonya. di video itukan saya jalannya sambil jongkok tuh, itu tuh memperagakan orang orang oendek misal cosplay karakter yang tinggi, ya kurang lebih gitu sih mas, jadi hiburan orang orang yang relate aja”*

Wilbert mengatakan alasan konten tersebut bisa viral dan memiliki jumlah views yang banyak karena relate dengan cosplayer cosplayer yang bertubuh pendek mencoba cosplay karakter yang bertubuh tinggi, menurut Wilbert ketika melihat cosplayer yang bertubuh pendek mencoba cosplay karakter bertubuh tinggi seperti melihat kurcaci berjalan. Awalnya, konten tersebut ditujukan untuk audiens internasional. Namun, ternyata konten tersebut juga memiliki daya tarik yang kuat secara global, sehingga Wilbert memutuskan untuk membuat dua versi, yaitu versi audience lokal dan versi audience luar. Menariknya, versi bahasa local justru lebih populer dan mendapatkan lebih banyak perhatian dibandingkan versi bahasa Inggris. Konten tersebut menampilkan responden yang berjalan sambil jongkok, yang merupakan representasi humoris dari situasi di mana seseorang yang bertubuh pendek mencoba untuk cosplay karakter yang tinggi. Hal ini dianggap sebagai hiburan yang relate bagi banyak orang, terutama bagi mereka yang memiliki pengalaman serupa atau merasa terhubung dengan situasi tersebut.



Gambar 3. 15 Profil Instagram Rahma



Gambar 3. 16 Postingan Instagram Rahma

Gambar di atas merupakan akun Instagram Rahma dengan nama akun ama.rhine, berbeda dengan Wilbert, Rahma memilih foto profil tersebut berdasarkan estetika pada foto, menurut Rahma pemilihan foto profil merupakan salah satu hal yang penting dalam membangun personal branding dalam dunia cosplay. Rahma juga mengatakan orang foto profil merupakan ciri khas dari seorang cosplayer, sehingga ketika melihat profil social media dapat langsung mengetahui bahwa dia adalah cosplayer.

*“jadi sebelumnya issa buat alasan dari foto profile itu sendiri itu nggak terlalu sikin fikasi itu lebih kayak cocok-cocokan untuk foto profile karena aku tuh mungkin issa bisa dibilang pengen rapi aja dan foto itu tuh salah satu foto emang cosplay dia tuh kayak lebih lurus gitu, nggak miring, nggak terlalu neko-neko”*

*“jadi orang tuh ngeliat profile issal m itu dengan foto profile itu udah oh, mungkin yang ini gitu, oh amai yang ini gitu dan itu emang cosplay itu dari karakter game issa nggak salah issal madoka dari issal issal lupa mungkin yang bisa aku cari buat kamu”*

Rahma juga sangat menjunjung tinggi personal branding, dalam wawancara Rahma mengatakan personal branding bukan hanya di lihat dari foto profil saja, namun dari postingan postingan yang di upload di social media, rahma juga mengatakan skill berbicara dan profesionalisme sebagai cosplayer sangat penting,

menurut Rahma cosplay bukan hanya menggunakan kostum karakter yang di cosplay, tapi juga menirukan sifat dari karakter tersebut.

Oleh karena itu Rahma juga sangat memperhatikan dalam pembuatan caption untuk postingan yang di upload di instagramnya, caption pada gambar di atas bertulis “if love makes a woman beautiful what kind of medicine would that be exactly” caption tersebut di ambil dari kata kata yang di ucapkan oleh karakter yang di cosplay oleh Rahma, karakter tersebut Bernama Mao Mao dari anime Kusurya no Hitorigoto. Rahma mengatakan :

*“Jadi issa buat caption sendiri beberapa itu aku seringnya pakai karakter dulu. Baru issa issal aku udah kehabisan ide buat naruh ini itu captionnya apa aku baru kayak ya udah lah nggak usah kasih caption atau mungkin hashtag doang gitu. Yang jelas itu ada kaitannya sama karakter itu sendiri. Nah waktu itu. Aku pakai caption itu karena emang mau mau itu di salah satu scene nya itu ada bilang kayak gitu juga. Makanya aku terinspirasi bukan kayak asal-asalan gitu.”*

