BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Budaya pop yang berasal dari Jepang hingga saat ini masih mencuri perhatian peminatnya, khususnya di Indonesia. Dari masa ke masa, Jepang mampu mempopulerkan budayanya seperti *game* dan *anime* yang sampai saat ini masih digemari oleh masyarakat di Indonesia. Salah satunya animasi *Doraemon* yang merupakan produk budaya popular dari Jepang. Selain itu media hiburan lainnya seperti karaoke dan *costume play* (*cosplay*) turut hadir di kalangan anak-anak muda hingga orang dewasa untuk menjadi media ekspresi dan kreativitas (Pratiwi, 2014).

Cosplay adalah istilah bahasa Inggris dari Jepang (*wasei-eigo*) yang berasal dari gabungan kata "*costume*" (kostum) dan "*play*" (bermain). *Cosplay* berarti hobi mengenakan pakaian beserta aksesoris dan rias wajah seperti yang dikenakan tokoh-tokoh dalam *anime*, *manga*, dongeng, permainan video, penyanyi dan musisi idola, dan film kartun. Pelaku permainan kostum disebut pemain kostum atau *cosplayer*. Sedangkan di kalangan penggemar, *cosplayer* disingkat sebagai *coser*. Jumlah para *cosplayer* yang berada di seluruh dunia terus mengalami peningkatan sejak tahun 1986 (Permainan kostum, 2017). Hal ini membuat para *cosplayer* memulai untuk membentuk komunitas-komunitas.

Salah satu komunitasnya yang berada di Indonesia yaitu *Cosplay* Jakarta. Menurut ketua *Cosplay* Jakarta, Benaya menyatakan bahwa komunitas ini berdiri sejak tahun 2006 dan terbentuk sebagai wadah komunikasi para *cosplayer* serta penggemar acara Jepang untuk saling berbagi informasi (wawancara pribadi, 18 April 2018).

Cosplay Jakarta memiliki anggota dari berbagai daerah di Tanah Air dan luar negeri. Anggota yang tergabung dengan komunitas ini rata-rata berstatus sebagai pelajar, mahasiswa, pekerja, dan pengusaha. Benaya selaku ketua *Cosplay* Jakarta juga menyatakan bahwa anggota berada dalam rentang usia 14 sampai dengan 40 tahun (wawancara pribadi, 18 April 2018). Berdasarkan data tersebut anggota yang memasuki usia dewasa awal masih melakukan pemujaan terhadap tokoh selebriti tertentu. Hal ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Raviv *et al* (1996) yang menunjukkan bahwa intensitas pengidolaan akan semakin menurun seiring dengan bertambahnya usia. Multby *et al* (2004) mengemukakan bahwa fenomena pengidolaan ini terjadi lebih pada remaja daripada orang tua. Hurlock (2015) menyatakan bahwa masa dewasa awal dimulai pada usia 18 tahun sampai 40 tahun yang merupakan masa pencarian kemantapan dan masa penyesuaian diri pada pola hidup yang baru.

Selain itu, komunitas *Cosplay* Jakarta juga aktif mengikuti berbagai acara *cosplay* seperti mengikuti acara Puri Bunkasa *Cosplay Competition* dan pada setiap tahunnya *Cosplay* Jakarta juga mengirim perwakilan untuk mengikuti acara *World Cosplay Summit*. Pada saat diadakannya Pameran Komik Indonesia, komunitas *Cosplay* Jakarta mendapatkan rekor MURI dengan kategori pecinta *cosplay* terbanyak di Indonesia (Bakkl, 2016).

Saat ini *Cosplay* Jakarta memiliki jumlah anggota sekitar 9000, jumlah tersebut merupakan yang telah terdaftar di akun media sosial *Facebook Cosplay* Jakarta. Anggota yang berasal dari Jakarta berjumlah sekitar 1000 orang dan terdapat 100 sampai 200 orang yang aktif mengikuti acara-acara dari komunitas *Cosplay* Jakarta. Sedangkan anggota yang lainnya hanya aktif di dalam dunia maya untuk mengikuti perkembangan kegiatan *cosplay* (wawancara pribadi, 18 April 2018).

