

BAB I

PENDAHULUAN UMUM

1.1. Latar Belakang

Indonesia dengan banyaknya masyarakatnya selalu menerima dan terbuka terhadap inovasi-inovasi yang bermanfaat dalam kehidupannya. Masuknya budaya-budaya asing di Indonesia secara bebas tanpa adanya filterisasi sangat berdampak bagi masyarakat Indonesia. Teknologi yang perkembangannya sangat pesat di era sekarang ini sangat memudahkan masyarakat berkontak langsung dengan kebudayaan luar, sehingga jadi faktor pemicu mudahnya budaya asing masuk dan berkembang pada masyarakat Indonesia.

Budaya dapat kita pahami sebagai bentuk sistem kehidupan yang dianut dan dijalankan secara kolektif oleh individu dan sekelompok masyarakat, serta diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Kebudayaan juga mencakup unsur-unsur yang penting seperti tradisi bahasa, pakian, serta pola kehidupan yang menyatu dan menyeluruh dalam struktur sosial yang bersifat kompleks. Selain itu, budaya juga mencerminkan kumpulan pengetahuan dan perilaku yang dapat dipelajari serta dibagikan antaranggota dalam komunitas sosial tertentu. E.B. Tylor yang dikenal sebagai pelopor antropologi budaya mendefinisikan budaya sebagai suatu bentuk keseluruhan yang kompleks, mencakup unsur-unsur seperti pengetahuan, kepercayaan, kesenian, nilai dan moral, hukum, adat istiadat, serta keterampilan atau kebiasaan yang diperoleh oleh individu atau kelompok sebagai bagian dari masyarakat (Mulyana, 2006).

Budaya asing tersebut berpengaruh terkhusus pada remaja di Indonesia. Masa remaja dipandang sebagai periode transisi antara masa kanak-kanak dan kedewasaan yang ditandai dengan berbagai perubahan dalam aspek fisik, psikologis, dan kehidupan sosial. Secara umum menurut Dariyo (2004), tahap perkembangan remaja secara diklasifikasikan menjadi tiga fase, yakni remaja awal yang berusia 13-14 tahun, remaja tengah yang berusia 15-17 tahun, dan remaja akhir yang usianya 18-21 tahun. Pada fase ini, individu umumnya berada dalam proses pencarian jati diri. Erikson menyebut fase ini sebagai pembentukan identitas ego (*ego identity*) yang merupakan bagian penting dari perkembangan psikososial (Bischof, 1983 dalam Asrori 2004). Dengan demikian remaja sangat gampang terpengaruhi oleh apa yang mereka lihat dan rasakan terlebih-lebih pula jika terdapat lingkungan yang mendukung.

Di era sekarang, budaya yang digandrungi remaja adalah budaya populer. Budaya populer mencakup keseluruhan totalitas gagasan, pandangan, perilaku, simbol dan fenomena lainnya yang diterima secara luas melalui kesepakatan tidak tertulis dalam masyarakat, khususnya dalam konteks budaya arus utama. Pada awalnya, budaya populer ini berkembang dalam masyarakat barat pada abad ke-20, kemudian menyebar secara global hingga abad ke-21. Istilah budaya populer sering disamakan dengan budaya massa (*mass culture*) sehingga dapat diakses dan dikonsumsi oleh khalayak luas. Perkembangan budaya ini juga tidak lepas dari kemajuan teknologi dan digitalisasi, yang mempercepat proses produksi dan penyebaran di era modern¹.

Beberapa tahun terakhir, Indonesia terutama Kota Makassar juga menjadi tempat budaya asing mulai mempengaruhi kehidupan sehari-hari. Budaya populer yang menonjol adalah budaya populer Jepang. Kato (1989) menyebutkan bahwa istilah budaya populer dalam konteks Jepang dikenal dengan istilah *tashuu bunka*, yang secara harfiah dapat diterjemahkan sebagai budaya massa dalam Bahasa Indonesia. Kato menambahkan bahwa berbagai bentuk budaya populer Jepang seperti *anime*, *manga* dan *idol* telah menjadi fenomena yang tidak hanya terkenal di dalam negeri, melainkan juga mendapat sambutan luas di berbagai negara di luar negara Jepang. Berkembangnya budaya populer Jepang di Indonesia bermula dari maraknya penggemar musik Jepang dan dijadikan sebagai *soundtrack* awal dan akhir film. Menurut penelitian Arrow Aviani Ramadhan dan Budi Santoso (2014) dengan menggunakan pendekatan kebudayaan, remaja Indonesia menyukai budaya Jepang karena lagu dan lirik lagunya bagus dan enak didengar serta para aktor dan penyanyi Jepang terlihat tampan. Selain itu, budaya populer Jepang yang dapat diterima dengan baik oleh remaja di Indonesia yaitu *style fashion* atau gaya berpakaian seperti *harajuku style*, *shibuya style*, *lolita style*, dan yang paling terkenal adalah *Cosplay*.

Gaya berpakaian ala Jepang yang dikenal dalam bentuk ekspresif sebagai *costum player* atau disingkat *cosplay*, merupakan praktik yang dilakukan oleh individu-individu yang menggemari *anime*, *manga*, *game*, atau kartun dengan cara mengenakan kostum dan berdandan menyerupai karakter fiksi tertentu, terutama

¹ Lailiyah

[http://elearning.iainkediri.ac.id/mod/forum/discuss.php?d=57509#:~:text=Budaya%20populer%20\(dikenal%20juga%20sebagai,arus%20utama%20global%20yang%20muncul](http://elearning.iainkediri.ac.id/mod/forum/discuss.php?d=57509#:~:text=Budaya%20populer%20(dikenal%20juga%20sebagai,arus%20utama%20global%20yang%20muncul) (diakses pada tanggal 19 oktober 2023 pukul 13.09)

dalam acara atau festival tertentu. *Cosplay* atau dalam bahasa Jepang disebut コスプレ (*kosupure*) diciptakan oleh Nobuyuki Takahashi dari studio Hard setelah mengikuti konvensi *Sci-Fi* di Los Angeles Amerika Serikat, kemudian dia menuliskan dalam sebuah artikel untuk majalah Jepang *My Anime*. (3) Nobuyuki Takahashi memutuskan membuat kata baru dari pada menggunakan terjemahan yang ada dari istilah bahasa Inggris “*masquerade*” karena istilah tersebut berarti “kostum ariskorat atau kostum bangsawan” jika di terjemahkan dalam bahasa Inggris, yang tidak sesuai dengan pengalamannya saat melihat *cosplay*. Nobuyuki Takahashi menciptakan istilah “costum” menjadi コス (*kosu*) dan “play” menjadi プレ (*pure*). Istilah コスプレ (*kosupure*) saat ini dikenal dengan istilah dalam bahasa Inggris. Meskipun menggunakan kata dari bahasa Inggris, *cosplay* masih dapat dipahami dan ditelusuri sebagai budaya populer asli Jepang (Nobuyuki, 2008).

Praktik *cosplay* awalnya berkembang di kalangan masyarakat Barat melalui kegiatan seperti pesta topeng atau kostum yang biasanya diselenggarakan pada hari-hari perayaan besar. Seiring berjalan waktu, tren tersebut menyebar ke Jepang dan diadopsi oleh para remaja yang meniru gaya berpakaian, riasan wajah, serta atribut visual dari karakter-karakter populer dalam budaya Jepang seperti *anime* dan *manga* (Pakusadewo, 2017). Lebih lanjut, Pramana dan Masykur (2019) yang mengutip pendapat Winge (2006), menjelaskan bahwa budaya *cosplay* tidak sekadar sebatas berpakaian seperti dalam pesta kostum atau perayaan *halloween*. *Cosplayer* umumnya menginvestasikan waktu dan uang untuk membuat dan membeli kostum, serta mempelajari gaya dan gestur, ekspresi, bahkan dialog karakter yang diperankan. Dalam berbagai festival atau festival, mereka akan sepenuhnya mengubah penampilan fisik serta meninggalkan identitas asli demi merepresentasikan karakter fiksi secara maksimal dan totalitas. Oleh karena itu, keterampilan teknis semata tidak cukup, karena dibutuhkan pemahaman karakter dan dedikasi yang tinggi untuk mencapai performa *cosplay* yang total.

Berdasarkan pandangan penulis, tahun-tahun belakangan ini maraknya festival yang diselenggarakan dengan mengusung tema budaya populer Jepang terutama di Kota Makassar. Festival tersebut diselenggarakan di beberapa Mall dan titik-titik keramaian di Kota Makassar untuk menyalurkan kegembiraan remaja terhadap budaya populer Jepang. Berdasarkan postingan Instagram akun @veeocee (akun Instagram yang menyebarkan informasi festival budaya *cosplay* di Kota Makassar),

terdapat 53 festival budaya populer Jepang yang terselenggara di Kota Makassar sepanjang tahun 2023. Festival-festival tersebut didominasi oleh para remaja yang dihimpun oleh beberapa komunitas penggemar budaya populer Jepang, juga beberapa hanya datang sebagai individu. Festival-festival tersebut juga melibatkan sebagian besar budaya populer Jepang, seperti musik, film, *anime*, *manga*, tren mode dan *costum player*. Budaya populer tersebut yang menjadi daya tarik utama remaja untuk menghadiri dan berpartisipasi pada festival tersebut. Sebagai contoh, festival budaya populer yang pernah dilaksanakan di Kota Makassar adalah *Nippon Day*. *Nippon Day* dilaksanakan tiga tahun berturut-turut yakni pada tahun 2017 sampai dengan 2019. Berdasarkan liputan dari Tribun Timur Makassar, kegiatan ini dilaksanakan dua hari dengan total pengunjung lebih dari 2.000 pengunjung di gedung Celebes Convention Center (CCC) Kota Makassar Sulawesi Selatan. Festival ini diselenggarakan dengan rangkaian kegiatan yang didominasi budaya populer seperti *flash mob*, *cosplay*, lagu Jepang, dan *wotagei*. *Nippon day* ini diselenggarakan oleh konsulat Jepang di Kota Makassar dengan tujuan untuk memperkenalkan budaya Jepang dan juga untuk mempererat hubungan bilateral Jepang dan Indonesia².

