

**SIRKULASI BUDAYA POPULER JEPANG:
PRAKTIK *PROSUMPTION* PADA AKTIVITAS *COSPLAY*
(STUDI KASUS PARA *COSPLAYER* DI KOTA MAKASSAR)**

SKRIPSI

MUH. AKBAR

E031191062



**SKRIPSI DIAJUKAN SEBAGAI SALAH SATU SYARAT GUNA
MEMPEROLEH DERAJAT KESARJANAAN PADA JURUSAN
SOSIOLOGI**

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

DEPARTEMEN SOSIOLOGI

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2024

***THE CIRCULATION OF JAPANESE POPULAR CULTURE:
PROSUMPTION PRACTICES IN COSPLAY ACTIVITIES (CASE STUDY
OF COSPLAYERS IN MAKASSAR CITY)***

SKRIPSI

MUH. AKBAR

E031191062



***THESIS SUBMITTED AS ONE OF THE REQUIREMENTS TO OBTAIN A
DEGREE IN THE DEPARTMENT OF SOCIOLOGY***

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE

SOCIOLOGY DEPARTEMENT

HASANUDDIN UNIVERSITY

MAKASSAR

2024

Halaman Pengesahan

HALAMAN PENGESAHAN

JUDUL : Sirkulasi Budaya Populer Jepang: Praktik *Prosumption* Pada Aktivitas *Cosplay* (Studi Kasus Para *Cosplayer* Di Kota Makassar)

NAMA : Muh. Akbar

NIM : E031191062

Telah diperiksa dan disetujui oleh Pembimbing I dan Pembimbing setelah dipertahankan di depan panitia ujian skripsi pada tanggal 20 Februari 2024

Menyetujui,

Pembimbing I



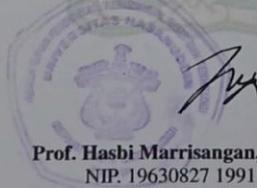
Prof. Hasbi Marissangan, Ph.D
NIP. 19630827 19911 1 003

Pembimbing II



Dr. Ria Renita Abbas, S.Sos, M.Si
NIP. 197605162009122001

Kepala Departemen Sosiologi



Prof. Hasbi Marissangan, M.Si., Ph.D.
NIP. 19630827 19911 1 003

Halaman Penerimaan Tim Evaluasi

HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di hadapan Tim Evaluasi Skripsi pada Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin

Oleh:

JUDUL : Sirkulasi Budaya Populer Jepang: Praktik *Prosumption* Pada Aktivitas *Cosplay* (Studi Kasus Para *Cosplayer* Di Kota Makassar)

NAMA : Muh. Akbar

NIM : E031191062

Pada,

Hari/Tanggal: Selasa/ 20 Februari 2024

Tempat: Ruang Ujian Departemen Sosiologi FISIP UNHAS

TIM EVALUASI SKRIPSI

Ketua : Prof. Hasbi Marrisangan, M.Si., Ph.D. (.....)

Sekretaris : Dr. Ria Renita Abbas, S.Sos, M.Si (.....)

Anggota : Hariashari Rahim, S.Sos, M.Si (.....)

: Suryanto Arifin, S.Sos, M.Si (.....)

Lembar Pernyataan Keaslian Skripsi

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

JUDUL : Sirkulasi Budaya Populer Jepang: Praktik *Prosumption* Pada Aktivitas *Cosplay* (Studi Kasus Para *Cosplayer* Di Kota Makassar)

NAMA : Muh. Akbar

NIM : E031191062

Menyatakan skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atau perbuatan tersebut

Makassar, 13 Maret 2024



Muh. Akbar

Halaman Persembahan

*Untuk mereka yang senantiasa menghalau
kebodohan melalui aneka cara, daya dan upaya*

Kata Pengantar

Gagasan awal riset ini sebenarnya berangkat dari kuriositas subjektif penulis mengenai lanskap budaya transnasional yang melanggeng di bumi nusantara. Globalisasi dan pertukaran pengetahuan yang semakin sibuk setiap saat, dan didukung peningkatan sarana komunikasi melampaui tapal batas geografis, kelak bersenandung erat dengan situasi Indonesia yang semakin cair pasca reformasi.

Dalam beberapa waktu belakangan budaya-budaya “asing” yang berasal dari Korea, Jepang, India, Amerika, Turki, dan beberapa negara lainnya meresap masuk dalam ruang imaji masyarakat Indonesia. Membentuk selera, minat dan sarana hiburan yang kadung mengakibatkan konsumsi budaya melaju kencang dan pada titik tertentu berhasil memformulasikan bentuk baru, tidak sekedar mengonsumsi tapi turut mereproduksi budaya-budaya asing tadi.

Penelitian ini berusaha menilik fenomena yang sedang terjadi. Tentang reproduksi budaya transnasional yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia. Penulis menjatuhkan objek kajiannya ke dalam salah satu budaya populer di Indonesia, yakni budaya Populer Jepang yang berfokus pada peran cosplayer.

Kehadiran penelitian ini tidak mungkin tanpa keberadaan **Prof. Hasbi Marissangan, M.Si, Ph.D** selaku pembimbing I, dan juga Ibu **Dr. Ria Renita Abbas, M.Si** selaku pembimbing II, untuk itu saya ucapkan terima kasih. Selain itu, rasa terima kasih saya hantarkan pula kepada **Hariashari Rahim, S.Sos, M.Si** dan **Suryanto Arifin, S.Sos, M.Si** selaku penguji pada sidang-sidang yang telah

diselenggarakan sebelumnya, masukan dan kritik mereka sangat berarti. Keempat sosok yang disebutkan tadi merupakan dosen di Departemen Sosiologi FISIP Unhas yang kiranya patut untuk diteladani dalam beberapa hal. Terimakasih telah menjadi, bukan hanya sebagai pembimbing dan penguji, namun juga teman diskusi yang baik dalam proses penulisan.

Juga saya ingin berterimakasih kepada setiap pihak yang turut mendukung saya selama berkuliah di Universitas Hasanuddin. Terimakasih saya kepada:

1. Bapak **Prof. Dr. Jamaluddin Jompa, M.Si**, selaku Rektor Universitas Hasanuddin, beserta jajarannya.
2. Bapak **Prof. Dr. Phill. Sukri, M.Si**, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.
3. Bapak **Prof. Hasbi Marissangan. M.Si, Ph.D** selaku Ketua Departemen Sosiologi dan Bapak **Dr. M. Ramli AT, M.Si** selaku Sekretaris Departemen Sosiologi.
4. Para Ibu dan Bapak Dosen Sosiologi FISIP Unhas yang telah mendidik penulis hingga mampu menyelesaikan studi dengan baik.
5. Seluruh staff akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, terkhusus Bapak **Herman**, Ibu **Ija**, dan Bapak **Sutamin** yang sudah membantu banyak di akhir masa penyelesaian skripsi ini. Untuk seluruh staff akademik Departemen Sosiologi yang telah memberikan bantuan jasa dalam urusan administrasi penulis *selama* menempuh studi di Universitas Hasanuddin. Terkhusus kepada **Ibu Rosnaini, S.E** dan

Bapak Hidayat Doe, S.IP, M.Si, terima kasih atas bantuan dan kemudahannya dalam menyusun berkas yang diperlukan penulis.

6. Untuk kedua orang tua penulis, **Ibu Barlian** dan **Bapak Arif Kamaruddin**. Kasih, doa, cinta, dan tenaga tak terhingga kalian telah membuat anakmu yang satu ini menyelesaikan bangku kuliah dengan aman dan tentram. Suatu saat nanti, anakmu akan membalas seluruh kebahagiaan dan kebaikan yang pernah diterimanya, meski itu sulit.
7. Saudara saya **Fadhel**, terima kasih telah memahami penulis. Pengertian dan bantuannya selama ini amat sangat berarti dalam menjalani proses perkuliahan.
8. Saudara tapi tidak sedarah **Sosiologi 2019**, terima kasih karena membuat penulis banyak belajar dan tertawa selama berinteraksi dengan kalian.
9. Karib seperjuangan di **UKM Keilmuan dan Penalaran Ilmiah (KPI) Unhas**, terima kasih telah menjadi wadah pertama penulis dalam belajar selama di luar ruang perkuliahan.
10. Karib seperjuangan di **Kemasos Fisip Unhas**, terima kasih atas semua proses, hasil, dan suka-duka yang terjalin selama berinteraksi di wadah satu ini.
11. Karib seperjuangan di **Kema Fisip Unhas**, terima kasih telah menerima penulis untuk berproses dan menjadi wadah belajar lain selama berkuliah.

12. Bagi ruang belajar alternatif penulis selama di luar jam perkuliahan yakni: **Sosiallogi, Kampung Buku, Taulebih.id, dan Kelas Isolasi**, keberadaan mereka sangat membantu penulis mengembangkan aneka kemampuan dan membuka cakrawala pengetahuan penulis terhadap banyak hal, penulis mengucapkan banyak terima kasih.
13. Bagi rekan “Bestari” dan para guru di **UPT SPF SD Negeri Gaddong 2 Makassar**, penulis ucapkan terima kasih atas suka, duka, serta pengalaman berharganya mengenai dunia kependidikan.
14. Seluruh informan yang ada dalam penelitian ini, terima kasih atas kesediaan dan atensinya dalam membantu penulis menuntaskan tugas akhir.
15. Seluruh orang yang pernah berinteraksi dengan penulis dan tidak sempat disebutkan namanya di sini, saya ucapkan terima kasih atas pengalamannya yang seru selama ini.

20 Februari 2024

Muh. Akbar

Abstrak

Penelitian ini berfokus pada dua penjelasan, pertama mengenai bagaimana budaya populer Jepang terinternalisasi ke dalam para cosplayer, yang memberikan konteks sosial untuk penjelasan kedua, yakni menjabarkan tentang aktivitas konsumsi dan reproduksi budaya para cosplayer di Kota Makassar. Tegangan antara konsumsi dan produksi budaya lalu diuraikan melalui pisau analisis yang disediakan oleh George Ritzer berupa *prosumption*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan strategi penelitian yakni studi kasus.

