

GAYA HIDUP FANS *TOKUSATSU*
(Studi Pada *Tokufans* Komunitas Angkringan *Tokusatsu*
Semarang)



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana S1 Dalam Ilmu Sosiologi
Jurusan Sosiologi

Oleh:

MOHAMMAD RANGGA PATMANEGARA

NIM: 2106026065

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG

2025

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 5 (lima) eksemplar
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada.
Yth. Dekan FISIP
UIN Walisongo Semarang
di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengoreksi, dan memperbaiki sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Mohammad Rangga Patmanegara

NIM : 2106026065

Jurusan : Sosiologi

Judul Skripsi : GAYA HIDUP FANS TOKUSATSU (STUDI PADA TOKUFANS
KOMUNITAS ANGKRINGAN TOKUSATSU SEMARANG

Dengan ini telah saya setuju dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 13 Juni 2025
Pembimbing,



Akhriyadi Solian, M.A
NIP. 197910222023211004

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
GAYA HIDUP FANS TOKUSATSU
(STUDI PADA TOKUFANS KOMUNITAS ANGKRINGAN TOKUSATSU
SEMARANG)

Disusun Oleh:

Mohammad Ranga Patmanegara

2106026065

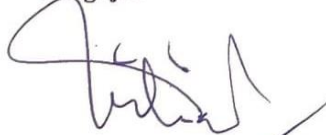
Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi pada tanggal 24 Juni 2025 dan
dinyatakan LULUS

Susunan Dewan Penguji



Ketua Sidang
Akhriyadi Sofian, M.A.
NIP. 197910222023211004

Penguji I



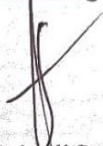
Dr. H. Agus Nurhadi, M.A.
NIP. 196604071991031004

Penguji II



Kartika Indah Permata, M.A.
NIP. 199108262020122007

Pembimbing I



Akhriyadi Sofian, M.A.
NIP. 197910222023211004

PERNYATAAN

Dengan ini saya Mohammad Rangga Patmanegara menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil publikasi maupun yang belum dan tidak dipublikasi dijelaskan dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 13 Juni 2025

Mohammad



KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Gaya Hidup Fans *Tokusatsu* (Studi Pada *Tokufans* Angkringan *Tokusatsu* Semarang)”. Salawat serta salam tak lupa pula penulis curahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang senantiasa kita nantikan safa’atnya kelak di hari kiamat.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada program studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Negeri Walisongo. Penyusunan skripsi ini dapat dicapai dengan segala usaha, doa dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Prof. Dr. Nizar, M. Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan kesempatan serta fasilitas bagi mahasiswa dalam menuntut ilmu di lingkungan akademik ini.
2. Prof. Dr. Imam Yahya, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah menciptakan lingkungan akademik yang kondusif bagi penulis dan mahasiswa lainnya.
3. Naili Ni’matul Illiyun, M. A., selaku Ketua Program Studi Sosiologi yang selalu memberikan dorongan agar mahasiswa dapat menyelesaikan studi dengan baik.
4. Akhriyadi Sofian, M.A selaku dosen pembimbing yang mengarahkan, memberikan nasihat, serta membimbing penulis dengan penuh kesabaran dan ketelitian dalam menyusun skripsi ini.
5. Para dosen dan tenaga administratif FISIP, khususnya para dosen sosiologi yang telah menjadi sumber ilmu dan inspirasi, serta staf akademik yang selalu membantu dalam berbagai keperluan administratif.
6. Terima kasih kepada orang tua saya sendiri, Bapak Alm Sunarso dan Ibu Tanti, serta Kakek Soewari yang selalu menjadi pendukung penulis untuk segera menyelesaikan perkuliahan dan salah satu donatur tetap sampai lulus kuliah.

7. Angkringan *Tokusatsu* Semarang yang telah membukakkan pintu bagi saya untuk belajar dan berkembang, melalui komunitas ini saya tidak hanya mendapatkan data untuk penelitian, namun saya juga menemukan nilai-nilai kebersamaan, kepedulian dan semangat dalam berkomunitas hobi tercinta, Terima kasih kepada semua anggota komunitas yang menyambut saya dengan hangat untuk berbagi pengalaman, dan memberi saya wawasan besar tentang pandangan tentang dunia hobi, tentang *tokusatsu* ataupun diluar *tokusatsu*. Semoga komunitas ini dapat terus berkembang dan bermanfaat bagi masyarakat ataupun menjadi wadah bagi pecinta *tokusatsu*.
8. Terima kasih kepada Candra, Deka, Bowo, Berhoph, Tiara, Hils, Stefan, Abiano, dan Ali sebagai informan yang bersedia untuk diwawancarai, tanpa data wawancara kalian, skripsi ini tidak akan selesai.
9. Terima kasih untuk Azura, Linda, Fina dan Olif yang sudah memberikan info-info tentang perkuliahan dan skripsi, berawal dari kelompok magang dan akhirnya menjadi keluarga cemara lalala, sampai sekarang selalu membantu penulis secara tidak langsung.
10. Terima kasih kepada Candra, Deka, Dhypo, Ryan, Naufal, Nizar, Bowo, Abiano, dan Bram sebagai the Jawirs yang selalu menemani penulis saat senang-senang di Kota Semarang maupun diluar Semarang.
11. Teman-teman KKN MIT Posko 90 Tosari yang sudah mengundang dan menerima saya dalam kelompok, serta pengalaman dan kenangan selama 45 hari dalam pelaksanaan KKN.
12. Terima kasih untuk Agil dan Annes yang sudah mensupport penulis agar segera lulus dari masa perkuliahan.
13. Teman teman Sosiologi B angkatan 21, yang sangat membantu dan menerima saya dalam kelas tersebut selama proses mata perkuliahan atau diluar perkuliahan.

Semoga segala bantuan dan kebaikan yang diberikan oleh pihak-pihak di atas mendapatkan balasan yang berlipat dari Allah SWT, Aamiin. Terlepas dari itu, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena adanya

keterbatasan pengetahuan dalam penelitian, meskipun demikian penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat di kemudian hari.

Semarang, 13 Juni 2025

Mohammad Rangga Patmanegara
NIM. 2106026065

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk orang yang paling berharga di kehidupan saya, kedua orang tua saya, Alm Bapak Sunarso dan Ibu Tanti, dan Kakek saya Soewari yang senantiasa memberikan doa, dukungan, dan bimbingan. Terimakasih atas segala kasih sayang yang telah diberikan dalam setiap langkah perjalanan hidupku. Terimakasih telah menjadi yang terdepan dan pelabuhan teraman setiap kali badai menerpaku, semoga Ibu dan Kakek selalu mendapatkan keberkahan, kebahagiaan dan kebaikan. Sehat selalu dan panjang umur, untuk Alm Bapak Sunarso semoga tenang disana, semoga amal ibadahnya semasa hidup diterima dan masuk surga. Tentunya juga untuk Almamater Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Walisongo, semoga dapat terus membentuk lulusan yang unggul.

MOTTO

“Dan tiadalah kehidupan dunia ini melainkan permainan dan hiburan belaka. Dan sungguh, negeri akhirat itu lebih baik bagi orang-orang yang bertakwa. Maka tidakkah kamu memahaminya”
(Q.S. Al-An’am : 32)

