

## **BAB III**

### **SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN**

Pada bab III ini peneliti akan memaparkan data yang telah terkumpul, kemudian menganalisisnya dengan metode deskriptif kualitatif yang didasarkan pada sejumlah metode dan prinsip-prinsip teoritis. Hal ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas komunikasi komunitas *Cosplay* di Yogyakarta dalam pembentukan citra

#### **A. Sajian Data**

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil lokasi di kota Yogyakarta, karena di kota Yogyakarta ini banyak sekali komunitas-komunitas unik termasuk komunitas *Cosplay*. Selain itu juga ada kendala yang harus dihadapi oleh peneliti saat melakukan penelitian berlangsung, seperti menentukan target yang sesuai dengan kriteria sebagai informan, selain itu kendala yang harus dihadapi peneliliti seperti, harus menyesuaikan jadwal wawancara kepada salah satu perwakilan dari anggota komunitas *Cosplay* nya, sesuai dengan kriteria informan dalam hal ini mereka adalah, ketua atau anggota yang sudah lama bergabung, dikarenakan mereka juga mempunyai kesibukan masing-masing sehingga agak susah untuk menemui mereka. Tetapi akhirnya peneliti bisa juga untuk melakukan wawancara kepada ketua atau anggota yang sudah lama bergabung dari tiap komunitas *Cosplay* di Yogyakarta dan desuai dengan kriteria.

Informan yang sudah diambil adalah sebanyak 7 komunitas *Cosplay* yang ada di Yogyakarta, dan 2 informan dari masyarakat umum yang pernah terlibat acara *cosplay*. Para informan yang diambil juga dari komunitas *Cosplay* yang berbeda-beda. Penelitian ini mulai dilaksanakan wawancara pada hari minggu malam tanggal 4 Desember 2016, dan selesai wawancara pada hari selasa malam tanggal 3 Januari 2017. Dan wawancara ulang guna melengkapi data yang kurang, dimulai dari hari selasa sore tanggal 24 Januari 2017 sampai pada hari minggu malam, tanggal 29-Januari-2017.

## **1. Aktivitas Komunikasi Komunitas *Cosplay* Yogyakarta dan Pernyataan terbentuk nya sebuah komunitas *Cosplay***

### **a. Aktivitas komunikasi komunitas *Cosplay* Yogyakarta**

Aktivitas komunikasi, adalah sebuah aktivitas yang dilakukan oleh manusia sehari-hari dalam kehidupannya. Bisa dikatakan, bahwa aktivitas tersebut dimulai dari bangun tidur hingga akan tidur kembali. Dan aktivitas tersebut merupakan serangkaian aktivitas manusia yang bisa diamati secara langsung maupun tidak langsung.

Begitu juga dengan aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh komunitas *cosplay* yang ada di kota Yogyakarta. Dimana mereka cukup rutin melakukan aktivitas komunikasi bersama para anggotanya. Aktivitas komunikasi komunitas mereka seperti, rapat mingguan, evaluasi harian, mengadakan *gathering* dan masih banyak lagi aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh komunitas *cosplay* yang ada di Yogyakarta.

Berikut merupakan pernyataan dari beberapa komunitas *cosplay* (informan) Yogyakarta dalam melakukan aktivitas komunikasi nya.

#### 1. Aktivitas Komunikasi dari Guntaku Cosplay

“Kalau untuk komunitas Guntaku *Cosplay* sih aktivitas yang kami lakukan biasa nya seperti mengadakan kumpul rutin tiap minggu, membuat games setiap kumpul rutin, *sharing* ide saat berkumpul, evaluasi komunitas, rutin membuat acara atau *event* ketika salah satu anggota komunitas kami ber-ulang tahun atau ulang tahun dari komunitas kami.” (wawancara 4 Desember 2016)

Hasil wawancara dengan informan tentang aktivitas komunikasi komunitas nya, dapat diketahui bahwa mereka dalam melakukan aktivitas nya sering mengadakan kegiatan seperti kumpul rutin tiap minggu, *sharing* ide, evaluasi komunitas yang berarti disini mereka melakukan evaluasi kepada komunitas nya sendiri, sejauh mana komunitas nya berkembang. Selain itu mereka juga sering mengadakan event ketika salah satu anggota nya ulang tahun maupun saat ulang tahun komunitas.

#### 2. Aktivitas Komunikasi dari Albatross Force Cosplay

“Aktivitas kami sih, ya gak berbeda dari komunitas *cosplay* lain nya. Kami juga sering mengadakan kumpul rutin, yang bertempat di taman budaya yogyakarta, Terus kami juga punya acara rutin agenda liburan, jadi pas hari liburan, kami mengadakan acara jalan-jalan bersama, seperti liburan ke pantai atau tempat-tempat hiburan lainnya, bahkan mungkin sampai keluar kota juga. Di samping itu, selain kami juga sembari jalan-jalan ke kota lainnya, kami juga berkunjung atau meet up dengan komunitas *cosplay* yang ada di kota yang sedang kami singgahi untuk berlibur, Jadi kami bisa saling berkenalan dan menjalin silaturahmi dengan komunitas *cosplay* di luar kota Jogja” (wawancara 7-Desember-2016).

Berdasarkan wawancara dengan informan tentang aktivitas komunikasi nya, dapat diketahui bahwa komunitas Albatross ini dalam melakukan aktivitas komunikasi nya, sering mengadakan kumpul rutin yang bertempat di Taman Budaya Yogyakarta, mereka juga mempunyai agenda rutin liburan bersama. Selain itu, ketika mereka sedang mengadakan liburan bersama ke luar kota, mereka juga tidak lupa untuk menyempatkan bertemu dengan komunitas *cosplay* yang ada di kota yang sedang mereka datangi, demi menjalin silaturahmi antar komunitas *cosplay*.

### 3. Aktivitas komunikasi dari komunitas Genk Sweg Cosplay

“Aktivitas komunitas kami ya, seperti biasa acara mingguan, kumpul rutin, bahas projek selanjutnya, sharing ide buat bikin kostum. Karena Genk Sweg juga membuka sampingan menjadi tempat usaha bikin kostum *cosplay*. Ya kami ingin membuktikan bahwa Hobi juga bisa menjadi peluang bisnis yang menjanjikan. Kami membuka Sweg Workshop, disini adalah gudang nya khusus untuk membuat kostum. Sudah banyak juga para *cosplayer* yang memesan kostum kepada kami. Mulai dari order kecil-kecilan, sampai sekarang order kami berdatangan dari luar kota Jogja juga. Banyak yang pesen kostum ke kami dari kota surabaya, bandung, jakarta sampai luar pulau Jawa pun juga pernah pesan kostum ke kami.” (wawancara 10-Desember-2016).

Berdasarkan wawancara dengan informan tentang aktivitas komunikasi nya, dapat diketahui bahwa mereka dalam melakukan aktivitas komunikasi nya kerap mengadakan kumpul rutin, membahas projek selanjutnya, *sharing* ide bikin kostum, karena ternyata komunitas Genk Sweg ini juga, membuka usaha pembuatan kostum *cosplay*. Dalam

aktivitas komunikasi nya ini mereka juga ingin membuktikan bahwa hobi ternyata juga bisa menjadi ladang bisnis yang menguntungkan bagi mereka yang benar-benar serius menekuni *cosplay*.

#### 4. Aktivitas komunikasi komunitas Hikari Kazoku Cosplay

“Aktivitas yang kami lakukan, rutin menggelar forum diskusi dengan semua anggota hikari kazoku, evaluasi mingguan, membahas kegiatan yang akan dilakukan selanjutnya, kami juga rutin latihan dan bikin koreo *cosplay* untuk cabaret, dan kami juga rutin mengadakan *Outbound* buat lebih meng-akrabkan sesama anggota Hikari Kazoku.”  
(wawancara 14-Desember-2016)

Dari hasil wawancara dengan informan diatas tentang aktivitas komunikasi komunitas nya, bisa diketahui bahwa dalam melakukan aktivitas nya, mereka rutin menggelar forum diskusi dengan sesama anggota, evaluasi mingguan juga dilakukan guna menjadi komunitas yang lebih baik lagi, rajin latihan dan bikin koreo *cosplay*, dan mereka ternyata juga melakukan aktivitas outdoor yaitu *Outbond* dengan anggota lainnya guna meng-akrabkan komunikasi antar anggota nya.

#### 5. Aktivitas komunikasi dari komunitas Anoman Yogyakarta

Aktivitas kami ya paling, tiap malam minggu kami sering kumpul bareng di ankringan alun-alun kidul, disana kami ya bersosialisasi seperti biasalah. Terus selain itu, biasanya kami juga bikin projek untuk *event*, kalau pas lagi ada *event*, biasa nya kita bakal bikin projek, seperti kostum apa nih nanti yang bakalan dipakai di event, atau nanti di event kita mau ngelakuin apa aja nih selain *gathering*, dan sebagainya. Kami juga rajin *sharing* koleksi kami, ya mulai dari koleksi serial *anime*,

*dorama, super sentai, tokusatsu, music video*, dan lain sebagainya. (wawancara 17-Desember-2016).

Berdasarkan hasil wawancara dengan komunitas Anoman Yogyakarta, bisa diketahui bahwa, dalam melakukan aktivitas komunikasinya, mereka mengadakan berbagai macam aktivitas seperti, kumpul bareng di angkringan alun-alun kidul, bikin proyek ketika ada event, dan mereka juga kerap sharing koleksi hiburan mereka mulai dari serial *anime, dorama, super sentai, tokusatsu, video*, dan lain sebagainya.

#### 6. Aktivitas komunikasi dari komunitas Amanogawa J-Community

“Seperti biasa, aktivitas komunikasi yang dilakukan ya, seperti melakukan silaturahmi bareng-bareng, biasanya kami adakan di sekolah, tapi juga kadang kalo bosan di sekolah kami biasanya *gathering* juga diluar. Evaluasi anggota, setiap *gathering* biasanya juga kami melakukan evaluasi anggota, dimana kami bercerita apa kesan yang mereka dapatkan selama setiap satu minggu di komunitas ini. Mereka juga bisa memberikan kritik dan saran ke pada anggota lain atau pun langsung ke komunitas. Jadi ya saling memberikan masukan kepada anggota yang lain supaya kedepannya lebih baik.” (wawancara 21-Desember-2016).

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan Amanogawa J-Community, bisa diketahui bahwa dalam melakukan aktivitas komunikasinya mereka melakukan kegiatan seperti, mengadakan silaturahmi antar anggota komunitasnya baik di lingkungan sekolahnya maupun diluar sekolah. Sering mengadakan evaluasi anggota juga, dimana mereka berdiskusi tentang kesannya selama bergabung dengan komunitas

Amanogawa ini, dan saling memberikan kritikan kepada anggota lain supaya komunitas nya mereka menjadi lebih baik juga.

#### 7. Aktivitas komunikasi dari komunitas Atsuki J-Freak

“Kami memang awalnya beraktivitas di radio kampus MMTC, dengan mengusung program acara *J-Freak*. Jadi ya aktivitas awalnya kami melakukan siaran di radio tersebut. Karena itu kami lebih dikenal Atsuki *J-Freak*. Selain itu, kita juga sering berkumpul bersama anggota lain nya, kumpul rutin seperti biasa, membahas apa saja yang bisa kami bahas, ngebuat game buat seru-seruan dan lain sebagainya. Kami juga kadang-kadang membuat *event* Jejepangan juga..” (wawancara 29-Desember-2016).

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan tentang aktivitas komunikasi komunitas nya, bisa diketahui bahwa mereka pada awalnya beraktivitas dengan mengisi program acara *J-Freak* di radio kampus MMTC, selain itu mereka juga sering berkumpul bersama dengan anggota lainnya, kegiatan saat berkumpulnya adalah membahas apapun yang bisa mereka bahas dan mereka juga terkadang membuat acara Jejepangan juga.