Selain melalui festival, beberapa penggemar budaya populer Jepang di Kota Makassar terlihat eksistensinya dalam mempengaruhi remaja untuk menyukai budaya tersebut. Sebagai contoh, beberapa sekolah menciptakan kegiatan nonformal siswa di sekolah terkait budaya Jepang dan diminati banyak siswa. Salah satu sekolah yang terdapat kegiatan nonformal siswa berbasis hobi yang berfokus pada bahasa dan budaya adalah SMAN 21 Makassar. Kegiatan yang bernama Jclub tersebut beranggotakan puluhan siswa SMA yang menyukai tentang Jepang seperti budaya, lagu, *anime* dll. Jclub juga beberapa kali mengadakan festival budaya Jepang yang memuat budaya populer dan mengundang remaja untuk menikmati festival tersebut.

Mengapa kemudian topik budaya populer dipilih penulis, Karena topik festival budaya populer terutama budaya *cosplay*, memiliki pengaruh yang cukup signifikan dan semakin menonjol. Hal tersebut membuat banyak perubahan pada remaja seperti gaya berpakaian, minat pada cerita *manga* dan *anime*, serta kecenderungan budaya

² Tribun Timur, [Nippon Day 2019 di Kota Makassar Berakhir, Sukses Digelar Melalui Sejumlah Acara dan Dimeriahkan Artis - Tribun-timur.com \(tribunnews.com\)](#) diakses pada tanggal 2 Februari 2024

dan gaya hidup remaja yang mempengaruhi identitas budaya mereka dalam konteks globalisasi. Penelitian ini melihat respon remaja yang meminati budaya *cosplay* terhadap minat pada budaya lokal mereka.

Berdasarkan penjelasan diatas, menurut penulis budaya populer sangat mempunyai pengaruh besar bagi remaja. Melalui penelitian ini, penulis berharap dapat mengeksplorasi lebih jauh bagaimana budaya *Cosplay* mempengaruhi perilaku dan preferensi remaja serta juga melihat dampak pada identitas budaya lokal remaja di Kota Makassar.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk mengkaji dan menganalisis permasalahan budaya populer pada remaja dengan permasalahan sebagai berikut

1. Bagaimana eksistensi budaya *cosplay* di kota Makassar ?
2. Bagaimana bentuk ekspresi budaya *cosplay* di Kota Makassar ?
3. Bagaimana dampak budaya *cosplay* terhadap perilaku masyarakat di Kota Makassar ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, penulis ingin mencapai tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Menganalisis eksistensi budaya *cosplay* di kota Makassar.
2. Menganalisis bentuk ekspresi budaya *cosplay* yang dilakukan oleh remaja di Kota Makassar.
3. Menganalisis dampak budaya *cosplay* terhadap perilaku masyarakat di Kota Makassar.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas penelitian ini mempunyai manfaat yaitu:

1.4.1. Manfaat secara teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan yang lebih dalam tentang bagaimana budaya *cosplay* mempengaruhi remaja di Indonesia, membantu dalam memahami interaksi budaya asing dengan budaya lokal serta dinamika globalisasi.
- b. Mengembangkan studi antropologi konsumen dengan fokus pada bagaimana remaja mengadopsi budaya populer, menafsirkan arti budaya,

dan mengintegrasikan elemen budaya asing dalam perilaku masyarakat.

1.4.2. Manfaat secara Praktis

- a. Bagi mahasiswa diharapkan budaya *cosp/lay* memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang interaksi antara budaya lokal dengan budaya asing, serta pengaruhnya pada remaja.
- b. Bagi masyarakat diharapkan memberikan wawasan tentang perubahan tren dan minat remaja terkait budaya *cosp/lay*, membantu mereka untuk lebih memahami remaja dan preferensi budaya mereka.
- c. Bagi peneliti lanjut dapat Mendorong untuk melakukan riset lanjutan atau tesis yang berkaitan dengan identitas budaya, pengaruh budaya asing, dan dinamika budaya populer dalam masyarakat.

BAB II

TINJUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan topik dengan penelitian penulis. Penelitian-penelitian tersebut dijadikan acuan dan perbandingan dengan penelitian yang penulis lakukan. Penelitian pertama yaitu penelitian yang dilakukan oleh Antar R.E. Bhisma Wananda P. W. (2015) berjudul *Reproduksi Budaya Populer Jepang (Studi Kasus pada Visual Shock Community Solo)* bertujuan untuk memahami bagaimana proses reproduksi budaya populer Jepang berlangsung dalam komunitas Visual Shock Community di Surakarta. Penelitian ini secara khusus mengkaji habitus para pelaku budaya, arena tempat berlangsungnya praktik kultural, serta faktor-faktor yang mendorong terjadinya reproduksi budaya populer tersebut. Penelitian ini menggunakan teori reproduksi budaya yang dikembangkan oleh Pierre Bourdieu dengan tiga konsep utama, yakni *habitus*, *modal*, dan *arena*, yang bersama-sama membentuk suatu praktik sosial yang disebut sebagai reproduksi budaya. Dari sisi metodologis, penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan rancangan studi kasus, serta menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi lapangan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya populer Jepang telah memiliki pengaruh yang signifikan dalam masyarakat Indonesia melalui berbagai produk budaya seperti *manga*, *anime*, dan pernak-pernik bernuansa Jepang. Salah satu manifestasi dari pengaruh tersebut adalah munculnya komunitas Visual Shock Community Solo yang aktif dalam kegiatan *cosplay*. Komunitas ini mereproduksi budaya populer Jepang dengan mengikuti kompetisi *cosplay*, serta mengadopsi unsur-unsur budaya seperti nilai, norma, simbol, dan kebiasaan yang terdapat dalam budaya populer Jepang dan komunitas *cosplay* global seperti Cure World *Cosplay*.

Meski demikian, terdapat penyesuaian budaya yang dilakukan oleh Visual Shock Community untuk menyesuaikan praktik mereka dengan konteks sosial dan budaya lokal di Surakarta. Reproduksi budaya populer ini tidak terlepas dari masuknya produk budaya Jepang yang masif ke Indonesia serta kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang mempercepat penyebarannya. Ketertarikan terhadap budaya Jepang ini mendorong anggota komunitas untuk merepresentasikan identitas budaya melalui aktivitas *cosplay*.

Kemudian menyusul penelitian yang dilakukan Penelitian yang dilakukan oleh T. Zulfajri (2019) berjudul *Pengembangan Festival sebagai Daya Tarik Wisata (Studi Kasus pada Pekan Kebudayaan Aceh)* membahas strategi pengembangan festival budaya sebagai sarana untuk menarik minat wisatawan di tengah persaingan industri pariwisata antar daerah. Studi ini secara khusus menyoroti ruang-ruang strategis yang dapat dimanfaatkan dalam rangka meningkatkan citra positif pariwisata Aceh melalui kegiatan Pekan Kebudayaan Aceh. Dalam kajiannya, Zulfajri menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam terhadap beberapa informan kunci, yaitu tiga penyelenggara dari pihak pemerintah, satu konseptor festival, satu peserta acara, dan satu perwakilan dari organisasi pariwisata. Penelitian ini didasarkan pada pendekatan teori pengembangan festival pariwisata dari Donald Getz, yang menekankan pentingnya penciptaan tema dan pembentukan citra yang kuat sebagai daya tarik utama.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan festival budaya tersebut ditentukan oleh dua faktor utama, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi ketersediaan sumber daya manusia profesional di bidang pengelolaan festival, keberadaan lokasi-lokasi kegiatan yang potensial, peluang strategis untuk membangun merek Pekan Kebudayaan Aceh, serta peningkatan pemahaman masyarakat terhadap konsep kepariwisataan. Sementara itu, faktor eksternal yang mendukung antara lain adanya potensi pasar baru sebagai target pengembangan festival, serta kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat membantu dalam promosi dan pemasaran kegiatan budaya tersebut.

Berikutnya Muhammad Chasan Afiruddin (2019) yang mengangkat topik penelitian "Fenomena Gaya Hidup Remaja Wibu pada Budaya Populer Jepang Melalui *Anime* dan *Fashion*". Penelitian ini dilakukan di daerah Daan Mogot Jakarta Barat. Dengan menggunakan pendekatan Fenomenologi oleh Little Jhon dan Foss yaitu metode untuk menjelaskan fenomena dan kemurniannya yang mengacu pada benda, kejadian atau kondisi yang dilihat, hasil dari penelitian ini adalah fenomena budaya populer Jepang membuat remaja wibu di daerah Dan tersebut mengenal budaya baru dan membuat perubahan-perubahan dalam gaya hidupnya.

Haidarul Imron dan Fatoni (2018) dalam penelitiannya berjudul "Studi Fenomenologi Remaja Penggemar Budaya Populer Jepang di Kota Malang" juga mengangkat tema tentang budaya populer dan remaja. Penelitian ini mendeskripsikan karakteristik remaja dan cara mereka mengidolakan budaya populer

Jepang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis pendekatan fenomenologi dengan menggunakan teknik purposive dalam mengambil data. Hasil dari penelitian ini menunjukkan Pada fase awal masa remaja, terlihat bahwa minat remaja laki-laki terfokus pada *anime*, sementara pada tahap akhir, minat mereka mulai meluas, tidak hanya pada *anime* tetapi juga pada grup idola J-pop. Sementara itu, remaja perempuan, baik pada tahap awal maupun akhir masa remaja, menunjukkan minat yang konsisten pada *anime*. Pengagungan terhadap budaya populer Jepang diwujudkan melalui berbagai aktivitas, seperti menonton video, menghadiri konser, acara kebudayaan Jepang, dan mengoleksi barang-barang yang terkait dengan idola mereka. Di Kota Malang, remaja penggemar budaya populer Jepang mengalami pengagungan ini sebagai sumber inspirasi, panduan, dan sebagai cara untuk menyegarkan pikiran. Selain itu, pengagungan budaya populer Jepang juga mempengaruhi berbagai aspek kehidupan remaja, termasuk pola pikir, nilai moral, daya imajinasi, gaya hidup, dan masalah-masalah sosial yang dihadapi dalam keseharian mereka.