ABSTRAK

ANSATSU Semarang adalah sebuah komunitas yang berisikan orang-orang yang menggemari *serial tokusatsu*. Para anggotanya memiliki latar belakang tempat yang berbeda-beda yang tidak hanya dari Kabupate/Kota Semarang, akan tetapi diluar dari itu bahkan Jawa Tengah sendiri, karena para anggotanya sendiri merupakan perantau atau mahasiswa dan pekerja yang kebetulan berkerja di Kota Semarang. Komunitas ini terbentuk dari nongkrong-nongkrong sesama hobi dari para pengurus-pengurus yang sebelumnya belum menciptakan komunitas ini dan pada akhirnya menciptakan komunitas ini sebagai salah satu wadah para *tokufans* di Kota Semarang.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan yang menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data yang diperoleh dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan ialah observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Pada prosesnya itu sendiri, peneliti melakukan observasi terhadap gaya hidup yang dilakukan oleh *tokufans* komunitas Angkringan *Tokusatsu* Semarang yang berlokasi di Kota Semarang, serta melakukan wawancara secara mendalam dengan ketua dan humas, empat anggota komunitas ANSATSU, sementara data penelitian dianalisis yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup *tokufans* ANSATSU Semarang sangat beragam, mulai dari perilaku konsumtif untuk membeli berbagai merchandise sebagai kepuasan diri sendiri, memperkuat kebersamaan dan solidaritas antar anggota melalui program ANSATSU, menggunakan media sosial, Discord, Facebook dan Instagram sebagai media untuk menyebar luaskan komunitas ANSATSU, serta membangun jaringan sosial antar *tokufans* diluar komunitas ANSATSU dengan komunitas lain. Faktor pendukung utama keberhasilan program dan kolaborasi meliputi kepemimpinan dan para pengurus atau admin yang efektif dan komunikatif dengan anggota, sehingga setiap ada kegiatan dan program, para anggotanya selalu antusias, sedangkan hambatan yang dihadapi adalah anggota yang mulai kembali ke daerah masing-masing dan kesibukan pribadi yang membuat kurangnya partisipasi secara langsung karena keterbatasan waktu dan jarak, sedangkan dengan diskusi online tetap bisa berjalan lancar seperti biasanya, kecuali masing-masing anggota sedang sibuk dengan kehidupan di dunia nyata. Penelitian ini merekomendasikan pengembangan program komunitas ANSATSU yang lebih inovatif dan baru serta dapat di meriahkan oleh anggota dan berkelanjutan untuk meningkatkan nama ANSATSU di Kota Semarang, maupun diluar Kota Semarang.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Komunitas, Tokusatsu, Fans, ANSATSU

ABSTRACT

ANSATSU Semarang is a community consisting of individuals who are fans of Tokusatsu series. Its members come from diverse geographical backgrounds, not only from the Semarang Regency or City but also from outside those areas, even beyond Central Java. This is because many of the members are migrants, university students, or workers currently based in the city of Semarang. The community was formed out of casual gatherings among enthusiasts who had not previously established a formal group, and eventually created this community as a platform for Tokusatsu fans in Semarang City.

This research is a field study that employs a qualitative research method with a descriptive approach. The data obtained in this study consist of primary and secondary data. The data collection techniques used in this research include observation, in-depth interviews, and documentation. During the process, the researcher conducted observations on the lifestyle practices of Tokufans from the Angkringan Tokusatsu Semarang community, located in the city of Semarang, as well as conducted in-depth interviews with the head and public relations officer, along with four members of the ANSATSU community. Meanwhile, the research data were analyzed through data reduction, data presentation, and conclusion drawing.

The results of the study show that the lifestyles of ANSATSU Semarang Tokusatsu fans are highly diverse. These range from consumer behaviors such as purchasing various merchandise for personal satisfaction, strengthening togetherness and solidarity among members through ANSATSU programs, utilizing social media platforms such as Discord, Facebook, and Instagram to promote the ANSATSU community, and building social networks with Tokusatsu fans outside the ANSATSU community through collaboration with other communities. The main supporting factors for the success of programs and collaborations include leadership and management that are effective and communicative with the members, resulting in enthusiasm for every event and program. The obstacles encountered include members returning to their respective regions and personal busyness, which causes reduced direct participation due to limitations of time and distance. However, online discussions continue to run smoothly unless members are occupied with real-life responsibilities. This research recommends the development of more innovative and sustainable programs for the ANSATSU community that can be celebrated by members and enhance the reputation of ANSATSU both within and beyond the city of Semarang.

Keywords: *Lifestyle, Community, Tokusatsu, Fans, ANSATSU.*

DAFTAR ISI

NOTA PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	v
PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	ix
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB IPENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
E. Tinjauan Pustaka	12
F. Kerangka Teori	15
G. Metode Penelitian	20
H. Sistematika Penulisan Proposal.....	25
BAB II ANGKRINGAN <i>TOKUSATSU</i> SEMARANG DALAM PERSPEKTIF TEORI GAYA HIDUP DAVID CHANEY	27
A. Definisi Konseptual.....	27
1. Gaya Hidup	27
2. Komunitas	33
3. Fans dan Penggemar	36
4. <i>Tokusatsu</i>	39
5. Komunitas Angkringan <i>Tokusatsu</i> Semarang	44
B. Teori Gaya Hidup David Chaney.....	46
1. Asumsi Dasar Teori Gaya Hidup David Chaney	46
2. Konsep Dasar Teori Gaya Hidup Chaney.....	49
C. Gaya Hidup Dalam Perspektif Islam.....	73

BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	77
A. Gambaran Umum Kota Semarang	77
1. Kondisi Geografis.....	77
2. Kondisi Topografis Kota Semarang	79
3. Kondisi Demografis	80
4. Kondisi Sosial Budaya Kota Semarang	82
B. Profil Komunitas Angkringan <i>Tokusatsu</i> Semarang.....	83
1. Program Angkringan <i>Tokusatsu</i> Semarang.....	86
2. Tujuan Angkringan <i>Tokusatsu</i> Semarang	90
C. Sejarah Angkringan <i>Tokusatsu</i> Semarang.....	90
BAB IV BENTUK GAYA HIDUP YANG DIJALANI PARA PENGGEMAR TOKUSATSU DI KOMUNITAS ANGKRINGAN TOKUSATSU SEMARANG.....	93
A. Gaya Hidup Konsumtif <i>Tokufans</i>	93
1. Membeli <i>Merchandise Tokusatsu</i>	95
2. <i>Fashion Tokusatsu</i>	100
3. Membeli Konsol <i>Game</i>	107
B. Gaya Hidup Kolektif dan Komunal	112
1. Gathering Komunitas	115
2. Karaoke Komunitas	119
3. Buka Bersama saat Ramadhan	123
C. Gaya Hidup Digital <i>Tokufans</i>	125
1. Discord Komunitas	127
2. Facebook	132
3. Instagram.....	139
BAB V DAMPAK DARI GAYA HIDUP YANG DILAKUKAN OLEH PARA PENGGEMAR TOKUSATSU DI KOMUNITAS ANGKRINGAN TOKUSATSU SEMARANG	146
A. Dampak Sosial Ekonomi	146
1. Ekspresi Identitas dan Kreativitas	146
2. Memperkuat Solidaritas	149
3. <i>Personal Branding</i>	152
4. Penguatan Identitas Sosial.....	156
5. Peluang Kolaborasi dan Dukungan Emosional	159
6. Memperluas Jaringan Sosial dan Komunikasi	163

7. Peluang Ekonomi Baru	166
B. Dampak Sosial Budaya.....	171
1. Peningkatan Partisipasi Budaya	171
2. Pendidikan Nilai Moral.....	174
3. Penguatan Literasi Visual	178
C. Dampak Psikologis.....	183
1. Ketergantungan Sosial terhadap Komunitas	183
2. Kecanduan Menonton <i>Tokusatsu</i>	187
3. Halusinasi	190
4. Peningkatan Kecerdasan Emosional	195
BAB VI PENUTUP	199
A. Kesimpulan	199
B. Saran.....	200
DAFTAR PUSTAKA.....	201
LAMPIRAN	209
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	211

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Informan Penelitian.....	23
Tabel 2 Luas Wilayah Kecamatan di Kota Semarang 2022.....	78
Tabel 3 Jumlah Pneduduk di Kecamaran Kota Semarnag	80
Tabel 4 Jumlah Tingkat Pendidikan di Kota Semarang.....	82
Tabel 5 Jumlah Penganut Agama Kota Semarang	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kamen Rider, Ultraman dan Super Sentai.....	3
Gambar 2 Koleksi Merchandise Pribadi Candra	6
Gambar 3 Koleksi Merchandise Pribadi Deka	6
Gambar 4 Komunitas Ansatsu Semarang Membuka Stand Pada Januari 2025	8
Gambar 5 Foto Figure Lini Blokees Kamen Rider.....	8
Gambar 6 Anggota Komunitas ANSATSU Sedang Bercosplay.....	9
Gambar 7 Peta Kota Semarang.....	77
Gambar 8 Logo Komunitas Angkringan Tokusatsu Semarang.....	83
Gambar 9 Ultra Replica Zero Eye dan Geed Riser.....	96
Gambar 10 Hils bercosplay sebagai Tsumuri dari Kamen Rider Geats	102
Gambar 11 Nintendo3DS milik Bowo.....	111
Gambar 12 Gathering ANSATSU Pada 25 April 2025 di Kedai Mie Aceh.....	116
Gambar 13 Karaoke Komunitas pada 12 Mei 2025	119
Gambar 14 Discord Komunitas pada tanggal 10 Mei 2025	128
Gambar 15 Facebook Deka	137
Gambar 16 Instagram Candra untuk entertainer.....	141
Gambar 17 Deka memposting di Facebook	148
Gambar 18 Candra membangun Personal Branding.....	155
Gambar 19 ANSATSU Semarang berkolaborasi	161
Gambar 20 Grup Jual Beli di Facebook.....	168
Gambar 21 Tiara menjahit sendiri kostum Rita Kaniska dari Kingohger.....	173
Gambar 22 Koleksi Manga Deka	181
Gambar 23 Bowo Bercosplay Menajdi Kamen Rider Buffa.....	193