Dalam *Cosplay* Jakarta, para penggemar tidak hanya menggemari tokoh-tokoh dalam *anime*, *manga*, dongeng, permainan video, penyanyi dan musisi idola, dan film kartun saja tetapi para penggemar tersebut juga membuat atau merancang, mengoleksi, mengenakan pakaian beserta aksesoris dan rias wajah seperti tokoh-tokoh yang dikaguminya. Selain itu, tidak sedikit pula yang menghabiskan waktu, uang, dan tenaga untuk memaksimalkan penampilannya agar terlihat mirip dengan tokoh idolanya. Banyaknya waktu yang dihabiskan untuk memikirkan serta mencari berbagai informasi terbaru mengenai idolanya membuat anggota komunitas *Cosplay* tersebut memiliki intensitas yang tinggi terhadap kegiatan yang dilakukan oleh komunitas *Cosplay* Jakarta.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Baehaki (2014) yang menyatakan bahwa seorang *cosplayer* melakukan *cosplay* untuk bisa menunjukkan kekagumannya terhadap salah satu tokoh atau karakter dari sebuah film, *video game* atau *manga* (komik Jepang). Kekaguman ini ditunjukkan melalui kemiripan yang diusahakan secara maksimal oleh seorang *cosplayer* yang berperan sebagai tokoh tersebut. Selain itu, tidak sedikit pula yang menghabiskan waktu, uang, dan tenaganya untuk perannya sebagai *cosplayer*. Hal ini dapat dikatakan bahwa aktivitas yang dilakukan para *cosplayer* untuk mengagumi bahkan hingga tergila-gila dengan tokoh idolanya seperti menghabiskan waktu, tenaga, dan materi disebut sebagai *Celebrity Worship*.

Celebrity Worship merupakan suatu gambaran mengenai adanya hubungan parasosial yaitu hubungan satu-arah dimana seorang individu sangat mengenal tokoh atau idolanya, namun idola tersebut tidak mengenalnya. *Celebrity worship* dikategorikan dalam 3 tingkatan, yaitu *Entertainment sosial*, *Intense personal*, dan *Borderline pathological*. Pada tingkat *Entertainment sosial*, penggemar menunjukkan daya tarik yang kuat pada selebriti idolanya dan menjadikan aktifitas yang dilakukan idolanya sebagai konsumtif hiburan sosial. Tingkat *Intense personal*, penggemar mulai memiliki keyakinan yang kuat bahwa ia dapat menjalin kedekatan dengan idolanya atau memiliki hubungan khusus dengan

idolanya. Di tingkat *Borderline pathological*, penggemar mulai terobsesi untuk mencari detail mengenai kehidupan pribadi idolanya dan bersedia melakukan apapun demi idolanya meskipun hal tersebut melanggar hukum (Maltby & Day, 2011).

Seorang *cosplayer* dengan tingkat *celebrity worship* yang tinggi memiliki kecenderungan mengabiskan banyak waktu, tenaga, dan uang untuk tokoh idolanya. Sedangkan, seorang *cosplayer* dengan tingkat *celebrity worship* yang rendah memiliki kecenderung hanya menjadikan aktifitas idolanya sebagai suatu hiburan saja seperti mencari informasi mengenai tokoh idolanya yang bisa didapatkan melalui media sosial atau berita serta mengumpulkan benda-benda atau aksesoris yang berhubungan dengan tokoh idolanya.

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara dengan 2 anggota dari komunitas *Cosplay* Jakarta mengenai *celebrity worship*. Berikut adalah kutipan wawancaranya:

R, 27 tahun, laki-laki (wawancara pribadi, 24 Maret 2018)

"*Lumayan sih sampe ikut jadi perwakilan world cosplay summit trus juga ngorbanin waktu dan kuliah juga sih, aku korbanin 2 semester demi cosplay. Kalo menurutku sih, kehidupan sosialku ada di dunia cosplay dimana aku menemukan temen disana dan aku menumbuhkan persahabatan disana, dan kehidupan sebenarnya kayak kerja, keluarga, dan lain-lain. Jadi udah pasti nyaman banget sih aku kerja disini. Soalnya sebelum di dunia cosplay aku kaku banget orangnya*."

Dari wawancara di atas, pernyataan R menunjukkan bahwa R memiliki *celebrity worship* yang tinggi dengan menunjukkan kecenderungan menghabiskan banyak waktu serta mengabaikan tanggung jawabnya sebagai seorang mahasiswa hanya untuk kegiatan *Cosplay* seperti bersedia melakukan apapun demi tokoh idolanya, dalam hal ini R rela mengorbankan waktu dan kuliahnya untuk *Cosplay*.

Selanjutnya terdapat anggota komunitas *Cosplay* Jakarta lainnya. Berikut adalah hasil wawancaranya:

H, 26 tahun, wanita (wawancara pribadi, 24 Maret 2018)

"*Aku jadi coser bukan buat ditontonin atau cari-cari temen sih jadi ga terlalu masalah buat aku, yang paling penting kan have fun. Jadi cos itu cuma buat nyari kegiatan dan kesenangan lain aja sama temen-temen, aku kan hobinya gambar dan kerjaanku mostly gambar jadi aku ngerasa butuh hobi lain aja biar ga jenuh*."