Penelitian yang dilakukan oleh Denison Wicaksono (2007) berjudul *Adopsi Identitas dan Gaya Jepang-Jepangan pada Remaja Anggota Komunitas Penggemar Budaya Populer Jepang di Yogyakarta* bertujuan untuk mengkaji alasan di balik kecenderungan remaja dalam mengadopsi identitas budaya Jepang, serta bagaimana identitas tersebut tercermin dalam pola hidup mereka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan melibatkan tujuh informan yang dipilih secara purposive, dengan kriteria usia 20–24 tahun. Informan tersebut dipertimbangkan telah cukup lama menjadi penggemar budaya Jepang, aktif dalam komunitas, serta memiliki akses terhadap konsumsi produk budaya Jepang.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung dan wawancara mendalam, baik secara terstruktur maupun tidak terstruktur, dengan panduan wawancara sebagai instrumen utama. Data yang diperoleh kemudian dianalisis melalui proses kategorisasi, interpretasi, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adopsi identitas bergaya “Jepang-jepangan” merupakan konsekuensi dari intensitas konsumsi produk budaya Jepang serta bagian dari strategi diplomasi budaya yang dilakukan oleh Jepang. Temuan lebih lanjut mengidentifikasi dua pola utama dalam adopsi gaya hidup tersebut. Pertama, gaya hidup yang dilakukan secara sadar dan konsisten, yang disebut sebagai gaya hidup imitasi. Kedua, gaya hidup konsumtif yang terjadi secara tidak sadar, muncul akibat

keterpaparan yang terus-menerus terhadap produk budaya populer Jepang. Adopsi gaya hidup ini dianggap sebagai usaha untuk membedakan diri dalam menghadapi "krisis identitas", sehingga mereka dapat menonjol di lingkungan sosial mereka. Kesimpulan dari penelitian ini, diungkapkan oleh semua informan, adalah bahwa keunikan budaya populer Jepang membuat mereka merasa berbeda dari orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa budaya populer Jepang telah menjadi acuan bagi remaja sebagai identitas yang mereka adopsi.

No.	Penulis	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Antar R.E. Bhisma Wananda P. W. (2015)	<i>Reproduksi Budaya Populer Jepang (Studi Kasus pada Visual Shock Community Solo)</i>	Metode Penelitian Kualitatif. Menggunakan teori reproduksi budaya yang dikembangkan oleh Pierre Bourdieu.	Budaya populer Jepang telah memiliki pengaruh yang signifikan dalam masyarakat Indonesia melalui berbagai produk budaya seperti <i>manga</i> , <i>anime</i> , dan pemak- pernik benuansa Jepang. Salah satu manifestasi dari pengaruh tersebut adalah munculnya komunitas Visual Shock Community Solo yang aktif dalam kegiatan <i>cosplay</i> . Komunitas ini mereproduksi budaya populer Jepang dengan mengikuti kompetisi <i>cosplay</i> , serta mengadopsi unsur-unsur budaya seperti nilai, norma, simbol, dan kebiasaan yang terdapat dalam budaya populer Jepang dan komunitas <i>cosplay</i> global seperti Cure World <i>Cosplay</i> .	Penelitian ini hanya berfokus pada komunitas dalam merepresentasikan budaya populer Jepang, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis berfokuskan pada para penggemar budaya <i>cosplay</i> secara umum mulai dari yang bergerak secara individu maupun komunitas.

2.	T. Zulfajri (2019)	Pengembangan Festival sebagai Daya Tarik Wisata (Studi Kasus pada Pekan Kebudayaan Aceh)	Metode penelitian Kualitatif. Pendekatan teori pengembangan festival pariwisata dari Donald Getz.	Pengembangan festival budaya tersebut ditentukan oleh dua faktor utama, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi ketersediaan sumber daya manusia profesional di bidang pengelolaan festival, keberadaan lokasi-lokasi kegiatan yang potensial, peluang strategis untuk membangun merek Pekan Kebudayaan Aceh, serta peningkatan pemahaman masyarakat terhadap konsep kepariwisataan. Sementara itu, faktor eksternal yang mendukung antara lain adanya potensi pasar baru sebagai target pengembangan festival, serta kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat membantu dalam promosi dan pemasaran kegiatan budaya tersebut	Penulis menjadikan penelitian ini sebagai penelitian yang dianggap relevan dalam melakukan penelitian karena penelitian ini meneliti festival sebagai daya tarik remaja. Penulis beranggapan bahwa festival menjadi salah satu ketertarikan remaja dalam menggemari suatu kebudayaan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis ada pada objeknya yaitu penelitian ini membahas tentang kebudayaan lokal aceh sedangkan penelitian yang dilakukan penulis adalah membahas tentang kebudayaan global dalam hal ini budaya populer Jepang.
----	--------------------	--	---	--	--

3.	Muhammad Chasan Afiruddin (2019)	Fenomena Gaya Hidup Remaja Wibu pada Budaya Populer Jepang Melalui <i>Anime</i> dan Fashion	Metode penelitian Kualitatif. pendekatan Fenomenologi oleh Little Jhon dan Foss.	fenomena budaya populer Jepang membuat remaja wibu di daerah tersebut mengenal budaya baru dan membuat perubahan-perubahan dalam gaya hidupnya.	Penelitian ini berfokus pada gaya hidup remaja yang dianggap wibu atau remaja yang sangat tertarik dengan kebudayaan Jepang secara umum. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis mengungkap bentuk dari ekspresi budaya dan dampak terhadap kebudayaan lokal para penggemar budaya <i>cosplay</i> .
4.	Haidarul Imron dan Fatoni (2018)	Studi Fenomenologi Remaja Penggemar Budaya Populer Jepang di Kota Malang	Metode penelitian kualitatif dengan jenis pendekatan fenomenologi.	Penelitian ini menunjukkan Pada fase awal masa remaja, terlihat bahwa minat remaja laki-laki terfokus pada <i>anime</i> , sementara pada tahap akhir, minat mereka mulai meluas, tidak hanya pada <i>anime</i> tetapi juga pada grup idola J-pop. Sementara itu, remaja perempuan, baik pada tahap awal maupun akhir masa remaja, menunjukkan minat yang konsisten pada <i>anime</i> . Pengagungan terhadap budaya populer Jepang	Penelitian ini berfokus pada budaya populer Jepang secara umum seperti musik, film, <i>game</i> , <i>anime</i> , <i>manga</i> dll. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis berfokus pada salah satu bentuk budaya populer yaitu budaya <i>cosplay</i> .

				diwujudkan melalui berbagai aktivitas, seperti menonton video, menghadiri konser, acara kebudayaan Jepang, dan mengoleksi barang-barang yang terkait dengan idola mereka.	
5.	Denison Wicaksono (2007)	<i>Adopsi Identitas dan Gaya Jepang-Jepangan pada Remaja Anggota Komunitas Penggemar Budaya Populer Jepang di Yogyakarta</i>	Pendekatan kualitatif dan melibatkan tujuh informan yang dipilih secara purposive.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa adopsi identitas bergaya “Jepang-jepangan” merupakan konsekuensi dari intensitas konsumsi produk budaya Jepang serta bagian dari strategi diplomasi budaya yang dilakukan oleh Jepang. Temuan lebih lanjut mengidentifikasi dua pola utama dalam adopsi gaya hidup tersebut. Pertama, gaya hidup yang dilakukan secara sadar dan konsisten, yang disebut sebagai gaya hidup imitasi. Kedua, gaya hidup konsumtif yang terjadi secara tidak sadar, muncul akibat	Penelitian ini lebih fokus pada adopsi gaya jepang-jepangan pada remaja yang bersumber dari intensitas konsumsi produk budaya Jepang, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis lebih berfokus pada bentuk ekspresi yang dilakukan para <i>cosplayer</i> .

				keterpaparan yang terus-menerus terhadap produk budaya populer Jepang. Adopsi gaya hidup ini dianggap sebagai usaha untuk membedakan diri dalam menghadapi "krisis identitas", sehingga mereka dapat menonjol di lingkungan sosial mereka	
--	--	--	--	--	--

2.2. Kebudayaan

Konsep kebudayaan mencakup arti yang sangat luas, mencakup segala hal yang dipelajari individu sebagai bagian dari masyarakat, baik yang bersifat abstrak seperti nilai-nilai, norma, dan gagasan maupun yang kongkret dan dapat diamati. Kebudayaan dipahami sebagai keseluruhan sistem ide, tindakan, serta hasil karya manusia dalam kehidupan sosial yang diperoleh melalui proses belajar. Dengan demikian, hampir segala aktivitas manusia dapat dikategorikan sebagai bagian dari kebudayaan, kecuali beberapa tindakan naluriah, refleksi biologis, atau perilaku otomatis yang tidak melalui proses pembiasaan (Koentjaraningrat, 2015). Kroeber dan Kluckhohn bersama dengan Koentjaraningrat pernah menginventarisasi lebih dari 179 definisi kebudayaan yang telah berkembang dalam kajian ilmiah. Salah satu definisi yang banyak dijadikan rujukan berasal dari E.B. Tylor (1971) yang menyatakan bahwa kebudayaan merupakan keseluruhan kompleks yang mencakup pengetahuan, kepercayaan, seni, hukum, moral, adat istiadat, serta semua kemampuan dan kebiasaan yang diperoleh manusia sebagai anggota masyarakat.

