

**Akulturası Budaya Populer Jepang pada *Cosplayer*
di Komunitas *Cosplay* Medan dalam Perspektif Komunikasi Antarbudaya**
Haris Wijaya, Siti Istia Andini

(*Universitas Sumatera Utara*)

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Akulturası Budaya Populer Jepang pada *Cosplayer* di Komunitas *Cosplay* Medan dalam Perspektif Komunikasi Antarbudaya”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui proses akulturası budaya populer Jepang yang dialami oleh para *cosplayer* di komunitas *Cosplay* Medan dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi proses akulturası budaya populer Jepang yang dialami oleh para *cosplayer* di komunitas *Cosplay* Medan. Teori yang relevan dalam penelitian ini adalah Komunikasi, Komunikasi Antarbudaya, Akulturası. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Jumlah informan dalam penelitian ini sebanyak 6 orang. Peneliti menggunakan teknik Sampling purposif (*purposive sampling*) untuk menentukan informan yang akan diwawancarai. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah data primer (wawancara mendalam dan observasi) dan data sekunder (studi kepustakaan). Teknik analisis data yang dilakukan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses akulturası budaya populer Jepang terjadi karena budaya populer Jepang yang menyebar di Indonesia melalui media kemajuan teknologi komunikasi. Berawal dari masuknya kartun-kartun Jepang ke Indonesia yang ditayangkan di televisi dan acara-acara bertemakan budaya pop Jepang yang semakin banyak diadakan di kota-kota besar di Indonesia menjadikan para informan semakin tertarik dengan budaya pop Jepang. Menyebarnya budaya pop Jepang tersebut membuat mereka mempelajari dan menginternalisasi pola-pola budaya pop Jepang itu sendiri untuk kemudian dijadikan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan mereka. Keluarga juga sangat berperan sebagai faktor dari proses terjadinya akulturası tersebut. Selain itu mereka menganggap budaya pop Jepang mampu memberikan banyak nilai yang dapat mereka aplikasikan ke dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Kata Kunci: *Komunikasi Antarbudaya, Akulturası, Budaya Populer, Cosplay*

- **Pendahuluan**

Fenomena *cosplay* yang terjadi pada saat ini merupakan salah satu cara bagi anak muda untuk melakukan eksperimen mencari jati diri atau menemukan identitas dirinya. *Cosplay* yang berasal dari penggabungan dua kata bahasa Inggris *costume* dan *play* adalah sebuah istilah yang digunakan untuk menyebut kegiatan anak muda yang memakai kostum ala karakter dalam *manga* atau komik Jepang dan *anime* atau kartun Jepang. Dari istilah *cosplay* lahirlah istilah *cosplayer* yang berarti orang yang melakukan *cosplay* (<http://journal.ui.ac.id>). *Cosplay* pertama kali muncul di Harajuku, Jepang pada tahun 1964 bertepatan dengan Olimpiade Musim Panas.

Cosplay sendiri merupakan salah satu bentuk dari budaya populer Jepang. Budaya populer merupakan salah satu budaya yang masuk dan berkembang di Indonesia. Budaya populer sendiri yang merupakan produk masyarakat industrial, kegiatan pemaknaan dan hasil kebudayaan ditampilkan dalam jumlah besar, kerap dengan bantuan teknologi produksi, distribusi dan penggandaan massal, sehingga mudah dijangkau oleh masyarakat (Heryanto, 2012: 29). Kata “pop” diambil dari kata “populer” yang dapat diartikan sebagai banyak disukai orang, karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang, dan budaya yang dibuat untuk menyenangkan dirinya sendiri. Budaya populer muncul dari interaksi sehari-hari dari masyarakat tertentu misalnya dunia fashion (Deni, 2006: 9).

