

Aktualisasi Diri Kelompok Penggemar (*Fandom*) Manga

Aulia Puspaning Galih

Departemen Informasi dan Perpustakaan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga

Abstract

Manga has become a reference of comic book world. Manga fans do not just take reading activity, but also collect it up and expand their activities to show their addictive of manga, even joining manga fans community. The method of this study is mix method between quantitative and qualitative. This study attempted to reveal the meaning behind manga fans's activities which become a process of self actualization. This study found that from reading manga and also the development of its attributes, such as anime, live action, game, soundtrack and action figures can be developed into a process of self-actualization. The fans do the process of self actualization in various ways, such as drawing manga or its character, cosplay, singing the soundtrack of anime, cosplay photography, making cosplay costumes, creating a subtitle for manga online, being a dubber for anime online and even make a parody of the anime as well anime soundtrack. From the various activities of self actualization that manga fans do, it can be broadly divided into two groups of fandom behaviour, namely altruist manga fandom and opportunist manga fandom. Altruist manga fandom is manga fans who conducting more of their self-actualization in cyberspace. The fans who include of altruist manga fandom do self actualization to show that they are true fans. While the definition of opportunist manga fandom is the fans who carry their activities out in the real world and developing it into cyberspace and the main purpose of their self-actualization is as a venue for self-commercialization.

Keywords: manga, fandom, self actualization, altruist manga fandom, opportunist manga fandom

Pendahuluan

Beberapa tahun ini banyak bermunculan komunitas kelompok – kelompok penggemar (*fandom*), baik melalui dunia nyata maupun dunia cyber. Kelompok penggemar (*fandom*) yang sedang marak saat ini adalah komunitas kelompok penggemar (*fandom*) *manga* buatan Jepang.

Jepang merupakan salah satu negara yang kemajuan teknologinya sangat pesat dan mampu memanfaatkan peluang dalam produk – produk industri, tapi keahlian Jepang tidak berhenti hanya sampai di situ, Jepang pun ahli dalam dunia sastra, tepatnya sastra populer yang disebut komik. Selain produk industrinya, komik merupakan salah satu nafas kehidupan bangsa Jepang.

Komik buatan Jepang dikenal dengan sebutan *manga*. *Manga* merupakan salah satu sumber kekayaan yang cukup berpengaruh bagi perekonomian Jepang. *Manga* bukanlah cerita bergambar yang asal jadi, tetapi gambar yang disajikan di dalamnya sangat beragam dan mampu menarik perhatian banyak orang karena gambar yang dibuat adalah gambar – gambar ekspresif dengan penggambaran yang khas oleh penulisnya. Gambar – gambar dalam *manga* biasanya bermata lebar, hidung secuil dan bibir yang kecil, tipikal wajah seperti itulah yang menjadi ciri khas *manga*. Tetapi untuk menggambarkan tokoh yang seram dan jelek, penulis *manga* (yang biasa disebut *mangaka*) menggambarkan tokoh tersebut dengan benar – benar menyeramkan, misalnya dengan bibir yang sangat tebal, gigi bertaring dan berbadan besar. Selain itu, *manga* teratur menggunakan simbol ikonografi melimpah, yang berevolusi dari skema monokrom. Sebagai contoh, setetes keringat menunjukkan kegelisahan karakter atau malu, mimisan

menunjukkan gairah seksual, dan bunga menunjukkan suasana romantis. Ketepatan garis dari berbagai bentuk dan ketebalan tidak hanya menggambarkan urutan dan arah, tetapi juga suasana gerakan. Selain itu, penggambaran karakter pergeseran dari realistis dalam satu frame untuk 'super-terdeformasi' atau kartun berikutnya, yang biasanya menunjukkan karakter yang dipengaruhi oleh emosi yang kuat. Konvensi ini (atau tata bahasa) adalah alat serbaguna untuk menambahkan dimensi yang berbeda, perspektif, atau negara temporal, spasial, fisik dan mental ke dalam narasi (Schodt, 1983; Takeuchi, 2005; Yomota, 1999). Simbol *ikonografi* juga memungkinkan pembaca untuk memahami makna dan membaca cepat. Keunikan penggambaran karakter dalam *manga* telah membuat *manga* menjadi primadona untuk bacaan anak-anak dan remaja di dunia.

Di Jepang sendiri bahkan ada museum *manga* yang lokasinya menempati bekas Sekolah Dasar Kyoto Tatsuike di distrik kota Nakagy yang sebagian telah dibangun ulang. Museum diresmikan pada 25 November 2006 sebagai museum *manga* terpadu yang pertama di Jepang. Koleksinya berupa 200 ribu *manga* terbitan dalam negeri Jepang dan *manga* terbitan luar Jepang. Selain itu, museum ini juga menyimpan majalah dari zaman Meiji dan buku bekas milik kios penyewaan buku dari zaman se usai Perang Dunia II, *manga* populer dari zaman sekarang, dan *manga* dari berbagai negara di dunia. Sejak awalnya, museum ini merupakan kerja sama antara pemerintah kota Kyoto yang menyediakan tanah dan gedung dan Jurusan *Manga* Universitas Kyoto Seika. Museum sekarang dikelola oleh dewan pengelola yang terdiri dari wakil universitas dan pemerintah kota. Sebagai Kepala Kehormatan Museum ditunjuk ahli anatomi Takeshi Yoro yang dikenal menulis buku berjudul 'Baka no Kabe'. Museum mempekerjakan 4 peneliti spesialis sejarah seni dan sejarah pemikiran zaman modern. Museum antara lain memiliki zona galeri, zona penelitian, zona penyimpanan koleksi, ruang pameran tetap, dan ruang pameran istimewa. Atraksi utama berupa "Dinding *manga*" yang diisi dengan sekitar 50 ribu jilid *manga* yang diterbitkan mulai tahun 1970-an dalam rak sepanjang 140 meter. Pengunjung bisa membawa *manga* untuk dibaca di halaman rumput museum. Tiket berlaku sehari penuh yang memungkinkan pengunjung bebas keluar masuk museum selama 1 hari.

Di antara koleksi bersejarah yang dimiliki museum: Majalah Japan Punch yang diterbitkan kartunis Inggris Charles Wirgman di Yokohama (1862-1887). Majalah *manga* pertama yang diterbitkan orang Jepang, Eshinbun Nihonchi pada tahun 1874. Majalah *manga* pertama khusus untuk anak-anak, Shounen Pakku yang diterbitkan tahun 1907.

Di Eropa, *manga* telah menjamur di kalangan para remajanya. Bahkan seniman sekelas Van Gogh mengagumi bahkan mencoba meniru gaya penggambaran komik Jepang. Menurut data Organisasi Perdagangan Eksternal Jepang (Jetro), pasaran *manga* di Eropa diperkirakan bernilai 38 juta euro (kira-kira USD 56,5 juta). Besarnya jumlah ini disebabkan toko buku di Eropa pada hari Jumat atau Sabtu dikerumuni anak – anak muda di bagian jajaran rak komik *manga*. Bahkan di Dusseldorf, Jerman terdapat jalan Immermannstrasse yang banyak dimukimi oleh orang Jepang dan penuh toko-toko bernuansa Jepang.

Bukan hanya di Eropa, pengaruh *manga* telah menyebar di Asia Timur dan ke Asia Tenggara, dari China hingga ke Indonesia. Penjualan pertahunnya mencapai ratusan juta dolar. Sekarang, *manga* telah menjadi salah satu kiblat komik dunia.

Di awal tahun 1990-an Indonesia dibanjiri oleh *manga*. Karena banyaknya *manga* yang diterbitkan di Indonesia, hal ini mengakibatkan terjadinya debat kusir pada proses pembentukan komik karya anak Indonesia karena secara tidak langsung banyak generasi komikus muda di Indonesia, baik tanpa sadar maupun sadar, terpengaruh oleh gaya gambar aliran Jepang ini. Hal

ini pun masih diperdebatkan, namun mengingat dengan beberapa pengarang asal Korea dan Hong Kong yang memiliki goretan yang cukup mirip dengan *manga* Jepang, harusnya hal ini tidak dipermasalahkan.