Berdasarkan wawancara dengan beberapa informan diatas terdapat beberapa hal atau point yang bisa disimpulkan mengenai aktivitas komunikasi komunitas *cosplay* di Yogyakarta, hal yang pertama bisa ditemukan adalah, bahwa mereka dalam melakukan aktivitas komunikasi mereka yang pertama, mereka sama-sama melakukan aktivitas berkumpul bersama dengan anggota lainnya, mengadakan rapat rutin mingguan, sampai ke evaluasi komunitas maupun anggota. Sedangkan yang kedua, mereka melakukan aktivitas

komunikasinya selain berkumpul yaitu mengadakan acara atau *event* yang berkaitan dengan *Cosplay*.

**b. Pernyataan tentang pembentukan komunitas *Cosplay*.**

Seperti yang kita ketahui, bahwa sebuah komunitas pastilah mempunyai alasan komunitas itu dibentuk atau didirikan. Dengan berbagai macam alasan yang ada dari setiap komunitas, bagaimana atau kenapa komunitas itu dibentuk. Dalam hal ini yaitu, komunitas *Cosplay* di Yogyakarta. Berikut beberapa pernyataan dan alasan mengapa mereka membentuk komunitas *Cosplay*.

1. Komunitas Guntaku *Cosplay*

“Ya dengan kami membentuk komunitas *Cosplay* ini, salah satu tujuannya mengumpulkan beberapa orang yang juga mempunyai hobi dan pemikiran yang sama dan terutama mengumpulkan anggota yang berasal dari gunung kidul yang ada di Jogja, untuk bergabung dan melakukan beberapa kegiatan secara bersama-sama. Dengan membentuk komunitas sih kami juga berharap bisa menemukan keluarga dan teman baru yang mempunyai hobi sama dan bisa diajak bertukar pikiran dan ide terutama dalam hal *Cosplay*, Tiko” (wawancara 4-Desember-2016).

Dari hasil wawancara diatas dengan salah satu informan dapat diketahui bahwa komunitas Guntaku *Cosplay* ini dibentuk karena mereka ingin mengumpulkan beberapa anggota yang berasal dari Gunung Kidul, karena mereka memang tempat asal mereka semua yang gabung di komunitas ini berasal dari Gunung Kidul. Dan juga berusaha untuk

mengajak anggota yang berasal dari Gunung Kidul yang tinggal di Yogyakarta. Walaupun asal mereka gunung kidul, tetapi kegiatan mereka lebih banyak di kota Yogyakarta, karena sebagian besar anggota nya berkuliah dan kerja di Yogyakarta.

## 2. Komunitas Albatross Force Cosplay Team

“Nah, kalau kemarin aku tanya ke mas ketua (*no name*), gak mau disebutin namanya. Intinya sih kenapa dia mau bikin komunitas *cosplay* ini, karena dia ingin mencari orang – orang yang mempunyai hobi yang sama yaitu, *Cosplay*. Jogja sendiri juga punya banyak acara-acara Jejepangan, yang udah pasti juga bersamaan dengan kompetisi *Cosplay*, jadi dia pengen banget ngumpulin beberapa orang atau cosplayer biar bisa tampil bareng, atau bikin *cabaret cosplay* lah. Terus perform di panggung bareng-bareng dan sebagainya, Nindya” (wawancara 7 Desember 2016).

Berdasarkan wawancara dengan Nindya selaku anggota lama yang sudah bergabung di Albatross Force Cosplay Team, bisa diketahui bahwa komunitas Albatross, dibentuk dengan alasan ingin menyatukan orang-orang yang mempunyai hobi yang sama, yaitu *Cosplay*. Dengan mengumpulkan beberapa orang yang hobi *Cosplay*, dan mereka ingin menampilkan beberapa kegiatan seperti, tampil bersama di event *Cosplay*, membuat penampilan *Cosplay Showcase* atau *Cabaret Cosplay* bersama-sama.

### 3. Komunitas Genk Sweg Cosplay

“Yah, berawal dari saat komunitas Atsuki sedang hiatus sampai waktu yang tidak ditentukan, saya mulai mencari jalan lain, untuk tetap bisa ber-*cosplay*. Akhirnya saya beranikan diri aja buat ajak-ajak temen yang lain buat bikin projek tim *cosplay* mumpung atsuki lagi hiatus. Akhirnya terbentuklah Genk Sweg yang menjadi nama tim *cosplay* kami. Tidak disangka, setelah Genk Sweg dibentuk, banyak cosplayer lain yang ingin bergabung, ya pada akhirnya sih kami membuka anggota baru untuk meramaikan Genk Sweg kami yang dulu nya cuman 5 orang, sekarang jadi lumayan banyak anggota nya, Yumaki” (wawancara 10-Desember-2016).

Dari hasil wawancara dengan mas Yumaki, selaku ketua Genk Sweg *Cosplay*, bisa diketahui bahwa, dia mendirikan komunitas Genk Sweg ini, karena pemikiran dari mas yumaki, yang selaku mantan dari komunitas Atsuki juga. Saat komunitas Atsuki sedang hiatus, dia berpikiran untuk membuat komunitas sendiri, karena Atsuki sendiri juga hiatus sampai belum waktu yang ditentukan. Jadi untuk mengasah kemampuan nya dalam ber-*cosplay*, akhirnya dia mulai mengajak teman-teman lain nya, untuk membuat komunitas *cosplay*, dan sampai sekarang dikenal dengan nama Genk Sweg *Cosplay*.

### 4. Komunitas Hikari Kazoku Cosplay.

“Nah, kenapa saya ingin membentuk komunitas *cosplay* dan kenapa, itu karena saya butuh beberapa orang untuk bisa saling sharing ide dan berbagi cerita. Komunitas Hikari juga terbentuk berdasarkan hobi ya, karena di komunitas Hikari ini, semua nya adalah pecinta dan penggemar *Cosplay*.” (wawancara 14-Desember-2016).

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan Hario selaku ketua komunitas Hikari Kazoku Cosplay, bisa diketahui bahwa komunitas Hikari Kazoku *Cosplay* ini dibentuk berdasarkan Hobi, dimana didalam komunitas ini hobi utama mereka tidak lain dan tidak bukan ya hanya hobi *cosplay*. Selain terbentuk berdasarkan hobi, Hikari Kazoku ini juga dibentuk karena alasan nya adalah butuh beberapa orang untuk bisa *sharing* ide dan berbagi cerita.

#### 5. Komunitas Anoman (Anime, Otaku, Manga, & Cosplay) Yogyakarta

“Sebenarnya saya jadi ketua juga belum lama ini mas, saya ketua untuk generasi ke 3, jadi saya bukan pendiri *atau* yang membentuk komunitas ini mas. Tapi saya kemarin coba-coba tanya ke pak ketua sepuh, atau lebih tepat nya mantan ketua, dia membuat komunitas ini karena melihat banyak nya antusiasme muda-mudi di Jogja yang suka dengan Jejepangan, dan mereka kebanyakan belum mempunyai teman seperguruan alias masih individu. Selain itu komunitas anoman ini dibuat sebagai wadah untuk berkreasi dan rekreasi buat para penyuka budaya pop Jepang, terutama dalam hal *Cosplay*. Walaupun di komunitas ini, tidak hanya fokus *cosplay*, tapi juga meliputi jenis hobi yang lain seperti *anime*, *manga*, *tokusatsu*, *super sentai*, dan lain sebagainya.” (wawancara 17-Desember-2016).

Dari hasil wawancara diatas dengan informan Vira selaku ketua komunitas, bisa diketahui bahwa komunitas Anoman ini dibentuk berdasarkan hobi dan rasa suka terhadap budaya pop Jepang, mulai dari *Cosplay*, sampai ke jenis hobi Jepang lain nya seperti, *anime*, *manga*, *tokusatsu*, *super sentai*, dan lain sebagainya.

## 6. Komunitas Amanogawa J-Community Yogyakarta

“Amanogawa sendiri, ini komunitas *cosplay* internal mas, jadi Amanogawa ini dibentuk di dalam sekolah SMA N 1 Depok, jadi anggota nya khusus siswa-siswi SMA N 1 Depok aja mas, sama alumni-alumni juga. Jadi kenapa komunitas ini dibuat, karena ternyata di sekolah kami, banyak juga yang tertarik dengan kegiatan *cosplay*, dan banyak juga dari mereka penggemar Jepang, jadi ya dari pada mencar-mencar sendiri, akhirnya dibentuk lah komunitas *cosplay* internal ini, buat mengumpulkan para siswa-siswi yang mempunyai passion di bidang *cosplay*. Sekolah pun tidak keberatan asal kami melakukan kegiatan positif, ya sekolah kami mendukung.” (wawancara 21-Desember-2016).

Berdasarkan wawancara dengan informan Annisa selaku ketua dari komunitas Amanogawa J-Community, bisa diketahui bahwa komunitas Amanogawa ini dibentuk berdasarkan Hobi dan Tempat atau lingkungan, bisa diketahui dari status komunitas nya ini adalah komunitas internal yang berada di SMA N 1 Depok Yogyakarta, dimana anggota dari komunitas ini adalah para siswa-siswi sekolah tersebut dan beberapa alumni dari sekolah tersebut yang masih aktif ber-*cosplay*. Selain itu, sudah jelas juga bahwa Amanogawa ini sendiri dibuat untuk mengumpulkan beberapa siswa-siswi yang tertarik dengan budaya pop Jepang termasuk *Cosplay* di dalam nya.

## 7. Komunitas Atsuki J-Freak Community

“Ya pada dasarnya sih, itu tadi. Atsuki ini kan aktivitas awalnya mengisi acara program radio di kampus MMTC, dengan nama program *J-Freak*, terus karena acara kami juga gak setiap hari, jadi diwaktu luang kami sempat berpikir sepertinya kalau ikutan *cosplay*, bakalan asik nih. Terus berita itu nyebar ke anak-anak lainnya, pas lagi kumpul,

malah pada bawa temen-temen yang lain, yaudah jadi nya karena semakin tambah banyak orang nya dan berkembang, akhirnya lanjut aja jadi komunitas. Jadi yang awalnya kami Atsuki sebagai nama *crew* di acara program radio *J-Freak*, menjadi nama komunitas *Cosplay*.” (wawancara 29-Desember-2016)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan Aryo selaku ketua komunitas Atsuki *J-Freak*, bisa diketahui bahwa Atsuki *J-Freak* ini didirikan karena berdasarkan pemikiran dari mas Aryo disela-sela waktu libur siaran, dia berpikir seperti nya akan seru juga kalau bisa *cosplay*, kemudian dia mengajak beberapa anggota lainnya untuk mengikuti kegiatan *cosplay*. Pada akhirnya berita itu menyebar ke anggota lainnya, dan semakin banyak yang datang, dan akhirnya nama Atsuki yang tadi nya untuk nama *crew* dalam program radio *J-Freak*, sekarang menjadi nama untuk komunitas *Cosplay*.

## **2. Pendapat masyarakat dari luar komunitas *cosplay*.**

Selain dari ketujuh komunitas *cosplay* yang ada di kota Yogyakarta, yang sudah di sajikan diatas, peneliti juga mengambil informan dari luar komunitas *cosplay*, guna mengetahui tentang bagaimana pendapat mereka tentang komunitas *cosplay* yang ada di kota Yogyakarta. Informan dari luar komunitas *cosplay* ini adalah masyarakat yang pernah terlibat dengan acara *cosplay*, secara langsung ataupun tidak langsung. Informan dari masyarakat luar komunitas *cosplay* ini guna mengetahui apakah pendapat masyarakat tentang komunitas *cosplay* masih memandang komunitas *cosplay* itu

negatif, seperti beberapa isu yang sudah banyak mengatakan bahwa *cosplay* itu kegiatan yang aneh, dan kurang berguna. Dan juga untuk mengetahui apakah mereka bisa menerima tentang keberadaan komunitas *cosplay* di kota Yogyakarta ini. Berikut adalah sajian data wawancara dengan kedua informan dari luar komunitas *cosplay*, yaitu informan Essa Dery dan informan Naufal Dzaky

#### **a. Pengetahuan masyarakat tentang komunitas *cosplay***

##### **1. Menurut Essa Dery**

“Oh orang yang pake kostum-kostum itu ya mas? Ya, tahu sih mas. Saya juga pernah ngelihat acara mereka koq. Cuman ya ngelihat biasa aja sih, dan saya juga baru tau kalo itu namanya *cosplay*” (wawancara 31-Desember-2016)”

Dari hasil wawancara tentang pengetahuan tahu atau tidak nya tentang komunitas *cosplay*, menurut informan dari Essa Dery, bisa disimpulkan bahwa sebenarnya dia pernah melihat *cosplay*, namun dia belum tahu bahwa itu namanya adalah komunitas *cosplay*. Dia baru mengetahui saat peneliti memberi tahu bahwa orang yang memakai kostum itu namanya *cosplay*.