Budaya populer telah menyebar sampai ke beberapa negara, salah satunya adalah Indonesia. Budaya populer Jepang di Indonesia sudah tidak asing lagi dikalangan remaja. Berawal dari masuknya film kartun asal Jepang yang ditayangkan di televisi pada tahun 1990-an, majalah yang membahas tentang *anime*, busana gaya *harajuku* (*harajuku-kei*), *game*, tren *cosplay* dan sebagainya. Itu semua merupakan budaya populer Jepang yang tidak hanya diminati oleh kaum remaja namun juga orang dewasa (Utomo, 2015: 3).

Melihat besarnya pengaruh budaya populer Jepang yang masuk ke Indonesia, khususnya di Kota Medan sendiri, *cosplay* sudah ada sejak tahun 2008 namun belum berkembang. *Cosplay* di Medan mulai berkembang pesat pada tahun 2010 sejak diperkenalkan oleh perguruan tinggi yang ada di Kota Medan. *Cosplay* dikenal di masyarakat Kota Medan melalui banyaknya acara perlombaan *cosplay*. Di Medan sendiri komunitas bagi para *cosplayer* yaitu Komunitas *Cosplay* Medan (Cosmed).

Berkembangnya budaya populer Jepang disalurkan melalui banyak jalur informasi mulai dari media cetak seperti koran, majalah dan sebagainya, media elektronik seperti televisi, radio dan sebagainya, media interaktif yaitu internet, hingga media alternatif seperti film layar lebar dan sebagainya sehingga media membawa pengaruh besar terhadap akulturasi budaya. Budaya populer Jepang berkembang dan menjadi pengaruh budaya di dunia dan berkontribusi terhadap akulturasi kebudayaan di Indonesia. Akulturasi mengacu pada proses dimana kultur seseorang dimodifikasi melalui kontak atau pemaparan langsung dengan kultur lain (Lubis, 2012: 21).

Dari penjelasan ini, mengindikasikan bahwa kecintaan *cosplayer* akan dunia *cosplay* dikarenakan akulturasi budaya populer Jepang yang masuk ke Indonesia. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana akulturasi budaya populer Jepang yang terjadi pada *cosplayer* di komunitas *Cosplay* Medan.

- **Kajian Literatur**

- Komunikasi Antarbudaya**

- Komunikasi antarbudaya adalah komunikasi yang terjadi ketika anggota dari suatu budaya tertentu memberikan pesan kepada anggota dari budaya lainnya. Dengan kata lain, komunikasi antarbudaya melibatkan interaksi antara orang-

orang yang persepsi budaya dan sistem simbolnya cukup berbeda dalam suatu komunikasi (Samovar, Porter, Mc Daniel, 2010: 13).

Adapun elemen-elemen budaya (dalam Samovar, Porter dan Mc Daniel, 2010: 29) cukup membagikan sejumlah komponen umum yang dapat membentuk membedakan satu budaya dengan budaya lainnya, yaitu : sejarah, agama, nilai, organisasi social, dan bahasa.

Sekarang ini komunikasi antarbudaya merupakan sesuatu hal yang penting. Beberapa faktor yang menyebabkan pentingnya komunikasi antarbudaya ini (Devito, 2011: 530-532), yaitu: monilitas, saling ketergantungan ekonomi, teknologi komunikasi, pola imigrasi, dan kesejahteraan politik.

Dalam Komunikasi Antarbudaya terdapat persepsi budaya. Menurut Mulyana, persepsi muncul karena setiap penilaian seseorang terhadap orang lain diukur berdasarkan pernyataan budaya dari orang itu sendiri. Dengan persepsi, peserta komunikasi akan memilih apa-apa yang akan diterima atau yang akan ditolak. Persepsi yang sama akan memudahkan peserta komunikasi mencapai kualitas dari hasil komunikasi yang diharapkan (dalam Lubis, 2012: 61). Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi (Liliweri, 2011: 115), yaitu : fisiologis (kemampuan secara sensoris yang meliputi visual, audio, fisik dan umur), kebudayaan (meliputi kepercayaan, nilai-nilai, pemahaman, asumsi *taken-for-granted*), *standpoint theory* (meliputi komunitas sosial, ras, etnis, gender, kelas ekonomi, agama, spiritualitas, umur dan orientasi seksual, posisi kekuasaan dalam hirarki sosial), peranan sosial (meliputi, peranan sosial ketika berkomunikasi dengan kita, harapan terhadap kepenuhan peran, pilihan karier), kemampuan kognitif, kompleksitas kognitif dan persepsi yang berpusat pada orang.