Koentjaraningrat memandang kebudayaan sebagai keseluruhan sistem yang mencakup ide, tindakan, dan hasil karya manusia dalam menjalani kehidupan sosialnya. Pandangan ini memperlihatkan bahwa kebudayaan tidak hanya terbatas pada bentuk fisik, tetapi juga mencakup seluruh proses berpikir dan berperilaku yang dipelajari serta diwariskan. Sementara itu, Kroeber dan Kluckhohn mengemukakan bahwa kebudayaan terdiri atas pola-pola perilaku, baik yang eksplisit maupun implisit, yang diperoleh dan ditransmisikan melalui simbol-simbol. Kebudayaan juga mencerminkan pencapaian khas dari kelompok manusia, termasuk di dalamnya benda-benda hasil ciptaan mereka. Lebih lanjut Bierstedt (1970) memberikan definisi yang lebih ringkas dengan menyebut kebudayaan sebagai keseluruhan sistem yang mencakup cara manusia berpikir, bertindak, dan apa yang mereka miliki. Dia menyatakan bahwa aktivitas berpikir, berperilaku, menurut pola tertentu dan memiliki sesuatu merupakan tiga aspek dasar yang dapat ditemukan dalam struktur berbahasa. berdasarkan hal ini, kebudayaan dapat diklasifikasikan ke dalam tiga unsur utama: gagasan (ideas), norma-norma (norms), dan artefak atau hasil kebudayaan material.

Kebudayaan sering dimaknai melalui berbagai perspektif yang menggambarkan keragamannya sebagai konstruksi sosial. Pertama, kebudayaan dapat dipahami sebagai keseluruhan cara hidup suatu masyarakat, atau sebagai warisan sosial yang diteruskan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Kedua, kebudayaan mencerminkan pola pikir, merasakan dan mempercayai yang dianut oleh suatu kelompok sosial. Ketiga, kebudayaan juga dianggap sebagai bentuk abstraksi dari perilaku kolektif, atau sebagai suatu kerangka konseptual mengenai cara suatu kelompok bertindak. Keempat, kebudayaan berfungsi sebagai seperangkat orientasi nilai yang digunakan dalam merespons persoalan-persoalan yang sedang dihadapi masyarakat. Selain itu, kebudayaan juga dapat dipandang sebagai perilaku yang dipelajari, sebagai mekanisme pengatur tindakan yang bersifat normatif, teknik untuk beradaptasi dengan lingkungan, hingga sebagai hasil historis dari pengalaman sosial manusia. Dengan demikian, berdasarkan berbagai pandangan tersebut, kebudayaan tidak semata-mata merujuk pada produk fisik atau objek

konkret. Sebaliknya, kebudayaan lebih tepat dipahami sebagai suatu sistem berpikir, merasakan, dan bertindak yang membentuk cara hidup suatu komunitas (Siregar, 2008).

Kebudayaan sering dipahami sebagai beberapa bagian. Pertama yaitu keseluruhan cara hidup masyarakat; atau sesuatu yang diterima sebagai warisan sosial dari kelompoknya; kedua, sesuatu cara berpikir, merasa dan percaya; ketiga, suatu abstraksi tingkah laku; atau suatu teori tentang cara suatu kelompok masyarakat bertingkah laku; keempat, sesuatu yang dijadikan menjadi seperangkat orientasi standar dalam menghadapi masalah-masalah yang sedang berlangsung; keenam, suatu tingkah laku yang dipelajari; ketujuh, suatu mekanisme untuk penataan tingkah laku yang bersifat normatif; kedelapan, suatu teknik untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan; suatu endapan sejarah. Berdasarkan hakikat kebudayaan yang dikemukakan di atas tampak dengan jelas bahwa kebudayaan bukanlah berbentuk hasil, benda atau objek. Dalam hal ini, kebudayaan dipahami sebagai sebuah konteks berpikir, merasa, bertindak dari suatu Masyarakat (Siregar 2008)

Merujuk pada penerapan dan interpretasi konsep ilmiah "*culture*" ke dalam bahasa Indonesia dengan setara kata "kebudayaan," menghasilkan suatu pengertian kebudayaan yang mencakup seluruh karya, nilai, dan penciptaan masyarakat. "Cipta" merupakan kemampuan mental, yaitu keterampilan berpikir yang menghasilkan filsafat serta ilmu pengetahuan.

Konsep "rasa" dalam dalam kebudayaan merujuk pada dimensi batiniah manusia yang melahirkan nilai-nilai dan norma-norma sosial, termasuk keyakinan keagamaan, ideologi, seni, spiritualitas, serta bentuk-bentuk ekspresi lainnya yang berasal dari kedalaman jiwa. Sementara aspek "karya" mengacu pada hasil ciptaan individu atau kelompok masyarakat dalam bentuk teknologi dan kebudayaan material. Koentjaraningrat (2009) menjelaskan bahwa istilah "kebudayaan" berasal dari bahasa sansekerta *buddhayah*, yang merupakan bentuk jamak dari *buddhi*, yang berarti akal atau budi. Lebih lanjut dia mengungkapkan bahwa kemampuan berpikir manusia menghasilkan tiga bentuk utama kebudayaan, yaitu pertama, wujud ideal yang mencangkup sistem nilai, gagasan, dan pikiran. Kedua, wujud perilaku sosial berupa pola tindakan dan aktivitas yang kolektif. Ketiga, wujud kebendaan yakni segala hasil fisik dari aktivitas kebudayaan manusia.

Berikutnya unsur penting dalam kebudayaan adalah budaya sebagai sistem pengetahuan. kajian antropologi menjelaskan bahwa, sistem pengetahuan dipahami sebagai seperangkat informasi dan pemahaman yang dimiliki manusia untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Pengetahuan budaya ini bersifat abstrak karena hadir dalam bentuk gagasan atau ide dan memiliki keterkaitan erat dengan sistem peralatan hidup serta teknologi dalam konteks kebudayaan universal. Ruang lingkup sistem pengetahuan dalam kebudayaan sangatlah luas, karena mencangkup pemahaman manusia terhadap berbagai aspek yang mendukung aktivitas kehidupan sehari-hari. H. J. L. A. Brandes mencatat bahwa nenek moyang bangsa Indonesia sebelum terpengaruh oleh budaya India telah mengembangkan sepuluh aspek kebudayaan yang sangat tinggi. Sepuluh aspek tersebut mencakup seni wayang, *gamelan*, metrum, seni batik, pengolahan logam, sistem mata uang, pelayaran, perbintangan (astronomi), penanaman padi dengan pengairan, dan sistem organisasi pemerintahan Aspek-aspek kebudayaan ini mencakup unsur-

unsur universal seperti seni, teknologi, mata pencaharian hidup, dan sistem sosial. Oleh karena itu, pada masa itu, nenek moyang bangsa Indonesia memiliki kemampuan budaya yang signifikan ketika mereka dihadapkan pada pengaruh baru dari unsur-unsur budaya India. Budaya sebagai sistem pengetahuan (Rusman, Dkk 2007).

Dalam proses perkembangannya, sistem pengetahuan ini telah dimiliki oleh kelompok-kelompok masyarakat sejak masa lampau dan diwariskan sampai saat ini. Sistem pengetahuan yang dimiliki oleh mereka adalah sistem pengetahuan tradisional dan pra-modern. Sistem pengetahuan tradisional ini umumnya bersifat non-ilmiah (*non-scientific knowledge*), yakni tidak dapat diverifikasi atau dibuktikan melalui pengujian ilmiah secara formal. Pada masa awal, penyebaran pengetahuan seperti ini berlangsung secara lisan melalui contoh konkret dan diturunkan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Bentuk penyampaian lisan ini masih dapat ditemui pada sejumlah masyarakat adat, salah satunya melalui cerita rakyat yang sering kali berisi kisah-kisah sakral atau mitologis (Rusman dkk, 2007). Seiring berkembangnya tradisi tulis, penyampaian pengetahuan tidak lagi terbatas pada bentuk lisan, tetapi juga dituangkan dalam bentuk tulisan, baik dalam karya sastra maupun dokumen tertulis lainnya. Baik melalui lisan maupun tulisan, berbagai suku bangsa di Indonesia berhasil menjaga, mengembangkan, dan mewariskan berbagai bentuk kearifan lokal yang berasal dari sistem pengetahuan masa lalu yang hingga kini masih digunakan dalam praktik kehidupan sehari-hari.

Meskipun banyak dari pengetahuan ini menunjukkan kecanggihan dalam konteksnya, keterbatasan dalam aspek proses atau teknologi menyebabkan pengetahuan tersebut tetap diklasifikasikan sebagai tradisional. Sistem pengetahuan yang diwariskan secara turun-temurun ini telah mendorong lahirnya beragam teknologi tradisional, yang hingga saat ini masih diterapkan dalam berbagai bidang kehidupan masyarakat. Koentjaraningrat, sebagaimana dikutip oleh Rusman dkk. (2007), menjelaskan bahwa setiap kelompok etnik memiliki pengetahuan mengenai lingkungan sekitarnya, termasuk tanaman, benda langit, bahan mentah, tubuh manusia, perilaku sosial, serta konsep ruang dan waktu.