##### **2. Menurut Naufal Dzaky**

“Komunitas *cosplay*? Ya saya tahu mas kalau tentang komunitas *cosplay*. Tapi saya bukan *cosplayer* loh mas, saya cuman penggemar dan penikmat *cosplay* doang sih.” (wawancara 3-Januari-2017)

Dari hasil wawancara dengan informan di atas tentang pengetahuan tahu atau tidak nya tentang komunitas *cosplay*, dia mengetahui tentang adanya komunitas *cosplay*. Karena dia ternyata juga sebagai penggemar dan penikmat *cosplay*.

## **b. Pandangan menurut masyarakat tentang komunitas cosplay Yogyakarta**

### **1. Menurut Essa Dery**

“Ya kalau menurut pandangan saya sih, sebenarnya komunitas *cosplay* itu biasa-biasa aja sih. Saya gak terlalu tahu tentang *cosplay*, jadi ya saya gak terlalu suka sama *cosplay* mas. Tapi kalo boleh jujur ya, mereka terlalu aneh untuk sebuah komunitas mas, ya gimana ya, maksud nya mereka kan ya bisa dibilang udah pada dewasa lah ya, tapi masih tetep aja mau mainan sama kostum-kostum kartun atau karakter game kayak gitu. Tapi ya, selama mereka gak berbuat rusuh atau punya kegiatan yang negatif ya menurut saya boleh-boleh saja.”  
(wawancara 31-Desember-2016)

Dari hasil wawancara dengan informan Essa Dery, tentang pandangan dia melihat komunitas *cosplay* Yogyakarta bisa diketahui bahwa, dia masih memandang komunitas *cosplay* itu aneh, dia berpendapat bahwa walaupun umur mereka sudah bisa dikatakan sudah dewasa, tetapi mereka masih senang menggunakan kostum-kostum kartun atau karakter game. Tapi walaupun dia menganggap komunitas *cosplay* itu aneh, dia masih bisa menerima komunitas *cosplay* selama komunitas *cosplay* tersebut tidak melakukan kegiatan yang negatif.

## 2. Menurut M.Naufal Dzaky

“Menurut saya komunitas *cosplay* itu bagus koq, dengan adanya komunitas *cosplay*, mereka yang mempunyai hobi *cosplay*, bisa berkumpul dan bergabung dengan komunitas *cosplay* yang ada di Yogyakarta ini. Jadi mereka bisa menemukan teman yang sehoobi” (wawancara 3-Januari-2017)

Dari hasil wawancara dengan informan M.Naufal Dzaky, tentang pandangannya melihat komunitas *cosplay* Yogyakarta bisa diketahui bahwa, dia memandang komunitas *cosplay* itu bagus, karena dengan adanya komunitas *cosplay*, maka para pelaku *cosplay* ini bisa bergabung, berkumpul, dan bisa menemukan teman yang sehoobi.

## c. Keinginan memahami dan menerima adanya komunitas *cosplay* di Yogyakarta dari masyarakat

### 1. Menurut Essa Dery

“Ya kalau buat masalah seperti itu sih, saya netral aja ya mas. Ya saya mungkin bisalah kalau buat memahami dan menerima komunitas *cosplay* di Jogja ini, selama mereka gak merugikan ya gak masalah lah.” (wawancara 31-Desember-2016)

Berdasarkan hasil dari wawancara diatas dengan informan Essa Dery, mengenai keinginan untuk memahami dan menerima adanya komunitas *cosplay* di Yogyakarta, bisa diketahui bahwa, informan bisa mencoba untuk memahami dan menerima komunitas *cosplay* di Yogyakarta, selama komunitas *cosplay* tersebut, tidak melakukan kegiatan yang merugikan masyarakat.

## 2. Menurut Naufal Dzaky

“Ya kalau untuk urusan menerima tentang adanya keberadaan komunitas *cosplay* sih saya ya terima-terima aja. Soalnya tanpa adanya komunitas *cosplay*, acara *cosplay* gak bisa diselenggarakan mas. Terus, dengan adanya komunitas *cosplay*, saya juga bisa lihat penampilan aksi-aksi para komunitas *cosplay* di acara tersebut” (wawancara 3-Januari -2017)

Dari hasil wawancara diatas bersama informan Naufal Dzaky, tentang keinginan untuk memahami dan menerima komunitas *cosplay* di Yogyakarta, bisa diketahui bahwa, informan bisa memahami dan menerima dengan baik, tentang adanya komunitas *cosplay* yang ada di Yogyakarta, karena menurut informan, tanpa adanya komunitas *cosplay*, acara *cosplay* tidak akan bisa diselenggarakan. Dan dengan adanya komunitas *cosplay*, informan bisa melihat penampilan aksi dari para komunitas *cosplay* di acara tersebut.

### **d. Pandangan negatif masyarakat terhadap komunitas *cosplay***

#### 1. Menurut Essa Dery

“Kalau untuk negatif dari komunitas *cosplay* ini sih ya menurut saya, yang pertama, kegiatan mereka kurang bermanfaat, mereka cuman senang-senang sama *cosplay* nya dan membuang-buang waktu luang aja. Yang kedua, kebanyakan dari mereka tingkahnya masih kekanak-kanakan. Yang ketiga, tidak nasionalis, mereka terlalu membanggakan budaya Jepang dari pada Indonesia, mereka terlalu senang dengan kegiatan *cosplay*, dan mereka juga sering pake bahasa campuran kadang jepang kadang indonesia, gak konsisten“ (wawancara 24-Januari-2017)

Berdasarkan wawancara dengan informan diatas, tentang pandangan sisi negatif dari komunitas *cosplay*, bisa diketahui bahwa, yang pertama, dia menganggap bahwa kegiatan atau aktivitas komunitas *cosplay* itu kurang bermanfaat. Yang kedua, informan masih menganggap tingkah dari para anggota komunitas *cosplay* itu, masih terlalu kekanak-kanakan. Dan yang terakhir, informan menganggap bahwa mereka tidak nasionalis, karena kebanyakan dari mereka terlalu membanggakan budaya Jepang dari pada Indonesia.

## 2. Menurut M. Naufal Dzaky

“Sebenarnya tiap komunitas itu punya sisi positif dan negatif kalo menurut saya. Nah untuk komunitas *cosplay* ini, menurut saya sisi negatif nya mungkin yang pertama, *style* atau gaya mereka terutama *fashion* nya, terlalu berkiblat ke gaya Jepang, padahal gaya di Indonesia juga gak kalah bagus nya. Yang kedua, menurut saya, mereka itu sekelompok orang yang rela menghabiskan uang mereka demi kesempurnaan sebuah kostum. Tak jarang mereka juga membeli alat *makeup* yang tentunya lumayan mahal-mahal demi kesempurnaan *cosplay* nya. Kadang juga mereka punya sifat yang sombong, seperti kalau pas dimintain foto bareng, kadang mereka gak mau, dan malah di cuekin, walaupun gak semua nya sih, tapi sebagian dari mereka masih ada yang punya sifat kayak gitu” (wawancara 24-Januari-2017)

Berdasarkan hasil wawancara diatas dengan Naufal Dzaky mengenai pandangan negatif nya terhadap komunitas *cosplay*, bisa diketahui bahwa, dia menganggap *style* atau gaya *fashion* mereka terlalu berkiblat dengan gaya *fashion* Jepang, padahal gaya Indonesia juga tidak kalah bagus nya. Selain itu, dia juga memandang bahwa mereka adalah sekelompok orang yang rela menghabiskan uang mereka demi kesempurnaan sebuah kostum,

dan tak jarang juga mereka membeli alat *makeup* yang lumayan mahal-mahal demi kesempurnaa *cosplay* nya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan kedua informan dari kategori masyarakat luar komunitas *cosplay*, bisa diketahui bahwa, masyarakat di luar komunitas, masih memandang bahwa komunitas *cosplay* itu masih ada sisi negatif nya. Berikut tabel untuk citra negatif nya menurut masyarakat di luar komunitas *cosplay*,

Tabel 3.1

Citra negatif masyarakat terhadap komunitas *cosplay* Yogyakarta

NO	Citra negatif masyarakat terhadap komunitas Cosplay Yogyakarta
1	Kegiatan komunitas nya kurang bermanfaat
2	Terlalu kekanak-kanakan
3	Tidak Nasionalis ( Terlalu membanggakan Jepang dari pada Indonesia
4	Gaya komunitas <i>cosplay</i> yang terlalu berkiblat ke Jepang
5	Sekelompok orang yang rela menghamburkan uang demi sebuah kostum
6	Terkadang mereka terlalu cuek dan sombong saat di <i>event</i>

Walaupun begitu, masyarakat luar komunitas, masih bisa untuk mencoba bersikap dan menerima tentang adanya komunitas *cosplay* di kota Yogyakarta, selama mereka tidak melakukan kegiatan yang merugikan masyarakat di luar komunitas *cosplay*.

### **3. Cara aktivitas komunikasi pembentukan citra dari komunitas *cosplay* di Yogyakarta dan Penting nya membentuk citra komunitas *cosplay***

#### **A. Cara aktivitas komunikasi pembentukan citra dari komunitas *cosplay* di Yogyakarta dalam mengubah citra negatif dari masyarakat.**

Membangun atau membentuk sebuah citra, memang sangatlah perlu untuk dilakukan bagi perusahaan, organisasi, maupun komunitas. Karena dengan membentuk citra, tentunya citra yang positif akan berdampak positif juga kepada perusahaan, organisasi, atau komunitas tersebut. Berdasarkan tabel pandangan atau statement negatif dari masyarakat luar komunitas *cosplay* Yogyakarta. Maka munculah beberapa aktivitas pembentukan citra yang dilakukan oleh komunitas *cosplay* (informan), untuk membentuk citra komunitas yang positif dan mengubah citra negatif dari masyarakat. Beberapa cara yang dilakukan oleh komunitas *cosplay* Yogyakarta antara lain,

## 1. Komunitas Guntaku Cosplay

“Kalau dari Guntaku *Cosplay* sendiri, ya paling cara nya seperti, melakukan beberapa kegiatan sosialisasi, terus buat menanggapi pandangan negatif masyarakat yang bilang kalau komunitas *cosplay* itu tidak nasionalis, saat hari kemerdekaan RI, kami juga membuat acara agustusan sendiri dengan melibatkan masyarakat sekitar untuk ikut serta dalam rangkaian acara kemerdekaan RI, terus buat masyarakat yang bilang kalo komunitas *cosplay* itu selalu berkiblat ke Jepang, itu salah. Selain *cosplay* dengan karakter *anime* Jepang, kami juga sering *cosplay* dengan kostum *original* buatan kami sendiri, jadi gak selalu harus ngikutin gaya Jepang. Kami juga cukup sering mengadakan acara bakti sosial ke beberapa panti asuhan yang memang membutuhkan. Guntaku *cosplay* juga sering mengadakan tutorial *make up cosplay* dan *cosplay* showcase ke beberapa sekolah-sekolah, harapan nya itu umpan balik nya positif, dan alhamdulillah semua nya memberikan pendapat positif, mulai dari siswa nya sampai ke guru-guru nya. Aktivitas tersebut kami lakukan buat membuktikan kalau pandangan masyarakat tentang komunitas *cosplay* itu kegiatan nya tidak bermanfaat, itu salah besar. Kami berharap dengan adanya kegiatan atau aktivitas kayak gini, semoga masyarakat bisa mengubah pandangan negatif mereka kepada komunitas *cosplay* dan mengubah nya jadi positif.” (wawancara 25-Januari -2017).