Menurut Sarbaugh dan Samovar, terdapat tiga elemen pokok persepsi budaya yang memiliki tiga pengaruh besar dan langsung terhadap individu-individu peserta komunikasi antar budaya. Yang pertama adalah pandangan budaya dunia (*world view*), kedua sistem lambang, dan yang ketiga adalah organisasi social (dalam Lubis, 2012 : 62-63).

Akulturas

Istilah akulturas atau *acculturation* mempunyai arti sebagai proses sosial yang timbul bila suatu kelompok manusia dengan suatu kebudayaan tertentu dihadapkan dengan unsur-unsur dari suatu kebudayaan asing dengan sedemikian rupa, sehingga unsur – unsur kebudayaan asing itu lambat laun diterima dan diolah ke dalam kebudayaan sendiri tanpa menyebabkan hilangnya kepribadian kebudayaan itu sendiri (dalam Koentjaraningrat, 2002: 248).

Ada 4 (empat) syarat yang harus dipenuhi supaya proses akulturas dapat berjalan dengan baik (Sachari, 2001: 86-87), yaitu sebagai berikut: 1. Penerimaan kebudayaan tanpa rasa terkejut (syarat persenyawaan/*affinity*), 2. Adanya nilai baru yang tercerna akibat keserupaan tingkat dan corak budayanya (syarat keseragaman/*homogeneity*). 3. Adanya nilai baru yang diserap hanya sebagai kegunaan yang tidak penting atau hanya tampilan (syarat fungsi). 4. Adanya pertimbangan yang matang dalam memilih kebudayaan asing yang datang (syarat seleksi).

Dalam proses akulturas budaya yang terjadi, tidak jarang timbul permasalahan dalam memahami budaya asing. Menurut William B. Gudykunst

(2003: 316), terdapat beberapa potensi masalah dalam proses akulturasi budaya yaitu: stereotip (dapat berupa positif atau negatif), prasangka, etnosentrisme, *culture shock* (gegar budaya).

Identitas Etnis

Identitas etnis sering melibatkan sebuah perasaan yang dibagi tentang asal dan sejarah, di mana mungkin mata rantai kelompok etnis pada kelompok budaya yang jauh di Eropa, Asia, Amerika Latin atau tempat lain (Martin & Thomas, 2007: 175). Memiliki sebuah identitas etnis berarti mengalami sebuah perasaan memiliki pada suatu kelompok dan mengetahui sesuatu tentang pengalaman yang dibagi pada anggota kelompok (Martin & Thomas, 2007: 175). Identitas etnis merupakan identitas sosial yang penting yang dapat mempengaruhi komunikasi kita dengan orang lain (berbeda budaya). Cara kita bereaksi dengan orang lain sering didasarkan pada asumsi kita mengenai etnisitas mereka, sebagai contoh, kitamengkategorisasikan orang asing dan melekatkan label etnis pada mereka. Bagaimanapun ketika kita melekatkan label pada orang beda budaya, kita tidak mungkin melekatkan label, orang yang berbeda budaya tersebut akan digunakan untuk mendeskripsikan diri mereka.

Masyarakat menggambarkan identitas mereka didalam suatu lingkungan secara pribadi. Identitas etnis atau disebut juga etnisitas, berasal dari sejarah, tradisi, warisan, nilai, kesamaan perilaku, asal daerah dan bahasa yang sama. Masyarakat yang memiliki etnis yang sama didaerah tempat perpindahan akan membentuk komunitas etnisnya sendiri. Pada komunitas etnis ini, identitas etnis cenderung tetap kuat, hal ini dikarenakan praktik, kepercayaan, dan bahasa dari bahasa tradisional yang dipertahankan dan dipelihara (Samovar, dkk, 2010: 189).