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Modernisasi muncul dengan segala perkembangan aspek industri yang sangat besar, dapat dilihat dari berbagai produksi dan konsumsi barang yang dijalankan dalam skala besar (Giddens, 1990). Dengan timbulnya modernisasi, memberikan dampak pada perubahan kehidupan masyarakat yang terdampak olehnya. Semakin majunya perkembangan yang dialami oleh masyarakat akan beradaptasi dengan sendirinya (Inglehart & Welzel, 2005). Perkembangan yang sangat cepat membuat masyarakat dipaksa beradaptasi untuk menjadi masyarakat modern secara tidak langsung oleh perkembangan zaman (Rostow, 1960).

Gaya hidup merupakan sebuah cara yang dilakukan untuk mendefinisikan nilai, sikap, dan menunjukkan harta kekayaan yang dimiliki agar dapat terlihat kasta sosial yang tinggi (Chaney, 1996). Gaya hidup pada umumnya mudah dikenali melalui seseorang individu dalam melakukan sebuah aktivitas yang menghabiskan waktunya, memiliki setiap individu juga memiliki ketertarikan ataupun minat pada lingkungannya, setiap individu juga memiliki pandangan yang berbeda-beda terhadap dirinya sendiri dan dunia yang berada disekitarnya (Kotler, 2016). Gaya hidup secara umum memiliki arti sebagai sebuah karakteristik yang dimiliki seseorang yang dapat diamati dan merefleksikan sebuah sistem berharga dan sikap yang dimiliki terhadap lingkungannya serta diri individu itu sendiri. Hal ini sangat amat berkaitan dengan beragam aspek, misalnya cara berbelanja, cara berpakaian dan kebiasaan yang dimiliki setiap individu. (Featherstone, 1991). Hasrat yang muncul pada setiap individu untuk memenuhi rasa puasannya terhadap gaya hidup yang menurut mereka dapat memberikan sebuah kepuasan yang tidak didapat dari individu ataupun orang lain. Dengan mengkonsumsi sesuatu, dapat memenuhi rasa puas dari gaya hidup seseorang (Baudrillard, 1998).

Banyak yang masih bingung tentang apa itu *tokusatsu*. Secara sederhana, *tokusatsu* adalah *genre* film yang menampilkan efek khusus, *superhero*, dan *monster*. *Evangelion* masuk ke dalam kategori *tokusatsu* karena memiliki efek khusus dan menampilkan *kaiju* (*monster*), meskipun bukan seri *tokusatsu* utama, melainkan *kaiju tokusatsu*, karena tidak memiliki seri lanjutan. Sebaliknya, *anime Gundam* dan *Gurren Lagann* meskipun kedua *anime* ini hampir mirip dengan *tokusatsu*, akan tetapi seri ini memiliki *genre mecha* fiksi ilmiah yang tidak menampilkan *kaiju* (Achmad, 2022).

Tokusatsu kini bisa berupa *live-action* atau animasi, namun animasi tidak selalu *tokusatsu*. Di barat, *Kamen Rider* diadaptasi menjadi *Masked Rider*, sedangkan *Super Sentai* dikenal sebagai *Power Rangers*, yang masih berlanjut hingga seri *Power Rangers Cosmic Fury*.

Awalnya *tokusatsu* bukanlah sebuah film animasi, namun pada tahun 1977 muncullah *anime Voltus V* yang mengangkat *genre tokusatsu* karena memiliki beberapa efek khusus. *Anime* ini terkenal di Indonesia karena ditayangkan pada tahun 1977. Pada tahun 1995, muncul film *anime tokusatsu* lain yang terkenal, *Neon Genesis Evangelion*, yang bertema *kaiju tokusatsu*. Pada tahun 2022, adaptasi dari *Kamen Rider W (Double)* muncul dengan judul *Fuuto Tantei*, meskipun seri aslinya sudah tayang pada tahun 2009 dalam bentuk *live-action* (Tensai Indonesia, 2020).

Kajian gaya hidup sudah dilakukan oleh Theliana (2023). dalam jurnal yang berjudul "Eksistensi Komunitas Pengguna Vespa Klasik Kanan Bersuara Di Kota Denpasar" Yang menjelaskan gaya hidup pada komunitas hobi vespa kanan bersuara yang berlokasi di Kota Bali. Memiliki 30 anggota yang berasal dari Bali, dalam kajian ini membahas bagaimana hobi vespa ini menjadi hal utama yang menyatukan mereka dan keterikatan mereka serta rasa persaudaraan yang kuat antar sesama hobi. Berbeda dengan kajian peneliti yang meneliti tentang gaya hidup seorang *tokufans* yang sangat berbeda dari hobi pecinta vespa yang dimana itu hanya sekedar kendaraan saja, berbeda dengan *tokusatsu* yang merupakan sebuah *genre* dan ada sebuah karakter *superhero* ataupun *monster* yang disukai atau di idolakan oleh *tokufans*, perbedaan juga ada di *merchandise* yang di koleksi dan fashion para *tokufans* bahkan sampai melakukan *cosplay*.

Tokusatsu merupakan singkatan dari *tokushu satsuei* yang memiliki arti "*special photography*". Fotografi disini dijelaskan sebagai pengambilan gambar yang bergerak atau biasa disebut sebagai video, dalam produksi sebuah efek film dapat menciptakan hal-hal yang sangat imajinatif. Pembuatan efek khusus untuk film menggunakan berbagai teknik komputer yang dapat menghasilkan gambar animasi yang unik dan menarik bagi penontonnya, contohnya seperti membuat efek dari sinar yang akan memberi seperti sebuah sambaran petir yang muncul dari pukulan yang dilontarkan oleh sebuah jurus dari tokohnya (Tensai Indonesia, 2020).

Japanese Station edisi 2014, menjelaskan bahwa rata-rata film *tokusatsu* memiliki *genre* aksi, dengan mengandalkan sebuah karakter yang heroik yang melawan

monster yang sangat jahat serta menampilkan berbagai adegan perkelahian antara *superhero* dan *monster*, dengan memperkenalkan karakter *superhero* dan *monster* beragam yang akan dihadapi oleh *superhero* tersebut. Film *tokusatsu* biasanya juga menambahkan berbagai unsur drama yang membuat cerita lebih maju dan menaikkan minat untuk diikuti serta dari jalan cerita sendiri lebih kompleks bagi kalangan dewasa (Tresna, 2018).

Biasanya orang mengenal *tokusatsu* dari *Ultraman*, *Kamen Rider* dan *Super Sentai*. Karena tiga serial *tokusatsu* ini yang paling terkenal di Indonesia maupun diluar negeri, di Indonesia sendiri seri *Super Sentai* yang terkenal adalah *Goggle V* yang kasetnya sudah beredar pada tahun 80an pertengahan, beberapa kali *Super Sentai* tayang di Indonesia, tapi sudah jarang muncul di pertelevisian Indonesia, dan pada akhirnya di tahun 2019, RTV menayangkan seri *Super Sentai* bernama *Uchuu Sentai Kyuuranger* lalu dilanjut dengan *Lupinranger VS Patranger* (RCTI Plus, 2023). Untuk *Kamen Rider* di Indonesia paling terkenal adalah Ksatria Baja Hitam, atau dalam nama Jepangnya adalah *Kamen Rider Black*, disiarkan oleh RCTI pada tahun 1993, beberapa seri *Kamen Rider* pun pernah tayang di TV, tetapi sama dengan *Super Sentai* yang mulai jarang ditayangkan kembali di pertelevisian Indonesia, maka pada tahun 2021, RTV menayangkan *Kamen Rider Ex-Aid*, yang membuat para anak-anak pada zaman covid-19 pada saat itu masih dirumahkan jadi menonton tayangan tersebut, para anak-anak menjadi suka karena *Kamen Rider Ex-Aid* memiliki bentuk dan tema yang menarik bagi anak-anak (Caesar, 2022). *Ultraman* juga terkenal di Indonesia, walaupun pernah ditayangkan beberapa seri *Ultraman* dibawah tahun 2000, akan tetapi *Ultraman* yang paling terkenal adalah *Ultraman Tiga* yang disiarkan pada tahun 2000 di TV. Dan pada 2020, RTV juga menayangkan seri *Ultraman Orb* yang menarik bagi anak-anak untuk menjadikan *Ultraman* sebagai Idola (Tarmizi, 2024).