Berdasarkan hasil wawancara tentang proses aktivitas komunikasi pembentukan citra komunitas nya, bisa diketahui bahwa proses nya seperti, banyak melakukan kegiatan sosialisasi seperti, saat hari kemerdekaan RI, mereka mengadakan lomba-lomba agustusan dan mengajak beberapa masyarakat sekitar untuk gabung bersama. Kegiatan tersebut dilakukan untuk membuktikan bahwa pendapat masyarakat tentang komunitas *cosplay* itu tidak nasionalis itu salah Saat bulan puasa pun, mereka rutin berbagi takjil *on the street*, bagi para pengguna jalan saat menjelang berbuka puasa. Mereka juga melakukan kegiatan sosial seperti bakti sosial ke beberapa panti asuhan juga. Selain itu, mereka juga

melakukan *workshop* tentang kostum *cosplay* dan *make up cosplay* ke sekolah-sekolah. Ini membuktikan bahwa pendapat masyarakat tentang komunitas *cosplay* adalah komunitas yang tidak bermanfaat, itu salah.

## 2. Komunitas Albatross Force Cosplay Team

“Untuk albatross sendiri sih, buat menanggapi masyarakat yang masih menganggap komunitas *cosplay* itu komunitas yang kurang bermanfaat, cara nya ya seperti tadi itu mas, kami sering mengadakan kegiatan sosialisasi seperti acara-acara *workshop* dan tutorial bikin kostum *cosplay*, dan *perform cosplay (cosplay showcase)*, bikin *event* gratis alias pengunjung gak usah bayar buat datang ke acara kami, jadi lebih banyak masyarakat yang tertarik untuk mengunjungi acara kami, banyak dari mereka ya membawa keluarga juga, seperti itu. Kalau harapan untuk umpan balik nya sih, mereka jadi bisa menerima apa adanya tentang komunitas *cosplay* di Jogja, dan mereka jadi lebih tahu kalau *cosplay* itu bukan suatu kegiatan yang negatif dan sia-sia atau tidak bermanfaat. Dan bagi para orang tua juga bisa mengubah pikiran mereka agar anak-anak nya juga di bolehkan untuk ber-*cosplay* sesuai karakter dan tokoh yang mereka suka. Dan mungkin untuk kedepan nya sih, kami berusaha untuk lebih banyak melibatkan masyarakat umum dalam kegiatan kami. Ya doakan saja semoga bisa segera tercapai amin.” (wawancara 25-Januari -2017).

Berdasarkan apa yang telah informan sampaikan tentang proses pembentukan citra komunitas nya, bisa diketahui proses yang mereka lakukan dalam menanggapi pendapat negatif dari masyarakat yang menganggap bahwa komunitas *cosplay* itu tidak bermanfaat atau sia-sia, mereka melakukannya dengan cara seperti, membuat acara *workshop* tutorial membuat kostum, mengadakan acara gratis atau bisa dibidang bagi para pengunjung yang datang mereka tidak usah mengeluarkan uang untuk datang ke acara *cosplay* yang mereka buat, sehingga diharapkan bisa

menarik banyak orang lain selain dari para pecinta *cosplay* dan budaya pop Jepang, untuk datang meramaikan acara *cosplay* tersebut. Semua aktivitas itu mereka lakukan untuk menyangkal bahwa pandangan masyarakat tentang komunitas *cosplay* tidak bermanfaat itu, salah.

### 3. Komunitas Genk Sweg Cosplay

“Buat membuktikan pendapat masyarakat yang bilang komunitas *cosplay* itu komunitas yang gak bermanfaat itu salah, proses nya seperti yang sudah saya bilang tadi, kami mengikuti beberapa kompetisi *cosplay* umum yang diselenggarakan di *Mall-Mall* Jogja. Karena itu adalah *timing* atau waktu yang pas untuk menyampaikan pesan kami, bayangkan saja tidak seperti kompetisi atau acara yang diselenggarakan di kampus-kampus yang notabennya pasti yang datang ya para penggemar Jejepangan dan *Cosplay*. Nah kalau di *Mall*, yang datang kan gak Cuma mereka yang suka Jejepangan atau *Cosplay*. Banyak juga masyarakat yang datang di mall tersebut untuk hanya sekedar jalan-jalan dan belanja bersama keluarga, yang pada awalnya mereka gak ada niatan untuk menyaksikan acara *Cosplay* yang ada di *Mall* itu akhirnya jadi ikutan nonton acaranya. Nah disaat mereka berkumpul kami berusaha menunjukkan bahwa *Cosplay* juga bisa membuat para pelaku *cosplay* nya berprestasi dan mendapatkan penghargaan dari kompetisi *Cosplay* tersebut Selain itu untuk menanggapi masyarakat yang memandang kalo komunitas *cosplay* itu sekelompok orang yang bisa mengahiskan uangnya demi sebuah kostum, itu salah. Karena *cosplay* itu bukan cuman sekedar uang aja, tapi juga *passion* dan bukti keseriusan kami para *cosplayer* dalam ber-*cosplay*, kadang kalau biaya kita pas-pasan, ya kita produksi bikin kostum sendiri, jadi bisa menghemat biaya produksi gak sampai buang-buang uang juga” (wawancara 26-Januari-2017).

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu informan tentang proses pembentukan citra komunitas nya, bisa diketahui bahwa proses yang mereka lakukan dalam menanggapi pendapat negatif dari masyarakat yang menganggap komunitas *cosplay* itu komunitas yang tidak

bermanfaat, mereka mengikuti kegiatan kompetisi atau *event cosplay* yang diselenggarakan di tempat umum, dalam hal ini tempat umum tersebut adalah Mall. Ya, *event cosplay* juga sering diadakan di dalam *Mall-Mall* Jogja, dengan mengikuti acara tersebut, menurut mereka adalah waktu yang tepat untuk membentuk citra komunitas mereka, karena didalam mall sendiri, yang melihat bukan hanya orang-orang yang suka dengan *cosplay* tetapi mereka juga masyarakat luar komunitas *cosplay* yang sedang meluangkan waktu nya didalam *Mall*. Dengan begitu, apabila mereka bisa membuat atau berhasil memenangkan event tersebut, otomatis orang-orang yang berada di dalam *Mall* saat itu, juga pasti melihat dengan kami dengan bangga. Seperti itulah cara kami untuk membuktikan bahwa komunitas *cosplay* itu adalah komunitas yang positif.

#### 4. Komunitas Hikari Kazoku Cosplay

“Untuk mmbuktikan pandangan masyarakat kalau komunitas *cosplay* itu terlalu cuek dan sombong saat di *event*, kami berusaha untuk menjaga sikap kami saat sedang ada di sebuah event atau kompetisi. Biar para pengunjung juga bisa menikmati pertunjukan kami. Selain itu kami juga menjaga sikap untuk tidak acuh dalam melayani para pengunjung yang ingin berfoto dengan kami, karena banyak juga komunitas yang ketika dimintain buat foto sama pengunjung, mereka malah tidak menanggapi dan meninggalkan nya begitu aja. Jadi kami berusaha untuk lebih ramah dengan pengunjung, dengan harapan mereka bisa menganggap kami sebagai komunitas *cosplay* yang ramah, karena kami semua memang aslinya sifat nya ramah. Jadi secara otomatis itu bisa membuat citra komunitas kami lebih dihargai.” (wawancara 26-Januari -2017).

Dari hasil wawancara dengan informan Hario selaku ketua komunitas Hikari Kazoku, dapat diketahui aktivitas proses pembentukan citra komunitas mereka dalam membuktikan bahwa pandangan masyarakat tentang komunitas *cosplay* itu terkadang terlalu cuek dan sombong, mereka lebih menjaga sikap ketika sedang berada di *event*, karena pasti banyak sekali orang yang datang ke *event* tersebut dan secara tidak langsung pengunjung *event* tersebut juga memperhatikan komunitas-komunitas *cosplay* yang ada di tempat. Selain itu, mereka berusaha untuk tetap ramah kepada pengunjung *event* tersebut, terutama pada pengunjung yang meminta foto bersama mereka. Agar para pengunjung yang meminta foto kepada mereka, menjadi senang dan tidak kesal.

##### 5. Komunitas Anoman (*Anime, Otaku, Manga, & Cosplay*) Yogyakarta

“Cara kami yaitu, karena faktor dari luar komunitas yang masih banyak menganggap kalau komunitas *cosplay* itu masih dianggap sebagai komunitas yang kurang bermanfaat, ya kami mencoba meluruskan pandangan kayak gitu dengan cara, biasa nya kami membuat beberapa *cosstreet* atau *cosplay street*, dimana kami berkumpul disuatu tempat dan berjalan-jalan menggunakan *Cosplay*, kami biasa nya sih menghibur para wisatawan dan pejalan kaki yang sedang mengunjungi lokasi liburan, ya menghibur anak-anak juga dengan tokoh *superhero* atau *anime* yang sedang disukai anak-anak dan sebagainya. Jadi diharapkan masyarakat bisa melihat kami para *Cosplyer*, juga mempunyai sisi positif dari kegiatan *cosplay* itu sendiri.” (wawancara 27-Januari -2017).

Berdasarkan hasil kutipan wawancara dengan informan Vira selaku ketua dari komunitas ini, proses pembentukan citra mereka dalam membuktikan kalau komunitas *cosplay* itu komunitas yang kurang

bermanfaat, dengan cara melakukan kegiatan *cosplay street*, yaitu berkumpul disuatu tempat menggunakan kostum, dan berjalan disekitar tempat tersebut, biasanya mereka memilih tempat-tempat yang ramai saat liburan atau hari *weekend*, dan mereka biasanya menghibur pengunjung yang kebetulan ada disana, serta melakukan foto bersama para pengunjung, dan sebagainya. Sehingga bisa membuktikan bahwa komunitas *cosplay* itu masih mempunyai kegiatan yang positif dan bermanfaat.

#### 6. Komunitas Amanogawa J-Community

“Menanggapi pandangan masyarakat kalau komunitas *cosplay* itu sifat anggotanya masih kekanak-kanakan itu salah, kami sebenarnya bukan kekanak-kanakan, kami cuman ingin menjaga kenangan masa kanak-kanak kami yang penuh petualangan dan tayangan *anime* atau *super hero* itu gak hilang walaupun kami beranjak dewasa, kami menjaga kenangan itu ya salah satunya dengan cara *cosplay*. Kami biasanya melakukan *cosplay showcase* dan *cabaret cosplay*. Dan buat masyarakat yang menganggap kalau *cosplay* itu kegiatanyang kurang bermanfaat, pendapat mereka salah. Soalnya, kami juga biasanya mengadakan acara baksos ke beberapa panti asuhan dan dulu kami juga sempat ikut turun membantu kerja bakti di cangkriangan merapi pasca musibah gunung merapi meletus. Jelas kami datang kesana dengan membawa nama komunitas kami dan sekolah. Gak cuman dari anggota kami, tapi siswa lain diluar anggota kami juga ikut meramaikan acara kerja bakti ini, sekalian menyerahkan bantuan ke masyarakat yang terkena musibah.” (wawancara 27-Januari-2017).

Dari hasil wawancara dengan Annisa selaku ketua dari komunitas Amanogawa menyampaikan bahwa kegiatannya dalam membentuk citra komunitasnya guna membuktikan bahwa pandangan masyarakat tentang komunitas *cosplay* sifat anggotanya masih kekanak-kanakan, Annisa

menjelaskan bahwa sebenarnya mereka bukan kekanak-kanakan, mereka hanya ingin menjaga kenangan masa kanak-kanak mereka tidak dilupakan begitu saja walaupun mereka beranjak dewasa. Karena bagi mereka itu adalah kenangan yang paling berharga yang tidak bisa didapatkan oleh anak-anak jaman sekarang. Selain itu dalam membuktikan pandangan masyarakat bahwa komunitas *cosplay* itu kegiatan yang kurang bermanfaat, mereka ternyata pernah mengikuti kegiatan acara bersih-bersih dalam rangka membantu membersihkan lingkungan warga merapi di cangkringan, yang pernah terkena musibah letusan gunung merapi. Jadi, dengan begitu kegiatan mereka juga bermanfaat buat orang lain.

