

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi adalah suatu sistem atau tatanan yang menyebabkan seseorang atau Negara tidak mungkin untuk mengisolasi diri sebagai akibat dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Globalisasi sendiri merupakan tantangan bagi Negara berkembang, seperti halnya Indonesia, dikarenakan dengan adanya globalisasi maka unsur-unsur budaya suatu negara dapat berkembang dan menyebar dengan sangat mudah, masuk dan mempengaruhi budaya dari negara-negara lain tidak terkecuali Indonesia. Budaya luar yang masuk dan mempengaruhi tidak semuanya positif bagi perkembangan dan kehidupan bangsa Indonesia, tidak sedikit pula budaya luar yang masuk ke Indonesia berdampak negatif dan justru merusak nilai dan norma negara Indonesia, namun tidak jarang juga budaya dan berbagai perkembangan teknologi masuk ke Indonesia dan membantu pembangunan negara.

Globalisasi merupakan proses yang ditimbulkan oleh suatu kegiatan yang dampaknya berkelanjutan melampaui batas-batas kebangsaan dan kenegaraan. Mengingat bahwa dunia ditandai oleh pluralitas budaya, maka globalisasi sebagai proses juga mempengaruhi sebagian peristiwa yang melanda dunia secara lintas budaya yang sekaligus mewujudkan proses saling mempengaruhi antar budaya. Pertemuan antar budaya itu tidak selalu berlangsung sebagai proses dua arah yang berimbang, tetapi dapat juga sebagai proses dominasi budaya yang satu terhadap lainnya atau sering disebut akulturasi budaya.

Akulturasi budaya ini terjadi pada berbagai aspek budaya, salah satu percampuran budaya yang sering terjadi adalah budaya pop (*cultural popular*) dalam bahasa Spanyol dan Portugis secara etimologis diartikan sebagai kebudayaan dari rakyat. Dalam bahasa dan kebudayaan latin, budaya populer lebih banyak mengacu kepada ide bahwa kebudayaan berkembang dari kreativitas orang kebanyakan (James Lull:1997 dalam Rani Lestari: 2016). Selain disebut

sebagai budaya rakyat istilah budaya populer juga terkenal dengan nama budaya massa. Istilah tersebut mengacu kepada budaya yang direndahkan, diremehkan, dangkal, dibuat-buat, dan seragam (Ariel Heryanto dalam Rani Lestari: 2016).

Pada hakikatnya budaya populer merupakan produk masyarakat industrial, yang mana kegiatan pemaknaan dan hasilnya diwujudkan dalam kebudayaan yang dihasilkan dan ditampilkan dalam jumlah besar, didukung dengan kemajuan teknologi produksi dan penggandaan masal, agar dengan mudah dapat di akses oleh seluruh lapisan masyarakat. Budaya populer sering dipahami sebagai barang hiburan dan barang dagangan untuk meraup keuntungan, meskipun terkadang disisi lain, budaya populer dirancang untuk hal-hal yang memiliki kepentingan lain selain sebagai hiburan, seperti kepentingan politik. Hal ini memberikan fakta bahwa budaya populer tidak hanya berfokus dalam satu aspek kehidupan manusia, melainkan di segala aspek, seperti makanan, *fashion*, politik dan lain-lain.

Budaya populer Jepang adalah sebuah budaya yang berasal dari Negara Jepang yang diakui, dinikmati, disebarluaskan dan merupakan *lifestyle* mayoritas masyarakat Jepang secara umum. Budaya populer Jepang seperti *fashion* dan drama TV kini telah memasuki kawasan Asia secara mendalam. Dimulai dari animasi hingga idola, budaya muda Jepang telah menciptakan sekelompok orang yang lebih sering disebut sebagai penggemar di dalam kawasan Asia. Bagian dari budaya populer Jepang seperti animasi (anime), *manga* (komik Jepang), karakter, *game*, *fashion*, musik pop, dan drama TV telah diterima dengan baik di bagian timur dan tenggara Asia.

Dalam beberapa media dikutip bahwa budaya populer jepang merupakan budaya yang baru-baru ini muncul dan dikonsumsi banyak negara, pada dasarnya ekspor dari budaya populer Jepang bukan merupakan suatu fenomena yang baru. Budaya itu sendiri telah lama berkembang di luar Jepang dan terutama di bagian timur dan tenggara Asia setidaknya sejak akhir tahun 1970-an (Kouichi Iwabuchi, 2002:7). Animasi dan komik Jepang seperti Doraemon, merupakan sebuah cerita fantasi anak yang memperkenalkan robot berbentuk hewan kucing yang dapat membuat keinginan dari anak-anak menjadi kenyataan, hal ini telah menjadi

bagian dari kehidupan sehari-hari bagi anak-anak hampir di seluruh bagian dari Asia (Kouichi Iwabuchi, 2002:7).

