

Perilaku Imitasi *Fashion* pada Remaja Pecinta Anime di Purwokerto

Qonita Fitriannisa Riyadie

*Program Studi Bahasa dan Sastra Asia Timur, Fakultas Ilmu Budaya,
Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto, Indonesia*

Author's email:

Email:
qonitafr25@gmail.com

Keywords:

*anime, imitation,
motivation, adolescent, need
for affiliation*

Abstract: *The background of this research is the widespread development of anime culture in Indonesia which is disseminated through various media platforms, such as television and magazines. Public acceptance in Indonesia, especially teenagers, of the culture originating from Japan has an impact on their desire to imitate. These teenagers even often position themselves as big fans of the characters in anime. This is often shown in imitation of the style of dress and dress up that is usually done by their idols in the anime. On this basis, this study will reveal the effect of anime on the way anime lovers dress, as well as see what motivations lie behind the imitation pattern. This study used the descriptive qualitative method. The informants of this research are teenagers in Purwokerto. The criteria for informants are anime-loving teenagers who are in the age range of 15-24 years. The data in this study were obtained through direct in-depth interviews. The results showed that there was a restructuring of consciousness in adolescents after watching anime. Teenagers judge anime clothes as unique and interesting. They imitate the style of clothing as costumes in certain events as well as collect them. The adolescent motivation in imitation is based on the desire to get recognition from others (need for affiliation)*

Abstrak: Penelitian ini dilatarbelakangi oleh maraknya perkembangan budaya anime di Indonesia yang disebarluaskan melalui berbagai platform media, seperti televisi dan majalah. Penerimaan masyarakat di Indonesia khususnya remaja terhadap budaya yang berasal dari Jepang berdampak pada keinginan mereka untuk meniru. Para remaja ini bahkan kerap memosisikan dirinya sebagai penggemar berat karakter-karakter dalam anime. Hal ini sering ditunjukkan dengan meniru gaya berdandan dan berdandan yang biasa dilakukan oleh idola mereka di anime. Penelitian ini dilakukan untuk mengungkap pengaruh anime terhadap cara berpakaian pecinta anime, serta melihat motivasi apa yang melatarbelakangi pola imitasi tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Informan penelitian ini adalah remaja di Purwokerto. Kriteria informan adalah remaja pecinta anime yang berada pada rentang usia 15-24 tahun. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara mendalam secara langsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terjadi restrukturisasi kesadaran pada remaja setelah menonton anime. Remaja menilai baju anime unik dan menarik. Mereka meniru gaya busana sebagai kostum dalam acara-acara tertentu sekaligus mengoleksinya. Motivasi remaja dalam meniru didasari oleh keinginan untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain (need for affiliation).

Kata kunci:

anime, imitasi, motivasi,
remaja, kebutuhan afiliasi

PENDAHULUAN

Jepang merupakan negara yang memiliki latar belakang budaya yang kuat. Kebudayaan Jepang memiliki konstruksi unik yang dapat menarik perhatian banyak kalangan, tidak hanya di Jepang tapi juga di berbagai negara lain. Kebudayaan Jepang yang cukup berpengaruh di negara lain antara lain komik (manga), kartun atau animasi (*anime*), serta makanan Jepang. Dengan keunikan masing-masing dari tiap bentuk kebudayaan tersebut, Jepang berhasil menyebarkan pengaruh kebudayaannya tidak hanya di kawasan Asia Timur, tetapi juga memasuki kawasan Asia Tenggara. Salah satu negara di kawasan Asia Tenggara yang mendapat pengaruh kebudayaan Jepang adalah Indonesia (Ksatrya, 2011).

Timothy J. Craig (2000) dalam tulisannya yang berjudul *Japan Pop! Inside the World of Japanese Popular Culture* menyebutkan ada beberapa faktor yang menyebabkan budaya populer Jepang seperti manga dan *anime* dapat diterima dengan baik tidak hanya di Jepang, tetapi juga di luar Jepang. *Pertama*, budaya pop Jepang memiliki kreativitas dan kualitas yang tinggi. Dalam menciptakan berbagai jenis budaya populer, orang Jepang menuangkan kreativitasnya yang tinggi dan dijunjung dengan kualitas yang sangat baik. *Kedua*, budaya populer Jepang mengandung unsur kehidupan, mimpi, dan relevansinya. Tema yang diangkat kedalam manga dan anime sangat berhubungan dengan kehidupan manusia pada umumnya yang mencakup cinta kasih, kebaikan dan keburukan, hubungan manusia dengan alam, hingga mimpi untuk masa depan. Selain itu, dalam manga dan anime juga terdapat idealisme yang kuat dalam berjuang untuk meraih tujuan ataupun mimpi-mimpi.