#### 7. Komunitas Atsuki J-Freak Community

“Buat masyarakat yang masih memandang kalau komunitas *cosplay* itu terkadang cuek dan sombong saat di event, cara nya gak terlalu ribet-ribet amat sih mas. Paling kami biasanya tetap selalu jaga sikap dan perilaku kami saat lagi di *event* ataupun di acara-acara lainnya, lebih ramah, lebih santai, dan gak bikin kehebohan, jadi para pengunjung *event* juga gak terlalu terganggu dengan kami.” (wawancara 29-Januari-2017).

Dari hasil wawancara dengan Aryo selaku informan dari komunitas Atsuki J-Freak, aktivitas komunikasi yang dilakukan mereka dalam membentuk citra guna membuktikan bahwa pendapat dari masyarakat tentang komunitas *cosplay* itu terkadang cuek atau sombong, mereka lebih memilih menjaga sikap dan perilaku mereka saat sedang berada di sebuah acara. Seperti, mereka berusaha untuk lebih ramah, lebih santai, dan gak

bikin kehebohan atau keributan di lokasi event. Jadi para pengunjung atau masyarakat yang datang, tidak terlalu terganggu dengan mereka.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dengan beberapa informan yang telah melakukan aktivitas mereka dalam membentuk citra guna mengubah citra negatif dari masyarakat, bisa diketahui bahwa dari setiap komunitas *cosplay* yang ada, caranya kurang lebih seperti sering mengadakan acara yang melibatkan orang-orang diluar komunitas mereka, beberapa juga ada yang menggelar acara *workshop cosplay*, dan ada juga dari mereka yang lebih menjaga sikap dan berhati-hati dengan perilaku mereka saat mereka sedang ada di sebuah acara, agar tidak mengganggu pengunjung lainnya yang ada di acara tersebut juga. Selain itu ada juga yang membuktikan dengan cara membuat kostum original mereka sendiri, guna menyangkal citra negatif dari masyarakat yang menganggap bahwa gaya *cosplay* mereka terlalu berkiblat ke negara Jepang.

## **B. Pentingnya membentuk citra bagi komunitas *cosplay* Yogyakarta**

Membentuk citra adalah salah satu cara untuk bisa membuat suatu organisasi, perusahaan, atau komunitas dalam hal menjaga nama baik mereka di lingkungan masyarakat umum. Begitu juga penting nya membentuk citra bagi komunitas mereka, dalam hal ini mereka adalah komunitas *cosplay*. Berikut beberapa pernyataan menurut mereka tentang penting nya membentuk citra bagi komunitas *cosplay* mereka.

## 1. Komunitas Guntaku Cosplay

“Penting mas, karena dengan membentuk citra tersebut, kami bisa lebih dikenal, membangun banyak koneksi, mengenalkan cosplay ke masyarakat, dan membuat citra komunitas kami lebih dikenal baik oleh masyarakat umum. Jadi saya rasa penting banget untuk membentuk citra komunitas.” (wawancara 4-Desember -2016)

Dari wawancara di atas dengan Guntaku Cosplay, dapat diketahui bahwa menurut mereka membentuk citra komunitas mereka sangatlah penting, karena menurut mereka, itu bisa membantu komunitas mereka lebih dikenal, bisa membangun banyak koneksi, dan membantu mereka dalam mengenalkan *cosplay* ke masyarakat umum.

## 2. Komunitas Albatross Force Cosplay

“ Penting banget dong, karena dengan kami membentuk sebuah citra atau image komunitas kami mungkin bisa menjadi lebih baik dari yang sebelumnya, karena sadar akan beberapa haters diluar sana yang masih banyak. Jadi membentuk citra sangatlah penting untuk komunitas cosplay ini, agar mereka masyarakat di luar *cosplay* bisa melihat kami sebagai komunitas yang baik dan berprestasi.” (wawancara 7-Desember-2016).

Dari wawancara di atas dengan informan dapat diketahui bahwa menurut Albatross Force Cosplay, membentuk citra komunitas mereka sangatlah penting, karena menurut mereka, dengan membentuk citra, komunitas mereka bisa menjadi lebih baik dari yang sebelumnya, selain itu menurut pendapat mereka juga, citra sangat penting dalam membantu

mereka agar masyarakat diluar komunitas *cosplay* bisa melihat mereka sebagai komunitas yang lebih baik dan berprestasi.

### 3. Komunitas Genk Sweg Cosplay

“Jelas sangat penting. Itu bisa menunjukkan kalau komunitas *cosplay* itu komunitas yang positif dan bukan komunitas yang mempunyai arah pandangan negatif. Dengan membentuk citra komunitas juga bisa membuat komunitas itu sadar diri kalau masih banyak nya kekurangan yang komunitas itu punyai. Jadi ya, itu bisa jadi kritikan sendiri buat komunitas *cosplay* supaya kedepan nya lebih baik lagi.” (wawancara 10-Desember-2016).

Dari kutipan hasil wawancara diatas tentang penting nya membentuk citra komunitas, Genk Sweg berpendapat bahwa membentuk citra itu penting karena menurut mereka, itu bisa membantu menunjukkan bahwa komunitas *cosplay* itu adalah komunitas yang positif dan bukan komunitas yang negatif. Selain itu, menurut mereka dengan membentuk citra komunitas juga bisa membuat komunitas itu sadar diri jika masih banyak nya kekurangan yang komunitas mereka miliki, dan itu bisa menjadi kritikan sendiri buat komunitas *cosplay* mereka untuk bisa menjadi komunitas yang lebih baik.

### 4. Komunitas Hikari Kazoku *Cosplay* Yogyakarta

“Sangat penting. Dengan membentuk citra, komunitas bisa aman dari segala gangguan luar yang berusaha untuk menjatuhkan komunitas. Jadi citra itu juga bisa berpengaruh kepada semua nya, baik ke komunitas kami dan orang banyak. Dan tentunya bisa membantu citra komunitas kami jadi dipandang lebih baik di masyarakat luas” (wawancara 14-Desember-2016).

Dari kutipan wawancara dengan komunitas Hikari Kazoku dapat diketahui bahwa pendapat mereka tentang pentingnya membentuk sebuah citra dikarenakan, dengan membentuk citra, komunitas mereka bisa aman dari segala gangguan luar yang mempunyai usaha untuk membuat komunitas mereka negatif. Selain itu, menurut mereka juga, bisa membantu citra komunitas mereka lebih baik di pandangan masyarakat luas.

#### 5. Komunitas Anoman (Anime, Otaku, Manga, & Cosplay) Yogyakarta

“Sangat penting. Dengan kami berusaha untuk membentuk citra komunitas kami, kami berusaha untuk memberikan kesan yang terbaik buat masyarakat atau orang-orang diluar komunitas cosplay agar mereka lebih menghargai kami sebagai komunitas *Cosplay*.” (wawancara 17-Desember-2016).

Hasil dari kutipan wawancara diatas dengan salah satu informan komunitas cosplay Anoman, dapat diketahui bahwa menurut mereka membentuk citra komunitas mereka sangat penting, mereka berusaha untuk bisa memberikan kesan yang terbaik untuk masyarakat dan orang-orang diluar komunitas *cosplay* agar mereka bisa lebih menghargai komunitas *cosplay*.

#### 6. Komunitas Amanogawa J-Community

“Penting sekali. Citra itu setauku kan dibikin memang untuk memberikan kesan baik kepada organisasi, individu, maupun

komunitas. Jadi dengan membentuk citra kami bisa lebih berani untuk melakukan kegiatan yang lebih positif lagi. Jadi masyarakat bisa melihat kami komunitas cosplay sebagai komunitas yang mempunyai kegiatan positif.“ (wawancara 21-Desember-2016).

Dari hasil wawancara diatas dengan komunitas Amanogawa J-Community bisa diketahui bahwa mereka berpendapat bahwa menurut mereka citra memang dibuat untuk bisa memberikan kesan baik terhadap komunitas, jadi dengan membentuk citra, menurut mereka bisa lebih berani atau percaya diri dalam melakukan kegiatan yang lebih positif lagi.

#### 7. Komunitas Atsuki J-Freak Community

“Penting. Komunitas kami juga akan terbantu status nya, kalau citra komunitas kami itu dikenal baik. Jadi kami menganggap kalau membentuk citra itu penting. Karena kalau citra komunitas itu baik, mereka gak bakalan susah semisalnya kalo mau ngadain *event*, atau cari *sponsorship* buat acara mereka, karena citra komunitas nya yang udah dipandang baik.” (wawancara 29-Desember-2016)

Dari hasil wawancara diatas dengan informan Atsuki J-Freak bisa diketahui, bahwa menurut mereka dengan membentuk citra, komunitas mereka status nya akan terbantu, bahwa komunitas mereka itu dikenal baik. Selain itu menurut pendapat mereka, apabila citra komunitas itu baik, mereka tidak akan susah untuk mencari sponsor saat mereka akan mengadakan *event*, karena komunitas mereka yang sudah dipandang baik .

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan diatas, tentang penting nya dalam membentuk citra bagi komunitas mereka, bisa

diketahui bahwa, semuanya dari ketujuh komunitas *cosplay* yang ada di kota Yogyakarta, setuju tentang pentingnya membentuk citra bagi komunitas mereka. Selain itu, alasan dari tiap komunitas juga berbeda-beda walaupun intinya sama, yaitu mereka berharap dengan membentuk citra, komunitas mereka bisa dipandang lebih baik oleh masyarakat umum atau luar komunitas *cosplay*, dan berusaha untuk membuktikan bahwa komunitas *cosplay* adalah komunitas yang positif dan bisa berprestasi.

## **B. Pembahasan**

Pada bagian ini, peneliti akan memaparkan terhadap sajian data berdasarkan teori-teori aktivitas komunikasi dan citra, dimana teori-teori tersebut sudah dipaparkan di dalam bab 1. Berdasarkan sajian data diatas, aktivitas komunikasi dari komunitas *cosplay* Yogyakarta dalam membentuk citra saling berbeda satu sama lain. Hasil seleksi tersebut didapatkan setelah informan (komunitas *cosplay*) telah melakukan aktivitas komunikasi mereka dalam membentuk citra komunitas *cosplay*. Berikut pembahasannya,

### **1. Proses aktivitas komunikasi komunitas *cosplay* Yogyakarta dalam mengubah citra negatif dari masyarakat**

Seperti yang diketahui, citra adalah suatu pemahaman yang timbul berdasarkan pemahaman akan suatu kenyataan (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1990:67). Dan menurut Linggar (2002:69), dalam

dunia perhumasan, citra humas yang ideal adalah kesan yang benar, yakni sepenuhnya berdasarkan pengalaman, pengetahuan, serta pemahaman atas kenyataan yang sesungguhnya. Yang dimaksud Linggar disini adalah, kesan yang ingin diberikan kepada perusahaan dan khalayak publik supaya timbul opini publik yang bersifat positif terhadap perusahaan. Begitu juga sama halnya dengan komunitas, dimana citra adalah kesan yang ingin ditunjukkan kepada khalayak publik atau masyarakat agar timbul opini publik yang bersifat positif kepada komunitas nya yang berfungsi untuk mengubah pandangan negatif dari khalayak publik.

Proses pembentukan citra berdasarkan beberapa ahli, yaitu mengutip dari jurnal yang dilakukan oleh Nur Indah Puspita Dewi di [eprint.undip.ac.id](http://eprint.undip.ac.id), diantaranya yaitu John. S. Nimpoerno dalam laporang tentang tingkah laku konsumen, yang dikutip dari Danasputera yaitu, *public relation* digambarkan sebagai metode input output, proses intern dalam model ini adalah proses pembentukan citra. Citra itu sendiri bisa dibentuk dengan melalui persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap.

Setelah dilakukan penelitian, berdasarkan dari hasil wawancara, langkah – langkah yang dilakukan oleh komunitas *cosplay* dalam membentuk citra, dari 4 gambaran citra, ada 2 aspek gambaran pembentukan citra yang di gunakan oleh komunitas *cosplay* di Yogyakarta sebagai langkah untuk membentuk citra dan mengubah

citra negatif dari masyarakat, yaitu aspek motivasi dan sikap. Seperti yang sudah dijelaskan di bab 1, aspek motivasi dalam pembentukan citra adalah “keadaan seseorang yang mendorong keinginannya untuk melakukan kegiatan tertentu guna mencapai tujuan tertentu.” Komunitas *cosplay* yang menggunakan aspek motivasi ini untuk mengubah citra negatif dari masyarakat, adalah sebagai berikut.