Dari hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa pembuatan caption oleh Rahma sering kali didasarkan pada karakter yang terlibat. Rahma cenderung menggunakan karakter sebagai inspirasi utama dalam membuat caption. Jika ide untuk membuat caption sudah habis, Rahma memilih untuk tidak memberikan caption sama sekali atau hanya menggunakan hashtag saja. Rahma juga menjelaskan bahwa caption yang dibuat harus memiliki kaitan dengan karakter tersebut. Sebagai contoh, dalam suatu kesempatan, responden menggunakan caption tertentu karena terinspirasi oleh sebuah adegan (scene) di mana karakter tersebut mengucapkan sesuatu yang relevan dengan caption yang dibuat. Hal ini menunjukkan bahwa caption yang dibuat bukanlah asal-asalan, melainkan memiliki dasar dan inspirasi yang jelas dari karakter atau konteks yang ada.



*Gambar 3. 17 akun Instagram Damar*

Sama seperti Rahma, dalam wawancara dengan Damar, mengatakan bahwa tidak ada alasan khusus atau rumit dalam memilih foto profil. Damar lebih mempertimbangkan aspek estetika dari foto tersebut. Ketika memilih foto profil, Damar cenderung memilih foto yang menurutnya terlihat paling keren dan menarik, tanpa memikirkan alasan yang terlalu mendalam. Hal ini menunjukkan bahwa preferensi Damar dalam memilih foto profil lebih didasarkan pada kesan visual yang kuat dan kesan pribadi terhadap foto tersebut.

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **1. Alasan tertarik kepada cosplay dan anime**

Alasan para responden tertarik kepada cosplay memiliki beberapa factor yang berbeda. Beberapa dari mereka, seperti Wilbert dan Rafli, mereka tertarik dengan cosplay karena seni teatrikal atau seni bermain peran, pada awal mulanya mereka di ajak oleh temanya untuk melihat event cosplay, kemudian tertarik ketika melihat karakter anime yang biasa di lihat di layar kaca menjadi karakter yang ada di dunia nyata. Wilbert juga tertarik pada cosplay karena terdapat seni di dalam cosplay yang dapat meningkatkan kreatifitas seperti membuat kostum sendiri. Sama halnya dengan yang lain, alasan Rea dan Damar tertarik pada cosplay karena melihat suatu event cosplay yang ada di salah satu mall, sebagai pecinta anime mereka tertarik ketika melihat karakter yang sedang di cosplay oleh para cosplayer, karakter di dalam anime juga menjadi salah satu alasan Rea untuk tertarik pada cosplay, Rea mengatakan karakter yang ada di anime memiliki sifat yang berbeda beda dan memiliki tingkat popularitasnya masing-masing sehingga membuat Rea memikirkan apabila karakter tersebut berada di dunia nyata. Di sisi lain Rahma tidak melihat cosplay hanya sebatas hobi, menurut Rahma cosplay memiliki potensi sebagai kompetisi untuk menghasilkan uang dengan pricepool yang ada menjadikan cosplay semakin menarik. Alasan lain Rahma tertarik pada cosplay karena fashion yang ada di dunia cosplay. Secara keseluruhan latar belakang para responden tertarik pada cosplay sangat beragam, mulai dari tertarik kepada seni dalam cosplay, di ajak teman, dan melihat cosplay sebagai kompetisi.

Alasan para responden tertarik pada anime memiliki kesamaan yang signifikan, yaitu mereka terpesona oleh alur cerita yang mendalam dan visual yang menarik yang disuguhkan oleh anime itu sendiri. Rafly dan Rea menjelaskan bahwa anime memiliki konsep dan alur cerita yang unik, yang sering kali tidak dapat ditemukan dalam media hiburan lainnya. Mereka

mengapresiasi bagaimana anime mampu menciptakan dunia yang imajinatif, penuh dengan karakter-karakter yang kompleks, serta cerita yang sarat dengan pesan moral, filosofis, atau bahkan kritik sosial. Hal ini membuat anime menjadi medium yang tidak hanya menghibur, tetapi juga memicu pemikiran dan refleksi bagi penontonnya.