Anime sendiri merupakan animasi khas Jepang yang biasanya dicirikan melalui gambar-gambar yang berwarna-warni yang menampilkan tokoh-tokoh dalam berbagai macam lokasi dan cerita. Kata *anime* dituliskan

dalam tiga huruf katakana *a, ni, me*, (アニメ) yang merupakan bahasa serapan dari bahasa Inggris, *animation*, yang diucapkan sebagai *anime-shon* (Poitras, 1999).

Penyebaran *anime* di Indonesia marak terjadi pada pertengahan 1990-an. Stasiun-stasiun televisi mulai gencar menayangkan acara anime. *Saint Seiya, Sailor Moon, Dragon Ball, Naruto* dan masih banyak lagi judul lainnya yang pernah ditayangkan dan mendapat respon positif dari para penggemarnya yang secara tidak langsung mendukung perkembangan anime di Indonesia hingga saat ini. Perkembangan anime tidak berhenti hanya di televisi saja. Pada era media baru, masyarakat sangat mudah mencari dan menelusuri anime di berbagai media. Contohnya majalah anime di Indonesia AMH Magz!, portal berita anime seperti jejepangan.com, japanesestation.com, jurnalotaku.com dan info info yang ada di media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan Line.

Begitu tingginya animo masyarakat, khususnya remaja terhadap anime, menempatkan Indonesia pada peringkat ketiga penggemar anime terbesar di dunia (Rasihan, 2022). Duffet (Fuschillo, 2020) mendefinisikan *fans* sebagai orang dengan keyakinan emosional positif yang relatif mendalam tentang seseorang atau sesuatu yang terkenal. Hal tersebut biasanya diekspresikan melalui perilaku tertentu. Mereka biasanya juga terdorong untuk mengeksplorasi dan berpartisipasi dalam praktik yang berkaitan dengan idola mereka, salah satunya cara berpakaian. Dorongan kuat untuk meniru idolanya tidak terlepas dari fase remaja yang cenderung masih berkembang dan mencari jati diri. Hal tersebut mengakibatkan seringnya kita menemui tipikal remaja dengan model rambut dan gaya pakaian *kawaii* dan *harajuku* yang merupakan *style* Jepang yang banyak muncul pada anime yang beredar di Indonesia.

Penelitian dengan tema gaya hidup yang dihubungkan dengan menonton budaya pop telah banyak dilakukan. Studi Kurniawati dan Pratiwi (2021) menguji hubungan menonton drama Korea dengan perilaku meniru gaya hidup dalam drama. Penelitiannya fokus pada apakah ada hubungan antara menonton drama Korea dengan perilaku meniru penonton. Penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif korelasional itu menemukan bahwa ada hubungan yang kuat antara menonton drama Korea dengan meniru gaya hidup. Penelitiannya lainnya dikerjakan oleh Studi Hidayat dan Hidayat (2020) terhadap komunitas *Weeaboo* melihat *anime* Jepang sebagai suatu bentuk komunikasi interkultural. Studi Alsubaie & Alabbad (2020) mengkaji dampak anime para penutur bahasa Arab yang tertarik mempelajari bahasa Jepang melalui pendidikan formal. Studi mereka menyimpulkan bahwa menonton anime memberikan kontribusi bagi proses belajar bahasa Jepang sebagai bahasa ketiga. Wahab (2012) mengkaji bagaimana konstruksi “identitas Jepang” dinegosiasikan dalam anime Jepang yang tersedia di televisi Malaysia.

Dari studi-studi yang telah disebutkan di atas, belum ada studi yang secara khusus memfokuskan pada pengaruh *anime* terhadap cara berpakaian remaja pecinta *anime*, dan motivasi apa yang mempengaruhi remaja dalam meniru gaya berpakaian dari *anime*. Untuk mengisi celah tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji dampak *anime* Jepang terhadap fashion anak-anak muda di Purwokerto. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi penting bagi penelitian-penelitian budaya populer di Indonesia, terutama *fashion* yang dihubungkan dengan budaya lain, dalam hal ini *anime* Jepang.