Di Indonesia juga terdapat komunitas – komunitas penggemar *manga* dan *anime*. Biasanya mereka berkumpul dan berbagi dengan penggemar lain lewat internet atau berkumpul di suatu tempat. Para penggemar yang bertemu di internet biasanya mengadakan *gathering* (pertemuan) untuk saling berjumpa satu sama lain. Misalnya saja Indoakatsuki.net yang memiliki jumlah anggota 24.373 dengan jumlah posting 1.827, lalu Indomanga.com memiliki jumlah anggota 11.814 dengan jumlah posting 152.032.

Penggemar yang tergabung dalam komunitas seperti mereka membuat dunia sendiri terhadap sesuatu yang mereka kagumi, mereka berinteraksi, mereka menunjukkan apa yang mereka tahu dan miliki untuk menunjukkan bahwa mereka adalah penggemar sejati. Mereka menunjukkan diri mereka untuk membentuk kesan orang lain dengan cara tertentu untuk mendapatkan pengaruh, kekuasaan, simpati, bahkan mereka berharap ditiru.

Seperti yang dilakukan para *fandom manga* di Jepang, mereka beramai ramai mengikuti acara festival *cosplay* yang diadakan di Comiket yang menarik antusias hingga sekitar 500.000 pengunjung. Acara ini diselenggarakan sekitar bulan Januari 2009. Comiket adalah pameran komik terbesar di Jepang, peserta yang turut di dalamnya berasal dari Jepang sendiri dan seluruh dunia. Para peserta mendadani diri mereka seperti tokoh karakter *manga* dan *anime* favorit mereka, para *cosplayer* itu biasanya membeli kostum mereka sehingga menghabiskan banyak dana untuk mengikuti *cosplay*.

Bukan hanya di Jepang yang mengaktualisasikan diri mereka dengan cara seperti itu, para *fandom manga* di Indonesia pun, kegiatan mereka bukan hanya membaca dan mengoleksi saja, tetapi dari hasil observasi penulis, mereka yang tergabung dalam komunitas tersebut juga peduli terhadap lingkungan sekitar mereka dengan membuat acara bertajuk *Charrity Night, Healing Japan* yang diadakan di Halo Surabaya pada tanggal 25 Maret 2011. Acara *Charrity Night, Healing Japan* berisi *perform band* – band lokal yang membawakan lagu – lagu Jepang, mulai dari soundtrack – soundtrack dari *anime* hingga lagu – lagu terkenal di Negeri Sakura. Adapula kabaret *cosplay* yang berdurasi 3 – 5 menit untuk setiap penampilannya, hingga hunting foto model *cosplay* yang berlangsung hingga beberapa jam. Kostum – kostum model *cosplay* untuk hunting foto beraneka ragam, mulai meniru dari kostum *anime* gaya anak sekolah hingga kostum *anime* yang sexy pun dipertunjukkan di acara tersebut.

Selain kegiatan *Charrity Night, Healing Japan* yang diadakan di Halo Surabaya, ada pula acara Surabaya Simpang Festival yang diadakan oleh Pemerintah Kota Surabaya di Taman Apsari Surabaya pada tanggal 23 – 24 April 2011. Surabaya Simpang Festival dimeriahkan oleh berbagai *perform* yang menghibur penontonnya, salah satunya *perform* dari Ko-J-Tsu (Komunitas Jepang Surabaya) serta Cosura (*Cosplay* Surabaya). Ko-J-Tsu memeriahkan acara dengan menampilkan band yang menyanyikan soundtrack – soundtrack *anime* serta kabaret *cosplay*. Sedangkan Cosura menampilkan kabaret *cosplay* saja.

Berdasarkan fenomena yang terjadi di masyarakat masa kini, muncullah pertanyaan sebagai berikut: bagaimana bentuk aktualisasi diri para anggota kelompok penggemar (*fandom*) *manga*? ; bagaimana proses aktualisasi diri yang dilakukan para anggota kelompok penggemar (*fandom*) *manga* ketika berinteraksi di dunia nyata dan di dunia maya? ; bagaimana tipe *fandom* dilihat dari proses aktualisasi diri di dunia nyata dan di dunia maya?

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian gabungan kuantitatif dan kualitatif. Melalui penggabungan metode secara hati – hati dan terarah, keluasan dan kedalaman analisis dapat diraih (Fielding dan Fielding dalam Brannen, 1997:28) sepanjang temuan – temuan yang dihasilkan tidak bertentangan satu sama lain. Bryman (dalam Brannen, 1997:37) mengungkapkan tiga metode pokok dalam penggabungan metode kuantitatif dan kualitatif: metode kualitatif sebagai fasilitator penelitian kuantitatif, metode kuantitatif sebagai fasilitator penelitian kualitatif, kedua pendekatan diberi penekanan yang sama. Dalam penelitian ini peneliti memilih menggunakan metode kuantitatif sebagai fasilitator penelitian kualitatif, dalam artian bahwa metode kuantitatif digunakan sebagai upaya untuk menjangkau subyek dalam penelitian kualitatif. Sedangkan penelitian kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang lebih mendalam.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih Surabaya sebagai lokasi penelitian dengan alasan bahwa di Surabaya sebagai kota metropolitan memiliki banyak komunitas pecinta Jepang yang aktif mengadakan kegiatan. Dalam setiap bulannya, bisa lebih dari 2 kegiatan yang berkaitan dengan budaya Jepang yang diadakan oleh berbagai pihak. Bukan hanya komunitas Jepang di Surabaya saja yang aktif mengadakan kegiatan yang berkaitan dengan Jepang, tetapi juga kampus-kampus di Surabaya pun sekarang mulai membuat program studi Sastra Jepang yang juga aktif membuat kegiatan, paling tidak setahun sekali mereka membuat kegiatan bagi para pecinta Jepang, seperti membuat bazar makanan Jepang, lomba membuat *manga*, lomba karaoke lagu Jepang, workshop-workshop³⁴, lomba *cosplay*, dan banyak kegiatan berbau budaya Jepang lainnya.

Penelitian ini menggunakan gabungan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Pada tahap pertama, untuk pendekatan kuantitatif deskriptif, peneliti menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2010:85). Kriteria-kriteria responden yang ditetapkan oleh peneliti yaitu: mereka yang telah mengembangkan kegemaran mereka terhadap *manga* dengan mengikuti kegiatan tertentu, seperti mengikuti komunitas pecinta Jepang; mereka yang aktif dalam komunitas Jepang minimal 6 bulan. Waktu 6 bulan ditetapkan karena waktu tersebut dirasa cukup lama untuk mengetahui seluk-beluk dan mengikuti kegiatan dalam komunitas, karena biasanya pertemuan dalam komunitas dilakukan rutin setiap minggu.

Penelitian tahap pertama ini digunakan untuk mengetahui tingkat kegemaran mereka mengenai *manga* dan perkembangan *manga* yang berkembang pesat saat ini, juga untuk mengetahui gambaran kegiatan yang mereka lakukan selama mereka menjadi penggemar *manga* dan mengikuti komunitas Jepang. Selain itu, penelitian tahap pertama ini juga digunakan untuk menjangkau responden untuk dijadikan informan di penelitian tahap kedua yang menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian tahap kedua, untuk pendekatan kualitatif, peneliti menetapkan informan berdasarkan jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden di kuesioner tahap pertama, sesuai dengan kriteria peneliti. Penelitian tahap akhir adalah *focus group discussion* untuk mendukung jawaban pertanyaan penelitian selanjutnya, sekaligus digunakan sebagai validitas dan reabilitas data yang didapat dari hasil indepth interview sebelumnya.