Hasilnya terdapat bentuk penerimaan budaya populer Jepang oleh para cosplayer yang berhubungan dengan sentuhan pertama semasa anak, pengaruh internet, dan dampak lingkungan terdekat. Penerimaan tersebut lalu mempengaruhi proses *prosumption* yang mendominasi aktivitas produksi budaya berupa; membuat kostum dan atributnya, mengikuti perlombaan, menyambangi festival budaya, mendokumentasikan aktivitas cosplay kedalam foto. Dan, untuk *prosumption* dominasi konsumsi terjabarkan melalui; membeli, menyewa atau meminjam kostum cosplay, menyewa jasa comish atau membeli riasan wajah, mendalami karakter cosplay, ongkos pulang pergi festival budaya.

Kata Kunci: Budaya Populer Jepang, George Ritzer, *Cosplay*, *Prosumption*

Abstract

This research focuses on two explanations, first on how Japanese popular culture is internalized into cosplayers, which provides a social context for the second explanation, which describes the consumption and cultural reproduction activities of cosplayers in Makassar City. The tension between consumption and cultural production is then elaborated through the analytical knife provided by George Ritzer in the form of prosumption. This research uses a descriptive qualitative method with a case study research strategy.

The result is a form of acceptance of Japanese popular culture by cosplayers related to the first touch as a child, the influence of the internet, and the impact of the immediate environment. This acceptance then influences the process of prosumption which dominates cultural production activities in the form of; making costumes and attributes, participating in competitions, visiting cultural festivals, documenting cosplay activities into photos. And, for prosumption, the dominance of consumption is described through; buying, renting or borrowing cosplay costumes, renting comish services or buying makeup, exploring cosplay characters, traveling costs to cultural festivals.

Keywords: *Japanese Popular Culture, George Ritzer, Cosplay, Prosumption*

Daftar Isi

| | |
|---|-------------|
| Halaman Pengesahan | iii |
| Halaman Penerimaan Tim Evaluasi | iv |
| Lembar Pernyataan Keaslian Skripsi | v |
| Halaman Persembahan | vi |
| Kata Pengantar | vii |
| Abstrak | xi |
| Abstract | xii |
| Daftar Isi | xiii |
| Daftar Tabel | xv |
| Daftar Gambar | xvi |
| Daftar Lampiran | xvii |
| BAB 1 | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 11 |
| C. Tujuan Penelitian | 12 |
| D. Kegunaan Penelitian | 12 |
| BAB II | 13 |
| Tinjauan Pustaka | 13 |
| A. Budaya Populer Sebagai Konteks Sosial | 13 |
| B. <i>Cosplay</i> dan <i>Cosplayer</i> | 16 |
| C. <i>Prosumption</i> | 20 |
| D. Penelitian Terdahulu | 25 |
| E. Kerangka Pikir | 27 |
| BAB III | 30 |
| Metode Penelitian | 30 |
| A. Pendekatan dan Strategi Penelitian | 30 |
| B. Waktu dan Lokasi Penelitian | 31 |
| C. Teknik Penentuan Informan | 32 |
| D. Teknik Pengumpulan Data | 33 |
| E. Teknik Analisis Data | 34 |

| | |
|---|------------|
| F. Pengujian Keabsahan | 35 |
| BAB IV | 37 |
| Gambaran Lokasi dan Objek Penelitian | 37 |
| A. Gambaran Umum Kota Makassar | 37 |
| B. Perkembangan Budaya Populer Jepang di Indonesia dan Kota Makassar | 42 |
| BAB V..... | 50 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN | 50 |
| A. Identitas Informan | 50 |
| B. Hasil dan Pembahasan | 53 |
| 1. Proses Penerimaan Budaya Populer Jepang pada <i>Cosplayer</i> di Kota Makassar ... | 54 |
| 2. Aneka Praktik <i>Prosumption</i> Para <i>Cosplayer</i> di Kota Makassar..... | 72 |
| C. <i>Cosplayer</i> : Melampaui Narasi <i>Prosumption</i> ? | 115 |
| BAB VI..... | 121 |
| PENUTUP..... | 121 |
| A. Kesimpulan | 121 |
| B. Saran..... | 122 |
| Daftar Pustaka..... | 123 |
| LAMPIRAN..... | 128 |

Daftar Tabel

| | | |
|------------------|--|----|
| Tabel 2.1 | Bentuk-bentuk <i>cosplay</i> | 18 |
| Tabel 2.2 | Matriks penelitian terdahulu | 25 |
| Tabel 3.1 | Linimasa pengerjaan penelitian | 30 |
| Tabel 4.1 | Sebaran populasi Warga Kota Makassar sesuai kelompok umur | 37 |
| Tabel 4.2 | Kegiatan festival budaya populer Jepang, rentang Mei-Juli 2023 | 44 |
| Tabel 5.1 | Identitas informan | 51 |

Daftar Gambar

| | | |
|--------------------|--|-----|
| Gambar 4.1 | Peta Kota Makassar | 41 |
| Gambar 4.2 | Pihak Penyelenggara Festival Budaya Pop Jepang di Kota Makassar Beserta Contoh Kegiatan Mereka. Mereka adalah Reality Project Organizer (gambar atas) dan Vendor Organizer <i>Cosplay</i> (gambar bawah) | 51 |
| Gambar 5.1 | Data kunjungan situs di bulan juni 2023. empat (warna jingga) diantaranya merupakan situs khusus penyedia anime dan manga, (Sumber: diolah dari Semrush dan Dataindonesia.id, 2023). | 60 |
| Gambar 5.2 | Data kunjungan situs di bulan oktober 2023. empat (warna jingga) diantaranya merupakan situs khusus penyedia anime dan manga. (Sumber: diolah dari Semrush, 2023). | 61 |
| Gambar 5.3 | Contoh ketiga beranda situs anime dan manga yang rutin dikunjungi masyarakat Indonesia pada tahun 2023, dari atas ke bawah: Komikindo.tv, Kiryuu.id, Komiku.id. | 62 |
| Gambar 5.4 | Gugu mengenakan kostum cosplay dari Beragam Karakter, kiri ke kanan: Asuka (Evangelion), Hanako (Hanako-kun), Katsuragi (Evangelion). | 74 |
| Gambar 5.5 | <i>Cosplay</i> Chris Merujuk Karakter Asta dari Anime Black Clover. Momen Foto Tersebut Dijepret Saat Chris Mengikuti Salah Satu Kompetisi <i>cosplay</i> . | 85 |
| Gambar 5.6 | Hasil Riasan Wajah Dian Ketika Sedang Ber- <i>cosplay</i> . Nampak Goresan Mata Kiri untuk Karakter Zoro (Kiri) dan Tato Wajah untuk Karakter Sukuna (Kanan). | 87 |
| Gambar 5.7 | Pose Fajrin Menggunakan Kostum Karakter Sora dari Gim Kingdom Hearts | 95 |
| Gambar 5.8 | Pose Ardi Menggunakan Kostum Karakter Jin Mori dari Serial God of High School. | 97 |
| Gambar 5.9 | Pose Ardi Beserta Pedang dan Tombak Bermata Dua Khas Karakter Childe. | 99 |
| Gambar 5.10 | Momen Ketika Fajrin (Wig Cokelat) dan Ibnu Madjid (Kostum Hitam) Sedang Menjuri Bersama di Sebuah Perhelatan Kompetisi <i>Cosplay</i> . | 105 |
| Gambar 5.11 | Pose Kiki Melakukan <i>Cosplay</i> | 108 |

Daftar Lampiran

| | |
|---|-----|
| 1. Dokumentasi dan proses wawancara bersama informan | 125 |
| 2. Matriks pedoman wawancara penelitian | 127 |
| 3. Surat izin penelitian | 130 |

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Budaya Pop Jepang atau yang lebih dikenal sebagai *Japanese Popular Culture* telah menjadi hegemoni baru bagi masyarakat dunia selama kurang lebih 30 tahun terakhir. Keberadaannya tidak bisa disangsikan dalam pergumulan global. Beberapa pengamat seperti Otmazgin (2012:38) menilai beredarnya kultur populer Jepang ini tidak bisa dipisahkan dari usaha diplomasi baru atau bentuk *soft power* Jepang kiwari pasca mengalami kekalahan di perang dunia kedua.

Berbagai strategi dilancarkan, salah satunya dengan memanfaatkan penetrasi kebudayaan demi memoles dan menyebarluaskan citra Jepang yang berbeda. Hal ini senada dalam uraian Choo (2013:213), menurutnya keterlibatan pemerintah Jepang turut menjadi penyokong penting dalam usaha ini, sejak dekade 90-an pemerintah mereka telah mensponsori beberapa korporasi yang bergerak di sektor media kreatif visual, yang diwanti bakal menguntungkan bagi perekonomian Jepang dalam jangka panjang.

Merekahnya budaya populer Jepang ke dalam arena internasional sedari era-90 an hingga kini bukan disebabkan satu faktor saja, yakni dorongan satu sisi melalui praktik berpolitik belaka. Penerimaan luas menjadi prasyarat penting bagaimana suatu kultur dapat menyebar dan menembus batas teritorial, lalu menggejala seperti layaknya sebuah virus. Komentar Hidenori Oyama menarik untuk disimak, menukil Craig (2000:6), direktur Departemen Internasional Toei

Animation itu menilai kultur pop Jepang begitu populer secara internasional disebabkan oleh kualitas yang tinggi di setiap produk kreatif yang mereka hasilkan.

Namun dengan alasan semacam itu, penyebaran dan penerimaan kultur pop Jepang terlihat terlalu biasa saja (kemudian tidak menampakkan perbedaan signifikan antara budaya pop Jepang dengan budaya pop lainnya) di samping itu tidak semua produk atau konten yang mereka hasilkan memiliki nilai dan kualitas yang tinggi. Maka dari itu penulis mencoba menyuguhkan pandangan Craig (2000:12) di sini, menurutnya terdapat tiga alasan mengapa kultur pop Jepang bisa sepopuler itu.