Interaksi Sosial

Interaksi sosial merupakan hubungan timbal balik antara individu dengan individu, individu dengan kelompok ataupun suatu kelompok dengan kelompok lain yang dimana dalam hubungan tersebut dapat mengubah, mempengaruhi, memperbaiki antara satu individu dengan individu lainnya. Terdapat faktor-faktor yang melatar belakangi proses interaksi sosial didasarkan pada imitasi, sugesti, identifikasi, dan simpati (Soekanto, 2013: 67), yaitu: imitasi, sugesti, identifikasi, dan simpati.

Budaya Populer Jepang

Budaya populer sendiri yang merupakan produk masyarakat industrial, kegiatan pemaknaan dan hasil kebudayaan ditampilkan dalam jumlah besar, kerap dengan bantuan teknologi produksi, distribusi dan penggandaan massal, sehingga mudah dijangkau oleh masyarakat (Heryanto, 2012: 29). Kata “pop” diambil dari kata “populer” yang dapat diartikan sebagai banyak disukai orang, karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang, dan budaya yang dibuat untuk menyenangkan dirinya sendiri. Budaya populer muncul dari interaksi sehari-hari dari masyarakat tertentu misalnya dunia fashion (Deni, 2006: 9).

Budaya populer Jepang di Indonesia sudah tidak asing lagi dikalangan remaja. Berawal dari masuknya film kartun asal Jepang yang ditayangkan di televisi pada tahun 1990-an, majalah yang membahas tentang *anime*, busana gaya harajuku (*harajuku-kei*), *game*, tren *cosplay* dan sebagainya. Itu semua merupakan

budaya populer Jepang yang tidak hanya diminati oleh kaum remaja namun juga orang dewasa (Utomo, 2015: 3).

Kartun-kartun Jepang atau biasa dikenal dengan *anime* adalah salah satu budaya populer Jepang yang penyebarannya lewat media televisi. Salah satunya Doraemon, tidak ada yang tidak mengenal karakter yang berawal dari komik satu ini. *Anime* atau film series Doraemon sampai sekarang masih ditayangkan di televisi Indonesia. Oleh karena itu Doraemon menjadi duta diplomasi budaya Jepang di Indonesia (<http://wuripranaasiwi.blogspot.co.id>).

Costume Player (Cosplay)

Cosplay (コスプレ *Kosupure*) adalah istilah bahasa Inggris buatan Jepang (*wasei-eigo*) yang berasal dari gabungan kata “*costume*” (kostum) dan “*play*” (bermain). *Cosplay* berarti hobi mengenakan pakaian beserta aksesoris dan rias wajah seperti yang dikenakan tokoh-tokoh dalam *anime*, *manga*, dongeng, *game*, penyanyi atau musisi idola dan film kartun. Pelaku *cosplay* disebut “*cosplayer*” (<http://id.wikipedia.org>).

Menurut Horibuchi (2006), *cosplay* bermula pada tahun 1960-an, yang mana penggemar cerita dan film fiksi ilmiah di Amerika Serikat sering mengadakan konvensi fiksi ilmiah. Pada saat itu para peserta konvensi mengenakan kostum seperti yang dikenakan tokoh-tokoh film fiksi ilmiah seperti Star Trek. Bermula dari budaya Amerika Serikat yang sejak dulu mengenal bentuk-bentuk pesta topeng (*masquerade*) seperti dalam perayaan Halloween dan Paskah. Takeda (2002) mengatakan tradisi penyelenggaraan konvensi fiksi ilmiah ini sampai ke Jepang pada dekade 1970-an dalam bentuk acara peragaan kostum (*costume show*). Di Jepang, peragaan “*cosplay*” pertama kali dilangsungkan tahun 1978 di Ashinoko. Awalnya *cosplay* di Indonesia sendiri tidak begitu banyak dikenal. Sampai pada awal tahun 2000-an, beberapa event seperti Gelar Jepang UI mengadakan event *cosplay*

• Metode Penelitian

Sesuai judul di atas, penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif-kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan tentang situasi, fenomena tertentu, baik menyangkut manusianya maupun hubungannya dengan manusia lain.