Gambar 1 *Kamen Rider*, *Ultraman* dan *Super Sentai*



(Sumber: Diakses dari <https://www.instagram.com/instamashii/p/Cz3aZvNRnBb/> pada 13 Febuari 2025)

Penyuka *tokusatsu* memiliki sebutan untuk diri mereka sendiri yaitu *tokufans*, mereka adalah individu-individu yang menyukai serial *tokusatsu*, dan biasanya memiliki berbagai koleksi, membeli barang-barang yang berhubungan dengan seri *tokusatsu* seperti *merchandise*. Mereka pun siap membeli pakaian yang sesuai ataupun mirip dengan *fashion* di dalam film *tokusatsu* tersebut. Dan para individu-individu tersebut bergabung dalam sebuah komunitas Angkringan *Tokusatsu* Semarang, yang biasanya disingkat dan dikenal dengan nama ANSATSU Semarang, nama angkringan dalam Angkringan *Tokusatsu* Semarang ini hanyalah sekedar nama saja, bukanlah sebuah tempat yang benar-benar ada ataupun angkringan yang bernama Angkringan *Tokusatsu*, komunitas ini biasanya berpindah-pindah tempat dalam mengadakan kumpul komunitas. Dalam komunitas ini para anggota memiliki berbagai *merchandise* seperti figur, gantungan kunci, *deluxe (DX)*, *photobooth*, dan CD. Kisaran harga dari sepuluh ribu sampai bahkan puluhan juta untuk berbagai macam koleksi *merchandise tokusatsu*.

Hasil wawancara dengan Candra sebagai ketua Komunitas Angkringan *Tokusatsu* (ANSATSU) Semarang pada saat kegiatan kumpul bersama komunitas yang diselenggarakan pada September tahun 2024, menjelaskan bahwa para anggota ANSATSU saling bertukar cerita tentang *tokusatsu* yang mereka suka atau berdiskusi, dan beberapa anggota lain juga melakukan kegiatan seperti bermain mainan *tokusatsu* yang biasa disebut dengan *DX* dan ada juga yang berfoto-foto menggunakan *action figure* yang ada di acara kumpul komunitas ANSATSU, dan di acara kumpul ini para panitia mengadakan lomba *henshin challenge* dan lomba permainan game konsol antar

para anggota yang dapat memicu rasa semangat dan kesenangan bersama dalam kegiatan kumpul komunitas besar tersebut yang biasa diadakan setiap 3 bulan sekali.

Candra juga menjelaskan bahwa gaya hidupnya sangat berubah sejak mengenal *tokusatsu* dan setelah membuat komunitas ANSATSU, sebelum mengenal *tokusatsu* dia tidak terlalu memiliki tujuan untuk menabung, akan tetapi setelah mengenal *tokusatsu*, Candra sendiri menjadi lebih konsumtif seperti membeli/mencari *action figure* dan berbagai pakaian yang bertema *tokusatsu*, Candra biasanya menghabiskan uang sekitar lima ratus ribu rupiah sampai dua juta rupiah maksimal untuk membeli *merchandise tokusatsu*, Candra juga memaparkan walaupun dia menjadi lebih konsumtif daripada sebelum mengenal *tokusatsu*, dia sendiri merasa puas dan senang jika membeli berbagai *merchandise* bertema *tokusatsu* dan itu termasuk dalam salah satu motivasi dia dalam menjalani hidup dan rajin dalam menabung untuk membeli lebih banyak *merchandise*, Candra jadi memiliki banyak keinginan untuk membeli berbagai *merchandise* untuk dikoleksi, dengan Candra membuat komunitas ANSATSU Semarang, Candra sebagai ketua hanya sebagai formalitas saja, karena niat awalnya hanya sekedar untuk kumpul-kumpul bertukar cerita dengan para *tokufans* yang sudah menjadi anggota komunitas, saling bercerita tentang pengalaman mereka, pada akhirnya komunitas ini hanya sebuah wadah bagi Candra dan *tokufans* yang lain untuk berkumpul sebagai penggemar *tokusatsu* atau sebagai *tokufans* dan berdomisili di Semarang,

Sama halnya dengan Candra, Deka sebagai humas komunitas juga merupakan *tokufans*, Deka merupakan salah satu orang yang berkontribusi selain Candra dalam terbentuknya komunitas ANSATSU Semarang, Deka yang niat awalnya hanya sekedar kumpul, bertukar *merchandise* dan diskusi biasa soal *tokusatsu*, akhirnya mengusulkan untuk membuat komunitas ini di Kota Semarang, Deka memiliki pandangan dimana jika dia suka dengan *merchandise* dalam suatu seri *tokusatsu* dia akan mengoleksinya, seperti dia memiliki fokus lini seri *tokusatsu* seperti *Kamen Rider Ryuki*, Deka sangat banyak memiliki *merchandise* dari seri *Kamen Rider Ryuki*, sebab dia sangat menyukai seri *tokusatsu* itu dan rasa nostalgia, saat dia kecil menonton seri tersebut, berbeda dengan Candra yang memiliki lini dari berbagai seri *tokusatsu* terutama *Kamen Rider*. Deka biasanya mengeluarkan uang sekitar lima ratus ribu tiap bulan untuk membeli berbagai *merchandise tokusatsu*, Deka juga selalu menyempatkan diri untuk menonton film *box office* seri *tokusatsu* di bioskop ketimbang dia menontonnya secara bajakan. Deka sendiri lebih suka menonton suatu seri *tokusatsu* dengan pandangan sendiri yang

menonton langsung dan menikmatinya ketimbang mendengar kata orang lain yang berkomentar ataupun berpendapat bahwa *tokusatsu* ini jelek/buruk dan sebagainya. Deka juga menjelaskan bahwa *tokusatsu* menjadi salah satu pengubah gaya hidup dan tujuan hidup dia, dimana dia tetap memiliki motivasi hidup karena masih memiliki banyak *merchandise* yang belum dia koleksi dari seri *tokusatsu* favoritnya, Deka sendiri adalah orang yang introvert dalam kehidupan sehari-hari dan biasanya jarang berkomunikasi akan tetapi berkat *tokusatsu* dia bisa mengajak orang yang baru dia jumpai di komunitas Angkringan *Tokusatsu* Semarang untuk mengobrol karena memiliki frekuensi yang sama, yaitu *tokufans*, Deka juga menjelaskan bahwa setiap dia lelah dengan kehidupannya ataupun letih setelah pulang bekerja, dia memilih bermain dengan *merchandise* nya, walaupun terlihat kekanak-kanakan tapi dia tetap menikmatinya, karena dia juga tidak mau merepotkan orang disekitar dia untuk bercerita tentang keluhan dia dalam kehidupan sehari-hari.