Pengumpulan data primer dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner yang digunakan untuk penelitian ini adalah yang pertanyaannya bersifat semi terbuka. Kuesioner digunakan untuk mendapatkan subjek penelitian sesuai dengan kriteria-kriteria yang ditetapkan

peneliti atau informan kunci, yang nantinya akan dilakukan indepth interview dan focus group discussion terhadap informan tersebut. Pengumpulan data sekunder didapatkan dari hasil tanya jawab dengan anggota komunitas pecinta budaya Jepang dan dari internet. Observasi yang dilakukan adalah observasi nonpartisipan. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan indepth interview dengan menggunakan teknik wawancara terstruktur.

Data yang didapat dari penelitian tahap pertama, yaitu kuesioner digunakan untuk menjawab permasalahan pertama, sekaligus untuk menjaring informan untuk dilakukan indepth interview. Peneliti juga menggunakan teknik probing dalam penelitian tahap pertama, agar peneliti yakin bahwa responden benar-benar mengerti dengan maksud pertanyaan yang ada dan peneliti mendapatkan hasil yang maksimal dalam jawaban-jawaban yang dibutuhkan untuk menentukan hasil penelitian yang dituju peneliti. Data kualitatif yang didapat dari hasil indepth interview dan FGD, dibuat transkrip wawancaranya, kemudian diklasifikasi dan dianalisis sesuai dengan rumusan masalah yang ada atau biasa disebut *mapping*.

Promosi Diri dan Komersialisasi Diri Sebagai Latar Belakang Kegiatan Kelompok Penggemar (*Fandom*) Manga

Manga dan *anime* yang banyak tersebar di masyarakat hingga kini, bukan hanya sebagai bacaan ringan dan tontonan lagi, tetapi telah menjadi hal yang lebih besar lagi, yang mempengaruhi kehidupan para penggemarnya. Penggemar membuat dunia sendiri terhadap sesuatu yang mereka kagumi, mereka berinteraksi, mereka menunjukkan apa yang mereka tahu dan miliki untuk menunjukkan bahwa mereka adalah penggemar sejati. Gary Becker, pemenang Nobel Ekonomi 1992, pernah mencetuskan teori yang disebut *rational addiction*. Karakteristik dari *addictive thing* pada teori tersebut adalah sebagai berikut: sekali kita mengkonsumsinya, kita akan menjadi ingin mengkonsumsinya lagi dan lagi; seiring berjalannya waktu, kita akan semakin toleran dengan hal itu, misalnya lama-lama kita mungkin akan menganggap hal itu sebagai suatu hal yang wajar bagi diri kita, walau mungkin orang lain menganggap itu sebagai suatu penyakit; keinginan untuk mendapatkan ‘*that thing*’ kadang-kadang menyebabkan kita mengorbankan hal-hal lain, bahkan bisa jadi sampai melakukan tindakan-tindakan konyol dan gila; setiap kali kita mencoba berhenti untuk mengkonsumsi ‘*that thing*’, maka akan ada suatu periode dimana ada keinginan untuk kembali lagi. Hal inipun terjadi dengan para penggemar *manga*, penggemar *manga* yang telah mengenal *manga* sejak kecil, membaca terus-menerus, akan semakin mencandu bacaan tersebut karena mereka telah terbiasa akan kehadiran *manga* dalam keseharian mereka sehingga mereka merasa apabila tidak membaca *manga* maka akan ada yang kurang. Sehingga mereka akan terus berburu *manga* yang mereka sukai entah bagaimana caranya, ada yang dengan menabung, bahkan hingga membelinya langsung ke negeri asalnya, Jepang. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan Jenkins (dalam Storey, 2006) bahwa aktivitas pembacaan yang dilakukan penggemar adalah sebuah pengembangan “tindakan berburu yang menjadi sebuah seni.” Mereka berusaha memaknai bacaan yang mereka baca, berpikir tentang dan dan seolah bersedia melakukan apa pun asalkan mereka mendapatkan bacaan yang mereka inginkan, dengan membaca, membeli dan mengoleksi.

Bagi masyarakat umum, perilaku penggemar *manga* dan *anime* memang cenderung dianggap berlebihan, bahkan menuju kegilaan. Tetapi mereka bukan sekedar fans, tetapi *fandom*. *Fandom* adalah interaksi social, dimana saling berbagi rasa, membangun identitas social dan melakukan kegiatan-kegiatan secara kolektif. Mereka tidak sekedar menikmati, tetapi juga

mengomentari, ikut berpikir dan bahkan membuat inovasi dalam keseharian mereka. Seperti yang dikatakan oleh Evans dalam Trisnawati (2006), Evans menjelaskan bahwa peran pembaca sebagai recreator adalah bahwa seorang pembaca memiliki tugas untuk mencipta ulang karya sastra yang telah dia baca melalui respon atau pendapat yang mereka utarakan. Para penggemar *manga* tidak akan hanya membaca atau mengoleksi *manga* saja, tetapi mereka melakukan kegiatan aktif yang dapat menunjukkan kegemaran mereka terhadap *manga* dalam kehidupan sehari-hari mereka. Mereka akan ikut berpikir mengenai jalan ceritanya, karakter tokohnya dan akan memberi komentar karena telah terikat secara emosional dengan *manga* yang mereka baca. Setelah mereka berkomentar dan berpikir terhadap *manga* yang mereka baca, mereka akan berimajinasi sesuai imajinasi mereka sendiri. Bagaimana jika seharusnya karakter yang seharusnya baik menjadi jahat, bagaimana jika alur cerita yang dimana tokoh utamanya mati lalu hidup lagi, dan jika-jika yang lain. Dari situlah para penggemar *manga* akan mulai berkreativitas seperti misalnya membuat *doujinshi*. Bukan hanya *doujinshi*, mereka juga akan berusaha membuat karakter yang lebih baik dari aslinya, mereka dapat memerankan karakter yang mereka sukai, mereka dapat menyanyikan lagu-lagu yang ada di *anime*, dan masih banyak lagi kegiatan fans sejati. Kreativitas penggemar sejati diuji tetapi sekaligus dimanjakan dengan banyaknya kegiatan yang marak terjadi di banyak event kebudayaan Jepang.

Tujuan spesifik yang diperjuangkan oleh satu sama lain tentu saja berbeda satu sama lain, karena mereka memiliki keinginan yang berbeda, kemampuan yang berbeda serta lingkungan yang berbeda. Dan tujuan itu baru dapat tercapai apabila mereka menunjukkan diri pada orang lain agar orang lain bisa menilai diri mereka. Mereka menunjukkan potensi diri mereka pada orang lain agar orang lain tersebut dapat melihat diri mereka seperti apa yang mereka inginkan. Karena sadar atau tidak sadar, presentasi diri dimaksudkan bukan hanya untuk diri sendiri, tetapi juga orang lain.

Presentasi diri adalah proses dimana kita mencoba untuk membentuk apa yang orang lain pikirkan tentang kita, dan apa yang kita pikirkan tentang diri kita sendiri. Oleh karena itu, berbagai cara dilakukan para *fandom manga* untuk menunjukkan diri mereka pada masyarakat. Seperti yang dilakukan oleh beberapa informan yang memilih membuat grup band yang beraliran Jepang untuk mendedikasikan kegemaran mereka terhadap Jepang, khususnya soundtrack *anime* dan lagu-lagu Jepang. Mereka ingin dilihat masyarakat bahwa mampu bermusik di luar jalur yang ada sekarang, yang sedang booming di masyarakat. Mereka ingin membuktikan bahwa dengan genre musik yang mereka sukai, mereka juga dapat eksis di dunia musik Indonesia.

Pada dasarnya ada dua jenis presentasi diri, pertama yaitu untuk membentuk kesan pada orang lain untuk mendapatkan pengaruh, simpati atau persetujuan secara verbal. Ada salah satu informan yang banyak memotret cosplayer di berbagai event dan dari berbagai komunitas sehingga dia menancapkan kepercayaan dan simpati pada banyak cosplayer. Dengan aktivitasnya seperti itu, dia mendapatkan kepercayaan dan dapat menjadi lebih dekat dan akrab dengan para cosplayer sehingga dia bisa merasa bebas mengungkapkan apa saja yang ada di pikirannya pada mereka. Misalnya saja mengkritik penampilan cosplayer yang dianggapnya buruk, memberikan saran pada mereka hingga memuji apabila penampilan mereka bagus. Tujuannya agar dia dilihat sebagai orang yang kompeten di bidang cosplay sehingga dia dapat mengungkapkan penilaiannya lebih dalam pada para cosplayer. Hasilnya, dia sering menjadi juri dalam banyak lomba cosplay di Jawa Timur, bukan hanya di Surabaya.