Pertama, konten atau produk dihasilkan memuat nilai yang merangkul semua dimensi kehidupan, dalam arti singkat menampilkan sesuatu yang apa adanya. Hal ini terlihat ketika Craig mengambil contoh Master Roshi dari manga (komik khas Jepang) Dragon Ball, yang menampilkan dirinya sebagai karakter cerdas dan kuat namun sekaligus mesum. *Kedua*, impresi positif dan idealis yang kerap dirangkum dalam tema: mimpi, petualangan berani, dan berjuang mencapai hal-hal besar. *Ketiga*, budaya populer Jepang teramat dekat dengan kehidupan sehari-hari para penikmatnya. Kerap kali perspektif orang lemah, payah dalam percintaan, dan segala hal tentang manusia manusia biasa yang dibawa dalam produk budaya populer ini. Sehingga memunculkan suasana yang *relatable* dengan kondisi dan konteks para penonton/konsumen/penikmat.

Menurut Darmawan (2019) terdapat semacam gelombang kekaguman atas budaya pop Jepang yang tengah mengglobal di dekade 90an. Semisal sejak *Boom Anime* di Eropa Barat dan Amerika Serikat (ketika seri anime *Evangelion* meledak dipasaran). Banyak pemuda dan akademisi beramai-ramai menatap takzim salah satu bentuk budaya pop Jepang, yakni manga. Nuansa gigantik dari salah satu subkultur ini kemudian menggiring mereka mencintai yang aneka produk budaya Jepang lainnya seperti: bahasa, makanan, mode, musik, hingga pornografinya. Pada pertengahan 2000-an, pengaruh Jepang pada budaya pop dunia adalah de facto. Dan kini, budaya pop Jepang lah yang diimitasi, ditiru, dan beradar dimana-mana.

Indonesia sebagai negara yang turut terkena “invasi” budaya populer Jepang nampak menghadirkan keterikatan serupa yang amat kuat dan seakan tidak lepas dari, dan seakan-akan berkait kelindan dengan masyarakat Indonesia kontemporer. Berbagai produk budayanya kerap dikonsumsi secara sadar maupun tidak sadar oleh berbagai kalangan. Mulai dari *J-Pop* (musik pop Jepang), *dorama* (serial drama televisi), *manga* (komik ala Jepang), *anime* (animasi ala Jepang), busana, *cosplay*, film, *action figure*, konsol gim, grup idol (seperti AKB48) dan sebagainya.

Proses masuknya budaya populer Jepang dicatat dengan baik oleh Rastati (2015), bermula dari masuknya serial animasi khas Jepang atau sering disebut sebagai *Anime*, dengan judul *Wanpaku Omukashi Kumkum* yang disiarkan di TVRI pada akhir tahun 1970-an. Belasan tahun setelahnya, tepatnya pada tahun 1986, Televisi Republik Indonesia (TVRI) menayangkan *dorama* biopik yang

terinspirasi dari lika-liku kehidupan pengusaha Jepang bernama Katsu Wada, drama ini berjudul Oshin. Ketika memasuki era akhir 80an hingga akhir 90an, beragam bentuk budaya populer makin ramai dan mulai masuk “membanjiri” Indonesia, persebaran komik Jepang atau manga adalah contohnya. Beberapa produk manga seperti Candy-Candy (1991), Doraemon (1992), Ikkyu San (1996) mulai muncul di rak-rak toko buku yang ada di Indonesia. Keberadaan sederet manga, anime, dan *dorama* tersebut menjadi pijakan awal masuknya budaya pop Jepang di tahun-tahun berikutnya.

Kelak, rezim orde baru dinilai menjadi titik pangkal masuk dan menyebarnya budaya populer Jepang, namun barulah di era reformasi, tepatnya pasca tahun 1998, gaung gelombang budaya populer asing (salah satunya budaya populer Jepang) begitu terasa bagi masyarakat Indonesia. Menurut sosiolog Ariel Heryanto (2015:15) kondisi tersebut dimungkinkan ketika belenggu otoritarianisme memudar dan perkembangan media sangat intensif setelah periode itu, pusparagam kultur asing kemudian (termasuk budaya populer Jepang) leluasa hadir dan memasuki benak masyarakat Indonesia pasca masa itu. Pada masa sekarang, berbagai anime dan manga terkenal seperti Naruto (terbit pada tahun 2004), Dragon Ball (terbit pada tahun 2000an), Bleach (terbit pada tahun 2008), dan One Piece (terbit pada tahun 2003) bisa dilihat sebagai kulminasi mencuatnya produk budaya populer Jepang pasca reformasi.

Kelindan antara stasiun penyiaran swasta (RCTI, Indosiar dan Global TV) dan negara (TVRI) dan keberadaan penerbit semacam PT Elex Media

Computindo punya peran besar dalam menginternalisasi budaya pop Jepang di Indonesia (Darumukti, 2022:207).

Arus deras budaya populer Jepang di Indonesia turut “memaksa” persebaran selain melalui jalur penyebaran resmi, beberapa produk (utamanya media visual) banyak diteruskan dan menyebar di Indonesia lewat jalan ilegal atau bajakan, penyebabnya tidak jauh dari alasan efisiensi dan efektivitas mendapatkan produk sekaligus terbebas dari penyensoran pemerintah (Darumukti, 2022:206-209). Menguatnya jejaring Internet di awal abad 21 juga menjadi daya gedor tersendiri dalam meruaknya produk budaya populer Jepang di Indonesia.

Derasnya gelombang budaya populer Jepang pada dekade awal abad 21 tentunya turut mengubah watak sosiologis masyarakat Indonesia, pada waktu yang bersamaan penerimaan atasnya begitu kuat terjadi pada masyarakat, utamanya dari kalangan muda. Hal ini terejawantahkan dalam beragam riset dan penelitian. Salah satunya yang dilakukan oleh Hatami (2018), ia semisal mendapati para pemuda yang tergolong masih duduk dibangku sekolah menengah atas di Kota Bandung cenderung memperlihatkan sikap tidak cinta tanah air dan tidak memiliki semangat nasionalisme yang kuat, peneliti melihat budaya populer Jepang, khususnya anime punya efek langsung terhadap dekadensi nasionalisme dalam diri para pelajar itu.

Lain hal dengan Bellyanto (2020) yang meneliti tentang pengaruh *Japanese Popular Music* atau yang dikenal dengan nama J-Pop terhadap masyarakat di Indonesia, peneliti melihat kegandrungan masyarakat terhadap J-

Pop diawali oleh beragam faktor, salah satunya adalah karakter khas dari alunan lagu-lagu mereka. Seperti dua sisi koin, J-Pop menimbulkan dampak positif dan negatif bagi para penikmatnya.

Apa yang diperoleh Darumukti (2022) juga menarik, penelitian yang dilakukannya di Kota Yogyakarta memperlihatkan bagaimana para pemuda Indonesia sekaligus penikmat anime merefleksikan sekaligus mengimajinasikan apa yang mereka tonton. Hasilnya adalah impian dan bayangan mereka terhadap Indonesia yang lebih baik dan meletakkan negara Jepang sebagai patron klien sekaligus titik ukur apa yang disematkan atau dipahami sebagai yang “baik”. Dalam penelitian ini juga menunjukkan bagaimana praktik mengonsumsi anime selaras terhadap perlawanan terhadap hegemoni barat di satu sisi, dan disisi lain turut menolak atau melawan berbagai bentuk hegemoni nilai kebangsaan Indonesia yang begitu dipaksakan pada diri mereka.

Temuan riset juga didukung oleh observasi empiris di lapangan. Pada waktu yang sama, penerimaan atas budaya populer Jepang begitu kuat terjadi pada Kota Makassar. Observasi yang dilakukan oleh penulis di wilayah yang dijadikan lokasi penelitian menunjukkan antusiasme luar biasa terhadap budaya transnasional satu ini. Terhitung dari Januari - April 2023, sudah ada kurang lebih delapan acara publik berbentuk festival yang umumnya bertemakan budaya populer Jepang. Varian kegiatan di dalam beberapa festival tersebut juga menggambarkan keanekaragaman produk dan luaran budaya, seperti pertunjukan dan lomba *cosplay*, karaoke bareng, gelar wicara budaya pop, dan beragam bentuk interkasi

multi arah oleh para penggemar, komunitas, fandom, penyelenggara, dan penikmat budaya populer Jepang.

Kiranya ketiga penelitian dan observasi diatas dapat menggambarkan bagaimana bentuk penerimaan dan alasan semacam apa yang mengemuka dan nampaknya digunakan oleh masyarakat Indonesia dalam merespon budaya populer Jepang. Bukan suatu narasi berlebihan bila hampir mayoritas masyarakat Indonesia yang dikategorikan sebagai generasi millennial atau generasi-z pernah mengonsumsi atau setidaknya mencicipi produk-produk budaya pop Jepang semasa mereka kecil.

Pada titik tertentu, bila dicermati, keberadaan budaya populer Jepang seyogyanya dapat memengaruhi, menggeser atau bahkan “menggangu” lanskap dan realitas sosial di masyarakat. Sementara itu, minat terhadap kultur lokal mengalami penurunan seiring dengan perubahan pada selera hiburan yang didominasi oleh kultur asing, seperti budaya populer Jepang.

Bahkan, pengaruh yang dihasilkan tidak hanya itu, diantara sekian banyak produk budaya populer Jepang yang menghiasi layar kaca dan dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia, terdapat satu aktivitas yang bukan saja menggambarkan bagaimana masyarakat begitu tertarik mengonsumsi produk kultur yang ditawarkan, sebagaimana lazimnya produk tersebut dinikmati. Akan tetapi, aktivitas ini bahkan telah mewujudkan kondisi yang melampaui praktik sekadar mengonsumsi suatu produk budaya populer atau budaya tertentu. Mereka tidak hanya menonton, mendengar, dan membaca anekaragam budaya pop tersebut, lalu mengalami

perubahan pada sisi mental, sikap, dan pola interaksi sosialnya. Namun lebih dari itu, mereka berusaha melampauinya dengan mengimitasi apa yang tersaji dalam tontonan dan bacaan budaya pop Jepang mereka ke dalam dunia sosial. Seperti memindahkan sesuatu yang fiksi dan imajiner pada ranah fisik dan nyata, dan individu beserta interaksi sosialnya merupakan agen atau kunci perantara dari terwujudnya aktivitas “relasi dua dunia itu”. Aktivitas yang penulis maksud adalah *cosplay*.