Dari hasil wawancara diatas, H merupakan anggota yang memiliki *celebrity worship* rendah dengan menjadikan kegiatan serta aktifitas *Cosplay* tersebut sebagai hiburan sosial untuk penghilang rasa bosan saja dan menjadikan aktifitas yang dilakukan tokoh idolanya sebagai konsumtif hiburan sosial.

Berdasarkan dari wawancara yang dilakukan peneliti pada kedua subjek, dapat disimpulkan bahwa subjek R memiliki *celebrity worship* tinggi yang ditunjukkan dengan seringnya R terlibat dalam kegiatan *cosplay* dan bekerja keras sebagai seorang *cosplayer*. R juga cenderung mengabaikan tanggung jawabnya sebagai seorang mahasiswa hanya untuk kegiatan *cosplay* dan melakukan

pemujaan selebriti. Berbeda dengan subjek H yang memiliki *celebrity worship* rendah, H beranggapan bahwa dirinya melakukan kegiatan *cosplay* hanya untuk kesenangan saja atau hiburan semata dan menjadikan kegiatan tersebut sebagai penghilang rasa bosan.

Dalam hal ini, diketahui terdapat anggota komunitas *Cosplay* Jakarta yang memiliki *celebrity worship* yang rendah dan *celebrity worship* yang tinggi. Berdasarkan wawancara di atas juga dapat diketahui bahwa anggota yang memiliki *celebrity worship* tinggi cenderung akan memiliki banyak teman serta lingkungan pekerjaan yang membuat dirinya nyaman berada di dunia *cosplayer*. Hal ini berkaitan dengan bagaimana kebutuhan afiliasi yang dimiliki para pecinta *cosplay* (Pratiwi, 2014).

Menurut McClelland (dalam Kilamanca, 2010) mengemukakan bahwa kebutuhan afiliasi merupakan keinginan untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang hangat dan bersahabat dengan orang lain. Karakteristik kebutuhan afiliasi yang tinggi menurut McClelland adalah individu yang mempunyai motif afiliasi yang tinggi akan cenderung bekerja lebih baik ketika mendapatkan dukungan dari orang lain, suka berteman, berkumpul, dan bekerja dengan orang lain di suasana yang bersahabat. Dalam mempertahankan hubungan individu yang mempunyai motif afiliasi tinggi akan belajar untuk berhubungan sosial dengan cepat, lebih peka, banyak berkomunikasi dengan orang lain, dan hubungan yang dibina sejak awal pertemuan dengan orang lain diharapkan dapat dipertahankan dalam kurun waktu yang lama. Dalam kerjasama, konformitas dan menghindari konflik, individu dengan kebutuhan afiliasi yang tinggi senang bekerjasama dengan teman – teman dan bersikap mengalah dari orang lain untuk menghindari situasi yang bersifat kompetitif (menghindari konflik).

Selain itu menurut McClelland (dalam Walgito, 2004) mengatakan bahwa orang yang kuat akan kebutuhan afiliasi akan selalu mencari teman dan juga mempertahankan hubungan yang telah dibina dengan orang lain tersebut. Seseorang dengan kebutuhan afiliasi tinggi juga memiliki kecenderungan takut akan penolakan, keinginan untuk dihargai dan diterima, dan adanya pengakuan dari lingkungan sekitarnya. Adapun sebaliknya apabila kebutuhan akan afiliasi seseorang rendah, maka orang tersebut akan segan mencari hubungan dengan orang lain dan hubungan yang telah terjadi tidak dibina secara baik agar tetap dapat bertahan. Kebutuhan afiliasi ini biasanya dilihat sebagai suatu keinginan berada dalam interaksi seorang individu dengan individu lainnya. Kilamanca (2010) dalam penelitiannya menyatakan bahwa seseorang akan merasa senang, aman, dan berharga apabila dirinya dapat diterima serta memperoleh tempat di dalam kelompok. Begitupun sebaliknya, seseorang akan merasa dirinya cemas atau kurang berharga apabila dirinya tidak diterima atau bahkan disisihkan oleh kelompoknya.

Seorang *cosplayer* yang memiliki kebutuhan afiliasi tinggi cenderung senang bergaul, berkumpul bersama teman, dan menjalin relasi yang baik dengan

orang lain sehingga ia akan menjadikan kegiatan *Cosplay* sebagai tempat untuk bersenang-senang, berbagi cerita bersama teman, penghilang rasa bosan, dan menjalin relasi dengan banyak orang. Dengan terpenuhinya kebutuhan afiliasi tersebut, individu menjadi bersemangat saat berinteraksi dengan orang lain serta tidak melakukan *celebrity worship* secara berlebihan yaitu tidak mencari tokoh lainnya yang bersifat imajinatif atau tidak nyata untuk dikagumi secara berlebihan. Sebaliknya, seorang *cosplayer* yang memiliki kebutuhan afiliasi rendah cenderung mencari tokoh lain untuk pemenuhan kebutuhan afiliasinya yaitu dengan cara mengagumi tokoh idolanya serta mengambangkan imajinasinya secara berlebihan sehingga membuat individu tersebut rela mengabiskan banyak waktu, tenaga, dan uang untuk tokoh idolanya atau melakukan *celebrity worship* secara berlebihan.