### 1. Guntaku Cosplay

Gambaran aspek motivasi langkah mereka dalam pembentukan citranya yang dilakukan oleh komunitas Guntaku Cosplay untuk mengubah citra negatif dari masyarakat sebagai berikut,

Tabel 3.2

Langkah motivasi dalam pembentukan citra Guntaku Cosplay

Nama Komunitas	Langkah-Langkah Motivasi dalam Pembentukan Citra
Guntaku Cosplay	1. Mengadakan lomba saat kemerdekaan RI (Republik Indonesia) 2. Dalam bercosplay mereka tidak selalu menggunakan karakter dari Jepang, tapi terkadang mereka menggunakan kostum original atau karakter dari Indonesia 3. Melakukan kegiatan bakti sosial dan terkadang melakukan pertunjukan Cosplay

- **Komunitas *cosplay* tidak nasionalis (terlalu membanggakan Jepang dari pada Indonesia.)**

Langkah : langkah – langkah aktivitas yang dilakukan oleh komunitas Guntaku Cosplay ini terkait dengan aspek motivasi seperti, membuat beberapa kegiatan sosialisasi, saat sedang merayakan hari kemerdekaan RI, mereka juga merayakannya dengan mengadakan lomba-lomba agustusan sekaligus mengajak masyarakat sekitar untuk ikut berpartisipasi dalam lomba agustusan yang mereka buat. Ini menunjukkan bahwa pendapat dari masyarakat tentang komunitas *cosplay* itu tidak nasionalis adalah salah. Karena meskipun hobi mereka menyukai budaya pop Jepang, tetapi mereka masih sadar bahwa mereka tetaplah warga negara Indonesia, dan tidak melupakan status kewarganegaraannya tersebut.



Gambar 3.1

Kegiatan Guntaku Cosplay lomba kemerdekaan RI

- **Gaya komunitas *cosplay* terlalu berkiblat ke Jepang**

Langkah : Ternyata dalam ber-*cosplay*, mereka tidak selalu menggunakan kostum dari karakter atau tokoh animasi buatan Jepang, tapi kadang mereka juga membuat kostum original buatan mereka sendiri, atau dengan kostum dari karakter animasi indonesia, jadi tidak selalu harus menggunakan karakter atau tokoh dari Jepang.



Gambar 3.2

Kostum Gatot Kaca *Gold Armor*

- **Kegiatan komunitas *cosplay* yang kurang bermanfaat**

Langkah : Dengan melakukan kegiatan seperti bakti sosial ke beberapa panti asuhan yang sedang membutuhkan bantuan. Terkadang mereka juga melakukan kegiatan tutorial *makeup cosplay* dan pertunjukan *cosplay* ke

sekolah-sekolah, dengan harapan bisa berbagi ilmu pengetahuan tentang *cosplay* kepada siswa-siswi di sekolah tersebut..



Gambar 3.3

Kegiatan sosial Guntaku Cosplay

2. Albatross Force Cosplay

Langkah aspek motivasi pembentukan citra yang dilakukan oleh Albatross Force guna mengubah citra negatif dari masyarakat adalah sebagai berikut,

Tabel 3.3

Langkah motivasi Albatross Force Cosplay dalam pembentukan citra

Nama Komunitas	Langkah Motivasi dalam Pembentukan Citra
Albatross Force	1. Kadang memberikan workshop dan tutorial cosplay, atau mengadakan acara yang mereka buat secara gratis.

- **Kegiatan komunitas *cosplay* yang kurang bermanfaat**

Langkah : Mereka melakukan aktivitas seperti, memberikan *workshop* dan tutorial membuat kostum *cosplay*. Mereka juga membuat *event* atau acara *cosplay* gratis yang artinya, pengunjung tidak perlu membayar untuk bisa datang ke acara *cosplay* tersebut, sehingga diharapkan juga banyak masyarakat luar yang tertarik untuk datang ke acara *cosplay* gratis tersebut. Dengan banyaknya masyarakat yang datang ke acara tersebut, otomatis mereka bisa lebih mengenalkan *cosplay* ke masyarakat luas. Tujuannya yaitu, mereka ingin masyarakat tahu bahwa komunitas *cosplay* itu kegiatannya juga bermanfaat.



Gambar 3.4

Salah satu contoh acara *cosplay* yang dibuat oleh

Albatross Force Cosplay

### 3. Genk Sweg

Aspek motivasi pembentukan citra yang dilakukan oleh Genk Sweg Cosplay guna mengubah citra negatif dari masyarakat adalah sebagai berikut,

Tabel 3.4

Langkah motivasi Genk Sweg dalam pembentukan citra

Nama Komunitas	Langkah motivasi dalam pembentukan Citra
Genk Sweg	1. Mengikuti beberapa kompetisi yang diadakan di tempat umum, seperti acara kompetisi yang diadakan di sebuah Mall. 2. Tidak selalu menghaburkan uang saat akan ber-cosplay, karena mereka juga bisa membuat kostum sendiri, untuk menghemat biaya cosplay mereka.

- **Kegiatan komunitas cosplay yang kurang bermanfaat**

Langkah : Dengan cara mengikuti beberapa kompetisi *cosplay* umum yang diselenggarakan di *Mall-Mall* Jogja.

Karena menurut mereka itu adalah *timing* atau waktu yang pas untuk menyampaikan pesan mereka, karena tidak seperti kompetisi atau acara yang diselenggarakan di kampus-kampus yang notabennya pasti yang datang itu para penggemar Jejepangan dan *Cosplay*. Sedangkan di *Mall*, yang datang bukan hanya orang-orang yang suka Jejepangan atau *Cosplay*. Banyak juga pengunjung yang

datang di mall tersebut untuk sekedar jalan-jalan dan belanja bersama keluarga, yang pada awalnya pengunjung tersebut tidak mempunyai niatan untuk menyaksikan acara *Cosplay* yang ada di *Mall* itu dan akhirnya \pengunjung tersebut menyaksikan acara nya. Disaat pengunjung berkumpul mereka berusaha menunjukkan bahwa *Cosplay* juga bisa membuat para pelaku *cosplay* nya berprestasi dan mendapatkan penghargaan dari kompetisi *Cosplay* tersebut . Jadi kegiatan komunitas *cosplay* tidak bermanfaat itu salah.



Gambar 3.5

Genk Sweg saat mengikuti kompetisi *cosplay* di sebuah  
*Mall*

- **Sekelompok orang yang rela menghamburkan uang demi kostum.**

Langkah : Mereka berusaha membuktikan , bahwa *cosplay* itu bukan cuman sekedar uang aja, tapi juga *passion* dan bukti keseriusan para *cosplayer* dalam ber-*cosplay*. Saat keuangan mereka sedang kurang, mereka tidak memaksakan untuk membuat kostum, tetapi jika terpaksa membuat kostum, mereka lebih memilih membuat sendiri dari pada membuat kostum atau beli kostum ke toko kostum. Jadi bisa menghemat keuangan mereka.



Gambar 3.6

Pembuatan kostum dari Genk Sweg Cosplay

4. Komunitas Anoman Yogyakarta (Anime, Otaku, Manga, dan Cosplay)

Aspek motivasi aktivitas pembentukan citra yang dilakukan oleh komunitas Anoman untuk mengubah citra negatif dari masyarakat adalah sebagai berikut,

Tabel 3.5

Langkah motivasi Komunitas Anoman Yogyakarta dalam pembentukan citra

Nama Komunitas	Langkah motivasi dalam pembentukan citra
Anoman Yogyakarta	1. Melakukan kegiatan <i>cosplay street</i> , guna mendekatkan diri dengan masyarakat, dan menghibur masyarakat

- **Kegiatan komunitas cosplay kurang bermanfaat**

Langkah : Mereka membuat kegiatan *cosplay street*. Dimana mereka akan berkumpul disuatu tempat yang sudah mereka rencanakan terlebih dahulu, biasanya tempat-tempat wisata yang banyak masyarakat berkumpul. Mereka akan menggunakan *cosplay* untuk menghibur masyarakat yang sedang berada di tempat tersebut, terutama juga menghibur anak-anak dengan menggunakan kostum dari karakter animasi atau *superhero* yang anak-anak sukai.



Gambar 3.7

Salah satu aktivitas *cosplay street*

### 5. Amanogawa J-Community

Aspek gambaran motivasi pembentukan citra yang dilakukan oleh Amanogawa J-Community, untuk mengubah citra negatif, sebagai berikut,

Tabel 3.6

Langkah motivasi Amanogawa J-Community dalam pembentukan citra

Nama Komunitas	Langkah motivasi dalam pembentukan citra
Amanogawa J-Community	1. Mereka menjelaskan bahwa apa yang mereka lakukan bukanlah sifat kekanak-kanakan, tetapi hanya sebagai bentuk apresiasi demi menjaga kenangan masa kecil mereka agar tidak terlupakan meski mereka sudah tumbuh dewasa, dengan cara melakukan <i>cosplay</i> . 2. Mengadakan acara bakti sosial ke panti asuhan dan pernah juga membantu kerja bakti di cangkiringan merapi pasca gunung merapi meletus

- **Anggota komunitas *cosplay* itu kekanak-kanakan**

Langkah : Mereka menjelaskan bahwa mereka sebenarnya bukanlah kekanakan-kanakan, mereka hanya ingin menjaga kenangan masa kanak-kanak mereka yang penuh dengan petualangan dan tayangan *anime* atau *super hero* itu gak hilang walaupun mereka beranjak dewasa, salah satunya dengan cara *cosplay*. Mereka biasanya melakukan *cosplay showcase* atau *cabaret cosplay*.



Gambar 3.8

Salah satu aktivitas penampilan *cosplay showcase* atau *cabaret cosplay* Amanogawa J-Community

- **Kegiatan komunitas *cosplay* kurang bermanfaat**

Langkah : Mereka sering mengadakan acara baksos ke beberapa panti asuhan dan dulu kami juga sempat ikut turun membantu kerja bakti di cangkriangan merapi pasca musibah gunung merapi meletus. Kegiatan ini juga

sebagai salah satu aktivitas dari komunitas *cosplay* yang bermanfaat



Gambar 3.9

Salah satu aktivitas sosial dari komunitas Amanogawa J-Community Yogyakarta

Selain aspek motivasi yang digunakan dalam pembentukan citra komunitas mereka, ada juga komunitas yang menanggapi stimulus atau rangsangan dengan menggunakan aspek sikap. Aspek sikap dalam pembentukan citra adalah, **kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir guna menghadapi obyek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku, tapi itu adalah merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara tertentu.** Komunitas *cosplay* yang menggunakan aspek sikap ini dalam pembentukan citra nya adalah sebagai berikut,

## 1. Hikaru Kazoku Cosplay

Aspek sikap yang dilakukan oleh komunitas Hikaru Kazoku ini dalam proses pembentukan citra komunitas nya untuk mengubah citra negatif dari masyarakat adalah sebagai berikut,

Tabel 3.7

Langkah sikap yang dilakukan Hikari Kazoku dalam pembentukan citra

Nama Komunitas	Langkah sikap dalam pembentukan citra
Hikari Kazoku	1. Lebih memilih untuk menjaga sikap saat berada di sebuah event. Dan berusaha agar tetap ramah kepada para pengunjung yang meminta foto dengan mereka.

- **Terkadang komunitas *cosplay* terlalu cuek dan sombong saat di event.**

Langkah : Komunitas ini lebih memilih untuk menjaga sikap mereka saat berada di acara *cosplay*. Selain itu, mereka juga menjaga sikap mereka agar tetap selalu ramah dalam melayani para pengunjung yang ingin berfoto bersama mereka. Jadi, mereka berharap para pengunjung dan masyarakat yang sedang datang di acara tersebut, bisa

melihat bahwa komunitas *cosplay* itu tidak seburuk yang mereka lihat.