Purposive *sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Berdasarkan tujuannya maka informan dalam penelitian ini adalah *cosplayer* aktif di komunitas *Cosplay* Medan yang sudah berkecimpung di dunia *cosplay* selama lebih dari dua tahun dan memiliki minat yang besar terhadap budaya populer Jepang.

Penelitian ini dilaksanakan di tempat dimana interaksi dalam penelitian ini berlangsung, penelitian ini berlangsung di kota Medan. Adapun kegiatan yang diteliti adalah akulturasi budaya populer Jepang terhadap *cosplayer* di komunitas *Cosplay* Medan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam, observasi dan studi kepustakaan.

Peneliti menggunakan teknik analisis data yang di tawarkan oleh Miles dan Huberman dengan tiga kegiatan analisis data secara serempak, yaitu :

1. Reduksi Data, reduksi data menunjuk kepada proses pemilihan, pemokusan, penyederhanaan, pemisahan dan pentransformasian data mentah yang terlihat dalam catatan tertulis lapangan (*written-up field notes*).
2. *Data Display*, *display* dalam konteks ini adalah kumpulan informasi yang telah tersusun yang membolehkan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

Kesimpulan/Verifikasi, merupakan kegiatan utama dalam analisis data.

- **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Informan kunci mengatakan bahwa pada awalnya manusia mempelajari dan menginternalisasi pola-pola budaya yang ada di sekitarnya untuk kemudian dijadikan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan individu tersebut. Hal inilah yang dinamakan dengan sebutan enkulturasi. Kemudian ketika individu atau kelompok tertentu mulai memasuki budaya yang berbeda dari budaya awalnya dan berusaha untuk mempelajari serta mengadopsi nilai-nilai dari budaya barunya tersebut, maka fenomena ini yang biasa disebut dengan proses akulturasi. Informan kebanyakan belajar atau mengerti tentang budaya pop Jepang dari lingkungannya. Keluarga yang terlebih dahulu tertarik dengan budaya pop Jepang membawa pengaruh besar terhadap masuknya budaya tersebut dalam diri mereka. Selain itu mereka juga sering menghadiri acara-acara bertemakan budaya pop Jepang.

Teknologi komunikasi sangat berpengaruh bagi para cosplayer dalam mengkonsumsi budaya pop Jepang. Seperti yang didapati peneliti dalam hasil penelitian bahwa awalnya kebanyakan para cosplayer menyukai budaya pop Jepang karena kartun-kartun Jepang yang ditayangkan di televisi Indonesia. Selain itu internet juga dapat memudahkan mereka untuk mengakses berbagai macam produk budaya pop Jepang. Seperti tanggapan informan kunci bahwa pada saat sekarang ini budaya-budaya populer dari negara luar sudah banyak masuk di Indonesia. Hal itu tidak dapat dihindari, maka dari itu mempelajari dan meniru budaya pop Jepang itu boleh dilakukan. Sesuai dengan namanya budaya populer, maka budaya tersebut memang lagi populer di dalam beberapa kalangan terlebih sudah dikomunikasikan di dalam media. Namun sesuai berjalannya waktu apabila budaya tersebut tidak lagi dikomunikasikan di dalam media maka akan luntur dan hilang dengan sendirinya

Informan kunci mengatakan bahwa dalam proses akulturasi culture shock sudah pasti akan dijumpai. Selama proses akulturasi itu berlangsung tidak jarang timbul permasalahan dalam memahami budaya asing tersebut, permasalahan tersebut adalah biasa disebut dengan *culture shock* atau gegar budaya. Seperti yang terjadi pada salah seorang informan yang sempat merasa aneh dengan gaya berbicara orang Jepang yang ada di anime-anime dan merasa aneh dengan jenis musik Jepang yang berbeda dengan musik lainnya. Namun lambat laun ia dapat

terbiasa dengan keanehan tersebut. Adanya pertimbangan yang matang dalam memilih kebudayaan asing yang datang (syarat seleksi) juga merupakan syarat yang harus dipenuhi supaya proses akulturasi dapat berjalan dengan baik. Seperti yang telah diamati oleh peneliti bahwa para informan menerima dan menyukai budaya pop Jepang karena pilihan mereka sendiri oleh karena itu mereka sudah tidak merasa aneh pada saat pertama kali mengkonsumsi budaya pop Jepang.