Ada pula orang yang mengendalikan presentasi diri mereka dengan perilaku non verbal (DePaulo, 1992). Presentasi diri tidak hanya dapat dilakukan dengan kata-kata, tetapi juga sikap

dan perbuatan yang tersirat sehingga mampu memberi kesan pada orang lain yang melihatnya. Tentu saja hal ini lebih sulit dilakukan, karena itu artinya harus menjaga sikap mereka di depan orang lain yang mungkin dapat membuat diri mereka sendiri kurang nyaman. Kuat tidaknya kesan yang ditangkap masyarakat, selain membutuhkan kemampuan yang baik dari orang tersebut, juga membutuhkan kepekaan dari orang lain yang ingin diberinya kesan. Hal ini biasanya terjadi di ajang cosplay. Para cosplayer sibuk membuat diri mereka semirip mungkin dengan tokoh karakter yang mereka bawa. Banyak cosplayer yang sengaja berdiam diri untuk menjaga image mereka di depan para penonton, ada pula yang bersikap manis terus-menerus agar dibilang *moe* (imut) oleh penonton, ada pula yang bersikap gagah terus-menerus selama acara berlangsung dengan membusungkan dada, membawa pedang kemana-mana, berjalan lurus dengan pandangan mata yang tajam agar terlihat seperti karakter pahlawan yang diperankannya.

Orang cenderung menggunakan identitas khusus untuk menyajikan sisi diri mereka yang lain dengan orang lain atau dalam situasi tertentu (Leary&Kowalski, 1990). Dalam presentasi diri, orang cenderung tidak menampilkan diri mereka yang sebenarnya, mereka mengeluarkan sisi diri mereka yang lain, sisi diri mereka yang terbaik yang dapat mereka tampilkan pada orang lain dalam situasi tertentu. Karena bagi mereka, sisi diri mereka yang sebenarnya hanya dapat dikeluarkan pada saat mereka bersama orang-orang yang benar-benar dekat, bukan terhadap orang luar yang berusaha diberinya suatu kesan tertentu.

Pemberian kesan terhadap orang lain tentu saja tidak ada yang tanpa alasan dan tujuan yang jelas. Mereka memiliki misi, alasan untuk melakukan presentasi diri. Salah satunya adalah promosi diri. Promosi diri adalah suatu istilah yang digunakan untuk menggambarkan tindakan yang dimotivasi oleh keinginan untuk maju dan dihormati untuk kompetensi yang dimiliki seseorang (Arkin, 1981; Jones&Pittman, 1982).

Ketika orang ingin dikagumi karena kompetensi diri mereka, mereka coba mengesankan orang lain dengan berbicara mengenai diri mereka sendiri, memamerkan pengetahuan serta status mereka. Mereka mengeluarkan kemampuan terbaik mereka untuk itu agar orang lain dapat melihat bahkan mengakui kemampuan mereka. Tetapi dalam penelitian ini, tidak ada satu pun yang memamerkan kemampuan mereka hanya dengan bicara, mereka membuktikan kemampuan yang mereka miliki dengan perbuatan, memamerkan kemampuan mereka secara langsung pada orang lain. Ada informan yang menunjukkan langsung kemampuan dirinya di depan teman-temannya karena temannya banyak yang tidak percaya bahwa dia bisa menggambar dengan baik sehingga dia harus menunjukkan kemampuannya langsung. Dia menggambar di depan teman-temannya sehingga teman-temannya percaya bahkan kagum akan kemampuan yang dimilikinya. Ada pula informan yang membuktikan kemampuannya dengan mengikuti sekolah menggambar komik yang cukup ternama di Surabaya dan menorehkan berbagai macam prestasi melalui beragam kompetisi yang diikutinya.

Alasan lain untuk melakukan presentasi diri adalah verifikasi diri. Verifikasi diri adalah keinginan agar orang lain memandang kita sebagaimana kita memandang diri kita sendiri. Orang sangat ingin agar orang lain melihat apa yang dimilikinya, mereka sangat termotivasi untuk memverifikasi konsep diri mereka di mata orang lain (Swann, 1987). Selama proses wawancara, rata-rata informan berusaha meverifikasikan diri mereka pada peneliti. Mereka menjelaskan kemampuan yang mereka miliki, menjabarkan dengan hati-hati agar yang paling banyak terekspose adalah kemampuan diri mereka, bahwa mereka percaya dengan kemampuan dan diri mereka sendiri, sehingga terkadang terkesan defensive karena mereka tidak ingin merusak citra yang mereka bangun selama ini. Mereka ingin agar orang lain melihat apa yang mereka lihat

pada diri mereka, tidak hanya kemampuan, tetapi bahkan kepribadian mereka yang menonjol. Hal ini seperti yang dikatakan oleh salah seorang cosplayer ternama yang menjadi subyek penelitian bahwa ia sebagai seorang seniman ingin mendapatkan pengakuan dari orang lain mengenai hasil karya yang dihasilkannya. Dia berusaha memverifikasikan dirinya pada masyarakat dengan memamerkan karyanya dan mengikuti berbagai kegiatan yang dia merasa memiliki kemampuan lebih untuk melakukannya, dalam hal ini adalah acting dan menggambar. Dia ingin dilihat masyarakat sebagai *cosplayer* dan *drawer* yang berkemampuan tinggi.

Verifikasi diri ini juga berlaku dalam seorang individu pada sebuah komunitas. Dalam komunitas, tentu saja tiap individu tidak dapat tidak berinteraksi dengan individu lainnya. Sebenarnya dalam mengikuti komunitas, kemampuan presentasi diri mereka diuji lebih dalam, terutama dalam proses verifikasi diri. Karena mereka tidak hanya perlu membuktikan pada masyarakat mengenai diri mereka, tetapi mereka harus membuktikan diri mereka terlebih dulu dalam komunitas. Ketika komentar yang mereka dapat dari individu lain dalam komunitas sesuai dengan konsep diri mereka, maka hal tersebut akan diterima. Tetapi ketika komentar tersebut bertentangan dengan konsep diri mereka, mereka akan memutuskan keluar dari komunitas untuk hanya sekedar membuktikan pendapat mereka salah (Swann&Hill, 1982). Hal ini banyak terjadi pada anggota Cosura yang keluar dari komunitas tersebut karena merasa tidak cocok dengan proses verifikasi diri yang ingin mereka capai saat itu dan kedepannya. Apabila ada yang merasa tidak cocok dalam suatu komunitas, maka tentu saja ada yang merasa cocok dengan suatu komunitas sehingga dia mampu menjadi dominan dalam komunitas tersebut. Menjadi dominan dalam suatu komunitas tidak datang secara tiba-tiba tetapi perlu usaha yang keras dan lama untuk mencapainya. Seperti salah satu informan yang menjadi *subber* dan *dubber* ternama dengan pengalamannya selama 5 tahun dalam komunitas online, dia menjadi banyak moderator situs online dan menjadi ketua Komunitas *Anime* Indonesia.

Selain untuk promosi diri dan verifikasi, ternyata self presentation digunakan pula sebagai ajang komersialisasi diri para penggemar *manga*. Hal ini seperti yang diakui oleh beberapa informan bahwa tujuan mereka adalah mencari keuntungan secara financial dari kegiatan yang mereka lakukan. Mereka tidak sekedar cosplay atau menggambar atau bermusik saja, tetapi mereka sengaja menunjukkan kemampuan yang terbaik dari diri mereka agar orang lain mengetahui bakat mereka, mengakui bakat mereka, lalu orang lain pun memandang mereka sebagai sebuah aset berharga. Mereka menjadikan kemampuan mereka sebagai sesuatu yang menghasilkan, bahkan mata pencaharian. Banyak daripada informan yang menjadi fotografer handal, musisi handal, penggambar handal dan model yang handal.