Menurut Wilbert, salah satu daya tarik utama anime adalah kemampuannya untuk mengeksekusi emosi dari suatu karakter dan alur cerita dengan cara yang sangat visual dan memukau. Anime tidak hanya mengandalkan dialog atau narasi untuk menyampaikan emosi, tetapi juga menggunakan teknik animasi, ekspresi wajah, gerakan tubuh, serta musik dan efek suara yang mendalam. Kombinasi ini membuat penonton dapat merasakan emosi yang kuat, seperti kebahagiaan, kesedihan, ketegangan, atau bahkan inspirasi, secara lebih intens. Wilbert menambahkan bahwa visual yang menarik, seperti desain karakter yang detail, latar belakang yang indah, dan adegan-adegan yang dinamis, menjadi faktor penting yang membuat anime begitu memikat.

## **2. Fanatisme terhadap anime**

Fanatisme menurut Slamet A. (Herlambang, 2018) fanatisme adalah bentuk rasa cinta yang di percaya memberikan kontribusi yang signifikan dalam hidup. Fanatisme dapat diartikan sebagai suatu semangat untuk mengejar suatu tujuan tertentu yang disertai manifestasi emosional yang kuat tanpa dasar rasional objektif dan akseptual cukup.

Menurut Chung (dalam Damasta & Dewi, 2020), fanatisme merupakan bentuk kecintaan luar biasa terhadap suatu objek. Salah satunya fenomena fanatisme terhadap anime. Mereka yang fanatik terhadap anime akan membeli barang-barang yang mereka sukai tidak peduli dengan harga dan nilai dari barang tersebut.

Dasar dari sifat fanatik yang dilakukan penggemar kepada suatu objek mereka tertulis didalam empat karakteristik fanatisme menurut (Throne & Burner, 2006). Terlibat secara internal, terlibat secara eksternal, keinginan untuk mendapatkan segala sesuatu mengenai objek fanatis, keinginan untuk berinteraksi dengan orang yang memiliki minat yang sama.

### **1) keterlibatan secara internal**

Dalam karakteristik ini penggemar akan memfokuskan dan membagi waktu maupun energi mereka untuk melakukan hal yang di minati dan mereka senangi. Karakteristik ini penggemar memiliki pemikiran tersendiri ketika menunjukkan kecintaan dan kekagumannya dengan yang bukan penggemar. Perbedaan tersebut yang membuat penggemar memiliki komitmen untuk meluangkan tenaga, uang dan juga waktu untuk objek fanatic mereka. Para pecinta anime menunjukkan dedikasi yang tinggi dengan rela mengeluarkan uang jutaan rupiah untuk membeli barang-barang yang berhubungan dengan anime seperti action figure, keychain, dan kostum cosplay. Responden Bernama Wilbert menunjukkan kecintaanya terhadap anime dengan mengoleksi action figure yang ia pajang di kamar kosnya. Sama seperti Wilbert, Damar juga mengoleksi aksesoris aksesoris yang berhubungan dengan anime, seperti gantungan kunci, hal itu membuat mereka merasakan kepuasan tersendiri ketika memiliki barang yang berkaitan dengan hal yang mereka sukai.

2) keterlibatan eksternal

Dalam karakteristik ini penggemar memiliki keinginan untuk menunjukkan keterlibatan mereka dalam hal yang mereka gemari melalui perilaku tertentu dengan caranya masing masing. Responden Bernama Rahma dan Wilbert menunjukkan dirinya sebagai cosplayer pecinta anime dengan personal branding di social media. Menurut Rahma personal branding dalam dunia cosplay merupakan salah satu hal yang penting. mereka juga membuat akun social media khusus yang digunakan untuk mengupload hasil foto cosplay mereka. Seperti yang terlihat dalam tampilan social media responden bernama Wilbert, foto profil yang digunakan oleh Wilbert merupakan salah satu karakter anime bernama Douma yang di cosplay oleh Wilbert, menurut Wilbert karakter tersebut merupakan karakter yang ikonik di anime Jujutsu Kaisen. Pada salah satu postingan Rahma yang sedang mengcosplay karakter Mao Mao, caption yang digunakan Rahma adalah kalimat yang di ucapkan oleh Mao Mao dalam salah satu scene. Upaya yang dilakukan oleh mereka telah mencerminkan tindakan fanatisme dengan menunjukkan bahwa mereka adalah cosplayer yang mencintai anime.