Gambar 2 Koleksi Merchandise Pribadi Candra



(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Gambar 3 Koleksi Merchandise Pribadi Deka



(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Hasil observasi menjelaskan, Angkringan *tokusatsu*, disingkat ANSATSU adalah sebuah kelompok penggemar film, figur, kostum, *merchandise*, yang berhubungan dengan seri *tokusatsu* seperti *Ultraman*, *Kamen Rider* dan *Super Sentai*

yang berada di Kota Semarang. *tokusatsu* merupakan salah satu *genre* film yang berasal dari Jepang. Kata *tokusatsu* sendiri merupakan gabungan dari kata *tokushu* yang berarti spesial dan juga *Satsuei* yang berarti pengambilan gambar, sehingga *tokusatsu* biasa diartikan sebagai pengambilan gambar menggunakan efek spesial. ANSATSU Semarang didirikan secara resmi pada tanggal 24 Desember 2022, walaupun sebelum didirikan secara resmi para anggota pendiri sudah sering melakukan kopdar di Kota Semarang, ANSATSU juga pernah berkolaborasi/media partner bersama PT.Hocer dan Summerwork, mereka merupakan bagian dari *Event Organizer* yang mengundang ANSATSU untuk ikut hadir dalam acara yang mereka selenggarakan, ANSATSU juga menyumbang hadiah dalam lomba *henshin challenge* dalam acara yang diselenggarakan tersebut. ANSATSU juga memiliki cabang komunitas di Jawa Tengah selain Kota Semarang, yaitu di Kabupaten Banyumas dan pusatnya di Kota Purwokerto karena kebanyakan anggota berasal dari luar Kota Purwokerto dan Kabupaten Banyumas yang biasanya mereka merupakan mahasiswa/i yang berkuliah di Universitas Jenderal Soedirman, ANSATSU Banyumas didirikan pada 6 Mei 2023, dan diketuai oleh Stefan. Penulis melakukan penelitian tentang gaya hidup pada *tokufans* yang memiliki komunitas bernama Angkringan *Tokusatsu* (ANSATSU) yang berada di Kota Semarang.

Candra memberitahu bahwa komunitas ANSATSU Semarang memiliki berbagai macam kegiatan yang sering kali dilakukan, seperti nonton bersama para anggota atau yang biasa disebut dengan nobar setiap ada film *box office tokusatsu* yang ditayangkan di bioskop Indonesia, kumpul anggota atau yang biasa disebut dengan *gathering* besar yang biasa diselenggarakan setiap tiga bulan sekali sedangkan *gathering* kecil memiliki waktu yang lebih fleksibel atau dadakan ketimbang *gathering* besar yang penuh perencanaan dan diskusi para pengurus komunitas, dan kegiatan membahas hal-hal yang bertema *tokusatsu* seperti *merchandise* ataupun film *tokusatsu* dari berbagai seri, tapi terkhususnya pada seri *tokusatsu* yang sedang tayang seperti *Ultraman*, *Super Sentai* dan *Kamen Rider* yang hampir setiap hari dilakukan melalui grup whatsapp ataupun melalui channel discord komunitas, buka bersama pada bulan puasa, *photo session (potses)*, perlombaan *henshin challenge*, membuka booth/stand di event-event yang berada di Kota Semarang, dan masih banyak lagi kegiatannya.

Gambar 4 Komunitas Ansatsu Semarang Membuka Stand Pada Januari 2025



(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Gambar 5 Foto *Figure Lini Blokees Kamen Rider*



(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Hasil observasi menunjukkan, dalam kegiatan komunitas ANSATSU ada yang namanya *photo session*, dimana ada anggota yang sedang bercosplay menggunakan kostum ataupun properti seperti *character* dalam seri *tokusatsu*, biasanya dilakukan di *event-event*, karena waktu berkumpul anggotanya lebih mudah ketimbang diluar *event*, eventnya sendiri pun hampir tiap bulan ada, akan tetapi bukan berarti tiap *event* akan ada *stand* ANSATSU, akan tetapi anggota ANSATSU biasanya akan hadir walaupun tidak sedang membuka stand di *event* tersebut, tapi biasanya anggota yang datang sedikit ketimbang saat ANSATSU membuka *stand* di *event*, adapun kegiatan foto-foto *figure*, biasanya dilakukan saat *event* ataupun *gathering* bulanan maupun *gathering* kecil-kecilan, biasanya *gathering* besar dilakukakan setiap tiga bulan sekali, dan setiap *gathering* besar biasanya diselenggarakan lomba *henshin challenge* dan lomba *game* konsol serta quiz seputar *tokusatsu*, untuk *game* konsol sendiri biasanya akan di pasang-pasangkan untuk saling beradu *skill* dalam *game tokusatsu* sampai tersisa pemenang

satu orang. Untuk quiz sendiri biasanya rebutan antar para anggota yang hadir di *gathering* sedangkan *gathering* kecil-kecilan tidak menentu, tapi biasanya diadakan sebelum hari *event*, atau h-1 *event*, biasanya tempatnya pun tidak menentu, tapi yang paling sering adalah di rumah Candra dan di warung Aceh milik Emir, untuk *gathering* kecil ini biasanya hanya dihadiri sedikit orang, karena ini tidak wajib dan sekedar kumpul biasa yang dilakukan dadakan sebelum *event* pada esok harinya, anggota yang hadir biasanya tidak lebih dari 10 anggota, dan karena biasanya dilakukan di rumah Candra, jadi para anggota biasanya menginap dan ada juga anggota yang memilih pulang, ada anggota yang berdomisili diluar Kota Semarang biasanya menginap di rumah Candra.

Gambar 6 Anggota Komunitas ANSATSU Sedang Bercosplay Menjadi Kamen Rider pada November 2024



(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Hasil observasi menjelaskan, *henshin challenge* merupakan sebuah kegiatan yang di selenggarakan oleh ANSATSU Semarang dengan meniru gaya perubahan atau yang biasa disebut dengan *henshin* pada seri *tokusatsu*, tema yang biasanya dipakai adalah *henshin Kamen Rider*, para peserta yang mengikuti kegiatan tersebut, akan menyiapkan satu *backsound henshin Kamen Rider* ataupun *backsound* lain sesuai tema *henshin challenge* tersebut, dan biasanya dalam satu kegiatan *henshin challenge* tersebut, para peserta diminta untuk dua kali melakukan pose *henshin*, pertama dari *backsound* yang para peserta siapkan dan kedua melalui *backsound* para panitia siapkan, dan biasanya *backsound* yang panitia siapkan adalah *backsound main rider*, atau *Kamen Rider* utama yang dimana biasanya orang awam ataupun tokufans sudah tidak asing. *henshin challenge* sering di selenggarakan dalam *event-event* yang berkolaborasi dengan ANSATSU atau saat sedang melakukan *gathering* besar, Candra menjelaskan saat menyelenggarakan *henshin challenge*, dia sebagai juri menilai dari ketepatan waktu (*tempo*), *gesture*, *pose*, *in character (on point)*.

Candra memaparkan bahwa ANSATSU memiliki 96 anggota di grup whatsapp pada Februari 2025, grupnya sangat aktif dalam berdiskusi tentang *tokusatsu* ataupun sekedar saling bercerita tentang *tokusatsu*, di grup tersebut juga sering terjadi saling jual beli *merchandise tokusatsu* ataupun kostum *tokusatsu*, karena whatsapp terbatas untuk panggilan suara, ANSATSU memiliki media komunikasi lain selain whatsapp, yaitu discord, di media ini kita hampir setiap hari melakukan panggilan suara antar sesama anggota komunitas, karena lebih enak berbicara dan mengobrol ketimbang hanya mengetik saja, dan isi pembahasan yang dilakukan hampir-hampir mirip seperti di grup whatsapp, bedanya hanya di panggilan suara saja, tapi biasanya di discord ini yang aktif ini berbicara dan bergabung adalah lima orang/anggota, jika lebih dari itu sudah sangat banyak sekali.

Candra menjelaskan bahwa ANSATSU ini juga memiliki media sosial seperti facebook dan instagram saja, di facebook lebih aktif *share* foto atau *event* yang akan datang, sedangkan Instagram aktif dalam melakukan siaran langsung tentang *unboxing merchandise tokusatsu* yang sedang *on-going* ataupun sekedar *unboxing merchandise tokusatsu* yang sudah tayang. Saat ANSATSU membuka *booth/stand* di *event-event*, biasanya yang hadir dalam *event* tersebut biasanya sekitar 20 sampai 30 orang, jika sudah lebih dari itu, sudah terlalu banyak, saat membuka *stand/booth* biasanya ada yang menjaga juga, sekitar 2 orang saja agar tidak terlalu kesusahan dan saling membantu, dan yang menjaga biasa, biasanya juga jika sedang membuka *stand/booth* ada tiket gratis (*freepas*) untuk anggota yang mungkin sedang tidak memiliki uang untuk membeli tiket, tetapi tetap ingin hadir dalam *event* tersebut, biasanya juga memiliki kewajiban untuk menjaga *stand/booth* serta melayani para pengunjung yang datang ke *stand/booth* komunitas, karena sudah diberi *freepas* untuk hadir secara gratis, biasanya untuk anggota yang baru bergabung akan diarahkan oleh penjaga ataupun oleh anggota yang sedang berada di *stand/booth* untuk menfollow instagram ANSATSU dan biasanya mendapatkan *merchandise* ANSATSU, lalu jika berkenan untuk memberikan nomor teleponnya agar diundang ke dalam grup whatsapp.