Darfiyanti dan Putra (2012) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa pemujaan terhadap idola pop yang dilakukan oleh individu dewasa awal mencakup beberapa alasan dalam menyukai idolanya dan memiliki tiga kategori tingkatan dalam pemujaannya yaitu mencari informasi mengenai idola, konsumsi hal yang berhubungan dengan idola, dan hubungan parasosial.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Widjaja dan Ali (2015), hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa pemujaan idola masih dilakukan oleh dewasa awal yang berada di Jakarta. Dari 250 subjek, ditemukan 34% dengan usia berkisar 20-23 tahun (85 orang) masuk ke dalam tingkatan *Entertainment Social*, 34.8% dengan usia 24-27 tahun (87 orang) masuk ke dalam tingkat *Intense Personal*, dan 31.2% dengan usia 24-27 (78 orang) masuk ke dalam tingkatan *Borderline Pathological*. Pada dimensi *entertainment social* dan *intense personal* partisipan laki-laki lebih mendominasi dibandingkan partisipan perempuan. Sedangkan, pada dimensi *borderline pathological* partisipan perempuan yang lebih mendominasi dibandingkan partisipan laki-laki.

Berdasarkan dari fenomena dan penelitian sebelumnya, peneliti melihat perbedaan penelitian dalam pemilihan jumlah subjek dan variabel yang bervariasi untuk dikaitkan dengan kebutuhan afiliasi sehingga akan dapat memunculkan informasi baru yang lebih mendalam mengenai kebutuhan afiliasi. Namun, belum banyaknya penelitian mengenai kebutuhan afiliasi yang menggunakan *Cosplay* dan dikaitkan dengan *celebrity worship*. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul hubungan antara kebutuhan afiliasi dan *celebrity worship* anggota komunitas *Cosplay* Jakarta.

1.2 Identifikasi Masalah

Para anggota yang berada dalam komunitas *Cosplay* Jakarta tidak hanya menggemari tokoh-tokoh dalam *anime*, *manga*, dongeng, permainan video, penyanyi dan musisi idola, dan film kartun saja tetapi para penggemar tersebut juga membuat atau merancang, mengoleksi, mengenakan pakaian beserta aksesoris dan rias wajah seperti tokoh-tokoh yang dikaguminya. Selain itu, tidak

sedikit pula yang menghabiskan waktu, uang, dan tenaga untuk memaksimalkan penampilannya agar terlihat mirip dengan tokoh idolanya. Banyaknya waktu yang dihabiskan untuk memikirkan serta mencari berbagai informasi terbaru mengenai idolanya membuat anggota komunitas *Cosplay* tersebut memiliki intensitas yang tinggi terhadap kegiatan yang dilakukan oleh komunitas *Cosplay* Jakarta. Kegiatan serta aktifitas yang dilakukan anggota tersebut merupakan salah satu bentuk dari pemujaan selebriti yang disebut sebagai *Celebrity Worship*.

Anggota dengan *celebrity worship* yang tinggi memiliki kecenderungan mengabiskan banyak waktu, tenaga, dan uang untuk tokoh idolanya. Sedangkan, anggota yang *celebrity worship* rendah memiliki kecenderung hanya menjadikan aktifitas idolanya sebagai suatu hiburan saja seperti berkumpul serta berinteraksi dengan orang lain untuk membicarakan tokoh idolanya. Salah satu faktor yang diduga dapat mempengaruhi *celebrity worship* adalah kebutuhan berafiliasi para anggota komunitas *Cosplay* Jakarta dalam melakukan kegiatan *Cosplay* seperti suka berteman, berkumpul, dan memiliki keinginan untuk dihargai dan diterima, serta adanya pengakuan dari lingkungan sekitarnya.

Dari fenomena diatas, peneliti akan mengajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut : apakah terdapat hubungan antara kebutuhan afiliasi dan *celebrity worship* anggota komunitas *Cosplay* Jakarta?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui hubungan antara kebutuhan afiliasi dan *celebrity worship* anggota komunitas *Cosplay* Jakarta.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang psikologi, khususnya dalam psikologi klinis, perkembangan, dan psikologi sosial yang berkaitan dengan kebutuhan afiliasi dan *celebrity worship* pecinta *cosplay*.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu para pecinta *cosplay* terutama di dalam komunitas *Cosplay* Jakarta untuk meningkatkan kebutuhan afiliasi yang baik dan memberikan solusi terhadap permasalahan kebutuhan afiliasi dalam kehidupan sosial.