3) keinginan untuk memiliki hal terkait objek fanatic

Dalam karakteristik ini penggemar memiliki ekspresi keinginan yang besar untuk meraih informasi mengenai hal yang berhubungan dengan yang mereka gemari. Penggemar merasakan kepuasan tersendiri ketika mendapatkan apresiasi dari sesama penggemar. Seperti yang di katakana oleh Rahma dan Wilbert dalam beberapa kasus penggemar memiliki sebutan khusus untuk karakter yang mereka sukai, sebutan tersebut tergantung dengan gender karakter, untuk karakter Wanita di sebut waifu, dalam bahasa jepang artinya istri, sedangkan untuk karakter pria di sebut husbu dalam bahasa jepang artinya suami, Penggunaan istilah waifu dan husbu ini tidak hanya sekadar menunjukkan kecintaan terhadap karakter, tetapi juga menjadi bagian dari budaya dan bahasa yang berkembang di kalangan penggemar. Hal ini menciptakan ikatan emosional yang kuat antara penggemar dan karakter yang mereka kagumi, sekaligus memperkaya interaksi sosial di dalam komunitas. Dengan demikian, istilah-istilah ini menjadi salah satu cara bagi penggemar untuk mengekspresikan identitas dan kecintaan mereka terhadap dunia anime dan manga.

4) berinteraksi dengan orang yang memiliki minat yang sama

Interaksi social ini di lakukan oleh sesama penggemar yang untuk mengekpresikan hal yang mereka gemari, biasanya hal ini terjadi dalam sebuah komunitas yang menjadi wadah bagi orang orang yang menggemari anime. Para penggemar menggunakan komunitas sebagai wadah untuk bertukar informasi mengenai anime. Selain melalui komunitas responden juga berinteraksi dengan sesama cosplayer dan penggemar anime melalui social media mereka. Seperti yang di lakukan oleh Damar dan Rea, mereka membuat stori Instagram yang sedang berfoto dengan cosplayer lain dan biasanya para cosplayer menggunakan caption *Otsu* yang di ambil dari singkatan bahasa jepang yang artinya terima kasih sudah kerja keras, hal itu merupakan salah satu bentuk dari rasa apresiasi bagi sesama cosplayer. Hal ini menunjukkan bahwa mereka memiliki persamaan dalam menggemari suatu objek fanatis yang membuat mereka merasakan hal yang menghubungkan antara satu dengan yang lain.

### 3. Penguat dari penelitian terdahulu

Penelitian ini juga di perkuat oleh penelitian terdahulu yang di tulis oleh Muhammad Malik Hamka Sukarman mahasiswa Universitas Islam Indonesia berjudul Fanatisme Otaku Terhadap Anime One Piece, dalam penelitian tersebut di jelaskan bahwa setiap individu memiliki cara untuk menunjukkan sesuatu yang mereka sukai. Dalam fanatisme sendiri seseorang akan dilekatkan pada sebuah identitas yang menyatu pada diri setiap individu dari hal yang disukai. Untuk menunjukkan rasa suka tersebut maka, individu akan berbuat sesuatu terhadap suatu hal. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fanatisme terhadap anime, seperti menjadi penggemar berat (Otaku) One Piece, dapat memengaruhi gaya hidup seseorang. Hal ini terlihat dari kecenderungan para fans yang lebih memprioritaskan One Piece, seperti mengikuti perkembangannya secara intensif, sehingga menyebabkan mereka kesulitan dalam mengatur waktu, munculnya perilaku konsumtif, serta adanya ketertarikan dan keterikatan yang kuat terhadap budaya Jepang. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis terletak pada fokus kajiannya. Penelitian ini lebih berfokus pada gaya hidup seorang otaku atau individu yang fanatik terhadap anime, sementara penelitian yang dilakukan oleh penulis mengkaji objek yang berbeda, yaitu cosplayer yang juga memiliki kecenderungan fanatik terhadap anime. Meskipun terdapat perbedaan dalam objek yang diteliti, kedua penelitian ini memiliki persamaan, yaitu sama-sama meneliti individu yang memiliki ketertarikan atau fanatisme terhadap anime sebagai objek utama. Dengan demikian, meskipun fokus dan subjek penelitiannya berbeda, keduanya memiliki titik temu dalam hal objek fanatisme, yaitu anime.