Menurut informan kunci, dalam proses akulturasi hendaknya memilih nilai-nilai positif yang dapat diambil dari budaya Jepang tanpa harus meninggalkan nilai-nilai baik yang sudah ada di diri kita sebagai orang Indonesia sehingga tidak kehilangan identitas etnis kita. Supaya nilai-nilai baik dari budaya asing dapat dengan mudah terakulturasi dalam diri haruslah sadar akan diri sendiri, tidak sepenuhnya meniru apa saja yang sudah ditampilkan di media, sehingga dengan begitu tidak menghilangkan budaya asli dalam diri. Adanya nilai baru yang tercerna akibat keserupaan tingkat dan corak budayanya (syarat keseragaman/hogomony) adalah salah satu syarat agar proses akulturasi dapat berjalan dengan baik. Nilai dan norma budaya dari negara Jepang banyak juga di terapkan didalam produk budaya populernya sehingga para cosplayer yang mengkonsumsi budaya pop Jepang terakulturasi dengan nilai dan norma tersebut. Seluruh informan menjelaskan bahwa nilai kedisiplinan adalah yang paling mereka terapkan dalam kehidupan sehari-hari, baik itu disiplin akan peraturan maupun disiplin akan waktu. Jepang sendiri merupakan negara yang menjunjung tinggi nilai kedisiplinan. Selain itu informan juga mengatakan bahwa nilai yang dapat mereka ambil dari budaya pop Jepang yaitu nilai akan mematuhi peraturan dan budaya etos kerja yang kuat yang diterapkan oleh negara Jepang.

Selain itu terdapat nilai baru yang diserap akibat hanya sebagai kegunaan yang tidak penting atau hanya tampilan (syarat fungsi) juga merupakan syarat yang harus dipenuhi supaya proses akulturasi dapat berjalan dengan baik pula. Seperti yang telah diamati peneliti selama observasi setiap cosplayer termasuk para informan selalu mempunyai barang yang berbau tentang Jepang. Para informan banyak mengoleksi merchandise seperti gantungan kunci atau *action figure* dari karakter anime. Hal lain yang tampak jelas adalah kebanyakan cosplayer termasuk informan selalu berdandan mengikuti gaya orang Jepang. Walaupun mereka sedang tidak ber-*cosplay*, selalu ada nilai-nilai budaya Jepang yang mereka tampilkan dalam seni berpakaian yang mana mengikuti *fashion style* dari negara Jepang.

Perwujudan dari perilaku ialah melalui sistem lambang yang digunakan seperti melalui percakapan, bertulis dan melalui isyarat badan (bahasa tubuh), penampilan dan lain-lainnya. Dalam system lambing ini fokus peneliti yaitu mencoba untuk menguraikan bagian yang mengarah kedalam unsur bahasa. Pada awalnya diketahui bahwa sebelum mengenal budaya pop Jepang, seluruh informan sama sekali tidak mengetahui bahasa Jepang. Namun setelah mereka mengenal budaya pop Jepang mereka dihadapkan dengan bahasa yang tidak mereka ketahui sebelumnya yaitu bahasa Jepang. Setelah mereka menyukai budaya pop Jepang mereka tidak akan hanya menonton anime yang ada di TV

yang mana sudah diisi suara dengan bahasa Indonesia. Mereka akan mengkonsumsi budaya pop Jepang seperti anime, musik Jepang dan komik Jepang yang mana semuanya original menggunakan bahasa Jepang. Mereka mengaku ingin lebih mempelajari bahasa Jepang dan karena sudah terbiasa dihadapkan dengan bahasa Jepang, membuat mereka mengerti sedikit banyaknya istilah-istilah bahasa Jepang yang sering digunakan di dalam produk budaya pop Jepang tersebut. Selain itu mereka juga banyak berteman dengan *cosplayer* asal Jepang sehingga mereka semakin tertarik untuk mempelajari bahasa Jepang tersebut.