Pandangan para ahli antropologi seperti Clifford Geertz, Ward Goodenough, dan Victor Turner, kebudayaan dipahami sebagai sistem ideasional yaitu sesuatu bentuk tatanan ide yang mendasari perilaku dan artefak budaya sebagai perwujudan simbolis dari ide-ide tersebut. Kebudayaan dipandang sebagai seperangkat pedoman yang dikodifikasi secara simbolik untuk merespons berbagai tantangan yang muncul dari lingkungan sosial (Siregar, 2008). Dengan demikian, kebudayaan bukan sekadar perilaku atau benda budaya, melainkan sistem makna yang memandu cara individu dan kelompok memahami serta menilai realitas sosial.

Sebagai sistem makna, kebudayaan mencakup pengetahuan dan kepercayaan yang digunakan oleh individu atau kelompok sebagai acuan dalam memberi makna terhadap pengalaman hidup. Sistem makna ini mencakup dua dimensi utama: aspek kognitif yang berkaitan dengan pengetahuan dan kepercayaan, serta aspek evaluatif yang menyangkut penilaian terhadap suatu peristiwa atau tindakan. Jika kebudayaan didekati dari sisi kognitif, maka ia mencerminkan keseluruhan cara pandang dan

pemahaman masyarakat dalam melihat dunia, diri mereka sendiri, dan hubungan sosial di sekitarnya (Siregar, 2008). Siregar (2008) memberikan sejumlah contoh untuk menggambarkan bagaimana sistem budaya bekerja sebagai kerangka kognitif, seperti alasan di balik penghormatan kepada orang tua, ketakutan terhadap kematian, tujuan hidup, pentingnya memiliki harta, atau dorongan untuk memberi tanpa pamrih. Contoh-contoh tersebut menunjukkan bahwa kebudayaan menyediakan penjelasan yang tertanam dalam kesadaran kolektif, membentuk semacam "teori-teori" sosial yang dijadikan pegangan dalam menjalani kehidupan sehari-hari.

Selain isi kognitif, kebudayaan sebagai sistem makna juga mempunyai aspek evaluatif. Aspek evaluatif lebih menekankan pada sistem makna yang terdiri dari pengetahuan dan kepercayaan mengalami transformasi menjadi nilai-nilai. Aspek evaluatif berarti bahwa kebudayaan selalu berperan menetapkan cara memandang atau menilai baik dari segi moral maupun estetika sehingga membuat kesadaran individu yang menjadi komunitas masyarakat. Pentingnya suatu tanda dalam masyarakat dapat diukur berdasarkan intensitas kepemilikan makna oleh anggota masyarakat. Semakin tinggi intensitas kepemilikan makna suatu tanda, semakin besar juga makna yang diatributkan kepadanya. Ritus-ritus keagamaan dan ritual-ritus adat sering dianggap sangat signifikan oleh masyarakat tradisional. Hal ini disebabkan karena ritual-ritus tersebut merupakan simbol-simbol yang dihasilkan melalui konvensi yang sudah mapan. Dalam pandangan masyarakat tradisional, ritual-ritus ini memiliki nilai simbolik yang mendalam, dan penyimpangan terhadap mereka dapat dianggap sebagai tindakan yang tidak beriman atau tidak sesuai dengan tradisi adat. Oleh karena itu, tanda-tanda ini bukan hanya memiliki makna praktis dalam pelaksanaannya, tetapi juga membawa konsekuensi sosial dan spiritual yang signifikan jika diabaikan atau dilanggar (Siregar 2008).

Selain dari sistem pengetahuan dan sistem makna, kebudayaan juga Koentjaraningrat (2009) juga menjelaskan kebudayaan sebagai wujud aktivitas dan artefak. Jika dilihat secara luas, kebudayaan sebagai produk masuk dalam wujud artefak yang mencerminkan nilai-nilai dari sistem kebudayaan. Kebudayaan sebagai produk bisa berupa material atau fisik yang mempunyai contoh seperti batik, bangunan bersejarah, patung, seni pertunjukan maupun rumah adat. Sedangkan yang berupa non-material atau abstrak yaitu seperti bahasa, musik, karya sastra dan sistem kepercayaan.

2.3. Budaya Populer

Menurut Williams (1993), budaya dapat dipahami sebagai cara pandang hidup yang khas dari seorang individu, suatu periode sejarah, atau kelompok masyarakat tertentu. Pandangan ini tercermin melalui hasil karya dan praktik intelektual khususnya dalam bentuk ekspresi seni seperti musik, puisi, lukisan, novel, film, dan bentuk karya artistik yang lainnya. Sementara istilah "populer" merujuk pada sesuatu yang disukai oleh banyak orang dan biasanya diciptakan dengan tujuan memberikan hiburan atau kepuasan terhadap masyarakat. Lebih lanjut, Williams (1983) menjelaskan bahwa istilah "pop" yang berasal dari kata "populer" memiliki beberapa makna: pertama, sebagai sesuatu yang memiliki daya tarik luas dan disukai oleh banyak orang; kedua, merujuk pada jenis kerja yang dianggap rendah dalam hierarki budaya; ketiga, sebagai karya yang bertujuan untuk menghibur; dan keempat, sebagai bentuk budaya yang

lahir dari masyarakat dan untuk masyarakat itu sendiri.

Storey (1993) mengemukakan bahwa budaya populer memiliki beragam definisi yang mencerminkan kompleksitas dan keberagamannya dalam konteks sosial. Definisi tersebut diuraikan sebagai berikut;

- a) Budaya populer dipahami sebagai bentuk budaya yang sederhana dan digemari oleh khalayak luas.
- b) Dimaknai sebagai sisa-sisa budaya setelah disisihkan oleh budaya tinggi (*high culture*).
- c) Budaya populer juga identik dengan budaya massa, yakni produk budaya yang diproduksi dan dikonsumsi secara massif oleh masyarakat.
- d) Budaya populer dipandang sebagai budaya yang berasal dari kalangan rakyat dan mencerminkan ekspresi otentik dari kehidupan sehari-hari.
- e) Budaya populer menjadi arena pertunjukan simbolik, yaitu kelompok-kelompok subordinat menegosiasikan makna serta melawan dominasi kelompok-kelompok elit.
- f) Budaya populer sebagai bagian dari budaya postmodern, yang mencirikan hilangnya batas antara budaya tinggi dan rendah, serta percampuran simbol-simbol dalam konteks konsumsi budaya yang semakin cair.

Raymond Williams (1983) mengemukakan beberapa pengertian mengenai budaya populer.

- a) Pertama, budaya populer dipahami sebagai bentuk kebudayaan yang menyenangkan dan mendapat sambutan luas dari masyarakat. Contohnya dapat dilihat dari keberhasilan album pertama grup musik Peterpan, maraknya festival konser musik, atau program televisi yang diminati karena menyajikan informasi dan hiburan secara luas (Williams, 1983).
- b) Kedua, budaya populer juga bisa dipahami sebagai budaya yang berada di luar kategori budaya tinggi. Dalam hal ini, budaya populer merupakan bentuk budaya sisa, yakni jenis budaya yang tidak memenuhi standar atau kriteria budaya “adiluhung”, dan karena itu sering kali dianggap sebagai bentuk yang “substandar”. Penilaian terhadap budaya populer umumnya mempertimbangkan nilai dari teks atau praktik budayanya, seperti tingkat kompleksitas formal maupun nilai moral yang terkandung di dalamnya. Meskipun begitu, menilai manfaat suatu bentuk budaya bukanlah perkara mudah. Salah satu tantangan utamanya adalah menjaga eksklusivitas budaya tinggi, karena sulit untuk mempertahankan batas antara budaya elite dan budaya populer, terutama di tengah masyarakat modern (Storey, 2003).
- c) Ketiga, budaya populer juga sering dipahami sebagai budaya massa. Dalam konteks ini, budaya populer identik dengan produk-produk budaya yang disebarluaskan melalui media massa, namun secara komersial sering kali dianggap tidak memiliki kualitas yang bisa diandalkan secara substansial. Budaya populer pada dasarnya diproduksi secara massal untuk dikonsumsi oleh khalayak luas. Dalam konteks ini, audiens dipandang sebagai konsumen pasif yang menerima produk budaya tanpa melakukan seleksi atau refleksi mendalam, sehingga budaya populer sering kali dianggap sebagai hasil manipulasi industri. Produk-produk budaya tersebut dikonsumsi tanpa

melalui proses kritis, seolah menjadi bagian dari kebiasaan konsumtif sehari-hari. John Fiske (1989) mencatat bahwa meskipun suatu produk dipromosikan secara intensif, sekitar 80–90% di antaranya tetap mengalami kegagalan di pasar. Bahkan, banyak film tidak mampu menutup biaya produksinya, meskipun anggaran promosinya tergolong besar. Hal senada diungkapkan oleh Simon Frith, yang mencatat bahwa 80% rilisan album tunggal mengalami kerugian. Statistik semacam ini memunculkan keraguan terhadap anggapan bahwa konsumsi budaya adalah aktivitas yang sepenuhnya pasif dan otomatis. Dalam pendekatan budaya massa, kondisi tersebut kerap dikaitkan dengan hilangnya struktur komunitas atau terhapusnya identitas budaya lokal. Namun, Fiske (1989) menegaskan bahwa dalam konteks masyarakat kapitalis, tidak ada ukuran absolut mengenai budaya lokal yang otentik, sehingga kerinduan terhadap keaslian budaya sering kali dilandasi oleh nostalgia yang tidak realistis. Dalam pandangan ini, budaya populer lebih tepat dilihat sebagai bentuk fantasi publik atau cerminan kolektif dari keinginan masyarakat. Richard Maltby (1989) bahkan menyatakan bahwa budaya populer menawarkan ruang bagi bentuk pelarian (*eskapisme*) yang tidak sekadar menjauh dari kenyataan, tetapi juga menuju versi ideal dari harapan atau utopia (kesempurnaan) personal dan sosial yang dimiliki oleh para konsumennya.