komunitas juga dapat menjadi wadah bagi individu yang memiliki kegemaran yang sama. seperti yang di tulis oleh Perwitasari, Fauzia dan Hidayatullah pada penelitiannya yang berjudul judul “Hubungan Fanatisme Pada Anime Dengan Sense Of Community Pada Anggota Komunitas ROD Banjarmasin.” menjelaskan bahwa individu yang memiliki kecenderungan untuk menyukai sesuatu secara berlebihan atau yang di sebut fanatis, cenderung mencari teman yang memiliki minat yang sama. mereka

membentuk komunitas untuk memenuhi kebutuhan bersama dalam berbagi hal yang mereka minati. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis dapat dilihat dari beberapa aspek, terutama dalam hal objek dan metode penelitian yang digunakan. Pertama, objek penelitian dalam studi ini adalah komunitas otaku atau kelompok yang memiliki ketertarikan dan fanatisme terhadap anime, sementara objek penelitian yang dipilih oleh penulis adalah cosplayer yang lebih bersifat individual, yaitu orang-orang yang secara khusus terlibat dalam kegiatan cosplay sebagai bentuk ekspresi kecintaan mereka terhadap anime. Selain perbedaan dalam objek penelitian, terdapat juga perbedaan dalam metode penelitian yang digunakan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, yang lebih menekankan pada pengumpulan dan analisis data numerik atau statistik untuk mengukur dan menganalisis fenomena yang terjadi dalam komunitas otaku. Di sisi lain, penelitian yang dilakukan oleh penulis menggunakan metode penelitian kualitatif, yang lebih berfokus pada pemahaman mendalam terhadap perilaku, motivasi, dan pengalaman individu cosplayer melalui pendekatan deskriptif.

Fanatisme dan perilaku konsumtif dapat memiliki hubungan yang erat, terutama ketika seseorang sangat terikat pada suatu merek, produk, atau komunitas tertentu. fanatisme dapat memperkuat kecenderungan konsumtif karena membentuk perilaku konsumen yang lebih emosional dan terpengaruh oleh identitas sosial atau budaya tertentu. Di perkuat juga oleh penelitian milik Yogi Anggita Syahputri mahasiswa Universitas Medan Area, yang berjudul Hubungan Fanatisme Dengan Perilaku Konsumtif pada Penggemar Anime di Medan, menurut dari hasil penelitian tersebut, semakin tinggi fanatisme maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif, namun sebaliknya semakin rendah tingkat fanatismenya maka semakin rendah juga perilaku konsumtifnya. Perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan penelitian ini dapat dilihat dari beberapa aspek, terutama dalam hal metode penelitian, fokus kajian, dan pendekatan yang digunakan. Pertama, dalam hal metode penelitian, penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan korelasi, yang bertujuan untuk menganalisis dan mencari hubungan antara fanatisme terhadap anime dengan perilaku