Untuk mendapat gambaran lebih lanjut mengenai praktik *cosplay* dan relasinya dengan “melampaui praktik mengonsumsi”, terlebih dahulu penulis memetakan definisi terhadap *cosplay* secara sederhana. Terdapat berbagai macam definisi mengenai *cosplay*, salah satunya yang paling kerap dirujuk adalah lakuran dari istilah “*cosplay*” sendiri yang terdiri dari “*costume*” (kostum/busana) dan “*play*” (permainan/main) yang secara harfiah berarti permainan kostum (Rastati, 2015: 373).

Definisi lain ditawarkan oleh Crawford & Hancock (2019:5) menurut mereka, *Cosplay* sederhananya merupakan aktivitas yang mengambil atau menjiplak penampilan karakter fiksi yang terdapat di karya visual semacam manga, komik, novel grafis, video gim, film dan sejenisnya yang umumnya berasal dari Jepang dan Amerika.

Meski begitu, menurut kedua akademisi ini, Jepang tetaplah menjadi negara rujukan apabila membahas tentang aktivitas *cosplay*, mengutip Crawford & Hancock (2019:10) ‘...*Therefore, it is difficult, if not impossible, to try to simply*

map out the origins and spread of any one cultural phenomenon, such as cosplay, in a globalised world of immeasurable and constantly evolving exchanges. However, this simplified chronology does highlight the important influence (and interpretation of) Japanese costuming practices and cultures have had on shaping the contemporary nature of cosplay' (...Oleh karena itu, sulit, jika bukan tidak mungkin, untuk mencoba memetakan asal-usul dan penyebaran fenomena budaya (apapun itu) seperti *cosplay*, dalam dunia global yang berinteraksi, tak terukur dan terus berkembang. Namun, kronologi yang disederhanakan ini menyoroti pengaruh penting (dan interpretasi) atas praktik dan budaya kostum Jepang dalam membentuk sifat kontemporer suatu *cosplay*).

Di samping itu, Jepang mempunyai peran penting dalam menyebarkan aktivitas *cosplay* kepada khalayak Internasional melalui pencaanangan *World Summit Cosplay* pada tahun 2003, sebagai ajang pertemuan terstruktur para *cosplayer* yang mengenyahkan batas negara, tanpa hierarki usia, bebas, dan tentunya menjadi ruang berkreasi dan berselebrasi bagi mereka yang menikmati budaya pop, selain *cosplayer* (Lunning 2022:53).

Fenomena *cosplay* tidak sekadar melakukan peniruan secara fisik berbagai ornamen yang membaluti tubuh karakter fiksi yang diejawantahkan oleh produk budaya populer tersebut. Para *cosplayer* (sebutan orang yang melakukan *cosplay*) juga ikut meniru berbagai tingkah laku, cara bertutur, sikap, sifat dan bahkan gerakan khas yang melekat pada karakter fiksi tadi. Sehingga, *cosplayer* tidak lain dan tidak bukan meniru hampir keseluruhan yang ada pada diri karakter fiksi yang dirujuk, entah dalam segi fisik maupun dimensi sosialnya. Seperti yang ditegaskan

oleh Lunning (2022:67) '*Cosplay provides a vehicle for the expression of the modes of existence and the play of identity... . As a vehicle of expression, Cosplay allows subjects to embody their beloved characters...*' (*Cosplay menyediakan wahana ekspresi eksistensi dan "permainan identitas"... .Selaku wahana ekspresi, cosplay memungkinkan subjek mewujudkan karakter yang mereka sukai...*).

Biasanya mereka (para *cosplayer*) melakukan aktivitas *cosplay* pada momen tertentu saja. Selayaknya seni penampilan, mereka kerap meragakan *cosplay* pada acara pertunjukan, karnaval, festival seni Jepang/pop kultur pada umumnya, bahkan di teater—di Jepang sendiri terdapat teater khusus untuk persoalan ini, bernama *2.5D Musical*.

Terang bila *cosplay* bukan sekadar praktik konsumsi produk kultur semata. Seperti yang dijelaskan di atas. Terdapat suatu bentuk aktivitas yang berusaha melampaui itu semua. Yakni memungkinkan produksi atau mereproduksi produk kultur tersebut ke dalam medium dan ruang yang baru, setelah aktivitas konsumsi dilakukan. Menurut Rastati (2012:42) terdapat peralihan mode dari yang semula sekadar penikmat berubah menjadi pelaku budaya yang merealisasi imajinasi fiksional mereka ke dunia nyata. Kita mungkin bertanya-tanya: mengapa bisa sesuatu yang sifatnya hanya diperuntukkan sebagai komoditas konsumsi dapat mengubah para konsumennya ke dalam praktik produksi atau memproduksi ulang apa yang telah dikonsumsi itu ke dalam ranah baru?

Dalam telaah akademik, fenomena tersebut dikenal sebagai *prosumption*, ketika kegiatan produksi dan konsumsi justru dilakukan oleh agen/aktor yang

sama. Sayangnya, penelitian yang terlampir (setidaknya di Indonesia) jarang menjawab persoalan ini dengan begitu serius, bahkan bila kita meluaskan cakupan penelitiannya untuk perkara budaya populer atau pop kultur secara umum. Untuk wilayah penelitian seputar budaya populer Jepang, karya akademik yang membahas fenomena ini tergolong sedikit, apalagi yang membahas secara khusus fenomena dan aktivitas *cosplay*, minim adanya.

Maka dari itu, dengan segala prakondisi yang tertera di atas, penulis tertarik melakukan penelitian mengenai praktik *prosumption* yang mempengaruhi para penikmat budaya populer Jepang, dan khusus pada aktivitas *cosplay*. Dengan mengonseptualisasikan penelitian ini ke arah yang lebih jelas dan terstruktur dengan judul **Praktik *Prosumption* Pada Aktivitas *Cosplay* (Studi Kasus Para *Cosplayer* Di Kota Makassar)** untuk dijadikan landasan awal karya akademik ini.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana proses penerimaan budaya populer Jepang oleh para *cosplayer* di Kota Makassar?
2. Bagaimana *prosumption* yang terjadi oleh para *cosplayer* di Kota Makassar?

C. Tujuan Penelitian

1. Mampu memaparkan proses penerimaan budaya populer Jepang oleh para *cosplayer* di Kota Makassar.
2. Mampu menjelaskan *prosumption* yang terjadi oleh para *cosplayer* di Kota Makassar.

D. Kegunaan Penelitian

Terdapat beberapa kegunaan atau manfaat yang bisa diperoleh dari penelitian yang penulis lakukan:

1. Secara teoritik, penelitian yang penulis lakukan dapat memperkaya referensi dan menambah kajian ilmiah untuk beberapa studi seperti sosiologi konsumsi, sosiologi budaya, *cultural studies*, ataupun kajian budaya populer yang berkenaan dengan penelitian terkait budaya populer Jepang secara umum, dan *cosplayer* secara khusus.
2. Secara praktis, penelitian yang dilakukan kali ini bisa digunakan sebagai landasan kebijakan yang mengarah pada pengembangan kebudayaan yang bersifat transnasional.

BAB II

Tinjauan Pustaka

A. Budaya Populer Sebagai Konteks Sosial

Popular Culture, Pop Kultur ataupun Budaya Populer menjadi salah satu terma yang cukup sulit untuk didefinisikan. Selain karena setiap masing-masing akademisi punya tafsirnya sendiri, penggunaan istilah *populer* dan budaya pun kadang dimaknai beragam. Bahkan John Storey (2015:13) menelisik terdapat enam perspektif yang mengemuka tentang budaya populer:

Pertama, budaya populer merupakan budaya yang secara kuantitatif digandrungi oleh banyak orang dan kalangan. *Kedua*, budaya populer adalah “sisaan” dari apa yang didefinisikan sebagai budaya tinggi (*high culture*). *Ketiga*, budaya populer merupakan budaya massa yang tanpa makna, dan sengaja diciptakan untuk kepentingan komersial besar-besaran oleh para kapitalis. *Keempat*, budaya populer merupakan budaya akar rumput yang diinisiasi oleh rakyat itu sendiri, sering pula disamakan dengan konsep budaya kelas pekerja. *Kelima*, budaya populer merupakan medan pertarungan antara “perlawanan” kelompok subordinat dengan mereka yang mendominasi dan mengusahakan “penyatuan”. *Keenam*, budaya populer adalah ajang peleburan tentang apa yang dirasa budaya tinggi (*high culture*) dan budaya rendah/massa (*mass culture*).

Namun, menurut Abercrombie, Hill dan Turner (2010:423) banyaknya ragam definisi budaya populer merupakan sesuatu kelaziman yang bakal jamak ditemukan dalam pencarian definisi tentang budaya populer. Menurut mereka, budaya populer sebenarnya merupakan sebuah kontinum tersendiri. Di satu sisi budaya populer memiliki tendensi menghasilkan penikmat pasif, melemahkan pemikiran kritis mereka dan kerap dihantui oleh selubung ideologi dominan tertentu di dalam setiap produknya. Pada waktu yang sama, definisi sebelumnya

seolah dijungkir balikka, sebab budaya populer di sini sejatinya merupakan ekspresi kreatif dan aktif orang banyak yang menarik banyak atensi dari masyarakat, dan nyatanya tetap menghasilkan pikiran kritis atas kondisi yang ada.