- d) Definisi keempat dari budaya populer menggarisbawahi bahwa budaya ini berasal dari kalangan “rakyat”. Dilihat dari pendekatan ini, budaya populer dipahami sebagai bentuk budaya yang tumbuh dari bawah, namun sering kali juga dipengaruhi oleh konstruksi dari atas yaitu produk budaya yang diarahkan kepada masyarakat luas oleh kelompok yang dominan. Budaya populer dianggap sebagai ekspresi otentik dari rakyat, mirip dengan budaya daerah yang bersifat lokal dan dimiliki bersama. Dalam konteks ini, budaya populer sering dikaitkan dengan romantisasi budaya kelas pekerja, bahkan dipandang sebagai salah satu bentuk protes simbolik terhadap sistem kapitalisme modern (Benet, 1982).

Selain itu, analisis politik dari Antonio Gramsci turut memberikan kontribusi penting dalam memahami budaya populer. Gramsci adalah seorang pemikir Marxis dari Italia memperkenalkan konsep hegemoni sebagai cara kelompok dominan mempertahankan kekuasaan bukan melalui paksaan, melainkan melalui kepemimpinan yang intelektual dan moral yang diterima secara sukarela oleh kelompok-kelompok subordinat (Gramsci, 1971). Hal ini menunjukkan bahwa, budaya populer dapat dilihat sebagai medan negosiasi antar budaya dominasi dan resistensi, makna budaya diperebutkan antara kelas-kelas sosial dalam masyarakat.

Secara etimologis dalam bahasa latin, budaya populer dapat diartikan sebagai *culture of the people* yaitu budaya yang berasal dari dan dilakukan oleh masyarakat umum. Pandangan ini mendorong banyak ahli budaya untuk mengkaji berbagai bentuk budaya yang hidup dan berkembang dalam kehidupan sehari-hari, termasuk artefak-artefak budaya yang dapat dikenali dalam bentuk nyata sebagai contoh yaitu film, program televisi, moda transportasi, dan gaya berpakaian yang tersebar di berbagai wilayah (Tressia, 2002).

Budaya populer juga dipahami sebagai arena pertarungan makna yaitu berbagai nilai dan simbol

bersaing untuk merebutkan perhatian dan penerimaan publik. Kondisi ini memunculkan kecenderungan terhadap pola pikir yang pragmatis dan gaya hidup serba instan. Nilai-nilai kepraktisan dan efisiensi menjadi ciri khas dalam konsumsi budaya masa kini. Media massa, baik yang berupa media cetak maupun media elektronik memainkan peran penting dalam menyampaikan pesan budaya populer secara langsung kepada masyarakat. Contohnya adalah televisi, berfungsi sebagai alat yang efektif dalam mengemas berbagai unsur budaya ke dalam format yang mudah diakses, dikonsumsi, dan dipahami oleh masyarakat luas (Tanudjaja, 2007).

Budaya populer dapat dipahami lebih dalam jika mengetahui karakteristik utamanya. Pemikiran Derry Mayendra (2007) memberikan kontribusi penting dalam menjelaskan Karakteristik budaya populer yang terbagi menjadi beberapa bagian.

- a) Pertama yaitu Relativisme, yaitu budaya populer merelatifkan segala hal sehingga tidak ada yang mutlak benar maupun salah termasuk juga tidak ada batasan apapun yang mutlak.
- b) Kedua adalah Pragmatisme, yakni kecenderungan menerima apa saja yang bermanfaat tanpa mempertimbangkan benar atau salah secara moral maupun etis. Hal ini menunjukkan bahwa budaya populer bersandaran pada keagungan praktis ketimbang nilai-nilai yang absolut.
- c) Ketiga adalah budaya populer cenderung sekuler atau sekularisme, yaitu cenderung mengesampingkan peran agama karena dianggap tidak lagi relevan dan tidak menjawab kebutuhan hidup manusia pada saat ini.
- d) Keempat adalah Hedonisme, yaitu dorongan untuk mencari kesenangan emosional dan menikmati hidup dan selalu memuaskan keinginan hati. Artinya adalah budaya populer menekankan hiburan, kesenangan, dan gaya hidup yang memanjakan hasrat.
- e) Kelima adalah Materialisme, yaitu mendorong pola pikir yang melihat segala sesuatu berdasarkan aspek materi dan segala sesuatu diukur berdasarkan uang.
- f) Keenam yaitu Popularitas. Budaya populer memiliki penyebaran yang begitu luas dan menjangkau sebagian besar masyarakat tanpa memandang ras, etnis, agama, status sosial, dan usia. Negara-negara yang paling terpengaruh adalah negara berkembang dan negara maju.
- g) ketujuh adalah budaya populer bersifat Kontemporer dan terus berubah. Artinya adalah budaya populer menawarkan nilai-nilai yang bersifat sementara, tidak menetap dan terus berubah seiring perkembangan zaman.
- h) Kedelapan adalah budaya populer mempunyai karakteristik kedangkalan. Kedangkalan ini muncul sebagai akibat dari kemajuan teknologi informasi dan pola konsumsi yang serba instan dan membuat individu menerima informasi tanpa ada proses pendalaman atau refleksi kritis. Fenomena ini juga tercermin dari kecenderungan masyarakat yang enggan untuk berpikir secara mendalam, merenung, atau bersikap kritis terhadap informasi yang dikonsumsi. Nilai-nilai seperti keseriusan, keaslian, realisme, kedalaman intelektual, dan kekuatan narasi cenderung terpinggirkan dalam budaya populer. Akibatnya, produk budaya yang sederhana dan mudah

dicerna menjadi lebih dominan dibandingkan dengan karya-karya yang lebih kompleks dan bermakna. Hal ini memunculkan kecenderungan budaya yang kurang berkualitas justru lebih mudah diterima dibandingkan budaya yang lebih bernilai karena sifatnya yang instan dan mudah dikonsumsi oleh masyarakat luas.

- i) kesembilan adalah bersifat hibrid yakni mencampurkan berbagai unsur budaya, teknologi, atau simbol ke dalam suatu bentuk produk. Misalnya telepon seluler yang berfungsi sekaligus sebagai media internet, alarm, jam, dll.
- j) Kesepuluh adalah Penyeragaman Rasa, dimanapreferensi masyarakat dibentuk agar seragam dalam hal konsumsi, baik terhadap produk fisik maupun pengetahuan.
- k) Kesebelas adalah Budaya Konsumerisme yaitu kondisi Masyarakat yang selalu merasa tidak cukup dan terus menerus mendorong untuk membeli barang-barang bukan karena kebutuhan, melainkan keinginan dan dorongan sosial bahkan rasa gengsi.
- l) Kedua belas yaitu Budaya Massa (*mass culture*) yaitu budaya yang diproduksi secara industrial dan dipasarkan untuk mendapatkan keuntungan khalayak konsumen dan memperoleh keuntungan ekonomi.
- m) Karakteristik yang terakhir adalah budaya populer merupakan Budaya Hiburan yang berfokus untuk menciptakan kesenangan pribadi dan kepuasan yang instan dan cepat.

Keseluruhan karakteristik diatas menunjukkan bahwa budaya populer tidak hanya membentuk selera atau gaya hidup seseorang dan komunitas, tapi juga membentuk dan mempengaruhi cara pandang, nilai, dan perilaku Masyarakat secara luas. konsep budaya populer dapat disimpulkan bahwa budaya populer adalah fenomena dinamis yang akan terus berkembang seiring dengan perkembangan zaman, sosial, ekonomi, dan yang paling terlibat adalah teknologi. Budaya populer mencerminkan selera masyarakat yang kolektif, namun juga bisa menjadi alat kontrol yang dominan. Karakteristiknya yang fleksibel, membuat budaya populer terus dapat beradaptasi dengan perkembangan zaman dan menjadi bagian dari kehidupan masyarakat.

Praktik budaya populer mempunyai dua dimensi penting yang memperkuat fenomena yang ingin diteliti, dimensi penting tersebut yakni ekspresi budaya dan partisipasi budaya.

1) Ekspresi Budaya

Ekspresi budaya mengacu pada cara individu atau kelompok mengekspresikan identitas, kreativitas, serta emosi melalui simbol dan praktik budaya. Secara etimologis, istilah "ekspresi budaya" terdiri dari tiga unsur utama yakni tradisi, budaya, dan ekspresi itu sendiri. Konteks ini diartikan sebagai bentuk penyampaian ide, maksud, atau perasaan yang berkaitan dengan budaya (Koentjaraningrat, 2009). Ekspresi budaya merupakan bagian internal dari kehidupan masyarakat yang mereka miliki dan yang mereka jalankan. Ekspresi budaya juga terkandung beberapa nilai penting seperti nilai ekonomi, nilai spiritual, dan nilai kolektif yang dihargai oleh komunitas setempat. Oleh karena itu, ekspresi budaya berperan dalam merepresentasikan identitas suatu kelompok masyarakat atau daerah tertentu (Rato, 2009). Lebih lanjut menurut Kusumadara dalam Setyaningtyas dan Kawuryan (2016), bentuk-bentuk

manifestasi dan ekspresi budaya mencakup lima kategori utama yaitu tradisi dan ekspresi lisan, seni pertunjukan, kebiasaan ritual sosial atau keagamaan, pengetahuan serta keterampilan yang berhubungan dengan alam dan lingkungan, dan yang terakhir adalah kerajinan tradisional.