konsumtif. Metode ini melibatkan pengumpulan data numerik serta analisis statistik untuk mengukur sejauh mana kedua variabel tersebut saling terkait. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang lebih berfokus pada penggambaran mendalam mengenai fenomena fanatisme yang terjadi pada cosplayer. Pendekatan ini memungkinkan penulis untuk mengeksplorasi motivasi, pengalaman, dan perilaku individu cosplayer secara lebih rinci. Selain perbedaan metode, terdapat juga perbedaan dalam fokus penelitian. Penelitian ini berfokus pada upaya untuk menemukan hubungan antara fanatisme terhadap anime dengan perilaku konsumtif, sehingga lebih menitikberatkan pada dampak ekonomi atau pola konsumsi yang muncul akibat fanatisme tersebut. Di sisi lain, penelitian penulis lebih memusatkan perhatian pada perilaku fanatisme itu sendiri, khususnya yang terjadi pada cosplayer, dengan tujuan untuk memahami bagaimana fanatisme tersebut diekspresikan melalui kegiatan cosplay. Meskipun terdapat perbedaan dalam metode dan fokus penelitian, kedua penelitian ini memiliki persamaan, yaitu anime sebagai objek utama yang menjadi tujuan dari perilaku fanatisme dan perilaku konsumtif. Baik dalam penelitian ini maupun penelitian penulis, anime menjadi pusat dari fenomena yang diteliti, meskipun dengan sudut pandang dan pendekatan yang berbeda. Dengan demikian, meskipun memiliki perbedaan dalam metodologi dan fokus, kedua penelitian ini saling melengkapi dalam memahami kompleksitas fenomena fanatisme terhadap anime dan dampaknya pada perilaku individu atau kelompok.

Penelitian selanjutnya yang dapat memperkuat penelitian ini adalah penelitian yang di tulis oleh Abdurrahman Fadhil Pinem dari Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan judul penelitian “Psikologi komunikasi remaja otaku cosplay terhadap konsep diri di kalangan komunitas cosplayer Medan”. Penelitian ini berfokus pada psikologi komunikasi yang terjadi pada remaja otaku. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa peneliti dapat menyimpulkan bahwa konsep diri seorang Otaku Cosplay terbentuk sejak masa kanak-kanak. Hal ini dipengaruhi oleh kebiasaan menonton kartun asal Jepang (anime) yang dilakukan secara terus-menerus tanpa adanya pengawasan yang memadai

dari orang tua atau pihak lain. Kebiasaan menonton anime tersebut telah menjadi bagian integral dari kehidupan mereka sejak dini dan terus berlanjut hingga dewasa. Proses ini mendorong mereka untuk mengidentifikasi diri dengan karakter atau tokoh anime yang mereka sukai. Selanjutnya, mereka memvisualisasikan karakter atau tokoh tersebut ke dalam bentuk nyata melalui kegiatan cosplay. Aktivitas ini tidak hanya memberikan kepuasan secara emosional, tetapi juga menciptakan perasaan senang dan terpenuhi karena mereka dapat mengekspresikan kecintaan mereka terhadap anime secara kreatif dan nyata. Dengan demikian, konsep diri mereka sebagai Otaku Cosplay terbentuk melalui interaksi yang intens dengan budaya anime dan dorongan untuk mewujudkan imajinasi mereka ke dalam dunia nyata. Penelitian tersebut memperkuat bahwa aktivitas cosplay merupakan salah satu bentuk kefanatisan individu yang memiliki kecintaan terhadap anime. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis terletak pada fokus kajiannya. Penelitian ini lebih menitikberatkan pada aspek psikologi komunikasi yang terjadi pada remaja otaku cosplay, yaitu bagaimana proses komunikasi, interaksi sosial, dan ekspresi diri mereka terbentuk melalui kegiatan cosplay dan kecintaan terhadap anime. Penelitian ini berusaha memahami bagaimana remaja otaku cosplay membangun identitas diri dan berkomunikasi dengan sesama penggemar. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh penulis lebih berfokus pada perilaku fanatisme yang terjadi pada cosplayer anime. Fokus tersebut mencakup analisis mengenai tingkat keterikatan emosional, pola konsumsi, serta dampak fanatisme terhadap gaya hidup dan keputusan sehari-hari para cosplayer. Meskipun kedua penelitian ini memiliki objek yang sama, yaitu cosplayer anime, perbedaan utama terletak pada sudut pandang dan pendekatan yang digunakan. Penelitian ini menekankan pada aspek psikologi komunikasi, sedangkan penelitian penulis lebih menitikberatkan pada perilaku fanatisme dan implikasinya.