KERANGKA TEORI

Neil Miller dan John Dollard (1941) (Wulandari, 2012) menyatakan bahwa peniruan (*imitation*) merupakan hasil proses pembelajaran yang ditiru dari orang lain. Proses belajar tersebut dinamakan *social learning* atau

pembelajaran sosial. Perilaku peniruan manusia terjadi karena manusia merasa memiliki keunggulan tertentu ketika kita meniru orang lain, dan memperoleh hukuman ketika kita tidak menirunya. Menurut Bandura (Wulandari, 2012), sebagian besar tingkah laku manusia dipelajari melalui peniruan maupun penyajian, contoh tingkah laku.

Menurut Gerungan (2004), imitasi tidak terjadi secara otomatis, melainkan dipengaruhi oleh sikap menerima dan mengagumi terhadap apa yang diimitasi. Lebih lanjut, Gerungan (2004) mengatakan ada beberapa aspek yang menyebabkan munculnya imitasi. *Pertama*, minat perhatian yang cukup besar terhadap hal yang akan diimitasi. *Kedua*, sikap menjunjung tinggi atau mengagumi hal-hal yang diimitasi. *Ketiga*, perilaku tersebut dapat mendatangkan suatu penghargaan sosial yang tinggi di masyarakat.

Gerungan (2004) juga menjelaskan ada beberapa aspek terjadinya suatu perilaku imitasi, yaitu: 1) minat atau perhatian yang cukup besar terhadap hal yang akan diimitasi; 2) sikap menjunjung tinggi atau mengagumi hal-hal yang diimitasi, dan 3) keinginan mendapatkan penghargaan sosial yang tinggi. Seseorang akan cenderung mengimitasi suatu perilaku apabila perilaku tersebut dapat mendatangkan penghargaan sosial yang tinggi di masyarakat.

Bandura (McLeod, 2016) menjelaskan bahwa proses imitasi terkait dengan persoalan motivasi. Motivasi, menurut Usmara (2006), berasal dari kata motif yang artinya kekuatan dalam diri individu yang memicu individu tersebut bertindak atau berbuat. Motif tidak bisa dilihat secara langsung, tetapi dapat diinterpretasikan dalam tingkah laku yang berbentuk rangsangan, dorongan, atau pembangkit tenaga munculnya suatu tingkah laku tertentu.

Sementara itu, Sanjaya (P. Sanjaya, 2020; 2010) mengatakan jika dilihat dari sumber kemunculannya, motivasi dibedakan dalam dua jenis, yaitu motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik. Motivasi intrinsik

bersumber dari rangsangan dalam diri dalam diri individu yang sesuai dengan kebutuhannya.

Motivasi ekstrinsik ialah motivasi yang timbul karena adanya rangsangan dari luar individu, misalnya, seseorang yang melihat sebuah tayangan atau tontonan kemudian orang tersebut termotivasi untuk mengikuti apa yang ditonton.

Motivasi, menurut McClelland, (1988) dibedakan dalam tiga kelompok, yaitu *need for achievement need for power*, dan *need for affiliation*. *Need for achievement* dimaksudkan sebagai dorongan untuk melebihi, mencapai standar-standar, berusaha keras untuk berhasil. *Need of power* merupakan kebutuhan untuk membuat individu lain berperilaku sedemikian rupa sehingga mereka tidak akan berperilaku sebaliknya. Orang dengan *need of power* yang tinggi adalah orang yang memiliki kebutuhan untuk berkuasa, ingin selalu memiliki pengaruh, efektif, dan disegani. Sementara *need for affiliation* merupakan kebutuhan untuk diakui eksistensinya, orang dengan kebutuhan *need for affiliation* yang tinggi biasanya ingin selalu membangun hubungan pertemanan dan persahabatan dengan orang lain, ingin disukai banyak orang sehingga populer diantara teman-temannya

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan para informan. Ada lima remaja yang menjadi informan dalam penelitian ini. Informan dipilih secara purposif dengan kategori sebagai berikut: remaja penggemar anime yang berasal dan menetap di Purwokerto; rentang usia 15-24 tahun yang merupakan pelajar dan mahasiswa di kota tersebut. Pilihan atas kategori ini dimaksudkan bahwa dari sisi usia informan dalam kategori tersebut merupakan kelompok usia yang dinamis, dan aktif dalam membangun identitas diri mereka. Ini akan mendorong para informan untuk mencari sosok yang dapat dijadikan model, termasuk dalam berpakaian. Dengan

begitu, kecenderungan untuk melakukan imitasi sangat besar.