Organisasi Kekayaan Intelektual Dunia atau biasa disingkat sebagai WIPO mengidentifikasi bahwa ekspresi budaya tradisional mencakup berbagai bentuk ekspresi seperti musik, seni rupa, desain atau kerajinan, nama, simbol, tanda, penampilan visual, arsitektur, kerajinan tangan, dan cerita rakyat. Selain itu WIPO juga telah menyebutkan bahwa bentuk ekspresi seperti tari, lagu, narasi, serta karya seni termasuk dalam kategori ekspresi budaya. Konsep ini digunakan oleh WIPO untuk menggambarkan karakter budaya yang bersifat khas dan memiliki nilai sakral dalam komunitas pemilikinya. Aulia (2006) berpendapat bahwa menurutnya ekspresi budaya tradisional dapat dikenali melalui tiga karakteristik utama yaitu pertama, ekspresi tersebut diwariskan secara turun-temurun dari generasi ke generasi. Kedua, memiliki sifat yang dinamis dan dapat berkembang seiring waktu. Ketiga, pengelolaannya disesuaikan dengan identitas kolektif masyarakat yang menganutnya.

2) Partisipasi Budaya

Partisipasi budaya merujuk pada suatu bentuk budaya yang mendorong terciptanya dukungan sosial dan interaksi aktif dalam masyarakat, baik melalui aktivitas formal maupun informal. Pandangan Jenkins (2006) budaya partisipatif menyoroti tiga aspek penting yang perlu diperhatikan yaitu peran pendidikan, keterbukaan akses bagi generasi muda terhadap informasi serta ruang partisipasi, dan kemampuan kritis dalam memahami serta menilai isi dan nilai yang terkandung dalam media. Lebih lanjut dia menegaskan bahwa budaya partisipatif bukanlah budaya yang memposisikan individu sebagai konsumen pasif, melainkan setiap individu diharapkan dapat turut serta sebagai kontributor dan produsen konten, baik dalam ruangan yang bersifat pribadi maupun yang bersifat publik.

Konsep budaya partisipatif dikembangkan oleh Henry Jenkins sebagai bentuk budaya baru yang memungkinkan individu untuk mengambil peran aktif dalam proses produksi, penyebaran dan interpretasi konten budaya. Budaya partisipatif ini tumbuh seiring kemajuan teknologi dan informasi yang memberikan peluang bagi setiap orang atau komunitas untuk berkontribusi dalam menciptakan serta mendistribusikan karya budaya (Jenkins, 2006). Menurut Jenkins, budaya partisipatif memiliki empat karakteristik utama yaitu pertama, rendahnya hambatan bagi individu untuk mengekspresikan diri secara artistik dan untuk terlibat dalam aktivitas budaya. Kedua, adanya dukungan sosial yang kuat dalam menciptakan dan berbagai karya. Ketiga, tumbuhnya rasa percaya di antara para anggota komunitas terhadap kontribusi mereka. Keempat dan yang terakhir adalah terbentuknya jaringan sosial yang memungkinkan hubungan antar individu, kelompok, masyarakat bahkan komunitas.

Muwarni (2012) menambahkan bahwa dalam sistem budaya partisipatif, konsumen yang aktif diharapkan untuk saling terhubung dan berkolaborasi guna membentuk ulang lingkungan media yang ada. Teknologi digital berfungsi sebagai *"multimedia sandbox"* yang memberdayakan individu untuk menjadi pencipta, seniman, bahkan visoner. Misalnya seseorang dapat merekam, mengedit, memanipulasi, video atau grafis, lalu mengunggahnya ke sosial media seperti youtube, instagram, facebook, dll. Jenkins (2006)

juga menekankan bahwa kekuatan budaya partisipatif tidak terletak pada penolakan terhadap budaya komersial, tetapi kemampuan untuk memodifikasi, memperluas, dan memberikan perspektif baru terhadapnya, sebelum karya-karya para individu tersebut didaur ulang dan kembali masuk ke dalam media arus utama.

Henry Jenkins (2009) mengelompokkan budaya partisipatif ke dalam empat jenis utama. Pertama adalah afiliasi, yaitu keterlibatan individu secara formal maupun informal dalam komunitas daring maupun luring, seperti media sosial (Facebook, Instagram, X), forum diskusi digital maupun pertemuan secara langsung. Kedua adalah ekspresi, yang mengacu pada tindakan kreatif dan tidak hanya berupa komunikasi biasa tetapi juga mengekspresikan gagasan melalui karya-karya orisinal. Ketiga adalah kolaborasi pemecah masalah, yaitu bentuk partisipasi yang melibatkan kerjasama antar individu dalam suatu kelompok untuk menyelesaikan persoalan atau mengembangkan pengetahuan bersama. Keempat sekaligus yang terakhir adalah sirkulasi yang berfokus pada distribusi dan perputaran informasi di dalam jaringan media, dengan tujuan memperkaya atau mempertajam konten atau informasi yang ada di dalamnya.

Dalam konteks budaya *cosplay*, budaya populer hadir melalui *anime*, *manga*, dan *game*, yang menjadi rujukan utama bagi penggemarnya. Penjelasan tentang budaya populer tersebut menjadi landasan penting untuk menganalisis fenomena budaya populer yang berkembang di masyarakat, termasuk budaya *cosplay* yang diadopsi, ditafsirkan, dan ditransformasikan oleh komunitas lokal.

2.4. *Cosplay*/コスプレ

Karakteristik budaya populer adalah budaya hiburan dan budaya massa. Hal tersebut membuat *cosplay* menjadi salah satu bagian dari budaya populer. *Cosplay* adalah gabungan kata dari *costume* dan *player*. *Cosplay* atau dalam bahasa Jepang disebut コスプレ (*kosupure*) diciptakan oleh Nobuyuki Takahashi dari studio Hard setelah mengikuti konvensi *Sci-Fi* di Los Angeles Amerika Serikat, kemudian dia menuliskan dalam sebuah artikel untuk majalah Jepang *My Anime*. Nobuyuki Takahashi memutuskan membuat kata baru dari pada menggunakan terjemahan yang ada dari istilah bahasa Inggris “*masquerade*” karena istilah tersebut berarti “kostum ariskorat atau kostum bangsawan” jika di terjemahkan dalam bahasa Inggris, yang tidak sesuai dengan pengalamannya saat melihat *cosplay*. Nobuyuki Takahashi menciptakan istilah “*costum*” menjadi コス (*kosu*) dan “*play*” menjadi プレ (*pure*). Istilah コスプレ (*kosupure*) saat ini dikenal dengan istilah dalam bahasa Inggris. Meskipun menggunakan kata dari bahasa Inggris, *cosplay* masih dapat dipahami dan ditelusuri sebagai budaya populer asli Jepang (Nobuyuki, 2008). *Cosplay* telah menjadi aktivitas penggemar di Jepang dan menjadi jauh lebih populer setelah laporan Takahashi dalam artikelnya. Istilah *cosplay* tersebut tidak langsung populer begitu saja, istilah *cosplay* baru populer setelah satu atau dua tahun artikel tersebut diterbitkan sebelum digunakan secara umum pada kalangan penggemar. Tahun 1990-an setelah tersebar di televisi dan majalah, budaya *cosplay* menjadi pengetahuan umum di Jepang (Ashcraft, 2014).

Orang yang menjalankan peran karakter dalam kegiatan *cosplay* dikenal dengan sebutan *cosplayer* atau *coser*. Mereka memiliki ketertarikan untuk mengenakan kostum, aksesoris, serta riasan wajah yang meniru penampilan karakter dari *anime*, *manga*, video *game*, maupun film (Pakusadewo,

2017). Sementara itu, Widiaktomo (2013) mendefinisikan *cosplay* sebagai bentuk seni pertunjukan yang pesertanya menggunakan kostum dan properti visual untuk merepresentasikan karakter tertentu secara langsung. Sedangkan Rahman, Wing-sun, dan Cheung mendefinisikan *cosplay* sebagai kegiatan berpakaian dan bertindak sebagai karakter dari *manga* dan *anime*, *tokusatsu*, *video game*, *sci-fi*, dan grup musik (Rahman dkk, 2012). Lauren Orsini juga berpendapat bahwa *cosplay* tidak selalu terbatas pada representasi karakter fiksi yang populer. Dia menekankan bahwa *cosplay* juga dapat mengambil bentuk gaya berpakaian yang merepresentasikan periode waktu atau zaman tertentu, misalnya era Renaisans atau zaman kebangkitan di Eropa, atau bahkan menggambarkan masa depan yang lebih imajinatif seperti era *cyberpunk* (Orsini, 2015). Beberapa pendapat di atas sampai pada kesimpulan yaitu *cosplay* adalah sebuah kegiatan atau kegemaran individu atau kelompok yang menggabungkan kostum, peran, dan cara mengekspresikan diri untuk meniru karakter favoritnya.

Cosplay pertama kali didokumentasikan pada tahun 1908 yang dilakukan oleh Mr. dan Mrs. William Fell, pasangan Cincinnati, Ohio. Mereka menggambarkan kostum yang merepresentasikan karakter Mr. Skygack dan Miss Pickles dari komik yang diterbitkan oleh *Chicago Day Book*. Meskipun demikian, inspirasi awal yang memperkuat budaya *cosplay* modern berasal dari Forrest J. Ackerman, yang pada tahun 1939 mengenakan kostum bertema futuristik berupa jubah dan celana ketat saat menghadiri *New World Convention* di New York. Reporter Jepang Nobuyaki Takahashi menciptakan istilah *Cosplay* pada tahun 1989. Istilah *cosplay* diciptakan saat menghadiri *Worldcon* di Los Angeles. Sejak saat itu istilah istilah tersebut mulai digunakan secara luas dan budaya *cosplay* mengalami perkembangan yang pesat. Kini, *cosplay* tidak hanya terbatas pada representasi karakter fiksi dari *anime*, *manga*, atau film, tetapi juga dapat mencakup peniruan terhadap figur nyata atau gaya khas dari suatu era atau tema tertentu³.