Keberadaan debat dan kontradiksi definisi ini juga dilacak oleh Baker (2004:142). Menurutnya dua kutub definisi yang saling berlawanan ini hendak meruntuhkan posisi budaya populer tradisional yang selama ini membenam dalam tradisi akademik. Secara terukur Baker berusaha menjembatani tegangan dari debat tersebut, ia menulis:

... Thus, popular culture can be regarded as the meanings and practices produced by popular audiences at the moment of consumption. This argument reverses the traditional question of 'how does the culture industry turn people into commodities that serve its interests?' in favour of exploring how people turn the products of industry into their popular culture serving their interests.

... Dengan demikian, budaya populer dapat dianggap sebagai makna dan praktik yang diproduksi oleh khalayak populer pada saat konsumsi. Argumen ini membalikkan pertanyaan tradisional tentang 'bagaimana industri budaya mengubah orang menjadi komoditas yang melayani kepentingannya?' demi mengeksplorasi bagaimana orang mengubah produk industri menjadi budaya populer yang melayani kepentingan mereka.

Walau terkesan masih memihak pada salah satu definisi tertentu dalam kamus budaya populer, nampaknya Baker berusaha menghadirkan jalan keluar dari kontradiksi dan debat tidak berujung dari pencarian definisi perihal budaya populer. Pada kesempatan lain, Heryanto (2015:22) menggunakan analisis serupa, dengan menggabungkan definisi yang agaknya kontradiktif. Ia menawarkan, bahwasannya budaya populer bisa dimaknai sebagai proses menyalurkan

komoditas (film, suara, busana, gambar, pesan, dsb) satu arah dari atas ke bawah untuk masyarakat dan menjadikan mereka sebagai konsumen semata. Sebaliknya, definisi kedua melihat masyarakat sebagai konsumen bisa memiliki kesempatan keluar dari kungkungan industrialisasi budaya, mempunyai independensi, sekaligus dapat memanfaatkan dan memaksimalkan berbagai forum publik seperti parade dan festival. Definisi kedua inilah yang bertentangan dengan definisi di awal, sebab budaya populer ditilik berdasarkan kehendak masyarakat itu sendiri.

Analisis yang Heryanto gunakan dapat membantu melihat spektrum dan kondisi faktual penggemar budaya pop di Indonesia, yang ternyata didominasi tidak oleh kelas pekerja maupun para elite, melainkan oleh kelas menengah (Heryanto, 2015:23). Pada saat yang bersamaan, definisi yang kontradiktif ini dapat mengakomodir dan meletakkan konteks budaya populer yang tidak sekadar menjadi produk yang dikonsumsi saja, melainkan produk budaya populer dapat mengkondisikan semacam pola produksi ataupun reproduksi dari mereka yang menikmati budaya populer tersebut.

Keberadaan budaya pop Jepang juga menghadirkan situasi serupa dengan konsep budaya populer secara umum yang telah tertera di atas. Tidak terdapat pula konsep yang amat jomplang antara budaya populer Jepang dan budaya pop pada umumnya. Selain berbeda dan nampak membumi dalam menaruh perspektif disetiap karya dan produk budaya popnya, menurut Tsutsui (2010:22) karakteristik paling menonjol pada budaya populer Jepang adalah memiliki keanekaragaman dan variasi yang kaya

Terdapat banyak bentuk budaya populer bila dicermati yang menyertai dan memiliki ciri yang dimaksud oleh dua definisi kontradiktif tersebut, dalam beragam bentuk produk atau komoditas yang diterima, dinikmati dan direproduksi ulang melalui aktivitas keseharian atau memanfaatkan acara publik seperti parade, festival, atau *event*.

Beragamnya definisi maupun konseptualisasi budaya populer tidak serta merta menghilangkan ciri khas yang begitu sulit untuk lepas darinya. Ciri khas ini tertuang dalam semangat zaman dan efek dari transformasi sosial. Singkatnya, budaya populer merupakan imbas dari kehadiran industrialisasi dan urbanisasi dengan lanskap ekonomi kapitalis yang membelakanginya (Storey, 2015:12).

Dengan mempertahankan dimensi dari budaya populer, penulis sepakat mengambil analisis dan definisi yang agaknya bersifat kontradiktif tadi untuk kepentingan penelitian kali ini, lebih khususnya penulis meminjam pandangan Sosiolog Ariel Heryanto (2015) untuk perkara ini. Di sisi lain, penulis tetap berada dalam koridor budaya pop Jepang, yang berbagai bentuknya dan cirinya sudah tertera jelas di sub bab ini dan bab sebelumnya.

B. *Cosplay* dan *Cosplayer*

Pada uraian sub-bab kali ini, penulis mengetengahkan terlebih dahulu pengertian *cosplay* selaku praktik dan sebagai sebuah konsep yang selaras dengan penelitian. Hal ini dimaksudkan agar perspektif yang hadir lebih terarah dan tidak mengalami tumpang-tindih pengertian.

Cosplay sebagai praktik pertama kali dilakukan pada tahun 1939 oleh Forrest J. Ackerman dan anak perempuannya, Myrtle Rebecca Douglas dalam sebuah konvensi bernama *World Science Fiction Convention*, di New York, Amerika Serikat. Mereka mengenakan kostum yang terinspirasi dari film terbitan 1933 berjudul *Things to Come* (Crawford & Hancock, 2019:6). Peristiwa tersebut kemudian disinyalir oleh para penggemar budaya pop Jepang (terkhususnya dalam ranah *cosplay*) dan para akademisi yang fokus di bidang ini sebagai aktivitas *cosplay* pertama di dunia.

Meski pada waktu itu, istilah “*Cosplay*” atau “*kosupure*” belum dikenal sama sekali. Istilah tersebut barulah populer dan menemukan bentuk bakunya ketika Nobuyuki Takahashi menulis laporan di majalah *My Anime* tentang aktivitas peragaan kostum yang berlangsung di ajang Worldcon (*World Science Fiction Conventions*) pada tahun 1983 (Crawford & Hancock, 2019:7). Setelahnya penggunaannya begitu meluas dan diterima banyak kalangan.

Meskipun banyak mengambil referensi dari karya fiksi, *cosplay* nyatanya punya keanekaragaman bentuk dan jenis yang saling berkelindan dengan konteks sosial yang ada. Rastati (2015:379) mencatat terdapat setidaknya sepuluh bentuk *cosplay* (Lihat tabel 2.1), yang masing-masing darinya mempunyai pembeda cukup signifikan satu dengan yang lainnya.

Tabel 2.1 Bentuk-bentuk *cosplay*

| Bentuk <i>Cosplay</i> | Penejelasan |
|--------------------------------|---|
| <i>Cosplay</i> Anime dan Manga | <i>Cosplay</i> yang tokoh atau karakternya berasal dari anime dan manga, seperti Naruto, Kimetsu No Yaiba, dan Berserk |
| <i>Cosplay</i> Gim | <i>Cosplay</i> yang tokoh atau karakternya diambil dari gim daring, seperti Mortal Kombat dan Fortnite |
| <i>Cosplay</i> Tokukatsu | <i>Cosplay</i> yang tokoh atau karakternya dari film tokukatsu atau film pembela kebenaran, seperti Ultraman dan Kamen Rider. |
| <i>Cosplay</i> Gothic | <i>Cosplay</i> yang serba bernuansa hitam |
| <i>Cosplay</i> Lolita | <i>Cosplay</i> yang mengikuti gaya Rococo, yakni sebuah kostum dengan gaun besar penuh dengan detail pita besar, seperti Marie Antoinette |
| <i>Cosplay</i> Original | <i>Cosplay</i> yang tokoh atau karakternya diciptakan oleh <i>cosplayer</i> itu sendiri, disebut juga gaya Harajuku |
| <i>Cosplay</i> Seragam Sekolah | <i>Cosplay</i> yang menampilkan seragam sekolah siswa perempuan di Jepang |
| Crossdress | Memiliki nama lain <i>crossplay</i> , yakni <i>cosplay</i> memakai kostum yang tidak sesuai dengan jenis kelamin <i>cosplayer</i> dan karakter. |
| <i>Cosplay</i> Vocaloid | <i>Cosplay</i> yang menampilkan tokoh atau karakter Vocaloid. Vocaloid adalah perangkat lunak yang menghasilkan suara nyanyian manusia, salah satu karakter yang terkenal adalah Hatsune Miku |
| Indocosu/Indo <i>Cosplay</i> | <i>Cosplay</i> yang tokoh atau karakternya menggunakan komik, kartun atau legenda dari Indonesia, seperti Gundala dan Sri Asih. |

Sumber: diolah dari Rastati, 2015.

Singkatnya, Rastati melihat beragamnya bentuk *cosplay* banyak didasarkan pada jenis produk budaya apa yang dirujuk atau dikonsumsi, hal ini kemudian bakal memengaruhi bentuk *cosplay* yang dilakukan. Namun, bukan berarti, dengan keanekaragaman jenis dan bentuk yang ada, membuat definisi *cosplay* menjadi kabur. Untuk itu, penulis petakan lebih lanjut definisi konseptual mengenai *cosplay* dari yang paling konkret hingga longgar.

Cosplay secara umum dan sederhana bisa dipahami sebagai bentuk seni pertunjukan yang seringkali dilakukan pada konvensi atau acara khusus, orang yang melakukan *cosplay* (yang akrab disapa cosplayer) kemudian mengenakan kostum rumit dan biasanya merujuk pada karakter budaya populer tertentu (Freedman & Slade, 2018:439).

Pengertian yang lebih konkret ditawarkan oleh Crawford & Hancock (2019:5) menurut mereka, *cosplay* sederhananya merupakan aktivitas yang mengambil atau menjiplak penampilan karakter fiksi yang terdapat di karya fiksi semacam manga, komik, novel grafis, video gim, film dan sejenisnya yang umumnya berasal dari Jepang dan Amerika.

Lebih luas, Mishou (2021: 1) mendedahkan kehadiran *cosplay* yang tidak hanya sekadar aktivitas mereplikasi sesuatu yang fiksi ke dalam arena kenyataan melalui seni pertunjukan. Ia menjadi aktivitas sosial yang memuat sarana ekspresi individu, penyaluran hobi, dan komitmen akan identitas, yang mengakar melalui kebudayaan transnasional dengan busana (kostum), topeng, karnaval, teater, dan fandom sebagai turunannya.