Pertanyaan yang diajukan kepada informan bersifat terbuka. Model pertanyaan ini digunakan dengan harapan wawancara mendalam mampu mengungkap pendapat informan secara lebih mendalam. Adapun pertanyaan yang diajukan mencakup di antaranya: bagaimana pendapat anda terhadap gaya berpakaian tokoh-tokoh dalam anime? Apakah model pakaian tersebut tidak bertentangan dengan budaya Indonesia, alasannya? Sebagai penggemar anime, apakah senang meniru gaya berpakaian tokohnya dan bagaimana cara menirunya? Berapa banyak koleksi pakaian model anime yang anda miliki dan kapan biasanya anda kenakan? Wawancara diselenggarakan selama bulan September 2022.

Hasil wawancara ditranskrip, dan kemudian dianalisis dengan menggunakan tiga tahapan analisis, yakni reduksi data, deskripsi data, dan penyimpulan. Pada tahap pertama, peneliti membaca secara berulang terhadap transkrip wawancara, dan kemudian melakukan koding data. Selanjutnya, data dikelompok-kelompokkan ke dalam kategori tema dan subtema tertentu untuk kemudian dideskripsikan sebelum kemudian ditarik kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Anime Terhadap Cara Berpakaian Remaja

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan lima informan diperoleh temuan jawaban yang mirip terkait pengaruh anime terhadap gaya berpakaian mereka. Uraian berikut memaparkan hasil wawancara mendalam terhadap informasi mengenai pengaruh anime terhadap cara berpakaian mereka.

Terkait pendapat tentang model pakaian anime, secara umum, informan mengatakan bahwa model pakaian anime menarik. Dhita (wawancara, 3 September 2022) mengatakan “gaya pakaian *anime* itu menggemaskan dan

keren.” Hal senada diungkapkan Joe yang mengatakan,

“pakaian *anime* itu unik dan memiliki ciri khas tersendiri. Kekhasan tersebut menjadi unsur penting dari masing-masing karakter. Hal tersebut sekaligus menjadi sebuah identitas.”

Sementara itu, pendapat yang sedikit berbeda datang dari Yuuki. Menurutnya, beberapa anime memang terlihat mengenakan pakaian yang bagus dan rapi, tetapi tidak sedikit yang vulgar dan terlihat seksi.

Sementara itu, terkait pendapat tentang kesesuaian dengan budaya Indonesia, jawaban dari empat informan menyebutkan bertentangan. Mereka mencontohkan ketika pakaian tersebut dikenakan dalam busana sehari-hari bukan pada konteks acara Jepang, masyarakat masih melihat pakaian anime sebagai sesuatu yang aneh. Pendapat yang berbeda datang dari Gilang yang menyebutkan bahwa pakaian anime tidak bertentangan dengan budaya Indonesia yang *notabene* masih satu rumpun dalam konteks budaya timur. Menurut Gilang, makna budaya sendiri masih sangat luas.

Meskipun sebagian besar informan mengatakan pakaian anime tidak sesuai dengan budaya Indonesia, tetapi mereka mengaku tertarik meniru gaya pakaian anime karena gaya tersebut dianggapnya unik dan lucu. Perbedaan budaya tidak menjadi penghalang bagi para penggemar anime untuk tetap meniru budaya tersebut. Cara mereka meniru pun beragam sebagaimana dikemukakan Dhita (wawancara, 3 September 2022) berikut.

“saya sering menyewa kostum anime. Hal ini saya lakukan ketika ada event khusus anime atau mengenakannya hanya untuk berfoto koleksi sendiri.”