Klasifikasi jenis-jenis *cosplay* dapat dilihat dari aspek visual dan tingkat keterlibatan *cosplayer* dalam suatu acara atau pagelaran budaya. Ellussa Kroski (2015) membagi *cosplay* ke dalam delapan kategori utama yaitu;

- a) Pertama, *superhero and supervillain cosplay*, yaitu jenis *cosplay* yang paling mudah dikenali karena mengangkat karakter-karakter pahlawan dan penjahat super yang sangat populer dan dikenal secara luas.
- b) Kedua, *anime and manga cosplay*, yang ditandai dengan kostum berwarna cerah, gaya rambut yang unik dan beragam, serta atribut tambahan seperti senjata.
- c) Ketiga, *Science fiction and horror cosplay*, yang mencakup berbagai karakter dari genre fiksi ilmiah hingga horor, baik yang ikonik maupun yang memiliki peran kecil. Untuk mengenali karakter dalam kategori ini, sering kali dibutuhkan pengetahuan khusus terhadap latar sejarah atau perkembangan karakter tersebut.
- d) Keempat, *occasion cosplay*, yakni jenis *cosplay* yang disesuaikan dengan konteks acara yang sedang berlangsung.

³ Viktor Yudha "<https://duniaku.idntimes.com/geek/culture/viktor-yudha/sejarah-cosplay>" diakses pada tanggal 5 agustus pukul 20.19

- e) Kelima, *generic cosplay*, dimana individu mengenakan kostum dari film atau komik, namun karakter yang diperankan tidak memiliki identitas yang spesifik. Kategori
- f) keenam adalah *group cosplay*, yaitu sekelompok *cosplayer* yang secara kolektif memerankan karakter dari satu seri atau tema yang sama.
- g) Ketujuh adalah *re-enactment and historical cosplay*, yang menampilkan karakter dari berbagai periode sejarah, mulai dari zaman kuno hingga era kontemporer.
- h) Kedelapan, *mash-up cosplay* merupakan bentuk *cosplay* kreatif yang menggabungkan dua atau lebih karakter menjadi satu bentuk representasi baru. Jenis ini menekankan pada inovasi dan imajinasi *cosplayer* dalam menciptakan karakter hibrida yang unik.

Budaya *cosplay* saat ini menjadi kegemaran masyarakat, bukan hanya di Indonesia namun di berbagai manca negara. beberapa negara yang menyelenggarakan festival dengan melibatkan budaya populer Jepang termasuk *cosplay* adalah festival *Comic-Con Internasional* di San Diego Amerika, *World Cosplay Summit* di Nagoya Jepang, *Japan Expo* di Paris Prancis, *Gamescom* di Koln Jerman, *MCM Comic Con* di London Inggris, *Cosplay Mania* di Manila Filipina dan *Indonesia Comic Con* di Jakarta Indonesia.

Untuk menyalurkan kecintaannya terhadap budaya *cosplay*, para *cosplayer* mengikuti lomba *coswalk* untuk lebih mendalami perannya terhadap karakter yang digunakan. Kompetisi *coswalk* merupakan salah satu bentuk pertunjukan dalam budaya *cosplay* yang menggabungkan unsur *fashion show* dan performa karakter. Istilah “*coswalk*” berasal dari gabungan kata *cosplay* dan *catwalk*. *Catwalk* adalah istilah yang digunakan dalam dunia mode untuk memamerkan busana yang dikenakan. Dalam konteks *cosplay*, *coswalk* menjadi panggung untuk *cosplayer* untuk memperagakan gaya jalan, ekspresi, dan gestur untuk menampilkan kostum karakter yang mereka rancang dan gunakan. Kompetisi ini menjadi bagian dari festival budaya populer dan penilaiannya berdasarkan kemiripan kostum, penjiwaan karakter, serta kreativitas dalam membangun suasana saat melakukan pertunjukan. *Coswalk* menjadi medium penting bagi *cosplayer* untuk menunjukkan keterampilan artistik sekaligus kemampuan performatif mereka, serta memperkuat identitas komunitas melalui interaksi visual di ruang publik.

2.5. Hibriditas Budaya

Hibriditas bermula dari proses pencarian identitas, baik pada tingkat individu maupun kolektif seperti bangsa atau negara. Proses ini berkaitan erat dengan unsur-unsur seperti teritori, tradisi, dan bahasa. Pemikiran Homi K. Bhabha (2007) mengungkap salah satu konsep kunci yang menjelaskan relasi antara penjajah dan yang dijajah adalah *time-lag*, yakni struktur keterpecahan dalam wacana kolonial yang menciptakan ruang keraguan dan ketidakkonsistenan makna. Dalam konteks ini, subjek kolonial tidak berada dalam posisi tetap, melainkan terus-menerus bergerak di dalam ruang *liminal space between cultures*, ruang perbatasan antar budaya yang bersifat ambigu, dimana garis proses atau perbuatan antara identitas-identitas kultural tidak pernah sepenuhnya jelas atau tetap dan bahkan tidak pernah diketahui ujungnya (J. Brown, 2011).

Konsep liminalitas yang dikemukakan oleh Homi K. Bhabha menggambarkan suatu ruang

perantara dimana proses perubahan budaya berlangsung. Ruang yang dimaksud dalam hal ini berfungsi sebagai titik temu antar budaya, sekaligus sebagai wilayah strategis bagi pembentukan identitas, baik secara individu maupun kolektif yang merupakan hasil dari akumulasi struktur dan subjek. Ruang liminal dalam konteks ini dipahami sebagai area yang menampung dinamika gerak dan pertukaran antara berbagai status sosial dan kultural yang tidak bersifat tetap melainkan terus berubah dan berproses. Seluruh ekspresi dan sistem budaya dalam proses ini berkembang dalam ruang ketiga (*third space*), sebuah medium simbolik tempat berlangsungnya negosiasi makna, pembentukan identitas, baru, dan pertarungan atas representasi (Bhabha, 2007).

Dari sudut pandang sosial, hibriditas berfungsi sebagai medium untuk membentuk ruang baru yang terbebas dari ortodoks kolonial maupun bayangan identitas nasionalis yang sering kali dianggap sebagai pengganti dominasi kolonial. Wujud hibriditas ini dapat diamati dalam berbagai aspek kehidupan budaya, seperti dalam praktik berpakaian, konsumsi makanan, hingga representasi dalam teks. Homi K. Bhabha membangun fondasi teoritisnya dalam konsep *beyond* atau “melampaui” yang menyatukan gagasan-gagasan penting seperti ambivalensi, mimikri, dan hibriditas. Buku *The Location of Culture* yang ditulis oleh Bhabha (1994) menekankan bahwa kata “melampaui” bukanlah usaha menuju masa depan yang sepenuhnya baru atau penolakan terhadap masa lalu, melainkan berada dalam kondisi transisi ruang dan waktu yang bersinggungan dengan identitas dan perbedaan dikonstruksi. Di ruang inilah hadir figur-figur yang mencerminkan relasi yang kompleks seperti antara dalam dan luar, penerimaan dan penolakan, serta antara masa lalu dan masa depan. Bhabha mengajak kita untuk tidak terpaku pada narasi-narasi asal-usul identitas yang esensial, tetapi lebih memperhatikan proses dan momen-momen yang membentuk perbedaan budaya secara artikulatif. Ruang ketiga yang ia tawarkan menjadi wadah Dimana strategi pembentukan identitas, baik secara individual maupun kolektif, dapat diolah. Ruang ini juga membuka kemungkinan untuk kolaborasi dan kontestasi kreatif dalam mendefinisikan gagasan tentang masyarakat dan kebudayaan (Bhabha, 1994).

Ruang yang dikemukakan oleh Homi K. Bhabha juga diartikan individu atau budaya senantiasa berada pada posisi yang tidak tetap yakni diantara batas-batas antara masa kini dan masa lalu, antara ruang internal dan eksternal, antara tradisi dan modernitas, serta antara unsur lokal dan internasional, bahkan antara nilai-nilai intrinsik dan ekstrinsik. Persilangan-persilangan ini menjadi titik pijak dari proses “melampaui” (*beyond*), yang secara alamiah muncul dari dinamika sosial dan kebudayaan suatu masyarakat. Fenomena ini menunjukkan bahwa berbagai ekspresi budaya yang hadir di masyarakat sering kali merupakan jejak dari masa kolonial yang belum sepenuhnya hilang, dan justru membentuk identitas budaya kontemporer. Dalam level ini, konsep hibriditas sebagaimana dijelaskan oleh Bhabha menjadi kurang tampak secara eksplisit, tetapi kecenderungan untuk “melampaui” tetap menjadi ciri yang kuat dalam gerak kebudayaan. Pada titik inilah analisis Bhabha menjadi relevan. Kemampuannya untuk menguraikan kompleksitas budaya melalui sudut pandang hibriditas memungkinkan kita memahami proses negosiasi budaya yang tersembunyi namun aktif (Wita, 2013). Melalui ruang ini, pertemuan antar budaya tidak menghasilkan penyeragaman, melainkan ekspresi-ekspresi baru yang lahir dari hasil negosiasi dua

atau lebih budaya yang saling berinteraksi. Dengan demikian, bentuk-bentuk budaya yang tercipta bukan merupakan salinan dari salah satu budaya tertentu, tetapi merupakan wujud baru hasil interaksi dinamis antar berbagai latar kultural.

Jika disandingkan dengan konteks budaya populer seperti *cosplay*, konsep hibriditas budaya ini relevan. Ketika budaya *cosplay* bertemu dengan kebudayaan lokal maka terbuka kemungkinan munculnya identitas kultural baru yang tidak sepenuhnya satu budaya, tetapi terbuka kemungkinan muncul identitas kultural baru, melainkan hasil dari proses kreatif dan negosiasi kultural. Identitas budaya tidak bersifat tunggal, melainkan terbentuk dari proses interaksi, percampuran, dan dialog antar budaya yang dalam praktiknya dapat mendorong inovasi budaya dan kreativitas yang besar.

2.6. Kerangka Pikir