Lanjut, Mishou (2021: 75) enggan melepaskan konteks struktur sosial, politik dan ekonomi dalam menilai aktivitas *cosplay* dan keberadaan *Cosplayer*, Sebab *cosplay* tidak mungkin terbentuk oleh ruang yang hampa (*creatio ex nihilo*) dan identitas *cosplayer* ternyata jauh lebih kompleks ketimbang yang terbayangkan selama ini. ia memiliki pandangan bahwa keterikatan struktur sosial yang telah disebutkan tadi punya kekuatan kuat dalam memformulasikan kategori apa itu *cosplay*? siapa itu *cosplayer*? dan mengapa mereka melakukannya?.

Cosplay tidak berdiri sendiri. Seperti realitas sosial pada umumnya, aktivitas ini terpengaruh dan turut memengaruhi struktur sosial yang lain. Sehingga *cosplay* tidak bisa dipandang remeh sebagai aktivitas konsumsi budaya pop semata, ia mesti dilihat dalam kerangka yang lebih makro. Namun, seperti yang tertera pada penjelasan di bab sebelumnya, penulis membatasi *cosplay* pada tataran budaya pop Jepang saja. Hal ini diperkuat oleh paparan di bab sebelumnya tentang Jepang sebagai rujukan *cosplay* kontemporer, ditambah negeri sakura itu merupakan rumah bagi pertemuan kultural para penggemar budaya pop, khususnya *cosplay* berskala internasional bernama World *Cosplay* Summit (WCS).

C. Prosumption

Dalam telaah akademis, istilah *prosumption* (setelah ini akan ditulis tegak) digagas pertama kali oleh Futurolog Alvin Toffler pada tahun 1980-an melalui magnum opusnya berjudul *The Third Wave*. Sempat hilang dari diskursus akademik, transformasi cepat pada wilayah ekonomi kapitalisme dan perkembangan dunia digital membangkitkan kembali pengkajian lebih serius terhadap praktik *prosumption*, baik sebagai analisis teori maupun fenomena atau patologi sosial (Ritzer, 2019:76).

Bila menarik definisi awal *prosumption* yang oleh Toffler (1981:266) lahir akibat kompleksitas dimensi produksi dan konsumsi di masyarakat modern, maka ia menyusun definisi tersebut berangkat dari kerangka pembabakan zaman, di sini ia menarik pengalaman peradaban purba yang nampaknya punya kemiripan dengan prinsip *prosumption* per hari ini:

During the First Wave most people consumed what they themselves produced. They were neither producers nor consumers in the usual sense. They were instead what might be called "prosumers." It was the industrial revolution, driving a wedge into society, that separated these two functions, thereby giving birth to what we now call producers and consumers.

Selama gelombang pertama—masyarakat purba—kebanyakan masyarakat mengonsumsi apa yang mereka produksi. Mereka bukanlah konsumen dan produsen dalam pengertian umum. Sebaliknya, mereka adalah apa yang disebut "prosumers". Kehadiran revolusi industri lah yang mendorong masyarakat memisahkan dua fungsi tadi, dan melahirkan apa yang sekarang kita sebut produsen dan konsumen.

Seperti yang dijelaskan di atas, *prosumption* bisa dipahami sebagai aktivitas mengonsumsi sekaligus memproduksi sesuatu (dalam konteks ini barang) secara bersamaan. Pandangan lebih elaboratif dikemukakan oleh Ritzer dan Jurgenson (2010:14) menurut mereka *prosumption* bukan sekadar aktivitas produksi dan konsumsi yang terintegratif, melainkan, ini merupakan bentuk baru dari kapitalisme yang melanda dunia di pembuka abad 21. Dengan menghadirkan bentuk eksploitasi gaya baru, yang cukup berbeda daripada sebelumnya.

Dalam tinjauan klasik Marx, arah dan sasaran dari bentuk eksploitasi seyogyanya tertuju pada buruh atau kelas pekerja, yang utamanya bekerja di dalam suatu pabrik. Pada kesempatan lain Marx (2000:430) menegaskan bahwa penguasaan para kapitalis terhadap kelas pekerja bukan semata-mata karena kualitas yang mempunyai ada dalam dirinya, melainkan mereka melihatnya sebagai bagian yang inheren dalam rupa bernama modal. Lalu, untuk melaksanakan proses eksploitasi tersebut, maka keseluruhan modal (termasuk buruh/kelas pekerja) harus diterapkan dalam sebuah proses produksi.

Bentuk eksploitasi ini kemudian ditafsir dan direduksi sedemikian rupa oleh beragam kalangan untuk memetakan dan membuat alur analisisnya agar lebih jelas. Untuk itu penulis meminjam pandangan Screpanti (2019:45) yang menyederhanakan dimensi eksploitasi kedalam dua jenis rekonstruksi. *Rekonstruksi Pertama*, bagaimana kekuasaan digunakan di dalam pabrik dalam mengontrol tindak-tanduk para pekerja. *Rekonstruksi Kedua*, bagaimana proses pengupahan diterapkan yang tidak adil.

Jelas kiranya apabila praktik eksploitasi lazimnya dialamatkan pada kelas pekerja, seperti yang diterangkan oleh Marx dan para pengikutnya telah memberi gambaran tentang kondisi eksploitasi dalam ranah ekonomi industri. Maka dalam hal ini prinsip dan praktik *prosumption* bisa dikategorikan melampaui definisi dan tafsiran kalangan Marxis (setidaknya yang klasik) atas eksploitasi. Sebab arah dan sasaran eksploitasi telah bergerak dari yang semula dialami oleh para buruh menjadi aktivitas yang dirasakan juga oleh para konsumen yang sedang menikmati sebuah produk tertentu.

Begitu juga sebaliknya, menurut Kertamukti (2019:46) *prosumption* sebagai sebuah proses yang melibatkan produksi dan konsumsi memperlihatkan bahwasannya konsumen terlibat dalam aktivitas produksi, pada separuh atau keseluruhan ihwal yang dikonsumsi itu. Anehnya, hal tersebut dilakukan secara sukarela, tidak sadar dan tentunya aktivitas yang mereka lakukan tidak mendapatkan upah sama sekali.

Contoh yang mendetail bisa disimak melalui paparan Ritzer (2019:81), ia menggambarkan bentuk *prosumption* pada ranah digital, kehadirannya justru membuat *prosumption* semakin samar, sebab kegiatan berselancar di internet (diasumsikan sebagai mengonsumsi) menghasilkan semacam jejak data, yang nantinya diolah atau diekstraksi sedemikian rupa. Hasil olahan atau ekstraksi data itu kemudian berujung pada terbentuknya sebuah promosi tiba-tiba yang hadir dalam beranda media sosial yang mengonsumsi tadi. Sehingga secara tidak sadar dan sengaja, praktik mengonsumsi tersebut berbuntut pada penyediaan “bahan baku” dalam aktivitas produksi yang direalisasikan melalui iklan atau promosi produk tertentu.

Paparan Ritzer mengindikasikan kehadiran *prosumption* memang lebih masif pasca kehadiran internet dan media sosial. Seperti yang dikemukakan olehnya bersama dua rekannya yang lain seperti Dean & Jurgenson, *prosumption* berkembang sebagai laku kehidupan ketika teknologi komputer dan keberadaan internet memicu pemindahan relasi sosial-ekonomi yang semula berada di dunia nyata menuju ke dunia maya, dimana sulit atau tidak mungkin menemukan pekerja tradisional di sana (Ritzer, Dean, Jurgenson, 2012:385).

Namun, bukan berarti *prosumption* sepenuhnya patologi dari dunia maya, banyak contoh dari fenomena ini menggejala di ranah luring, melalui Ritzer (2019), ia banyak menyorot industri yang bergerak di bidang *brick and mortar* seperti restoran cepat saji, arkade, pasar swalayan, kafetaria. Ritzer (2017:84) merincinya:

...fast food restaurants had created new ways of getting customers to do work (e.g. bus their dishes, clean their tables) –to “prosume” – for no pay that was previously and in other settings done by paid employees. While this had occurred previously in other consumption settings such as cafeterias, it was raised to new heights and importance by the fast food restaurant.

...Restoran cepat saji membentuk semacam cara baru untuk membuat pelanggan melakukan pekerjaan (misalnya mengangkut piring mereka, membersihkan meja makan mereka) – menjadi “prosume” – tanpa bayaran sebelumnya, dan di tempat lain justru dilakukan oleh karyawan yang dibayar. Meskipun hal ini telah terjadi sebelumnya di lingkungan konsumsi lain seperti kafetaria, hal ini telah menjadi sesuatu yang penting bagi restoran cepat saji.

Untuk itu, *prosumption* mesti dilihat sebagai rangkaian yang tidak terputus oleh ruang maya dan nyata. Di sisi lain, rangkaian ini juga berguna untuk memahami aspek produksi dan konsumsi justru dilakukan secara bersamaan di tengah corak dan laju kapitalisme yang tegas mengukuhkan posisinya sebagai ideologi dan sistem paling bernas. Selain sifatnya yang “tidak dibayar” dan mengalami kondisi “eksploitasi ganda”, yang khas dari *prosumption* juga terletak pada ketidaksadaran yang menyelimuti para pelakunya. Adapun tegangan antara produsen dan konsumen akan diketengahkan melalui kontinum yang dikenalkan oleh George Ritzer. Agar masih dalam satu rangkaian, kedua laku hidup di atas harus dimaknai dalam format p-a-p (*prosumption as producers*) dan p-as-c (*prosumption as consumers*).