## BAB IV

### PENUTUP

#### 1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan kelima responden memiliki cara yang beragam ketika melakukan perilaku fanatisme terhadap anime. Dalam fanatisme, peneliti menggunakan teori karakteristik fanatisme yang terbagi menjadi empat yaitu **1)** keterlibatan internal dengan cara membeli barang atau aksesoris seperti action figure, gantungan kunci, kostum dan juga ada beberapa responden yang membayar sejumlah uang untuk mengikuti kompetisi. **2)** keterlibatan eksternal, responden melakukan kegiatan seperti membranding diri di social media sebagai penggemar anime, mengunggah stori tentang anime, membuat sorotan menggunakan foto karakter anime, membuat caption yang berhubungan dengan karakter anime yang sedang di cosplay. **3)** keinginan untuk memperoleh sesuatu yang berhubungan dengan objek fanatik, pada fase ini penggemar mengekspresikan diri dengan menganggap suatu karakter anime sebagai *waifu* atau *husbu* mereka dan menjadi objek fantasi. **4)** berinteraksi dengan orang yang memiliki minat yang sama, pada karakteristik ini yang dilakukan oleh responden untuk berinteraksi yaitu memiliki wadah bagi sesama penggemar anime dan cosplayer melalui *komunitas*, dalam *komunitas* mereka melakukan interaksi sesama penggemar untuk mengumpulkan informasi seputaran anime dan cosplay, dalam komunitas responden dapat mengetahui informasi mengenai event-event cosplay yang akan di adakan dan bertukar pikiran membahas hal tentang anime.

#### 2. Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian perilaku fanatisme yang terjadi pada cosplayer anime, peneliti menghadapi beberapa keterbatasan di antara lain kurangnya referensi yang memadai mengenai fanatisme terhadap anime, terkhusus dalam konteks cosplayer yang fanatik terhadap anime. Selain itu,

peneliti juga menghadapi kendala dalam hal akses terhadap responden. Cosplayer yang diidentifikasi sebagai fanatik sering kali sulit dihubungi secara berkelanjutan karena berbagai alasan, seperti kesibukan pribadi, ketidaktertarikan untuk berpartisipasi dalam penelitian, atau bahkan keengganan untuk membahas topik yang dianggap sensitif. Hal ini menyebabkan proses pengumpulan data menjadi terhambat dan tidak selalu konsisten, sehingga memengaruhi kedalaman dan kualitas informasi yang dapat diperoleh.

### 3. Saran

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi perkembangan pengetahuan dalam bidang studi tentang fanatisme, khususnya dalam konteks cosplayer anime. Dengan mengkaji lebih dalam mengenai dinamika perilaku fanatik yang muncul di kalangan cosplayer, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman akademis tentang fenomena fanatisme dalam budaya populer, yang selama ini masih relatif terbatas. Selain itu, temuan-temuan dari penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi landasan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang ingin mengeksplorasi topik serupa atau topik terkait lainnya, seperti pengaruh media populer terhadap pembentukan identitas dan perilaku individu. Peneliti berharap bahwa meskipun masih terdapat banyak kekurangan, penelitian ini dapat menjadi langkah awal yang bermanfaat dalam memahami fenomena fanatisme di kalangan cosplayer anime, serta memberikan inspirasi bagi peneliti lain untuk melanjutkan eksplorasi dalam bidang yang masih kurang terjamah ini.

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis dapat memberikan saran pada penelitian selanjutnya :

#### 1) Eksplorasi fenomena Vtuber

VTuber semakin populer sebagai konten kreator, mirip seperti YouTuber atau streamer, tetapi menggunakan karakter anime atau avatar virtual sebagai identitas.

#### 2) Aspek yang diteliti

Penggunaan teknologi yang menggunakan motion capture dan animasi real time, kemudian juga aspek sosial dan budaya, termasuk interaksi antara

VTuber dengan penontonnya, pembentukan identitas virtual, serta dampaknya terhadap industri hiburan dan konten kreatif.