Menurut Candra komunitas seperti ANSATSU Semarang menjadi wadah yang sangat menarik bagi para anggotanya karena memiliki berbagai budaya yang kaya, karena setiap anggotanya pun tidak wajib harus dari Kota Semarang, karena dibebaskan siapapun yang bagi penyuka *tokusatsu* silahkan bergabung dengan komunitas ini, karena dari berbagai daerah yang berbeda membawa rasa toleransi yang besar kepada setiap anggota yang tidak memandang ras, suku serta bahasa, saat sedang membahas

tokusatsu selalu menyenangkan. Latar belakang tempat tinggal setiap anggotanya berbeda menjadi ciri khas komunitas ini yang secara tidak langsung tetap menjunjung tinggi persatuan dan kesatuan dalam komunitas tersebut. Dengan memiliki rasa suka yang besar terhadap *tokusatsu*, membuat para anggota akrab satu sama lain, walaupun pernah terjadi konflikpun langsung dilesaikan agar komunitas ini menjadi komunitas yang sehat. Gaya hidup penggemar yang unik telah menarik perhatian peneliti, karena gaya hidup penggemar yang sangat konsumtif untuk membeli berbagai *merchandise* dari hal yang dia sukai seperti *kpop* ataupun *anime*, dan salah satunya adalah seri *tokusatsu* yang terbilang cukup banyak peminatnya di Kota Semarang. Berdasarkan hal ini, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap komunitas ANSATSU Semarang dengan harapan dapat mengungkapkan bagaimana bentuk gaya hidup serta dampak yang terjadi pada penggemar *tokusatsu* ini. Judul penelitian ini adalah "Gaya Hidup Fans *Tokusatsu*: studi pada *tokufans* komunitas Angkringan *Tokusatsu* Semarang"

B. Rumusan Masalah

Untuk mencapai tujuan yang diinginkan maka diperlukan adanya perumusan masalah agar penelitian ini menjadi terarah. Adapun rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk gaya hidup yang dijalani para penggemar *tokusatsu* di komunitas Angkringan *Tokusatsu* Semarang?
2. Bagaimana dampak dari gaya hidup yang dilakukan oleh para penggemar *tokusatsu* di komunitas Angkringan *Tokusatsu* Semarang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana bentuk gaya hidup yang dijalani para penggemar *tokusatsu* di komunitas Angkringan *Tokusatsu* Semarang
2. Untuk mengetahui bagaimana dampak dari gaya hidup yang dilakukan oleh para penggemar *tokusatsu* di komunitas Angkringan *Tokusatsu* Semarang

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Dapat menjadi sumbangan pemikiran untuk penelitian selanjutnya dengan tema yang berkaitan dengan gaya hidup komunitas penggemar Angkringan *Tokusatsu* Semarang

- b. Dapat menjadi rujukan dalam pengembangan disiplin ilmu sosial serta memahami lebih dalam mengenai gaya hidup komunitas penggemar *Angkringan Tokusatsu* Semarang
2. Manfaat Praktis
- a. Bagi Penulis. Penelitian ini adalah sarana untuk mempraktikkan pemahaman teori yang telah dipelajari pada perkuliahan dan sebagai syarat tugas akhir perkuliahan.
 - b. Bagi Prodi Sosiologi. Penelitian ini diharapkan menjadi rujukan untuk mahasiswa maupun dosen yang ingin melakukan penelitian mengenai gaya hidup komunitas penggemar *Angkringan Tokusatsu* Semarang.
 - c. Bagi komunitas. Dapat digunakan sebagai bahan bacaan dalam upaya untuk mempertimbangan langkah selanjutnya untuk meningkatkan pola gaya hidup para penggemar *tokusatsu* dalam komunitas ataupun individu anggota

E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan sebuah rangkuman tertulis dapat menggambarkan sebuah teori dan memiliki informasi berasal dari beragam sumber seperti buku, jurnal bahkan dokumen yang lain. Tinjauan ini menyusun literatur terkait topik yang relevan, baik dari masa lalu maupun saat ini, yang diperlukan untuk proposal penelitian. Menurut Creswell (2014), tinjauan pustaka membantu mengorganisir sumber-sumber yang mendukung pengembangan teori dan pemahaman topik penelitian. Untuk memudahkan penelitian ini, peneliti mengelompokkan kajian pustaka kedalam 3 tema. Berikut merupakan beberapa penelitian yang ditemukan peneliti:

1. Gaya Hidup

Kajian mengenai gaya hidup ditulis oleh Rosyada (2022), Maulidia (2024), Nisa (2023).

Penelitian yang ditulis oleh Rosyada (2022) meunjukkan perasaan tertarik pada suatu hal dapat membuat seseorang utnuk ikut terlibat dengan apa yang dilihat dari *Korean wave* yang memperngaruhi selera musik, artis bahkan sampai tayangan televisi, konsep visual yang memanjakan mata, membuat para penggemar *kpop* dan *kdrama* menjadi sangat tergila-gila. Dengan timbulnya *Korean wave* dapat memberikana berbagai dampak secara umum.

Penelitian yang ditulis oleh Maulidia (2024) memaparkan bahwa para mahasiswa menjadi lebih konsumtif untuk membeli berbagai *merchandise* JKT48 dan

disatu sisi juga menjadi mengidolakan atau yang biasa disebut sebagai meng-oshikan salah satu member JKT48, sampai mereka menjadi ketagihan dengan konten-konten yang berkaitan ataupun yang menampilkan *oshi* mereka akan ditonton, dan bahkan sampai ditegur oleh orang tua mereka agar tidak terlalu tercebur terlalu dalam menyukai JKT48, karena yang berlebihan itu tidak baik.

Penelitian yang ditulis oleh Nisa (2023) menjelaskan kehadiran dari *korean wave* memiliki dampak yang besar bagi Indonesia, seperti pembelian album ataupun prodouk kosmetik ataupun apapun yang berasal dari Korea, karena semakin banyaknya budaya Korea yang masuk ke Indonesia, merupakan salah satu strategi pasar dari Korea sendiri, apalagi para fans yang menggila dan tidak ragu-ragu untuk mengeluarkan uang yang tidak sedikit untuk membeli barang-barang yang berbau Korea, sama halnya dengan penggemar GOT7 yang membeli album dan berbagai hal yang berbau Korea.

Penelitian kali ini memiliki beberapa persamaan dengan penelitian sebelumnya yang membahas gaya hidup para fans atau penggemar dalam mengidolakan sesuatu. Sedangkan perbedaannya ada dalam apa yang dikaji seperti tema utama yang berbeda dan perbedaan dalam *genre* film dengan idol grup.

2. Fans atau Penggemar

Kajian mengenai gaya hidup konsumtif ditulis oleh Madaniya (2024), Afifah (2019), Damasta (2020).

Penelitian yang ditulis oleh Madaniya (2024) memaparkan para fans yang sangat mengidolakan *kpop* terlalu berlebihan menyebabkan perilaku konsumtif dikalangan fans *kpop*, karena para fans ini sangat tergila-gila yang pada akhirnya membuat mereka membeli berbagai barang-barang *kpop* seperti *photocard*, gantungan kunci dan *lightstick* sampai poster yang bertemakan *kpop*, dalam penelitian ini juga memaparkan bahwa sebenarnya barang-barang yang mereka beli ini juga tidak terlalu penting untuk kehidupan mereka, tapi menjadi penting karena untuk memenuhi perilaku konsumtif atas rasa kepuasan tersendiri.

Penelitian yang ditulis Afifah (2019) menjelaskan para fans yang awalnya adalah para individu akhirnya bergabung menjadi satu menjadi sebuah fandom artis idola, karena mereka tergabung dalam suatu fandom, mereka memiliki ciri khas tersendiri dengan menggunakan atribut-atribut yang mencerminkan fandom mereka

sendiri, mereka juga menggunakan *Platform* dari media sosial Twitter sebagai sarana media yang mampu mengumpulkan mereka melalui dunia maya.