Pola imitasi yang dilakukan Ghita dengan mengenakan pakaian anime pada *event Jepang* dan sesi pemotretan juga dilakukan informan lain. Bedanya adalah para informan

lain lebih senang tampil dengan pakaian koleksi sendiri bukan dengan cara menyewa. Denta, misalnya, mengaku memiliki 10 kostum anime yang dikenakan saat *event Jepang* dan untuk keperluan pengambilan foto. Sebaliknya, Yuuki memiliki lebih dari lima kostum. Sementara Joe, mengaku tidak hanya memiliki kostum anime untuk tampil, tetapi mengoleksi pakaian sejenis karakter tokoh yang disukainya untuk keperluan pakaian harian. Joe (wawancara, 5 September 2022) dalam hal ini menyebutkan,

“saya memakai jaket yang saya tiru dari karakter anime dalam sebuah film. Saya membeli dari beberapa *official merch* dari beberapa seri tertentu. Sedangkan untuk kostum saya gunakan untuk menghadiri *event cosplay* dan lomba.”

Pendapat berbeda disampaikan Gilang. Dari awal pernyataannya, Ia menegaskan bahwa pakaian anime tidak bertentangan dengan budaya Indonesia. Gilang mengaku pola berpakaian gaya anime yang dilakukan terjadi begitu saja, tidak ada perencanaan khusus untuk meniru gaya berpakaian karakter yang ditontonnya. Menyatunya gaya berpakaian anime dengan dirinya, dibuktikan dengan koleksi pakaian anime yang dimilikinya, yaitu sejumlah 30 kostum.

Berbagai temuan tersebut membuktikan bahwa terjadi proses perubahan kesadaran para remaja setelah menonton *anime*. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Csikszentmihalyi dan Larson (1984) yang menyebutkan bahwa masa remaja merupakan masa penyempurnaan perkembangan dari masa sebelumnya. Selain itu, ketertarikan mereka terhadap anime yang diikuti oleh proses peniruan cara berpakaian menunjukkan adanya proses imitasi. Hal ini dibuktikan dengan adanya aksi atau tindakan seperti yang dilakukan model yang mereka tonton.

Ketertarikan yang luar biasa terhadap penampilan anime disertai kekaguman terhadap tontonan tersebut memicu remaja untuk meniru gaya berpakaian anime. Mereka bahkan tidak lagi mempertimbangkan apakah model pakaian tersebut sesuai dengan budaya dimana mereka tinggal. Hal ini sejalan dengan pendapat Gerungan (2004) tentang aspek-aspek terjadinya suatu perilaku imitasi. *Pertama*, minat perhatian yang cukup besar terhadap hal yang akan diimitasi. Remaja dapat mengembangkan fanatisme disebabkan oleh minat dan perhatian terhadap model secara berlebihan sehingga terjadi imitasi perilaku model. *Kedua*, sikap menjunjung tinggi atau mengagumi hal-hal yang diimitasi. Kekaguman terhadap model yang berlebihan pada remaja mendorong remaja untuk melakukan imitasi terhadap tingkah laku yang ditunjukkan oleh model.

Motivasi dalam Melakukan Imitasi Budaya Anime

Untuk menggali motivasi yang melatarbelakangi informan meniru gaya busana anime, peneliti juga menggunakan pertanyaan terbuka. Pertanyaan tersebut mencakup: Bagaimana pendapat anda terhadap remaja yang senang meniru gaya busana anime? Apakah anda juga senang sekaligus tertarik meniru gaya busana anime, alasannya? Ketika anda meniru gaya busana anime, apakah hal tersebut akan menjadi bagian gaya hidup anda, jelaskan? Apa yang anda rasakan ketika bisa meniru gaya busana *anime*?

Berdasarkan hasil wawancara mendalam, bisa disimpulkan bahwa ada berbagai hal yang memotivasi mereka meniru gaya busana anime. Terkait peniruan pakaian *anime* oleh remaja, para informan memiliki pendapat yang sama. Mereka mengatakan, para remaja yang meniru gaya pakaian anime dianggap keren dan bagus. Alasannya, peniruan tersebut merupakan ajang penyaluran hobi dan kreativitas sekaligus sarana untuk melatih kepercayaan diri. Gilang (wawancara, 10 September 2022) menegaskan sebagai berikut.