3.10

Salah satu aktivitas Hikari Kazoku berfoto bersama pengunjung

## 2. Atsuki J-Freak

Aspek sikap yang dilakukan oleh komunitas Atsuki dalam pembentukan citra komunitas mereka untuk mengubah citra negatif dari masyarakat adalah sebagai berikut,

Tabel 3.8

Langkah sikap yang dilakukan Atsuki J-Freak dalam pembentukan citra

Nama Komunitas	Langkah sikap dalam pembentukan citra
Atsuki J-Freak	1. Lebih menjaga sikap untuk selalu tetap ramah, lebih santai, dan berusaha untuk tidak membuat kehebohan atau keributan di acara tersebut. Sehingga para pengunjung tidak terlalu terganggu.

- **Komunitas *cosplay* terkadang teralalu cuek dan sombong saat di event**

Langkah : mereka lebih memilih untuk menjaga sikap dan perilaku mereka saat sedang berkunjung atau mengikuti acara *cosplay*. Mereka berusaha untuk lebih ramah, lebih santai, dan tidak membuat kehebohan atau keributan di acara tersebut. Sehingga masyarakat atau pengunjung yang datang, tidak terlalu terganggu dengan mereka.



Gambar 3.11

Salah satu aktivitas Atsuki J-Freak berfoto dengan masyarakat

Berdasarkan data dan pembahasan dari ketujuh komunitas *cosplay* diatas tentang langkah-langkah aktivitas komunikasinya dalam membentuk citra, guna mengubah citra negatif dari masyarakat, bisa disesuaikan dengan pendapat dari Sukatendel dalam Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2007:131) yang mengatakan, bahwa citra itu sengaja perlu diciptakan agar bernilai positif. Dimana dalam aktivitas pembentukan citra dari komunitas *cosplay* di Yogyakarta ini, sesuai dengan pengertian diatas, yaitu sebuah komunitas perlu membentuk citra komunitas mereka agar bernilai positif khususnya dimata masyarakat. Dan menurut Elvinaro dalam bukunya Dasar Dasar Public Relations tahun 2002, yang dikutip dari Danasputra tahun 1995, citra merupakan kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan fakta-fakta atau kenyataan. Citra terbentuk berdasarkan sebuah pengetahuan dan beberapa informasi yang diterima seseorang. Bisa dilihat, citra negatif

yang diberikan oleh masyarakat kepada komunitas *cosplay* ini adalah bagian dari sebuah pengetahuan dan beberapa informasi yang berkembang dan diterima oleh masyarakat itu sendiri.

Proses pembentukan citra, yang sesuai dengan komunikasi, dijelaskan oleh John. S. Nimpoerno yang dikutip dari Danasputra yaitu, *public relation* digambarkan sebagai metode *input output*. Proses dalam model ini adalah proses pembentukan citra, sedangkan *input* adalah stimulus yang diberikan dan *output* adalah sebuah tanggapan atau perilaku tertentu. Seperti yang dijelaskan tersebut, input dalam proses pembentukan citra komunitas *cosplay* ini adalah stimulus yang diberikan oleh masyarakat yaitu dengan memberikan rangsangan citra negatif. Dan output disini adalah tanggapan yang dilakukan komunitas *cosplay* untuk menanggapi stimulus citra negatif yang diberikan oleh masyarakat, dengan melakukan aktivitas komunikasi guna mengubah citra negatif tersebut. Sedangkan langkah pembentukan citra itu sendiri digambarkan dengan melalui persepsi, kognisi, motivasi dan sikap. Dalam hal ini, komunitas *cosplay* Yogyakarta menanggapi citra negatif tersebut dengan memilih menggunakan langkah motivasi dan sikap.

Seperti yang sudah dijelaskan diatas bahwa motivasi adalah “keadaan seseorang yang mendorong keinginannya untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan.” Dalam hal ini, komunitas *cosplay* di Yogyakarta melakukan beberapa aktivitas

nya seperti, melakukan kegiatan-kegiatan sosial, membuat *event*, dan kegiatan – kegiatan positif lainnya yang sudah dijelaskan sebelumnya. Sedangkan langkah sikap disini adalah “kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir guna menghadapi obyek, ide, situasi, atau nilai. Sikap bukan perilaku, tapi itu adalah kecenderungan berperilaku dengan cara tertentu.” Komunitas *cosplay* yang memakai langkah ini yaitu, Hikari Kazoku dan Atsuki J-Freak. Dimana mereka lebih memilih untuk menghadapi obyek dan situasi untuk berperilaku dengan cara tertentu, seperti berusaha untuk tetap ramah, lebih santai, melayani dengan ramah kepada para pengunjung yang ingin berfoto dengan mereka.

Dari pembahasan diatas bisa disimpulkan bahwa dalam melakukan aktivitas komunikasi pembentukan citra komunitas *cosplay* Yogyakarta, sesuai dengan proses pembentukan citra yang sudah dijelaskan diatas. Dalam menjalankan proses pembentukan citra nya, mereka menggunakan 2 langkah pembentukan citra yaitu, langkah motivasi dan sikap. Ternyata, hanya dengan 2 langkah saja, itu sudah bisa untuk membantu proses pembentukan citra komunitas mereka.

## 2. Aktivitas komunikasi komunitas *cosplay* Yogyakarta

Seperti yang kita ketahui, untuk menjawab beberapa pertanyaan tentang komunikasi, menurut Harold D Laswell dalam Effendy (1994:10) adalah, “*Who says what Which Channel to Whom With What Effect*”. Yang maksudnya adalah, pertanyaan seperti apa, melalui *channel* atau media apa, untuk siapa, dan dengan dampak seperti apa yang ingin didapatkan. Dalam aktivitas komunikasi komunitas *cosplay* Yogyakarta dalam pembentukan citra disini yaitu, bahwa komunitas *cosplay* mempunyai suatu pesan yang ingin mereka sampaikan, dengan cara melalui media sekunder yaitu *ber-cosplay*, melakukan kegiatan sosial dan mengadakan beberapa *event* atau acara yang terkait dengan *cosplay*. Dengan memakai media *cosplay*, melakukan kegiatan sosial dan mengadakan beberapa event, yang dilakukan untuk masyarakat luar komunitas *cosplay*, dengan tujuan mendapatkan efek yaitu masyarakat bisa mengerti dan memahami serta mengubah pandangan negatif mereka terhadap komunitas *cosplay* yang ada di kota Yogyakarta. Dalam melakukan aktivitas komunikasi, salah satu tujuannya adalah, kita ingin menghendaki seseorang untuk bisa mengerti sesuatu dan berbuat sesuatu, atau kita menghendaki seseorang untuk berfikir atau merasakan sesuatu dengan cara tertentu.

## 1. Proses Aktivitas Komunikasi

Proses aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh komunitas *cosplay* di kota Yogyakarta, hampir semuanya bisa dikaitkan dengan menggunakan teori S-M-C-R, seperti yang dikutip dari bukunya Effendy (1993:256) yaitu :

S : *Source* atau Sumber

M : *Message* atau Pesan

C : *Channel* atau Media

R : *Receiver* atau Penerima

Dimana penjelasannya adalah sebagai berikut,

*Source* atau sumber, sumber disini adalah ketujuh komunitas *cosplay* itu sendiri. Untuk *Message* atau pesan, mereka mempunyai pesan yang sama yaitu mereka ingin membuktikan bahwa komunitas *cosplay* itu tidak seburuk yang masyarakat pikirkan, dan komunitas *cosplay* juga bisa dibanggakan. Kemudian untuk *Channel* atau media penyaluran pesannya, mereka menggunakan media *Cosplay*, dengan mengadakan beberapa cara seperti, mengadakan *event cosplay*, membuat tutorial *make up cosplay* ke masyarakat umum, mengadakan bakti sosial dan mengadakan beberapa *cosplay showcase* atau penampilan *cosplay* di acara-acara *cosplay* tersebut. Dan untuk bagian

*receiver* nya atau penerima nya, adalah masyarakat diluar komunitas *cosplay*. .

## 2. Komunikasi Kelompok

Aktivitas komunikasi dari ketujuh komunitas *cosplay* ini juga termasuk dalam aktivitas komunikasi Kelompok. Menurut Effendy, komunikasi kelompok (*group communication*) berarti komunikasi yang dilakukan dengan sekelompok orang yang berjumlah lebih dari dua orang. Dalam bukunya Effendy, Ilmu, Teori, dan Filsafat (1993:75-78), komunikasi kelompok dibagi menjadi 2, yaitu komunikasi kelompok kecil dan komunikasi kelompok besar. Komunikasi kelompok kecil adalah, “komunikator menunjukkan pesannya dalam pikiran komunikan, proses komunikasi kelompok kecil berlangsung secara dialogis, tidak linear, melainkan sirkular. Komunikan bisa menanggapi uraian komunikator, bisa bertanya jika tidak mengerti dan menyanggah bila tidak setuju.” Dalam hal ini, peneliti akan membagi beberapa komunitas yang melakukan aktivitas komunikasi kelompok kecil maupun kelompok besar. Untuk yang melakukan komunikasi kelompok kecil sebagai berikut,

## 1. Guntaku Cosplay

Aktivitas komunikasi kelompok kecil yang mereka lakukan seperti, mengadakan rapat rutin tiap minggu, kumpul tiap minggu, saling sharing ide saat kumpul, dan melakukan beberapa kegiatan sosial dengan anggota komunitas nya. Sebagaimana dengan pengertian komunikasi kelompok kecil yang sudah dijelaskan diatas. Seperti saat mengadakan rapat mereka bisa saling berdialog, komunikasi bisa menanggapi uraian komunikator, bisa bertanya jika tidak mengerti, dan menyanggah apabila tidak setuju.



Gambar 3.12

Kumpul rutin Guntaku Cosplay

## 2. Genk Sweg Cosplay

Aktivitas yang dilakukan oleh komunitas Genk Sweg juga termasuk dalam komunikasi kelompok kecil. Seperti yang diketahui, komunikasi kelompok kecil dilakukan secara dialogis. Komunikasi bisa menanggapi uraian komunikator, bertanya jika tidak paham, dan

menyanggah bila tidak setuju. Seperti yang dilakukan oleh Genk Sweg yaitu, kumpul rutin mingguan, evaluasi, dan sharing ide untuk kostum baru yang akan diproduksi. Karena genk Sweg ini selain komunitas mereka juga membuka *workshop* kostum *cosplay*.



Gambar 3.13

Kumpul rutin Genk Sweg dan Saat pembuatan kostum

### 3. Hikari Kazoku Cosplay

Aktivitas yang Hikari Kazoku lakukan juga termasuk dalam komunikasi kelompok kecil yang bersifat dialogis. Seperti, mengadakan kumpul rutin, forum diskusi sesama anggota, evaluasi mingguan, membahas proyek komunitas selanjutnya, rutin latihan koreo *cosplay*, dan mengadakan outbound untuk komunitas mereka. Saat forum diskusi, atau evaluasi mingguan, mereka bisa melakukan dialog, antara komunikator dan komunikan yaitu anggota komunitas. Mereka bisa menanggapi uraian komunikator, menyanggah bila tidak setuju, dan bertanya bila tidak mengerti.



Gambar 3.14

Latihan koreo cosplay dan kumpul rutin Hikari Kazoku  
Cosplay

#### 4. Komunitas Anoman Yogyakarta (Anime, Otaku, Manga, dan Cosplay)

Aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh komunitas Anoman Yogyakarta juga termasuk dalam komunikasi kelompok kecil seperti, melakukan kumpul rutin tiap malam minggu, membahas proyek yang akan digunakan apabila akan mengikuti atau datang di event *cosplay*, dan sharing atau berbagi koleksi hiburan jepangan (*anime, tokusatsu, J-Drama, Movie*, dan lain-lain) dengan anggota yang lainnya.



Gambar 3.15

Kumpul rutin Anoman Cosplay dan Diskusi Forum

#### 5. Atsuki J-Freak Community

Kegiatan aktivitas yang dilakukan oleh komunitas atsuki juga termasuk dalam komunikasi kelompok kecil, seperti yang dilakukan oleh komunitas lainnya juga, yaitu mengadakan kumpul rutin komunitas, membahas program selanjutnya, dan membuat beberapa permainan saat mereka sedang kumpul komunitas, guna mempererat silahturami antar anggota mereka.