Kegemaran terhadap *manga* ternyata memiliki dampak yang cukup besar bagi kehidupan para penggemarnya, tidak hanya dari keseharian yang mengkonsumsi *manga* dan perkembangannya saja, tetapi mereka juga mengembangkan kreativitas yang mereka miliki untuk menunjukkan kegemaran mereka terhadap *manga*. Kreativitas tersebut datang dari kegemaran yang muncul dari kemampuan dan imajinasi para penggemar *manga*. Kreativitas tersebut lalu memunculkan kegiatan-kegiatan yang bagi orang lain merupakan kegiatan yang aneh, tetapi bagi para penggemar itu sendiri, kegiatan mereka adalah kegiatan yang wajib dan perlu mereka lakukan. Kegiatan aktualisasi diri yang dilakukan oleh para penggemar *manga* memang memiliki tujuan yang berbeda-beda setiap orangnya. Ada yang ingin agar orang mengakui kemampuannya, dan ada pula yang ingin mendapatkan keuntungan financial.

Gaya Hidup dan Pola Pikir Para Penggemar Mengenai Diri Mereka Sendiri

Diri adalah suatu bentuk keberadaan manusia yang memerlukan berbagai atribut yang akan membuat diri tersebut menjadi dikenali oleh orang lain. Upaya ini dilakukan melalui gaya hidup yang mampu memberikan suatu identitas bagi diri. Maka, pilihan seseorang terhadap produk budaya akan termanifestasi dalam gaya hidup. Gaya hidup adalah pola yang diyakini sebagai pembentuk identitas diri seseorang. Gaya hidup sebagai cara hidup mencakup sekumpulan kebiasaan, pandangan, dan pola-pola respon terhadap hidup, serta terutama perlengkapan untuk hidup. Penggemar *manga* pun menganggap kegiatan yang dilakukannya selama ini adalah gaya hidup yang dijalankannya, bahkan ada yang merasa bahwa apa yang dilakukannya ini sudah seperti makan sehari-hari, yang apabila tidak dilakukan maka akan merasa ada yang kurang.

Identitas diri dan gaya hidup berkaitan erat dengan konsep diri yang mereka miliki. Konsep diri adalah persepsi mengenai diri sendiri, baik yang bersifat fisik, sosial maupun psikologis, yang diperoleh melalui pengalaman individu dalam interaksinya dengan orang lain (Brook, dalam Rahmat, 1985). Dari definisi inilah mengapa konsep diri berkaitan erat dengan interaksi dengan orang lain, karena konsep diri bukan hanya pikiran diri sendiri, tetapi juga ditimbulkan oleh pengalaman yang didapatnya dari proses berinteraksi.

Hurlock (1993) menyatakan bahwa konsep diri memiliki tiga komponen utama, pertama adalah komponen perceptual. Hal ini adalah image seseorang mengenai penampilan fisiknya. Konsep ini cenderung biasanya digunakan oleh para cosplayer. Para cosplayer memilih karakter yang dibawakannya, selain berdasarkan kekaguman mereka terhadap suatu tokoh, tetapi mereka juga membawakan karakter yang cocok dengan kondisi fisik mereka. Bagi mereka yang tampan, mereka akan memilih karakter yang juga tampan dan berkarakter keras. Tidak jauh beda dengan para cosplayer perempuan, bagi mereka yang mereka diri mereka cantik, maka mereka akan memilih karakter yang menonjolkan kecantikan dan keindahan tubuh mereka. Mereka akan berdandan cantik, *moe* atau bahkan *sexy*. Mereka tidak akan sungkan karena mereka merasa diri mereka cantik. Hal ini disebut *physical self concept*.

Yang kedua adalah komponen konseptual. Komponen ini adalah konsep seseorang mengenai karakteristik khusus yang dimiliki, baik kemampuan dan ketidakmampuannya, latar belakang serta masa depannya yang terdiri dari beberapa kualitas penyesuaian diri, seperti kejujuran, percaya diri, kemandirian, pendirian yang teguh dan kebalikan dari sifat-sifat tersebut. Komponen ini pasti terjadi dalam setiap diri individu, mengakui kekuatannya serta secara tidak langsung mengakui kelemahannya. Para musisi yang menjadi informan teguh bermusik dalam aliran Jepang. Mereka memiliki latar belakang yang keras dibalik kesuksesan bermusiknya sekarang, tekanan dari orang tua, kebutuhan untuk memenuhi kebutuhan hidup tetapi tetap tidak meninggalkan aliran musik yang digemarinya. Keteguhan hati dan keyakinan dalam mencari setiap celah yang ada. Mereka mengakui bahwa mereka cukup mahir bermain musik tetapi tidak bernyanyi, dia tahu dimana kelemahan dan kekuatan dirinya sendirinya sendiri, hal inilah yang disebut *psychological self concept*.

Yang ketiga adalah komponen sikap. Komponen ini yaitu mengenai perasaan tentang diri sendiri, sikap terhadap statusnya sekarang dan prospeknya di masa depan, sikap terhadap harga diri dan pandangan diri yang dimilikinya. Informan yang menjadi *subber* dan *dubber* sangat menyadari statusnya sebagai orang yang cukup populer di dunia maya, terutama di kalangan para pembuat subtitle untuk *manga* maupun untuk *anime*. Dia tahu bagaimana harus bersikap menghadapi pekerjaannya, kepopulerannya, kemampuannya, pandangan orang terhadap dirinya dan dia tahu bagaimana harus menilai dirinya sendirinya. Dia memiliki rencana pada masa

depannya berkaitan dengan kemampuan yang dimiliki dan statusnya sekarang. Dia berencana akan membuat stasiun televisi yang hanya akan memuat mengenai *manga* dan *anime* saja. Dia sudah tahu berapa biaya yang dibutuhkan, kendala yang akan muncul dan hal lainnya. Dia menganggap cita-citanya masuk akal dengan kemampuan yang dimilikinya sekarang, baik itu kemampuan mengenai dana, kemampuan skill serta koneksi yang memadai. Komponen sikap ini penting untuk menunjukkan jalan yang benar terhadap individu mengenai jalan yang akan dipilihnya untuk masa depan.

Konsep diri tidak terlepas dari kesadaran individu mengenai keterlibatannya yang khusus dalam seperangkat hubungan sosial yang sedang berlangsung. Kesadaran diri merupakan hasil dari suatu proses reflektif dimana mereka melihat tindakan pribadi mereka dari sudut pandang orang lain dengan siapa orang tersebut berhubungan. Individu tersebut menjadi objek dirinya sendiri dengan mengambil posisi orang lain dan menilai perilakunya sendiri dari sudut pandang yang mereka inginkan.

Konsep diri tidak terbatas pada persepsi – persepsi orang secara pasif mengenai reaksi dan definisi dari orang lain. Individu juga merupakan subyek yang bertindak. Hubungan timbal balik antara diri sebagai obyek dan diri sebagai subyek adalah fokus Mead. Diri sebagai obyek ditunjuk Mead sebagai konsep 'Me', sedangkan diri yang menjadi subyek yang bertindak adalah konsep 'I'. 'I' merupakan aspek diri yang bersifat non – reflektif.

Para penggemar *manga* menjadi diri mereka sendiri, mereka melakukan apa yang ingin mereka lakukan sebagai 'Me' saat mereka menggemari *manga* dan produk budaya Jepang lainnya, mereka tidak peduli apa kata orang di luar sana mengenai kegiatan mereka yang bagi orang lain dianggap gila. Tetapi, saat mereka bergaul dengan sesama, mereka memperhatikan dan memperhitungkan orang lain yang bersamanya dan mereka melihat situasi untuk melakukan sesuatu. Yang mereka tunjukkan bukanlah 'I' lagi, tetapi 'Me.' Seperti apabila mereka berkumpul bersama sewaktu ada event kebudayaan Jepang, mereka para penggemar Jepang saling memberikan image, saling mempengaruhi, saling terpengaruh akan situasi yang terjadi di sana. Mereka tidak mau kalah satu sama lain dalam memerankan karakter cosplay mereka apabila mereka mengikuti kegiatan cosplay. Misalnya saja informan yang merupakan tipe lelaki yang sikapnya agak keperempuan-keperempuanan dan ceplas-ceplos, tetapi dalam event cosplay, saat dia membawakan karakter yang *cool*, dia dituntut oleh penonton agar dia bertindak sama dengan karakter tersebut. Dia merancang kesan yang diinginkan oleh lingkungan sekitarnya dengan menyembunyikan kespontanitasannya dalam karakter yang dibawakannya.