Peneliti mendapati dalam hasil penelitian bahwa penilaian para *cosplayer* terhadap budaya pop Jepang menghasilkan persepsi budaya. Seluruh informan berpendapat bahwa budaya pop Jepang adalah hal yang positif untuk diterima sampai pada akhirnya disukai. Selain itu menurut informan melalui budaya pop Jepang mereka banyak mendapat pengetahuan baru yang mana tidak mereka pelajari sebelumnya. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi salah satunya yaitu fisiologis, yang mana merupakan kemampuan secara sensoris yang meliputi visual, audio, fisik dan umur. Para informan menyukai budaya pop Jepang karena menurut mereka budaya pop Jepang itu unik dan menarik. Unik disini berarti tampilan kartun Jepang yaitu anime yang mana memang mempunyai ciri khas tersendiri. Banyak produk budaya pop Jepang yang hadir dengan audio dan visual yang sangat bagus. Selain mereka berpendapat bahwa produk budaya pop Jepang juga beraneka ragam dan sangat inovatif. Selain itu dari yang didapati peneliti, informan yang menyukai dan mengkonsumsi budaya pop Jepang rata-rata berusia remaja menuju dewasa.

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi lainnya yaitu kebudayaan, yang meliputi kepercayaan, nilai-nilai, pemahaman, asumsi *taken-for-granted*. Seluruh informan beranggapan bahwa budaya pop Jepang dapat memberikan nilai-nilai pengetahuan yang lebih seperti yang mereka jelaskan bahwasanya banyak sekali pelajaran yang mereka dapat dari menonton anime yang mana tidak mereka dapat di tempat pendidikannya. Pelajaran itu dapat berupa pengetahuan umum maupun nilai moral.

Dalam teori sosiologi terdapat istilah identifikasi. Identifikasi yaitu kecenderungan seseorang untuk mengidentikkan dirinya dengan orang lain yang ia idolakan. Orang yang melakukan identifikasi selalu merasa menjadi orang yang ia kagumi. Proses identifikasi ini berlangsung secara sadar maupun tidak sadar. Dalam hal ini peneliti juga meneliti tentang alasan informan menjadi seorang *cosplayer*. Seluruh informan berpendapat bahwa alasan mereka menjadi seorang *cosplayer* yaitu pada awalnya mereka sangat terobsesi dengan karakter anime yang mereka sukai. Sehingga disini terjadilah proses identifikasi yang mana para informan ingin mengidentikkan dirinya dengan karakter yang mereka idolakan. Dengan *cosplay* mereka akan menjadi karakter yang mereka sukai baik itu dari seluruh penampilan maupun penjiwaan dari karakter tersebut.