“Tidak masalah. Selama ia tidak merugikan sekitarnya, justru dengan meniru gaya busana anime membuat ia menjadi remaja yang lebih percaya diri, independen dan berani mengekspresikan apa yang ia mau, saya mendukung selama itu positif.”

Komentar positif terhadap para remaja yang meniru gaya pakaian anime tidak terlepas dari ketertarikan para informan terhadap pakaian tersebut. Dhita (wawancara, 3 September 2022) mengatakan,

“saya sendiri juga senang menirukan gaya busana anime, karena gaya pakaian karakter anime terlihat sangat cantik dan menggemaskan”.

Pendapat senada disampaikan Denta. Baginya *bercosplay* dengan pakaian anime merupakan hobi. Lebih tegas lagi komentar Yuuki (wawancara, 12 September 2022). Ia mengatakan,

“ya, saya senang dan mengikutinya, karena bisa membuat saya lebih kreatif lagi, dan juga *have fun* bersama teman-teman yang satu frekuensi, juga banyak pelajaran yang bisa diambil ketika *bercosplay*.”

Pendapat yang sedikit berbeda datang dari Joe. Baginya meniru gaya *anime* bukan sekedar hobi semata. Ia menegaskan hobi tersebut sekaligus menjadi ladang usaha yang bisa membawa efek perolehan finansial, seperti membuka usaha pesanan kostum. Selain itu, menurut Joe *ber-cosplay anime* juga menjadi sarana untuk ikut lomba, sehingga memunculkan jiwa berani berkompetisi.

Terkait pertanyaan pakaian anime sudah menjadi bagian dari gaya hidup. Tiga informan, yaitu Yuuki, Joe, dan Gilang mengatakan iya, sedangkan dua informan yang lain, yaitu Dhita dan Denta belum menjadikannya sebagai gaya hidup. Bagi informan yang belum menjadi pakaian anime sebagai gaya hidup, mereka menyadari bahwa pakaian tersebut tidak memungkinkan digunakan sebagai pakaian

harian. Dhinta menjelaskan bahwa kondisi lingkungan yang masih asing melihat gaya pakaian anime membuat dirinya tidak menadikannya sebagai bagian gaya hidupnya.

Sementara Yuuki melihat bahwa pakaian anime sudah menjadi bagian gaya hidup di era modern saat ini. Oleh karena itu, ia mengenakan pakaian anime yang bernuansa casual saat bepergian. Hal tersebut tidak terlepas dari kegemaran Yuuki mengenakan busana yang unik bahkan aneh di mata publik. Hal senada disampaikan oleh Joe yang menyebutkan bahwa beberapa pakaian anime sudah menjadi bagian dari gaya hidup karena beberapa anime memiliki sebuah filosofinya sendiri. Oleh karena itu, menurut Joe ketika meniru busana *anime* ada beberapa hal baik atau positif dari sebuah karakter yang di bawa ke dunia nyata. Pernyataan lebih tegas datang dari Gilang (wawancara, 10 September 2022) berikut.

“Gaya hidup saya berbeda dengan orang lain kebanyakan. Saya tipikal orang yang berani berkespresi apapun yang saya mau, selama saya tidak merugikan orang lain. Termasuk gaya busana anime dalam kehidupan saya, yang saya ambil bukan busananya tetapi konstannya sebuah tokoh karakter membawakan perangnya melalui apa yang ia pakai dan saya mengambil sebuah arti ketegasan pada situasi tersebut.”

Sementara itu, terkait pertanyaan pengalaman yang mereka rasakan saat mengenakan pakaian anime, umumnya informan mengaku lebih percaya diri, lebih keren, cantik, dan bebas berekspresi.

Berbagai pendapat yang disampaikan informan tersebut di atas menunjukkan bahwa sebagai remaja mereka tidak ingin mencoba hal hal baru dari apa yang mereka lihat kemudian dipertontonkan kepada pihak lain. Hal ini sesuai dengan pendapat Woodward (2004) yang menyebutkan bahwa identitas terbentuk sebagaimana kita menampilkan diri kita pada orang lain, dan bagaimana orang lain melihat

kita. Perubahan identitas pada para remaja penggemar anime merupakan yang yang memungkinkan terjadi. Seperti disampaikan Giles dan Meddleton (1999), pandangan non esensialis mengatakan bahwa identitas adalah sesuatu yang cair dan tidak tetap. Identitas dinilai sesuatu yang terbuka dan bisa berubah. Berdasar pandangan non esensialis, konsep maskulinitas sangat mungkin untuk berubah.