Gambar 3.16

Aktivitas kumpul anggota Atsuki J-Freak Community

## 6. Amanogawa J-Community

Aktivitas yang dilakukan oleh komunitas Amanogawa ini juga termasuk dalam komunikasi kelompok kecil. Aktivitas komunikasi dari Amanogawa ini seperti, mengadakan gathering anggota dan pada saat gathering, Amanogawa juga melakukan evaluasi anggota, dengan ini anggota dipersilahkan untuk memberikan kesan mereka selama ada di komunitas Amanogawa ini, dan anggota juga bisa memberikat kritik dan saran kepada sesama anggota lainnya, atau ke komunitas Amanogawa ini.



Gambar 3.17

### Kumpul dan Gathering anggota Amanogawa J-Community

Selain komunikasi kelompok kecil, ada juga komunitas *cosplay* di Yogyakarta yang aktivitas komunikasi mereka termasuk dalam komunikasi kelompok besar. Komunikasi kelompok besar adalah,

“proses komunikasi nya bersiafat linear, dari satu titik ke titik yang lain, dan dari komunikator ke komunikan.” Untuk komunitas yang aktivitas komunikasi nya termasuk aktivitas komunikasi kelompok besar yaitu,

#### 7. Albatross Force Cosplay

Aktivitas komunikasi dari Albatross Force ini bisa termasuk dalam komunikasi kelompok besar. Aktivitas komunikasi nya seperti, mereka mempunyai agenda liburan ke luar kota, selain untuk liburan, mereka juga menyempatkan untuk bertemu dengan komunitas *cosplay* dari kota yang sedang mereka kunjungi, guna membentuk tali silaturahmi sesama komunitas *cosplay*. Saat mereka bertemu dengan komunitas dari luar kota, ini sudah termasuk dalam komunikasi kelompok besar yaitu komunikasi nya bersifat linear, dari satu titik ke titik yang lainnya, dari komunikator ke komunikan. Dalam hal ini mereka berkomunikasi dengan anggota dari komunitas yang ditemui.



Gambar 3.18

### Aktivitas gathering Albatross Force Cosplay Yogyakarta

Dari penyajian data dan beberapa pembahasan tentang aktivitas komunikasi komunitas *cosplay* Yogyakarta dalam pembentukan citra bisa ditarik kesimpulan bahwa semua aktivitas komunikasi pembentukan citra yang dilakukan oleh komunitas *cosplay* di Yogyakarta, mempunyai tujuan yang sama yaitu, untuk mengubah pandangan masyarakat terhadap komunitas *cosplay* yang masih dianggap sebagai komunitas yang negatif. Hal ini juga sesuai dengan prinsip aktivitas komunikasi, dimana kita sebagai manusia saat melakukan sebuah aktivitas komunikasi, pastilah mempunyai suatu tujuan yang ingin kita capai dengan melakukan aktivitas komunikasi tersebut. Yaitu salah satunya,

1. Kita menghendaki seseorang untuk bisa mengerti sesuatu dan berbuat sesuatu.
2. Kita menghendaki seseorang untuk berfikir atau merasakan sesuatu dengan cara tertentu.

### **3. Faktor terbentuknya 7 komunitas *cosplay* Yogyakarta**

Selain itu, dapat diketahui juga bahwa komunitas *cosplay* yang ada di kota Yogyakarta ini, kebanyakan mereka terbentuk berdasarkan hobi, lokasi atau tempat, dan kebiasaan anggota yang selalu hadir. Selain terbentuk berdasarkan hobi, bahkan ada yang terbentuk berdasarkan, hobi dan lokasi atau tempat, kebiasaan anggota yang selalu hadir dan minat atau hobi. Seperti yang sudah dibahas di bab 1, tentang terbentuknya sebuah komunitas, mengutip dari web dosenpendidikan.com, menurut Vanina Delobelle, komunitas dibentuk oleh berdasarkan 3 faktor yaitu,

1. Keinginan berbagi dan berkomunikasi diantara anggota sesuai dengan kepentingan yang sama (Hobi)
2. *Basecamp* atau tempat dimana mereka biasanya berkumpul (Lokasi/Tempat)
3. Berdasarkan kebiasaan anggota yang selalu hadir (dari sesama anggota komunitas yang selalu hadir, kemudian anggota tersebut membuat komunitas yang lain.)

Dengan mengacu pada ketiga faktor tersebut tentang terbentuknya sebuah komunitas, setelah melakukan wawancara, hampir semua komunitas *cosplay* yang ada di kota Jogja ini, komunitas mereka terbentuk berdasarkan hobi atau minat yang sama yaitu dalam hal *bercosplay*. Untuk kategori komunitas yang terbentuk berdasarkan minat atau hobi nya antara lain sebagai berikut,

1. Albatross Force Cosplay,
2. Hikari Kazoku Cosplay,
3. Anoman Yogyakarta.

Selain dari minat atau hobi, ada juga komunitas yang terbentuk berdasarkan lokasi atau tempat yang sama, yaitu antara lain adalah,

1. Komunitas Guntaku Cosplay

(Dibentuk berdasarkan anggota yang berasal dari daerah Gunung Kidul, Yogyakarta yang mempunyai minat sama yaitu *cosplay*.)

2. Amanogawa J-Community

(Dibentuk berdasarkan siswa-siswi dari SMA N 1 Depok, Yogyakarta yang mempunyai hobi yang sama juga yaitu, *cosplay* )

3. Atsuki J-Freak Community

(Dibentuk berdasarkan dari *crew* atau tim acara program radio J-freak di radio komunitas kampus MMTC Yogyakarta yang memiliki ketertarikan yang sama yaitu dalam hal *cosplay*.)

Setelah minat dan hobi, lokasi atau tempat yang sama, ada juga komunitas yang terbentuk berdasarkan *point* ke 3 yaitu berdasarkan kegiatan anggota yang selalu hadir dan minat atau hobi yang sama. Komunitas cosplay tersebut adalah,

#### 1. Genk Sweg Cosplay

(Dibentuk berdasarkan pemikiran dari Yumaki, saat komunitas Atsuki sedang hiatus. Yumaki mengajak anggota yang selalu hadir di komunitas Atsuki itu, untuk membuat tim *cosplay*, guna mengasah kemampuan mereka dalam ber-*cosplay*. Dan setelah dibentuk, ternyata banyak *cosplayer* yang ingin bergabung dengan Genk Sweg, akhirnya mereka meresmikan bahwa Genk Sweg menjadi sebuah komunitas dan tim.)

Dari penyajian data dan pembahasan tentang pernyataan alasan kenapa mereka membentuk komunitas *cosplay*, bisa diketahui bahwa 7 komunitas *cosplay* yang ada di kota Yogyakarta ini, terbentuk dengan 3 faktor yang membuat komunitas *cosplay* itu terbentuk. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, menurut Vanina Delobelle, komunitas terbentuk berdasarkan 3 faktor yaitu, keinginan berbagi dan berkomunikasi diantara anggota sesuai dengan kepentingan yang sama (Hobi), *Basecamp* atau tempat biasa mereka berkumpul (Lokasi/Tempat), Berdasarkan anggota yang selalu hadir.

Selain itu, peneliti juga menemukan beberapa faktor saat dilapangan, dari komunitas *cosplay* dalam membentuk citra komunitas mereka. Dalam proses membentuk citra komunitas, memang tidak bisa terlepas oleh faktor pendukung dan penghambat dari komunitas *cosplay* dalam usahanya membentuk citra komunitas. Berikut adalah tabel faktor pendukung dan faktor penghambat proses pembentukan citra komunitas *cosplay* Yogyakarta.

Tabel 3.9

Faktor Pendukung Dan Penghambat komunitas *cosplay*  
Dalam membentuk citra

NO	FAKTOR PENDUKUNG	FAKTOR PENGHAMBAT
1	Adanya <i>event</i> budaya pop Jepang di kota Yogyakarta	Biaya
2	Adanya <i>media partner</i> yang bisa diajak bekerjasama, membuat <i>event</i>	Anggota yang terlalu banyak atau, sibuk
3	Adanya beberapa pihak yang mendukung dalam Pembuatan acara <i>cosplay</i> di Yogyakarta	Kepercayaan dengan masyarakat masih kurang

Berikut penjelasan dari tabel faktor penghambat dan faktor pendukung komunitas *cosplay* dalam membentuk citra,

#### A. Faktor Pendukung

##### 1. Adanya event budaya pop Jepang di kota Yogyakarta

Dengan adanya event budaya pop Jepang yang ada di kota Yogyakarta ini, bisa menjadi faktor pendukung komunitas *cosplay* Yogyakarta dalam membantu aktivitas pembentukan citra nya.

Karena dalam *event* budaya pop jepang pasti ada *cosplay* juga, dan dengan mengadakan event, mereka bisa menunjukkan aktivitas mereka kepada masyarakat luas. Beberapa event budaya pop Jepang yang ada di Yogyakarta adalah seperti,



Gambar 3.19

Beberapa event budaya pop Jepang di kota Yogyakarta

2. Adanya *media partner* yang bisa diajak bekerjasama dalam membuat event.

Dengan adanya *Media Partner*, mereka bisa membantu mempublikasikan kegiatan atau aktivitas ke masyarakat luas. Khusus nya dalam pembuatan event, sehingga itu bisa membantu aktivitas komunitas *cosplay* dalam usaha nya membentuk citra komunitas. *Media partner* yang biasa mendukung event nya seperti berikut,



Gambar 3.20

Beberapa media partner yang selalu mendukung event cosplay

3. Adanya beberapa pihak yang mendukung dalam pembuatan acara *cosplay* di Yogyakarta

Selain *media partner*, dengan adanya pihak-pihak yang selalu turut mendukung dalam pembuatan acara *cosplay* di kota Yogyakarta, membuat komunitas *cosplay* sangat terbantu, khususnya dalam perijinan untuk membuat sebuah acara *cosplay*, guna membantu aktivitas mereka dalam pembentukan citra komunitasnya. Pihak-pihak yang selalu mendukung acara *cosplay* atau budaya pop Jepang di kota Yogyakarta adalah seperti berikut,



Gambar 3.21

Pihak-pihak yang selalu mendukung acara *cosplay* maupun budaya pop Jepang di kota Yogyakarta

## B. Faktor Penghambat

### 1. Biaya

Dengan adanya kegiatan yang mengharuskan komunitas *cosplay* lakukan guna membuktikan aktivitas mereka tidak senegatif apa yang masyarakat pikirkan, seperti mengadakan kegiatan bakti sosial, mengadakan event dan lain sebagainya, membutuhkan biaya yang lumayan banyak, demi kelancaran aktivitas mereka dalam usaha membentuk citra komunitas nya. Sehingga biaya masih termasuk faktor penghambat yang dialami oleh komunitas *cosplay*.

### 2. Anggota yang terlalu banyak atau sibuk

Bagi komunitas yang mempunyai anggota banyak, mereka agak susah untuk mengatur jadwal kegiatan aktivitas anggota mereka masing-masing. Karena dalam aktivitas membentuk citra ini, diperlukan banyak anggota yang harus ikut berpartisipasi demi kelancaran pembentukan citra komunitas nya. Tetapi dengan waktu sibuk yang dimiliki para anggota masing-masing komunitas, sehingga mereka sedikit susah untuk merancang aktivitas komunitas mereka, khususnya dalam membentuk citra komunitas mereka.

### 3. Kepercayaan dengan masyarakat masih kurang

Dengan masih kurangnya kepercayaan dari komunitas *cosplay* nya sendiri kepada masyarakat ini tentu menghambat aktivitas pembentukan citra mereka. Seperti contoh, ketika mereka sedang mengadakan suatu event yang memang butuh penjagaan banyak, panitia dan anggota komunitas *cosplay* perlu tambahan personil untuk segi penjagaan acaranya. Disini harusnya mereka bisa mencoba untuk mengajak masyarakat sekitar lokasi acara, untuk turut membantu mengamankan acara mereka, apabila jika sudah dengan anggota dan panitia masih dirasa kurang cukup dalam hal keamanan lokasi acaranya.