Penelitian yang ditulis Damasta (2020) memaparkan Fans JKT48 atau yang biasa disebut sebagai *wota*, memiliki rasa loyal yang tinggi kepada para *oshi* atau idola mereka, dengan membeli berbagai *merchandise* yang berbau JKT48, padahal barang-barang tersebut bukanlah kebutuhan utama mereka, akan tetapi mereka sangat senang dengan hal itu karena secara pribadi mereka merasa sudah mendukung *oshi* nya secara tidak langsung, walaupun pada akhirnya para *wota* ini menjadi terlalu konsumtif sampai ditegur oleh orang tua mereka karena mulai terlalu berlebihan dalam mengidolakan *oshi* mereka.

Penelitian kali ini memiliki beberapa persamaan dengan penelitian sebelumnya yang membahas tentang para fans atau penggemar yang sangat suka sekali terhadap idolanya. Sedangkan perbedaannya dari apa yang mereka idolakan itu berbeda, seperti pada tokoh *superhero* yang fiktif dan idola wanita ataupun pria yang nyata.

3. Komunitas Tokusatsu di Indonesia

Kajian mengenai komunitas *tokusatsu* di ditulis oleh Utami (2017), Faozan (2023), Sinyor (2023).

Penelitian yang ditulis oleh Utami (2017) menunjukkan bahwa komunitas *tokusatsu* menjadi salah satu wadah tempat berkumpul sebagai sesama penggemar dan menjadi tempat untuk menuangkan opini dan argumen dalam berdiskusi tentang *tokusatsu*, nama KomuToku sendiri berawal dari 7 orang fans *tokusatsu* dan akhirnya 3 orang mengurus komunitas ini dengan di ketuai oleh Marzuki Nuril, Erlan Arisandi sebagai wakil ketua, dan Ferdu Firdaus sebagai humas, berawal dari rasa cinta dan suka terhadap *tokusatsu* menjadi latar belakang mereka membuat komunitas ini agar menjadi wadah bagi mereka yang juga menggemari *tokusatsu*.

Penelitian yang ditulis oleh Faozan (2023) menjelaskan komunitas Angkringan *Tokusatsu* ini terbentuk berawal dari nongkrong-nongkrong biasa di sebuah *minimarket* daerah Kota Semarang, dari yang awal hanya sekedar diskusi tentang *tokusatsu*, saling bertukar *merchandise*, akhirnya menjadi latar belakang terbentuknya komunitas ini di Kota Semarang.

Penelitian yang ditulis Sinyor (2023) menunjukkan para anggota Tokuheroes yang membeli mainan sebagai koleksi ataupun sebagai rasa kepuasan tersendiri, bahkan sebagai ajang pamer antara Tokuheroes, tidak hanya sekedar pamer, tapi para

anggota tetap boleh saling bertukar atau saling pinjam saat sedang mengadakan nongkrong-nongkrong komunitas ini. dalam jurnal tersebut dijelaskan mereka juga kerap sekali di pandang aneh karena membeli mainan saat sudah bukan anak kecil lagi, akan tetapi mereka tidak terlalu peduli karena mereka suka dan tidak merugikan orang lain.

Penelitian kali ini memiliki beberapa persamaan dari peneltiian yang sebelumnya seperti membahas mengenai komunitas fans *tokusatsu* yang berada di Indonesia. Sedangkan perbedaannya terdapat pada penggunaan teori gaya hidup David Chaney yang melihat gaya hidup sebagai identitas sebuah individu sebagai fans atau individu yang memiliki ciri khas seperti atribut.

F. Kerangka Teori

1. Definisi Konseptual

a. Gaya hidup

Gaya hidup adalah pola tindakan dan konsumsi yang memiliki makna simbolik, di mana individu menggunakan gaya hidup sebagai sarana untuk menampilkan diri mereka dalam struktur sosial yang lebih luas. Dalam pandangannya, gaya hidup bukan sekadar pilihan individu, tetapi sebuah konstruksi sosial yang mencerminkan identitas, status, dan pola konsumsi dalam masyarakat. gaya hidup adalah refleksi dari struktur sosial, konsumsi simbolik, dan perubahan budaya. Bukan hanya sekadar pilihan pribadi, melainkan juga produk dari dinamika sosial yang lebih luas (Chaney, 1996).

b. Komunitas

Komunitas menjadi sebuah wadah sebuah perkumpulan manusia yang hidup berdampingan dalam hubungan antar sesama makhluk sosial. Mereka dapat hidup secara bersama karena memiliki frekuensi yang sejalan ataupun selaras yang menyebabkan kecocokan yang sama ataupun memiliki tempat tinggal dan latar belakang yang sama, serta memiliki kepercayaan yang sama (Susilowati, 2012). Komunitas memiliki pengertian lain seperti kumpulan individu-individu yang memiliki rasa suka atau kepedulian yang sama terhadap sesuatu hal yang sangat besar melebihi individu-individu yang lain. Hubungan yang terjalin erat antara para anggota dalam sebuah perkumpulan karena adanya rasa ketertarikan dan sebuah nilai. Komunitas sendiri memiliki sebuah tujuan yang sama walaupun setiap anggotanya sendiri memiliki latar belakang yang berbeda-beda.

c. Fans dan penggemar

Fans merupakan sekumpulan individu-individu yang memiliki ketertarikan dan sebuah minat yang sama dan agar dapat bersatu mereka membuat sebuah kelompok penggemar. Dalam sebuah kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) penggemar memiliki asal kata *gemar* yang memiliki arti sangat suka. Penggemar memiliki arti orang yang sangat suka terhadap sesuatu hal dan secara bersamaan, para penggemar ini akan membuat sebuah kelompok sebagai salah satu wadah atau fanbase bahkan sampai fandom (Mahmudah, 2015).

d. Tokusatsu

Tokusatsu merupakan sebuah istilah dalam bahasa Jepang untuk efek spesial (efek khusus / efek visual) biasanya digunakan dalam film fantasi/*sci-fi/horror/live-action* yang diproduksi oleh Jepang (Tensai Indonesia, 2020). Di dunia film *tokusatsu*, memiliki beberapa hal unik yang sering sekali digunakan dalam dunia perfilman seperti menggunakan beberapa efek khusus yang menjadi salah satu fokus utama dengan objek seperti saat pertarungan antara para *superhero* dengan *monster-monster* yang mengandung berbagai elemen-elemen tambahan yang bernuansa fiksi ilmiah dan fantasi, yang menciptakan sebuah pengalaman visual yang berbeda serta unik bagi para penonton yang menyaksikannya. Hal-hal seperti ini membuat film *tokusatsu* sering sekali ditunjukkan kepada para anak-anak sebagai salah satu tontonan film yang menghibur dan memiliki jalan cerita yang kompleks bagi kalangan anak-anak, hal ini karena untuk menarik minat orang di kalangan dewasa agar selalu menemani anaknya saat sedang menonton.

e. Angkringan Tokusatsu Semarang

ANSATSU Semarang adalah sebuah komunitas yang berisikan orang-orang yang menggemari *serial tokusatsu*. Para anggotanya memiliki latar belakang tempat yang berbeda-beda yang tidak hanya dari Kabupaten/Kota Semarang, akan tetapi diluar dari itu bahkan Jawa Tengah sendiri, karena para anggotanya sendiri merupakan perantauan ataupun mahasiswa dan pekerja yang kebetulan berkerja di Kota Semarang. Komunitas ini terbentuk dari nongkrong-nongkrong sesama hobi dari para pengurus-pengurus yang sebelumnya belum menciptakan komunitas ini dan pada akhirnya menciptakan komunitas ini sebagai salah satu wadah para *tokufans* di Kota Semarang.

f. Gaya Hidup dalam Perspektif Islam

Dalam perspektif islam, dapat dilihat dari berbagai aspek, mulai dari akidah, akhlak, hingga muamalah (interaksi sosial). Secara umum, Islam membolehkan seseorang memiliki kegemaran terhadap sesuatu, termasuk menjadi penggemar (fans) suatu hal seperti film, musik, olahraga, atau budaya populer, selama tidak bertentangan dengan nilai-nilai Islam, seperti yang telah dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-An'am ayat 32

وَمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا إِلَّا لَعِبٌ وَلَهْوٌ وَلَدَارُ الْآخِرَةِ خَيْرٌ لِلَّذِينَ يَتَّقُونَ أَفَلَا تَعْقِلُونَ

Artinya: Dan tiadalah kehidupan dunia ini melainkan permainan dan hiburan belaka. Dan sungguh, negeri akhirat itu lebih baik bagi orang-orang yang bertakwa. Maka tidakkah kamu memahaminya?.