Interaksi Yang Terjadi di Kalangan Para Penggemar *Manga*

Semua interaksi antar individu manusia melibatkan suatu pertukaran simbol. Reaksi yang dilakukan oleh satu orang terhadap tindakan orang lain didasarkan pada penilaian makna yang ada. Aksi dan reaksi dalam berinteraksi di dalam masyarakat tidak hanya berdasarkan pada stimulus dan respon tetapi juga harus melalui interpretasi dari individu sendiri sebelum memberikan respon terhadap tindakan orang lain terhadapnya. Komunikasi melalui isyarat sederhana adalah bentuk yang paling sederhana dan paling pokok dalam komunikasi, tetapi manusia tidak terbatas pada komunikasi ini. Hal ini disebabkan karena manusia mampu menjadi objek untuk dirinya sendiri dan melihat tindakannya seperti orang lain melihatnya. Dengan kata lain, manusia dapat membayangkan dirinya secara sadar dalam perilakunya dari sudut pandangan

orang lain. Sebagai akibatnya, mereka dapat mengkonstruksikan perilakunya dengan sengaja untuk membangkitkan tipe respon tertentu dari orang lain.

Sebuah isyarat yang menghasilkan respon pada orang yang sedang melakukannya seperti terjadi pada orang kemana isyarat itu diarahkan, merupakan sebuah isyarat yang berarti. Respon yang sama ini merupakan arti isyarat, dan arti – arti yang muncul ini memungkinkan komunikasi simbol. Karakteristik dari komunikasi simbol manusia bahwa manusia tidak hanya terbatas pada isyarat saja, tetapi manusia juga menggunakan kata – kata , yakni simbol suara yang mengandung arti dan bersifat standar.

Para penggemar *manga* yang memiliki fokus kegiatan tertentu haruslah memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik, baik dengan sesama penggemar *manga* ataupun terhadap para penikmat karyanya. Selain itu, mereka juga dapat berkomunikasi dengan berbagai cara yang mereka bisa. Dengan karya yang mereka hasilkan pun, mereka dapat menyampaikan suatu pesan, mereka dapat berkomunikasi dengan penikmat karyanya meski hanya melalui media karya. Justru dengan adanya karya mereka, para *performer* dapat lancar berkomunikasi dengan para penikmat karyanya, karena entah bagaimana terkadang sesama penggemar *manga* bisa saling memahami dengan baik tanpa kesulitan yang berarti.

Seperti yang tadi telah dibahas, bahwa para *performer* dapat berkomunikasi dengan para penikmat karyanya, mereka berkomunikasi dengan karyanya. Hal tersebut bisa dilakukan dengan gambar, para penggemar *manga* menggambar sesuatu karena mereka ingin menyampaikan sesuatu pada penikmat karyanya. Para penggemar itu berkomunikasi dengan simbol-simbol yang mereka buat dalam gambar mereka. Dalam *manga* Jepang, ada ciri khas gambar mereka yang disebut ikonografi. Ikonografi ini salah satu bentuk simbol yang dapat digunakan oleh para komikus untuk berkomunikasi dengan para pembacanya, selain dari gambarannya sendiri. Banyak orang yang mengerti cerita dalam suatu gambar meskipun gambar tersebut tidak disertai percakapan ataupun tulisan yang menceritakan sesuatu di dalamnya. Para penikmat karya yang dihasilkan oleh para penggemar *manga* melakukan proses interpretasi dari individu itu sendiri dalam pikirannya, sehingga terkadang yang muncul adalah hasil pikiran sendiri yang belum tentu benar dan belum tentu sama seperti apa yang pembuat karya tersebut maksudkan, bahkan dengan sesama penikmat karya yang lain pun. Karena begitu mereka berusaha mencerna apa yang terdapat dalam gambar, mereka berusaha menangkap makna dari gambaran yang ada dalam gambar, tetapi pemaknaan gambar bagi setiap orang bisa berbeda karena tergantung pada apa yang ada di pikiran orang tersebut sebelumnya, juga tergantung pada pengalamannya berkomunikasi dengan simbol dan cara merepresentasikannya sehingga muncul suatu respon tertentu setelah melihat gambar tersebut. Hubungan antara komunikasi dan kesadaran subjektif sangat dekat, proses berpikir subjektif bisa dilihat sebagai sisi yang tersembunyi dari komunikasi itu sendiri (covert), karena unsur subjektifitas inilah dapat terjadi perbedaan penangkapan makna yang ada pada gambar. Para pembuat karya pun bisa merekonstruksikan gambarnya sedemikian rupa untuk membangkitkan respon tertentu dari orang lain, untuk menimbulkan kesan tertentu kepada orang lain, agar orang lain itu bisa mengerti apa yang dia rasakan sewaktu menggambar itu, agar orang lain mengerti apa yang berusaha dia sampaikan melalui gambarnya.

Gambar adalah salah satu simbol komunikasi dan isyarat yang tersamar dalam proses interaksi antara para penggemar *manga* yang menghasilkan karya dengan orang disekitarnya yang menikmati karyanya. Tetapi setiap kegiatan para penggemar *manga* pun mengandung isyarat yang tidak dapat ditolak dan dipungkiri bahwa mereka berusaha menyampaikan sesuatu

kepada para penikmat karya mereka. Akting dalam cosplay adalah salah satu bentuk isyarat fisik yang dilakukan oleh para cosplayer untuk menyampaikan sesuatu kepada para penontonnya. Mereka membuat mimik muka tertentu, berperilaku tertentu untuk menimbulkan kesan kepada para penontonnya, para cosplayer ingin para penonton mengerti apa yang sedang mereka sampaikan lewat bahasa tubuh. Cosplayer jarang mengeluarkan suara saat mereka tampil, kecuali lewat kaset rekaman. Tetapi bahkan hal tersebut jarang ditemui pada cosplayer yang tampil secara individu di panggung, hal tersebut hanya terjadi pada beberapa kabaret cosplay, meski tidak semua kabaret cosplay menggunakan suara rekaman kaset untuk membuat cerita, malah lebih banyak yang hanya akting saja dengan ditambah backsound yang mendukung penampilan mereka.

Para cosplayer berusaha sebaik mungkin dengan berakting dan telah sebelumnya memprediksi respon tertentu dari para penontonnya, mereka mengharapkan respon tertentu dari akting yang mereka lakukan. Mereka telah memperhitungkan tindakan apa yang akan terjadi apabila mereka melakukan sebuah isyarat kecil kepada penonton. Sebuah isyarat fisik kecil yang dikeluarkan oleh cosplayer bisa berpengaruh besar terhadap penonton, terhadap pikiran penonton, dan respon yang akan dia dapat dari penonton. Misalnya saja seperti cosplay yang dilakukan oleh Anpan Man yang lucu di acara Choco Days 2011. Sejak awal dia memasuki panggung untuk tampil, Anpan Man tersebut telah bersikap malu-malu, menoleh kekiri-kekanan sebelum memasuki panggung. Sewaktu perform, Anpan Man menari-nari dengan lincah, dan apabila penonton mulai bersorak menyemangati, dia menutup muka dengan tangan sehingga penonton lebih heboh karena melihat tingkah Anpan Man yang lucu. Setelah tampil pun, Anpan Man tidak langsung turun panggung, tetapi sikap malu-malu menutup muka dengan tangan kembali dilakukannya, bahkan kali ini dia berlari kecil menuju pojok panggung. Penonton tertawa melihat ulahnya. Setelah waktu tampilnya selesai, sebelum meninggalkan panggung, Anpan Man tersebut membuat gerakan cium jauh kepada para penonton yang langsung disambut sorakan keras oleh penonton. Proses interaksi melalui isyarat fisik berhasil dilakukan oleh orang yang mengenakan kostum Anpan Man tersebut, karena dia telah merekonstruksikan perilakunya dengan sengaja untuk membangkitkan respon heboh dari penonton. Dia telah memikirkan tindakan yang dianggap potensial ini dan telah menilainya menurut konsekuensi-konsekuensi yang telah dibayangkannya, dia telah mengantisipasi segala hal, terutama reaksi dari penonton.