Perubahan identitas para remaja penggemar anime tersebut terbentuk akibat mereka menjadi bagian dari komunitas anime yang mereka ikuti. Selain itu, secara personal mereka ingin nampak berbeda dengan orang lain dalam hubungan interpersonal yang mereka miliki. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Liliweri (2007) identitas seseorang dalam konteks budaya merupakan ciri yang muncul karena seseorang merupakan anggota kelompok tertentu. Sedangkan identitas personal, seseorang akan mendefinisikan dirinya berdasarkan atribut atau trait yang membedakan diri dengan orang lain dan hubungan intrapersonal yang dimiliki.

Dengan perubahan identitas tersebut, remaja penggemar anime merasa lebih eksis di tengah kelompoknya. Sebab, kepercayaan diri tumbuh dan ekspresi mereka bisa tersalurkan. Ada indikasi bahwa mereka merasa mendapat pengakuan dari komunitasnya dengan mengenakan pakaian tersebut. Hal tersebut menjadi alasan yang mendasar sekaligus kekuatan mengapa mereka termotivasi untuk mengikuti gaya berpakaian anime. Seperti dikatakan Usmara (2006), motivasi merupakan kekuatan yang terdapat dalam diri individu, yang memicu individu tersebut bertindak atau berbuat.

Para remaja penggemar anime memiliki motivasi kuat dari dalam dirinya untuk eksis dengan tampilan pakaian anime. Selain itu, berbagai tayangan anime yang selalu mereka konsumsi menjadi memberikan rangsangan yang kuat terhadap proses imitasi. Dorongan dari dalam dan dari luar tersebut akhirnya menjadi faktor kuat yang memotivasi para remaja penggemar anime untuk melakukan

proses imitasi cara berpakaian anime. Hal ini sesuai dengan pendapat Sanjaya (2010) yang mengatakan, jika dilihat dari sumber kemunculannya, motivasi dibedakan dalam dua jenis, yaitu motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik. Motivasi intrinsik bersumber dari rangsangan dalam diri dalam diri individu yang sesuai dengan kebutuhannya. Motivasi ekstrinsik ialah motivasi yang timbul karena adanya rangsangan dari luar individu, misalnya seseorang yang melihat sebuah tayangan atau tontonan kemudian orang tersebut termotivasi untuk mengikuti apa yang ditonton.

Selanjutnya, jika dilihat dari jenis motivasi yang mendasari pola imitasi yang mereka lakukan, lebih didasari oleh keinginan untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain, utamanya komunitas dimana mereka beraktivitas. Mengacu pendapat McClelland (1988) bahwa salah satu faktor yang melatarbelakangi seseorang bertindak sesuatu adalah adanya *need for affiliation*, yaitu kebutuhan untuk diakui eksistensinya. Orang dengan kebutuhan *need for affiliation* yang tinggi biasanya ingin selalu membangun hubungan pertemanan dan persahabatan dengan orang lain, ingin disukai banyak orang sehingga populer diantara teman-temannya.

KESIMPULAN

Dari berbagai temuan di atas dapat disimpulkan bahwa anime berpengaruh terhadap cara berpakaian remaja di Purwokerto. Hal tersebut terkait erat dengan pandangan para remaja terhadap pakaian anime yang dinilai keren, menarik, unik, dan lucu. Penilaian tersebut berpengaruh terhadap keinginan mereka meniru gaya pakaian anime, meskipun pakaian tersebut secara umum dinilai tidak sesuai dengan budaya Indonesia. Peniruan tersebut seringkali dilakukan pada even-event tertentu dan juga sesi photo. Untuk meniru gaya pakaian anime, para penggemar anime di Purwokerto secara khusus mengoleksi pakaian anime dalam jumlah yang relatif banyak.