Bagaimanapun juga akhir-akhir ini, penyebaran budaya populer Jepang di bagian timur dan tenggara Asia telah maju ke tahap yang lebih lanjut. Industri media Jepang dan industri media Asia lainnya secara sistematis dan kolaboratif mempromosikan budaya populer Jepang sebagai sebuah konsumsi yang rutin bagi kalangan muda secara luas di berbagai macam pasar di bagian timur dan tenggara Asia (Kouichi Iwabuchi, 2002:8). Banyak kalangan muda yang merasakan simpati yang lebih intensif terhadap kisah romantis yang diceritakan dalam drama TV Jepang, atau dengan *fashion* terbaru, gaya musik populer yang trendi, atau dengan gosip mengenai bintang idola Jepang daripada yang mereka rasakan terhadap bagian dari budaya populer Amerika yang telah lama mendominasi dunia budaya kalangan muda (Kouichi Iwabuchi, 2002:8).

Cosplay (コスプレ) dalam bahasa Jepang, dibaca *Kosupure* merupakan istilah bahasa Inggris buatan Jepang yang berasal dari gabungan kata "*costume*" (kostum) dan "*play*" (bermain). *Cosplay* merupakan salah satu budaya populer negara Jepang yang juga dikonsumsi oleh remaja Indonesia. *Cosplay* berarti hobi mengenakan pakaian beserta aksesori dan rias wajah seperti yang dikenakan tokoh-tokoh dalam *anime*, *manga*, *manhwa*, dongeng, permainan video, penyanyi dan musisi idola, dan film kartun. Fajar Setiawan salah satu anggota Komunitas *Cosplay* Surabaya (COSURA) mengatakan bahwa *cosplay* berawal dari kegiatan Halloween, yang kemudian di kembangkan pada event Comicon di Amerika, apresiasi yang begitu besar dari kreator komik terhadap *costum* yang dikenakan di event tersebut berkembang menjadi kegiatan baru yang disebut *cosplay* sedangkan pelaku *cosplay* biasa disebut *cosplayer*. Kebanyakan kostum yang digunakan pelaku *Cosplay* Indonesia merupakan karakter dari Jepang, baik itu dari *game*, *anime*, *manga*, *cosplay original*, *cosplay harajuku*, serta jenis *cosplay* yang baru saja menjadi tren *cosplay* baru yakni *Hijab cosplay*.

Hijab cosplay sendiri merupakan jenis *cosplay* yang mulai dilakukan oleh *cosplayer* di dunia termasuk di Indonesia. Saat ini *cosplay* dengan konsep *hijab* mulai banyak dilakukan karena dianggap sebagai jenis *cosplay* yang masih

mempertahankan norma keagamaan. *Cosplayer* meniru dan menggunakan berbagai perlengkapan yang menunjangnya agar menyerupai bahkan sama dengan karakter yang diperankannya, meninggalkan karakter asli mereka yang biasanya dijalankan sehari-hari menjadi karakter lain yang disenangi dan sedang diperankannya. Namun, banyak juga *Cosplayer* yang tidak hanya mengubah penampilan saat menjadi karakter tertentu, tapi juga mengubah perilaku dan gaya hidup *cosplayer* yang bersangkutan. Maka, adanya hijab *cosplay* menunjukkan bahwa tidak semua *cosplayer* melupakan identitas diri mereka seutuhnya untuk menjadi karakter yang mereka perankan, melainkan masih mempertahankan identitas mereka sebagai seorang yang beragama (Islam).

Cosplayer-cosplayer Muslimah ini menimbulkan berbagai macam tanggapan di masyarakat, baik dari sesama pelaku *cosplay* yang mendukung ataupun *cosplayer* lain yang menganggap bahwa hijab *cosplay* dapat merusak karakter asli (OOC atau *out of Character*). Tanggapan positif dan negatif yang diterima oleh *cosplayer* Muslimah dengan upaya memodifikasi penampilan karakter yang diperankan dengan hal yang dapat mempertahankan identitas keislaman mereka dan tetap menjaga syariat agama, terutama dalam berbusana, bersikap dan berperilaku.

1.1. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut “Bagaimana proses pembentukan identitas Hijab *Cosplayer* di Surabaya?”

1.2. Tujuan Penelitian

Dari uraian latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses pembentukan identitas Hijab *Cosplayer* di Surabaya.

1.3. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini, dibagi menjadi dua aspek yaitu manfaat akademis dan praktis

1.3.1. Bagi Penulis

Manfaat yang didapatkan oleh penulis dari penelitian ini adalah:

1. Sebagai penerapan ilmu pengetahuan yang didapatkan di perkuliahan
2. Sebagai pembelajaran analisis identitas

1.3.2. Bagi Masyarakat Luas

Manfaat yang dapat disampaikan pada masyarakat luas dari penelitian ini adalah hasil penelitian dapat dijadikan referensi maupun sumber bacaan.