Isyarat fisik pun terkadang digunakan para penggemar *manga* yang memilih dunia bermusik sebagai salah satu bentuk aktualisasi dirinya. Para musisi beraliran Jepang, dalam penampilan mereka, mereka kadang mengarahkan mic mereka kepada penonton dengan tujuan agar para penontonnya ikut bernyanyi bersama mereka. Seringnya strategi komunikasi tersebut berhasil sehingga penampilan mereka lebih heboh dan mereka menjadi seolah menyatu dengan penonton. Mereka telah mengkondisikan momen tertentu untuk dapat berkomunikasi dengan lebih dekat pada para penontonnya, mereka telah memperhitungkan apa yang seharusnya mereka lakukan, misalnya mereka membawakan lagu-lagu populer yang semua penonton dikira dapat mengetahuinya, dengan harapan bahwa dengan membawakan lagu populer yang semua orang mengerti, maka penonton akan lebih mudah diajak berkomunikasi lewat isyarat.

Bagi para musisi beraliran Jepang tersebut, cara komunikasinya bukan hanya melalui isyarat fisik semata, tetapi juga bahasa, kata-kata yang didapatnya dari lirik lagu yang mereka bawakan. Kata-kata adalah sebuah isyarat standar yang semua orang mengerti, mengandung arti dan bersifat standar. Kata-kata yang disampaikan lewat lagu yang dinyanyikan, lewat suara yang mereka hasilkan, ditambah dengan isyarat fisik yang tepat, maka penampilan mereka akan

sempurna, mereka akan lebih maksimal menyampaikan pesan yang ada dalam lagu tersebut dan menampilkan kesan tertentu pada para penonton sehingga penonton pun akan bisa merespon tindakan mereka dengan maksimal pula.

Adanya Internet Sebagai Salah Satu Media Aktualisasi Diri dan Komunikasi Para Penggemar *Manga*

Kegiatan yang dilakukan oleh para penggemar *manga* bukan hanya dilakukan di dunia nyata, tetapi juga di dunia maya. Kegiatan yang dilakukan tentu saja berbeda dengan apa yang dilakukan di dunia nyata, terutama yang sejak awal kegiatannya dari dunia maya. Kegiatan yang dilakukan penggemar *manga* yang melakukannya dari dunia nyata kemudian dibawa ke dunia maya berbeda dengan para penggemar *manga* yang memang sejak awalnya melakukan kegiatannya di dunia maya. Cara aktualisasinya berbeda, cara komunikasinya pun berbeda.

Kegiatan di dunia maya cenderung berkaitan dengan website dan komunitas online. Mereka di sana bukan hanya penikmat dan pengguna fasilitas saja, tetapi mereka membuat suatu karya yang tidak semua orang dapat melakukannya, yang membutuhkan keahlian dan kemampuan khusus, misalnya saja membuat subtitle *anime* dan *manga*, mendubbing *anime*, membangun komunitas online dan lain sebagainya. Tujuannya para penggemar *manga* yang aktif di dunia online biasanya hanyalah untuk menunjukkan bahwa mereka menyukai apa yang mereka gemari, mereka perlu berbuat sesuatu untuk apa yang mereka sukai.

Di dunia maya, para penggemar mendapatkan lebih banyak informasi mengenai *anime* dan *manga* kesayangan mereka. Aktivitas informasi yang tidak pernah berhenti ini membawa *anime* dan *manga* dalam berbagai forum, blog, website maupun *mailing list*. Ini adalah bentuk promosi *mouth to mouth* yang sangat efektif. Selain menghemat biaya, setiap penggemar diibaratkan seorang agen promosi. Dengan hanya satu klik, sebuah informasi mengenai *manga* dan *anime* dapat disebar ke ribuan dan jutaan orang secara bersamaan. Hal tersebut seperti yang telah dikatakan oleh Landzelius, “Internet tidak hanya menawarkan sebuah alat tetapi juga lingkungan social untuk artikulasi baru identitas.” (dalam Taylor, 2005).

Mereka yang ada di dunia maya biasanya memiliki jaringan pertemanan yang lebih luas daripada para penggemar yang hanya melakukan aktivitasnya di dunia nyata, karena dunia maya datang dari seluruh penjuru dunia yang tidak terbatas ruang dan waktu. Dalam sekali upload dalam website yang tepat, maka hasil karya dapat langsung dilihat oleh orang di seluruh dunia yang juga di dunia maya. Kekuatan dunia maya yang tidak terbatas ruang dan waktu itulah yang menyebabkan internet menjadi sebuah alat untuk mengaktualisasikan diri dengan maksimal karena karya yang diuploadnya dapat langsung dinikmati oleh seluruh penjuru dunia. Tetapi dunia maya juga bisa menjadi lingkungan sosial yang mendukung untuk terbentuknya identitas baru seseorang. Dunia maya bisa menjadi lingkungan sosial karena dunia maya sekarang telah berkembang menjadi suatu tempat dimana banyak orang berkumpul dan menghabiskan waktu di sana, apalagi sekarang marak jejaring sosial dan komunitas virtual. Di sana, setiap orang bisa membentuk identitas baru dan masuk dalam setiap lingkungan sosial mana pun yang dia inginkan. Tentu saja setiap orang dapat masuk dan membentuk identitas baru di lingkungan sosial di dunia maya, tetapi apa mereka bisa membangun lingkungan sosial sendiri, itulah yang menjadi bahan pembahasan di sini. Membaur dalam dunia maya tentu mudah dilakukan, tetapi menjadi diri sendiri dan tetap eksis, bahkan menjadi terkenal dan disegani oleh orang lain di dunia maya itulah yang sulit. Menjadi leader dan terkenal dalam dunia maya tidak mudah karena

banyaknya orang yang dapat berkumpul di sana. Salah seorang informan berhasil membuktikan diri bahwa dia mampu menjadi diri sendiri dan disegani oleh para pengguna internet di Indonesia dan di tempat lain. Bahkan dia berani menjamin bahwa dialah satu-satunya orang yang bernama Kagami yang paling terkenal di Indonesia, dia membangun komunitas virtual yang anggotanya dari Sabang sampai Merauke, banyak pula kenalan-kenalannya dari luar negeri yang sering berkomunikasi dengannya. Dia tidak mau hanya menjadi pengikut dimana dia bisa menjadi leader. Sisi 'I' darinya lebih dominan daripada sisi 'Me' yang dimiliki karena terbiasa mengekspresikan dirinya sebebaskan dia bisa, dia tidak peduli dengan perkataan orang lain, terutama perkataan dari orang-orang yang tidak mengenalnya. Hal ini kenapa internet selain menjadi alat juga menjadi lingkungan sosial yang kondusif untuk aktualisasi diri.