Selain itu, penulis juga menyarankan bahwa jika penelitian selanjutnya tertarik untuk meneliti topik terkait cosplayer atau anime, sebaiknya penelitian dilakukan dengan memfokuskan pada komunitas tertentu. Hal ini akan mempermudah proses pengumpulan data dan informasi yang dibutuhkan, karena komunitas tertentu biasanya memiliki struktur, aktivitas, dan dinamika yang lebih terorganisir. Dengan memilih komunitas sebagai objek penelitian, peneliti dapat lebih mudah mengamati perilaku, interaksi, dan pola pikir anggota komunitas tersebut secara mendalam. Selain itu, komunitas juga sering kali menjadi wadah bagi para cosplayer atau penggemar anime untuk saling berbagi pengalaman, pengetahuan, dan kegiatan terkait hobi mereka, sehingga dapat menjadi sumber informasi yang kaya dan relevan untuk penelitian. Dengan demikian, fokus pada komunitas tertentu dapat meningkatkan efektivitas dan kedalaman penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Allen, Matthew dan Rumi Sakamoto. 2006. *Popular Culture, Globalization and Japan*. Australia: Routledge.
- Ardhani, S. R., Wulan, R. R., & Malau, R. M. U. (2017). Identitas Diri Pelaku Cosplay (studi Fenomenologi Cosplayer Di Komunitas Cosplay Bandung). *eProceedings of Management*, 4(3).
- Artha, P. A., & Aرسال, T. (2024). Fanatisme Pada Anime Terhadap Pergeseran Perilaku Konservasi Budaya Lokal Di Kota Semarang. *Edu Sociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 7(1), 25-33.
- Chaplin, J. P. (2009). *Kamus Lengkap Psikologi*. PT Rajagrafindo Persada.
- Ito, M. (2012). Contributors to the Anime Industry: A Case Study of Fan Labor in the Anime Music Video Scene. *Transformative Works and Cultures*, 10.
- Kroski, Ellyssa. 2015. *Cosplay in Libraries: How to Embrace Costume Play in Your Library*. London: The Rowman and Littlefield Publishing Group.
- Lamerichs, N. (2011). Stranger than Fiction: Fan Identity in Cosplay. *Transformative Works and Cultures*, 7.
- McCarthy, H. (2015). *The Anime Encyclopedia: A Guide to Japanese Animation Since 1917*.
- Napier, S. J. (2005). *Anime from Akira to Howl's Moving Castle: Experiencing Contemporary Japanese Animation*. Palgrave Macmillan.
- Napier, S. J. (2001). *Anime from Akira to Princess Mononoke: Experiencing contemporary Japanese animation*. London: Palgrave Macmillan.
- Perwitasari, R. A. P., Fauzia, R., & Hidayatullah, M. S. 2020. Hubungan Fanatisme Pada Anime Dengan Sense Of Community Pada Anggota Komunitas Rod Banjarmasin. *Kognisia prodi Psikologi FK ULM*, 2(1), 105-109.
- Raco, J. 2018. *Metode penelitian kualitatif: jenis, karakteristik dan keunggulannya*. Jakarta: Gramedia

- Rahman, O., & Wing-Sun, L. (2011). Cosplay: An Exploratory Study of a Self-Presentation Concept. *International Journal of Cultural Studies*, 14(6).
- Riki, A. (2021). PERANAN COSPLAY DALAM MEMBANGUN KREATIFITAS (Studi Kasus pada Komunitas Cosplay JABODETABEK) (Doctoral dissertation, UNSADA).
- Steinberg, M. (2012). *Anime's Media Mix: Franchising toys and characters in Japan*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Syahputri, Y. A. (2024). *Hubungan Fanatisme dengan Perilaku Konsumtif pada Penggemar Anime di Medan* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Tartila, P. L. (2013). Fanatisme fans kpop dalam blog netizenbuzz. *Commonline*, 2(3), 190-205.
- Patilima, Hamid. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (1., Cet. 2). Bandung: Alfabeta.
- Sudaryono, D. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Mix Method*. Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Mulyadi, Seto, Basuki, A.M Heru, Prabowo, Hemdra. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif dan Mixed Method : perspektif yang terbaru untuk ilmu-ilmu sosial, kemanusiaan, dan budaya* (1). Depok: Rajawali Pers