Dalam konteks penelitian ini, *prosumption* diarahkan pada luaran produk budaya populer, wabil khusus budaya pop Jepang. Seperti yang dijelaskan oleh Siuda, dkk (2013:8) *prosumption* dalam telaah budaya pop dapat merentang mulai dari konsumsi produk orisinal budaya pop itu sendiri, gemuruh serba-serbi percakapan seputar budaya pop oleh para penggemar, penggunaan festival dan

aktivitas sejenis, pembentukan jejaring sosial fandom/penggemar dalam skala luring ataupun daring, kedekatan antara produsen dan konsumen (dalam artian biner) sampai pada relasi transaksional antara para penggemar dengan produk budaya pop itu sendiri.

D. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu umumnya memuat fungsi acuan dalam memandu sebuah penelitian agar tetap fokus dan tidak menukik terlalu jauh dari kesepakatan awal. Penulis kemudian memilih lima penelitian yang dirasa relevan dan sesuai dengan pokok persoalan yang dikaji. Akan tetapi, penulis merasa agak kesulitan menemukan penelitian dengan relevansi tema, objek kajian, penggunaan metodologi hingga pisau analisis yang betul-betul sesuai dengan bangunan penelitian penulis inginkan sebelumnya. Walhasil, pemilahan atas kelima hasil riset ini berusaha disesuaikan dengan tema besar dan luaran dari penelitian yang ingin penulis hasilkan dalam penelitian ini. Adapun celah perbedaan kelima hasil penelitian di atas dan penelitian ini telah tertera jelas dalam tabel dibawah ini:

Tabel 2.2 Matriks penelitian terdahulu

| Penulis/Tahun | Judul | Teori | Metodologi | Hasil Penelitian |
|------------------------------|---|--|-------------------|--|
| Wardhana, R. B. W. P. (2015) | Reproduksi Budaya Populer Jepang (Studi Kasus Pada Visual Shock Community Solo) | Reproduksi Budaya oleh Pierre Bourdieu | Kualitatif | Penelitian ini menjelaskan reproduksi budaya pop Jepang yang terjadi pada para <i>cosplayer</i> di Kota Solo. Hasil dari penelitian ini, sang penulis melihat terdapat upaya memproduksi |

| | | | | |
|------------------------------|--|--------------------|--------------|--|
| | | | | budaya populer Jepang oleh Komunitas <i>cosplay</i> bernama Visual Shock. |
| Suhaeb, dkk (2021) | <i>Consumerism of Japanese Popular Culture in the Cosplayer Lifestyle (Sociological Studies on Cosplay Communities in Makassar City)</i> | Teori Konsumerisme | Kualitatif | Penelitian ini menganalisis proses konsumsi yang dilakukan oleh <i>cosplayer</i> di Kota Makassar. Aktivitas konsumsi budaya populer Jepang turut mempengaruhi gaya hidup mereka di kehidupan sehari-hari. Sayangnya, penelitian ini tidak menjelaskan secara rinci identitas komunitas yang mereka teliti |
| Helmi, L. & Venus, A. (2011) | Budaya Populer Jepang di Indonesia : Catatan Studi Fenomenologis Tentang Konsep Diri Anggota <i>Cosplay</i> Party Bandung | Konsep Diri | Fenomenologi | Meneliti konsep diri pada pelaku <i>cosplay</i> . Informan yang memiliki latar belakang beragam tampaknya meneguhkan kediriannya yang kuat terhadap budaya populer Jepang. Hal ini nampak pada aktivitas mereka yang menonton anime dan melakukan <i>cosplay</i> . |

| | | | | |
|--|--|-------------------------------|--------------|---|
| Yulian, S. B., & Sugandi, M. S. (2019). | Perilaku Komunikasi Otaku dalam Interaksi Sosial (Studi Fenomenologi Pada Anggota Komunitas Jepang Soshonbu Bandung) | Perilaku Komunikasi | Fenomenologi | Penelitian ini mengemukakan bahwa Otaku (sebutan penggemar budaya populer Jepang) melakukan perilaku komunikatif ketika berinteraksi dengan sesama otaku maupun non-otaku. Bentuk perilaku informan terbagi dua, yaitu proses asosiatif dan disosiatif. |
| Faisal, M. A., Lusiana, Y. & Fimansyah, D. B. (2022) | Hegemonisasi Budaya Populer Jepang dalam Komunitas Otaku | Hegemoni oleh Antonio Gramsci | Kualitatif | Hasil penelitian ini menjelaskan terdapat perlawanan hegemoni yang dilakukan oleh komunitas Otaku di Kota Wonosobo. Bentuk perlawanannya meliputi: tidak memaksakan diri untuk mengikuti budaya populer jepang serta setia melestarikan budaya lokal. |

Sumber: diolah dari berbagai literatur, 2023

E. Kerangka Pikir

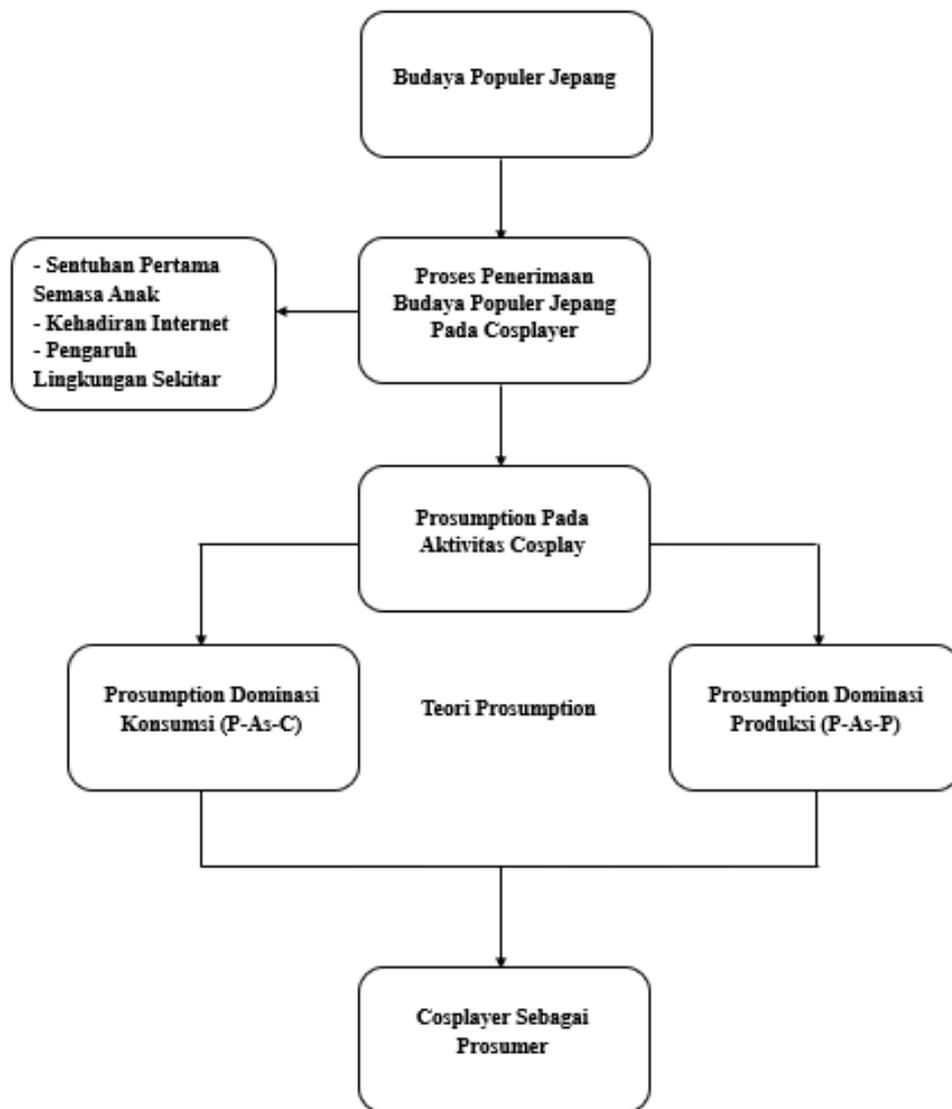
Dalam kerangka pikir yang menjadi acuan dan alur penulis ketika melakukan penelitian, bagan budaya populer ditaruh di atas atau menyamping sebagai lanskap dan konteks sosial yang segera mengemuka dan mempengaruhi setiap proses, praktik maupun fenomena *cosplay*. Untuk bagan *cosplay* sendiri, hal tersebut bertujuan untuk melihat posisi aktivitas *cosplay* dan *cosplayer* sebagai

subjek riset yang aktif dibawah pengaruh produk budaya populer Jepang. Hal ini kemudian memiliki keselarasan dengan rumusan masalah pertama penelitian ini.

Aktivitas atau praktik *cosplay* diasumsikan sebagai “proses dari bawah” yang terwujud dalam pola konsumsi dan produksi budaya melalui cara-cara yang beranekaragam. Pada posisi tersebut penulis menggunakan teori *prosumption* sebagai pisau analisis membedah fenomena *cosplay* yang mengonsumsi suatu produk budaya sembari atau di lain kesempatan turut mereproduksi produk budaya yang dikonsumsinya melalui cara dan aktivitas tertentu. Sehingga, pada bagan lanjutan.

Penulis membedah dua cara tersebut untuk melihat dimensi *prosumption* para *cosplayer* dengan dua kecenderungan berbeda, yakni *prosumption* dengan dominasi konsumsi dan *prosumption* dengan dominasi produksi. Perlu dicatat bahwasannya dua bagan turunan atau lanjutan setelah bagan *cosplay* tidak dilihat secara terpisah, melainkan hal tersebut mengindikasikan analisis terhadap praktik *prosumption* terbagi atas dua tindakan yang kontinum atau berkesinambungan satu sama lain. Maka dari itu, bagan yang tepat berada di tengah kedua praktik *prosumption* ditujukan menggambarkan proses dari keseluruhan siklus budaya pop Jepang yang tercermin melalui aktivitas *cosplay*. Pada akhirnya aktivitas *cosplay* dilihat sebagai manifestasi *prosumption* yang diberbagai literatur disebut: prosumer. Hal ini selaras dengan rumusan masalah kedua penelitian ini.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka kerangka pikir ini dapat dilihat pada skema berikut:



Gambar 2.1 Skema Kerangka Pikir

BAB III

Metode Penelitian

A. Pendekatan dan Strategi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan strategi penelitian berdasarkan studi kasus. Penelitian kualitatif merupakan sebuah metode yang mengoptimalkan kualitas data yang langsung dari para pelaku yang menjadi objek dalam penelitian ataupun sumber kredibel lainnya di luar objek. Menurut Martono (2015: 212) penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan tuturan dari individu, buku, dan sumber lainnya. Oleh sebabnya, penelitian ini menggunakan wawancara sebagai metode pengumpulan datanya.