Dengan seringnya dia di dunia maya, dia lupa bagaimana cara untuk berbaur di dunia nyata. Di dunia nyata, dia menjadi tidak memiliki teman, bahkan banyak yang menganggapnya *freak*. Dia menjauhkan diri dari teman-temannya karena merasa tidak sepaham dan sejalan dengan teman-temannya. Frederik L Schodt (Kompas, 22/09/2000), menyebutkan bahwa di Jepang muncul istilah *hikikomori*, yaitu orang-orang yang menarik diri dari pergaulan social, lebih asyik dengan dunianya sendiri seakan mereka tidak membutuhkan hubungan personal dengan orang lain. Jonathan adalah salah satu dari *hikikomori* ini. Informan tersebut terlalu asik dengan dirinya sendiri, dengan *manga* dan *anime*, dengan segala macam aktivitas di dunia mayanya hingga seolah tidak membutuhkan teman di dunia nyata. Karena di dunia maya dia memiliki banyak teman sesamanya bahkan hingga di luar negeri. Tetapi, pada akhirnya dia memutuskan untuk agak membuka diri terhadap dunia nyata di hadapannya. Melalui komunitas online yang dimilikinya, dia membuat *gathering* untuk mempertemukan anggota komunitasnya di suatu tempat agar mereka semua bisa dapat saling kenal secara langsung. Tetapi setelah *gathering*, dia kembali keduniannya semula, dunia maya.

Cara mereka berinteraksi orang yang di dunia maya tentu tidak dapat disamakan dengan cara berinteraksi orang yang melakukan kegiatannya di dunia nyata. Orang berinteraksi di dunia maya hanya dapat menggunakan simbol-simbol khusus yang meski semua orang mengetahuinya, tetapi tidak dapat dilakukan secara langsung seperti yang terjadi di dunia nyata. Biasanya sebagai *subber* atau *dubber*, orang-orang di dunia maya berinteraksi dengan orang lain menggunakan simbol tulisan atau symbol gambar yang dapat mereka temukan dalam program yang ada di computer maupun mereka unduh dari dunia maya. Mereka tidak dapat menggunakan isyarat fisik karena mereka tidak dapat melihat satu sama lain. Meskipun dengan adanya webcam, tetapi bagi komunitas besar yang sering berinteraksi, tentu webcam saja tidak akan cukup memadai bagi segala macam interaksi yang mereka lakukan di dunia maya.

Kesimpulan

Tipologi Aktualisasi Diri Kelompok Penggemar (*Fandom*) Manga

Indikator	Atruist Manga <i>Fandom</i>	Opportunist Manga <i>Fandom</i>
Awal mula kegiatan aktualisasi diri.	Kegiatan yang dilakukan untuk aktualisasi diri dimulai dari dunia maya terlebih dahulu baru ke	Kegiatan yang dilakukan untuk aktualisasi diri dimulai dari dunia nyata terlebih dahulu baru ke dunia

	dunia nyata.	maya.
Model pergaulan	Pergaulannya cenderung menyempit, karena awalnya memulai dari dunia maya yang dapat bertemu orang lain tanpa terbatas ruang dan waktu menjadi pertemuan face to face dengan orang lain yang terbatas ruang dan waktu	Pergaulannya cenderung meluas, karena awalnya yang hanya bertemu face to face dengan orang lain menjadi dapat bertemu dengan orang lain di dunia maya yang tanpa terbatas ruang dan waktu.
Tipe Kepribadian	<ul style="list-style-type: none"> - Cenderung menutup diri dari orang karena merasa orang lain jarang yang cocok dengan dengannya baik. - Lebih menonjolkan ego diri sendiri dalam bertindak, dalam artian kurang peduli terhadap pendapat orang lain dalam bertindak. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cenderung terbuka kepada orang lain karena kepandaianya bergaul. - Cenderung melihat situasi terlebih dahulu dalam bertindak, tindakannya didasari pendapat orang lain tentangnya. Berusaha untuk memperhitungkan posisi diri di mata orang lain terlebih dahulu sebelum bertindak.
Tujuan aktualisasi diri	Tujuannya agar orang lain mengetahui kemampuan yang dimilikinya dan menilai dirinya sesuai dengan apa yang ada dalam pikirannya.	Tujuannya adalah komersialisasi diri. Kegiatannya dilakukan untuk mendapatkan keuntungan financial.
Cara berinteraksi dengan orang lain	Cara berinteraksi dengan orang lain lebih banyak menggunakan symbol karena focus dunianya adalah dunia maya sehingga tidak dapat bertatap muka langsung dengan orang lain. Symbol adalah cara paling tepat untuk berinteraksi dengan orang lain.	Cara berinteraksi dengan orang lain menggunakan symbol, isyarat tubuh hingga suara dan bahasa. Semua cara berinteraksi dapat dilakukan karena dapat bertatap secara langsung dengan orang lain dalam interaksinya.

Daftar Pustaka:

- Agustiani, Hendriati. 2009. *Psikologi Perkembangan : Pendekatan Ekologi Kaitannya Dengan Konsep Diri dan Penyesuaian Diri Pada Remaja*. Bandung: Refika Aditama.
- Arthur. *Manga Merambah Luas di Pasar Eropa*. 23 Desember 2009. <http://internasional.kompas.com/read/2009/12/23/04140440/manga.merambah.luas.di.pasar.eropa>. Diakses tanggal 30 Maret 2011
- Bahri, Saiful. 27 Juli 2009. *Konsep Diri*. <http://www.docstoc.com/docs/9106172/konsep-diri>. Diakses tanggal 26 Juni 2011.

- Black, Rebecca W. 2008. *Adolescents and Online Fan Fiction*. New York: Peter Lang Publishing, Inc.
- Boneff, Marcell. 1998. *Komik Indonesia*. Jakarta: Gramedia.
- Booth, Paul. 2010. *Digital Fandom: New Media Studies*. New York: Peter Lang Publishing, Inc.
- Gunarsa, Singgih D & Yulia Singgih D. Gunarsa. 2010. *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Jakarta: Gunung Mulia.
- http://elearning.gunadarma.ac.id/docmodul/aktualisasi_diri/bab3-konsep_diri.pdf. Diakses tanggal 26 Juni 2011
- <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/24395/2/Chapter%20II.pdf>. Diakses tanggal 10 Oktober 2011
- Hurlock, E.B. 1993. *Psikologi Perkembangan Edisi 5*. Jakarta: Erlangga
- Idrus, Muhammad. 2010. *Metode Penelitian Ilmu Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif Edisi Kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Iqbal, Hasan. 2002. *Metode Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: PT. Bhumi Aksara.
- Johnson, David W. 2009. *Reaching Out: Interpersonal Effectiveness and Self Actualization Tenth Edition*. New Jersey: Pearson.
- Johnson, Doyle Paul. 1986. *Teori Sosiologi Klasik dan Modern*. Jakarta: Gramedia.
- Kawamura, Yuniya. 2006. Japanese Teens as Producers of Street Fashion. Sagepub.
- Mead, George Herbert Mead, 1934/1962, *Mind, Self an Society: From The Stand Point of Social Behaviorist*, Chicago, University of Chicago Press.
- Miles, Matthew B & A. Michael Huberman. [...]. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. [...]: [...]
- Mulyana, Deddy. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pikunas, J. 1976. *Human Development: An Emergent Science*. Mcgraw - Hill Kogakusha, Ltd.
- Ritzer, George dan Goodman Douglas J, 2005., *Teori Sosiologi Modern*, (Edisi Keenam), Penerbit Kencana, Jakarta.
- Salim, Agus. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial: Buku Sumber Untuk Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Suyatno, Bagong dan Sutinah. 2005. *Metode Penelitian Sosial : Berbagai Arternatif Sosial*. Jakarta: Prenada Media.
- Strauss, Anselm & Juliet Corbin. 2009. *Dasar – Dasar Penelitian Kuantitatif: Tatalangkah dan Teknik – Teknik Teorisasi Data*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- www.indoakatsuki.net. Diakses tanggal 18 Maret 2011
- www.indomanga.com. Diakses tanggal 18 Maret 2011
- (<http://www.utm.edu/research/iep/m/mead.htm>. diakses tanggal 5 Januari 2012)
- Yap, Liliana. *Gaya Unik Festival Cosplay di Jepang*. 24 Februari 2009. <http://www.epochtimes.co.id/keluarga.php?id=128>. Diakses tanggal 20 Mei 2011
- [...]. *Teori Humanistik Carl Rogers*. <http://wartawarga.gunadarma.ac.id/2009/12/teori-humanistik-carl-rogers/>. Diakses tanggal 16 Maret 2011