Motivasi para remaja di Purwokerto dalam melakukan proses imitasi pakaian anime terkait dengan *need of affiliation* atau kebutuhan untuk diakui eksistensinya dalam komunitasnya. Dengan meniru gaya pakaian anime, para remaja tersebut merasa lebih percaya diri, lebih keren, cantik, dan bebas berekspresi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alsubaie, S. S., & Alabbad, A. M. (2020). The Effect of Japanese Animation Series on Informal Third Language Acquisition among Arabic Native Speakers. *English Language Teaching*, 13(8), 91. <https://doi.org/10.5539/elt.v13n8p91>
- Craig, T. . (2000). *Japan Pop! Inside the World of Japanese Popular Culture*. M.E Sharpe.
- Csikszentmihalyi, M., & Larson, R. W. (1984). *Being adolescent*. Basic Books.
- Fuschillo, G. (2020). Fans, fandoms, or fanaticism? *Journal of Consumer Culture*, 20(3), 347–365. <https://doi.org/10.1177/1469540518773822>
- Gerungan, W. A. (2004). *Psikologi Sosial*. PT Refika Aditama.
- Giles, Judy & Middleton, T. (1999). *Studying Culture: a practical introduction*. Blackwell Publisher Ltd.
- Hidayat, D., & Hidayat, Z. (2020). Anime as japanese intercultural communication: A study of the weeaboo community of indonesian generation Z and Y. *Romanian Journal of Communication and Public Relations*, 22(3), 85–103. <https://doi.org/10.21018/RJCPR.2020.3.310>
- Ksatria, M. (2011). *Hegemoni Budaya Jepang melalui Anime dan Manga*. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/mardhanaksatria/55008ca7a33311926f5116d4/hegemoni-budaya-jepang-melalui-anime-dan-manga>
- Kurniawati, S., & Pratiwi, R. Z. (2021). Drama Korea Dan Imitasi Gaya Hidup: Studi Korelasi Pada Mahasiswa Kpi Iain Surakarta. *Academic Journal of Da'wa and Communication*, 2(2), 241–270. <https://doi.org/10.22515/ajdc.v2i2.3364>
- Liliweri, A. (2007). *Makna Budaya dalam Komunikasi Antar Budaya*. PT LkiS Pelangi Angkasa.
- McClallend, D. (1988). *Human Motivation*. Cambridge University Press.
- McLeod, S. (2016). *Albert Bandura's Social Learning Theory*. Simplypsychology.Org. <https://www.simplypsychology.org/bandura.html>
- Poitras, G. (1999). *The anime companion : what's Japanese in Japanese animation?* Stone Bridge Press.
- Rasihana, F. F. (2022). *5 Negara dengan Jumlah Wibu Terbanyak di Dunia, Cari Tahu Indonesia Ada di Peringkat ke Berapa*. Kompas.Com. <https://buku.kompas.com/read/1441/5-negara-dengan-jumlah-wibu-terbanyak-di-dunia-cari-tahu-indonesia-ada-di-peringkat-ke-berapa>
- Sanjaya, P. (2020). Pentingnya Motivasi Intrinsik dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Hindu. *Haridracarya: Jurnal Pendidikan Agama Hindu*, 1(2), 101–110. <https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.smr.2020.02.002%0Ahttp://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/810049%0Ahttp://doi.wiley.com/10.1002/anie.197505391%0Ahttp://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205%0Ahttp://>
- Sanjaya, W. (2010). *Strategi Pembelajaran Berorientasi Standar Proses Pendidikan*. Kencana Prenada Media Group.
- Usmara, A. (2006). *Motivasi Kerja: Proses, Teori, dan Praktik*. Amara Books.

- Wahab, J. A. (2012). Global Media Product and Construction of “ Japanese Identity ”: a Case Study of Anime on Malaysian Television Produk Media Global Dan Konstruksi “ Identiti Jepun ”: Kajian Kes Terhadap. *Jurnal Komunikasi*, 28(2), 1–19.
http://www.ukm.my/jkom/journal/pdf_files/2012/V28_2_1-19.pdf
- Woodward, K. (2004). *Question Identity: Gender, Class, Ethnicity*. Routledge.
- Wulandari, P. S. (2012). *Pengaruh Menonton Tayangan Sinetron Remaja “ Go Go Girls ” Trans Tv Terhadap Gaya Bicara dan Gaya Berpakaian Siswi SMA Gama dan SMA Bhineka Tunggal Ika Yogyakarta*. UII.
https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/32210/NASKAH_PUBLIK_ASI_PUTRI_S.pdf?sequence=2&isAllowed=y