Demi memudahkan aktivitas meneliti di lapangan maupun dalam perumusan rancangan penelitian, penulis mengandalkan studi kasus sebagai strategi sekaligus sarana dalam melakukan penelitian. Secara umum studi kasus dapat digunakan dalam penelitian kuantitatif dan kualitatif, namun apabila studi kasus ditempatkan pada ranah penelitian kualitatif, maka menurut Bryman & Bell (2019: 47) penelitian tersebut mesti memperhatikan intensivitas yang dilakukan dengan wawancara terhadap satu kasus, yang dapat berupa orang, organisasi, keluarga, atau komunitas. Di sisi lain, studi kasus umumnya bersifat idiografis, berusaha memberikan deskripsi yang kaya akan objek yang diteliti.

Yin (2014: 34) membagi penelitian studi kasus ke dalam dua definisi, *pertama*, penelitian yang berusaha menyelidiki fenomena kontemporer (kasus) secara mendalam dan dalam konteks dunia nyata (*real-world context*), terutama ketika batas antara konteks dan fenomena tadi tidak terlihat jelas. Dalam definisi

ini, studi kasus ingin memahami sebuah “kasus” di dunia nyata dan berasumsi terdapat kondisi kontekstual penting yang berkaitan dengan kasus tersebut. Tawaran definisi inilah menjadi fokus yang penulis gunakan dalam penelitian kali ini. Adapun definisi *kedua* berusaha menyangsikan definisi pertama, dengan melihat fenomena dan konteks tidak selalu dapat dibedakan secara jelas dalam dunia nyata.

Penelitian ini mengharuskan penggunaan metode kualitatif sebagai langkah menggali pengetahuan di masyarakat. Ada beberapa alasan. *Pertama*, penulis tidak memiliki hasrat menggeneralisir temuan penelitian. *Kedua*, menganalisis budaya pop ataupun *prosumption* dianjurkan menggunakan penelitian kualitatif sekiranya agar data yang didapat cukup dalam dan menjawab masalah epistemik di lapangan. *Ketiga*, anjuran ini tergambar dengan jelas oleh beberapa penelitian lain dan juga begawan ilmu sosial yang memiliki konsentrasi di penelitian seputar budaya pop dan *prosumption* seperti Ariel Heryanto dan George Ritzer.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

Proses penelitian berlangsung dengan jangka waktu terhitung mulai dari bulan April 2023 – Januari 2024 dan dilaksanakan di Kota Makassar.

Tabel 3.1 Linimasa pengerjaan penelitian penulis

| Aktivitas | April | Mei | Juni | Juli | Agu | Sep | Okt | Nov | Des | Jan | Feb |
|---------------------|-------|-----|------|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Penyusunan Proposal | | | | | | | | | | | |
| Observasi | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------------|--|--|---|---|---|---|---|---|---|---|--|---|
| Memaparkan Proposal Penelitian | | | ■ | | | | | | | | | |
| Melakukan Penelitian | | | ■ | ■ | ■ | | | | | | | |
| Analisis Data Penelitian | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | |
| Menyusun Hasil Penelitian | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | |
| Presentasi Hasil Penelitian | | | | | | | | | | | | ■ |

(Sumber: diolah oleh penulis) Ket: ■ Telah terlaksana

C. Teknik Penentuan Informan

Penulis bersandar pada teknik sampel tidak berpeluang (*non-probability sampling*) untuk menentukan informan yang diteliti. Menurut Martono (2015:218) terdapat empat varian dari teknik ini, *Pertama*, sampel bertujuan (*purposive sampling*). *Kedua*, sampel bola salju (*snowball sampling*). *Ketiga*, sampel kebetulan (*accidental sampling*). *Keempat*, sampel kuota (*quota sampling*).

Diantara keberagaman varian, penulis memilih menggunakan varian pertama, sampel bertujuan (*purposive sampling*). Penentuan informan menggunakan teknik sampel tidak berpeluang dengan varian sampel bertujuan memudahkan penulis dalam memetakan karakteristik informan yang dibutuhkan.

Selain itu, sampel bertujuan membuat arah riset lebih terfokus dan sesuai dengan orientasi penelitian.

Maka dari itu penulis memberikan setidaknya tiga prasyarat pada informan yang diteliti. *Pertama*, informan pernah atau telah mengonsumsi budaya populer Jepang. *Kedua*, informan sedang dalam masa aktif terlibat dalam aktivitas *cosplay*, sebagai seorang *cosplayer* maupun bukan *cosplayer*. *Ketiga*, aktif bergiat di Kota Makassar.

Pada proses penelitian, peneliti berkomitmen penuh terhadap teknik penentuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Meski pada perjalanannya, pemerolehan informan ada pula berdasarkan varian atau teknik lain seperti *snowball sampling* dan *accidental sampling*. Salah satu contohnya ialah ketika penulis berencana menemui informan Ardi di sebuah tempat, yang secara kebetulan informan Ajin berada di lokasi yang sama. Penulis tidak berusaha mencari, atau bahkan sekadar mengenal Ajin, namun karena berada dalam situasi sedang membutuhkan *cosplayer* senior, maka Ajin termasuk dalam jajaran informan pada penelitian kali ini.

D. Teknik Pengumpulan Data

Merujuk pada pendekatan, tipe, dan strategi yang digunakan, maka penulis menetapkan data primer sebagai acuan utama. Data primer sendiri merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek kajian. Dalam konteks ini, penulis akan menggunakan observasi, wawancara mendalam, dan pemeriksaan dokumentasi terhadap apapun yang berkenaan dengan *cosplay* di Kota Makassar. Observasi ditujukan untuk memberikan gambaran awal tentang fenomena, wawancara

mendalam lantas digunakan untuk menggali lebih jauh pertanyaan penelitian kepada objek yang diteliti. Wawancara mendalam mengharuskan penulis berlama-lama di lapangan demi memahami secara komprehensif fenomena yang diteliti.

Demi membantu melengkapi informasi dan pengetahuan yang didapatkan, penulis mengandalkan pula data sekunder sebagai sumber pengumpulan data, terdiri dari; buku, artikel ilmiah, berita, atau materi tekstual maupun audio visual lainnya yang berkenaan dengan penelitian. Semua bahan dipakai untuk mengafirmasi temua pada data primer.

E. Teknik Analisis Data

Hasbi, dkk (2021) menjelaskan penyajian data mesti memegang dua prinsip, yakni relevansi data dan kesederhanaan. Relevansi data dipahami sebagai sajian data yang berkaitan langsung dengan pokok permasalahan penelitian. Sedangkan, prinsip kesederhanaan mengarah pada kemudahan data atau penelitian secara keseluruhan untuk dibaca dan dipahami.

Miles, dkk. (2014) menjabarkan tahapan yang sistematis dalam melakukan analisis data, menurut mereka terdapat tiga rangkaian yang saling berkesinambungan, mulai dari kondensasi atau pemadatan data, menampilkan daya (*data display*), dan penarikan konklusi. Rincinya sebagai berikut:

1). Pemadatan/Kondensasi Data,

Pemadatan data adalah suatu bentuk analisis yang menajamkan, memilah, memfokuskan, membuang, dan mengorganisasikan data sedemikian rupa yang muncul dalam catatan lapangan tertulis, transkrip

wawancara, dokumen, dan bahan empiris lainnya sehingga kesimpulan “akhir” dapat ditarik dan diverifikasi.

2). Menampilkan Data (*Display Data*),

Secara umum, dalam tahapan ini kumpulan informasi atau data telah terorganisasi dan terkompresi, yang, memungkinkan penarikan konklusi dan melahirkan tindakan lebih lanjut.

3). Penarikan Konklusi

Setelah data telah dipadatkan dan mengalami perubahan tampilan, penarikan konklusi dapat dilakukan. Di sini, data yang tadinya masih mentah telah menjelma menjadi hasil yang selaras dengan orientasi penelitian.

F. Pengujian Keabsahan

Terdapat banyak strategi dan varian dalam melakukan pengujian keabsahan data. Penulis memilih menggunakan *member checking*, diskusi dengan teman sejawat, dan memeriksa kembali referensi yang terkait dengan penelitian ini. Menurut Hitchcock & Nastasi (2011) mengungkapkan *member checking* merupakan metode uji-absah data yang digunakan untuk menganalisis kembali data kualitatif dengan caranya mengembalikan keseluruhan hasil penelitian kepada objek penelitian demi melihat apakah temuannya sudah akurat, disamping koreksi tetap dilakukan. Miles, Huberman & Snada (2014) melihat posisi objek riset ketika *member checking* memberi ruang untuk para informan/objek riset untuk mengomentari temuan, mengevaluasi elemen penting dalam penelitian

(seperti keakuratan dimensi sebab-akibat dalam penelitian), sekaligus memverifikasi prediksi peneliti.

Untuk konteks penelitian kali ini, penulis menyerahkan hasil dan temuan penelitian kepada informan/objek penelitian ketika proses penelitian telah mendekati akhir atau semaksimal mungkin telah siap untuk diujikan. Hasil penelitian yang diserahkan berupa dokumen digital yang dikirim melalui media sosial seperti Whatsapp, Instagram maupun surat elektronik.

Dalam pengujiannya, tidak semua informan memberikan umpan balik yang semula diharapkan ketika penulis memberikan salinan hasil penelitian. Adapun beberapa informan merespon balik perihal pencatutan nama asli dalam penelitian kali ini. Selebihnya, hampir semua informan yang merespon menyepakati apa yang termuat pada