- **Simpulan dan Saran**

Simpulan

- Menyebarnya budaya pop Jepang di Indonesia membuat manusia mempelajari dan menginternalisasi pola-pola budaya pop Jepang itu sendiri untuk kemudian dijadikan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia tersebut yang dikenal dengan sebutan enkulturasi. Kemudian para *cosplayer* dan komunitasnya mulai memasuki budaya yang berbeda dari budaya awalnya dan berusaha untuk mempelajari serta mengadopsi nilai-nilai dari budaya barunya tersebut yaitu budaya pop Jepang, maka terjadilah proses akulturasi budaya pop Jepang pada *cosplayer* di komunitas *Cosplay* Medan. Proses akulturasi tersebut pun tidak dapat dihindari namun dapat diseleksi nilai-nilai yang akan diadopsi. Media sangat berperan aktif dalam menyebarnya budaya pop Jepang. Namun sesuai berjalannya waktu apabila budaya tersebut tidak lagi dikomunikasikan di dalam media maka itu akan luntur dan hilang dengan sendirinya. Secara umum proses akulturasi budaya pop Jepang terjadi pada *cosplayer* yang berusia remaja sampai dewasa awal. Selain itu acara-acara bertemakan kebudayaan Jepang pun sudah semakin sering diselenggarakan.
- Faktor-faktor yang mempengaruhi akulturasi sendiri sebagian besar disebabkan oleh lingkungan keluarga. Selain itu budaya pop Jepang juga dianggap mampu memberikan banyak pengetahuan bagi mereka baik itu pengetahuan umum maupun pengetahuan nilai moral yang begitu positif bagi mereka peminatnya dan dapat diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.
- Secara umum akulturasi budaya pop Jepang yang terjadi pada *cosplayer* lebih menjurus ke arah nilai budaya yang mereka aplikasikan dalam kehidupan sehari-hari, sistem lambang dalam hal bahasa Jepang dan interaksi dengan *cosplayer* Jepang. Nilai budaya yang mereka serap yaitu condong kepada budaya disiplin waktu, taat peraturan, dan etos kerja yang dimiliki oleh orang Jepang. Dalam akulturasi yang terjadi pada bagian sistem lambang (bahasa sendiri) didapati bahwa para *cosplayer* sering menggunakan dan menyelipkan istilah-istilah bahasa Jepang dalam kehidupan mereka sehari-hari baik secara langsung maupun tidak langsung. Terlepas dari itu semua haruslah memahami identitas etnis agar tetap mengingat budaya asli sebagai orang Indonesia.

Saran

Peneliti ingin memberikan saran untuk berbagai pihak yang sekiranya bermanfaat, yaitu:

1. Saran dalam kaitan akademis, diharapkan penelitian selanjutnya dilakukan dari aspek yang berbeda namun tetap menggunakan kajian yang sama yaitu komunikasi antarbudaya.

2. Saran dalam kaitan teoritis, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat serta sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang terkait dengan akulturasi budaya.
3. Saran dalam kaitan praktis
 - a. Mencintai dan mempelajari budaya asing adalah hak bagi setiap orang, namun harus dibarengi dengan lebih mencintai dan lebih mempelajari budaya sendiri.
 - b. *Cosplay* adalah hobi yang sangat bagus namun harus tetap mengikuti norma serta aturan yang berlaku di sekitar dan tidak untuk disalahgunakan.

- **Daftar Pustaka**

- Deni. (2006). *Dampak Fenomena Enjokosai yang Ditimbulkan oleh Kogyaru*. Jakarta: Universitas
- Devito, A. Joseph. (2011). *Komunikasi Antarmanusia*. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group
- Gudykunst, William B. (2003). *Intercultural Communication Theories*. California: Sage Publications
- Heryanto, Ariel. (2012). *Budaya Populer di Indonesia Mencari Identitas Pasca-Orde Baru*. Yogyakarta: Jalasutra
- Koentjaraningrat. (2002). *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Liliweri, Alo. (2011). *Komunikasi serba ada serba makna*. Jakarta: Kencana
- Lubis, Lusiana A. (2012). *Pemahaman Praktis Komunikasi Antarbudaya*. Medan: USU Press
- Martin, Judith dan Thomas K. Nakayama. (2007). *Intercultural Communication in Context*. New York: Mc Graw Hill International
- Sachari dan Yan Yan Sunarya. (2001). *Desain dan Kesenirupaan Indonesia dalam Wacan Transformasi Budaya*. Bandung: Penerbit ITB
- Samovar, dkk. (2010). *Komunikasi Lintas Budaya: Communication Between Culture Edisi 7*. Jakarta: Salemba Humanika
- Soekanto, Soerjono (2013). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Utomo. M. S. Budi. (2015). *Komunikasi Antar Budaya dalam Event Cosplay*. Fakultas Dakwah dan Komunikasi: Universita Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
- <http://journal.ui.ac.id/index.php/jkmi/article/view/7818>
- http://wuripranaasiwi.blogspot.co.id/2015/11/masuknya-budaya-jepang-di-indonesia_24.html
- <http://id.wikipedia.org/wiki/Cosplay>