Ayat tersebut memiliki tafsir Ibnu Katsir, menjelaskan bahwa kehidupan dunia ini memiliki unsur kesenangan dan hiburan, tetapi sifatnya sementara. Sedangkan kehidupan akhirat adalah kehidupan yang hakiki dan kekal. Mengajarkan bahwa dunia ini hanyalah kesenangan sementara yang tidak boleh melalaikan manusia dari tujuan akhir, yaitu kehidupan di akhirat. Dunia boleh dinikmati, tetapi tidak boleh menjadi pusat kehidupan sehingga melupakan ibadah dan ketakwaan kepada Allah. Hubungannya dengan gaya hidup seorang penggemar atau fans adalah gaya hidup yang dijalani seorang fans atau penggemar merupakan sebuah hiburan tersendiri bagi mereka, dan itu diperbolehkan, asal jangan lupa dengan akhirat yang menanti. Seperti saat sedang membuka *booth/stand* di *event* atau sedang mengunjungi *event* tersebut, para anggota tetap saling mengingatkan agar menunaikan ibadah sholat walaupun sedang menikmati hiburan sesaat akan tetapi tetap mengingat dunia akhirat dan tidak lupa dengan hal itu. Selaras dengan ayat tersebut, Surat Al-A'raf Ayat 31:

يٰۤاٰدَمُ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْاۚ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya: Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.

Ayat tersebut memiliki tafsir as-Sa'di, setelah Allah menurunkan kepada bani Adam pakaian untuk menutupi auratnya dan pakaian indah untuk perhiasaan Allah

berfirman "hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid" yakni tutuplah auratmu ketika shalat, baik yang wajib atau yang sunnah karena menutupnya adalah perhiasan bagi tubuh sebagaimana membukanya berarti membiarkan tubuh dalam keadaan buruk dan tidak pantas. Ada kemungkinan bahwa yang dimaksud dengan perhiasan disini adalah lebih dari sekedar berpakaian yaitu pakaian yang bersih dan baik, ini mengandung perintah menutup aurat dalam shalat memperindah diri didalamnya serta kebersihan pakaian tersebut dari kotoran dan najis. Kemudian Dia berfirman "makan dan minumlah" yakni dari yang baik-baik yang Allah rizkikan kepadamu, "dan janganlah berlebih-lebihan" dalam hal itu berlebih-lebihan bisa dengan melampaui batas kemewahan dalam makan, minum dan berpakaian, dan bisa pula dengan melampaui batas kemewahan dalam makan, minum dan berpakaian, dan bisa pula dengan melampaui batas yang halal kepada yang haram. "sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebihan" karena sikap berlebih-lebihan itu dibenci Allah membahayakan tubuh dan kehidupan manusia, bahkan bisa menyebabkan ketidakmampuan untuk memberi nafkah. jadi ayat ini mengandung perintah makan dan minum larangan meninggalkannya serta larangan berlebih-lebihan padanya.

2. Teori Gaya Hidup David Chaney

Dalam karyanya, khususnya buku berjudul *Lifestyles: Key Ideas* (1996), Chaney menjelaskan bahwa gaya hidup bukan sekadar rutinitas, melainkan representasi dari identitas, nilai, dan cara seseorang atau kelompok memposisikan diri dalam kehidupan sosial. Chaney juga membahas tentang bagaimana individu dan kelompok mengungkapkan identitas mereka melalui pola konsumsi, pilihan, dan perilaku sehari-hari. Konsep gaya hidup dalam perspektif Chaney menekankan bahwa gaya hidup adalah bagian dari cara orang mendefinisikan diri dan bagaimana mereka ingin dilihat oleh masyarakat. Teori ini berfokus pada peran budaya konsumsi dalam membentuk identitas sosial, simbolisasi, dan diferensiasi antar kelompok (Chaney, 1996).

1. Gaya Hidup sebagai Ekspresi Identitas

Chaney berpendapat bahwa gaya hidup adalah cara individu mengekspresikan siapa mereka melalui pilihan dan perilaku sehari-hari. Misalnya, cara berpakaian, jenis musik yang disukai, dan kegiatan yang diikuti mencerminkan bagaimana seseorang ingin dilihat oleh orang lain. Contohnya seperti para *tokufans*

yang menggunakan fashion/pakaian yang mirip dengan fashion yang ada di tokusatsu ataupun ada unsur *tokusatsu* nya, musik yang mereka dengar pun biasanya musik yang mengisi/mengiringi sebuah serial *tokusatsu* yang mereka tonton.

2. Pilihan yang Berbasis Konsumsi

Gaya hidup modern erat kaitannya dengan budaya konsumsi. Chaney menekankan bahwa pilihan barang, layanan, dan pengalaman yang dikonsumsi seseorang memiliki makna simbolis. Konsumsi tidak lagi hanya tentang kebutuhan dasar, tetapi juga tentang membangun citra diri dan status sosial. Sama halnya dengan *tokufans* yang membangun citranya dengan membeli berbagai merchandise yang berhubungan dengan *tokusatsu* ataupun gaya bicaranya yang mengikuti sebuah karakter dari seri *tokusatsu*.

3. Simbolisme dan Diferensiasi

Gaya hidup membantu membedakan satu kelompok dari kelompok lainnya. Misalnya, seseorang yang menyukai kegiatan olahraga ekstrem memiliki gaya hidup yang berbeda dengan mereka yang lebih memilih kegiatan seni atau sastra. Setiap gaya hidup memiliki simbol yang dapat dikenali oleh masyarakat luas. Begitupun dengan *tokufans* cara membedakan diri dia dengan non *tokufans* adalah dengan memakai *accessoris* ataupun merchandise seperti gantungan kunci dan case handphone yang berlogo/berlambangkan seri *tokusatsu* favorit.

4. Dinamika dan Perubahan

Gaya hidup bersifat dinamis, berubah seiring dengan perkembangan teknologi, budaya, dan tren global. Karena itu, memahami gaya hidup membantu kita melihat bagaimana masyarakat berkembang dan merespons perubahan zaman. Sama halnya dengan orang biasa, *tokufans* juga mengikuti perkembangan zaman yang dimana tadinya hanya bertemu secara *offline*, sekarang bisa mengobrol secara *online* dan seri *tokusatsu* yang berkembang mengikuti zaman setiap tahunnya membuat seri tersebut cocok dengan *tokufans*.

Dalam kutipan David Chaney, “Gaya hidup adalah seperangkat praktik dan perilaku yang digunakan oleh individu untuk membangun makna sosial dan

mempertegas posisi sosial mereka”. Dengan konsep ini, teori gaya hidup Chaney dapat diaplikasikan dalam berbagai konteks, termasuk studi budaya populer dan komunitas penggemar, seperti komunitas *tokusatsu* di ANSATSU Semarang. Dalam konteks modern, komunitas penggemar *tokusatsu* di ANSATSU Semarang dapat dilihat sebagai contoh gaya hidup berbasis identitas dan simbolisme. Penggemar ini mengekspresikan kecintaan mereka terhadap *tokusatsu* melalui kostum cosplay yang mereka buat ataupun pesan kepada maker agar bisa menjadi karakter *tokusatsu* yang mereka inginkan, acara komunitas yang diselenggarakan agar tali silaturahmi antar anggota ataupun *tokufans* terjaga dan biasanya untuk menari ataupun menjadi bagi *tokufans* yang tidak memiliki wadah ataupun teman sesama *tokufans* untuk bergabung dalam Angkringan *Tokusatsu* Semarang, dan diskusi mengenai *tokusatsu* agar dapat saling berargumen ataupun bertukar opini secara bebas dan seru, semuanya menjadi bagian dari identitas mereka. Aktivitas ini mencerminkan gaya hidup yang dibangun di sekitar nilai-nilai kebersamaan, hiburan, dan nostalgia (Chaney, 1996). Teori gaya hidup David Chaney memberi kita kerangka untuk memahami bagaimana pilihan, konsumsi, dan simbolisme membentuk identitas individu dan kelompok. Dengan memahami gaya hidup, kita bisa melihat bagaimana masyarakat modern mengekspresikan diri dan bagaimana perubahan sosial tercermin dalam kehidupan sehari-hari.

G. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan atau biasa dikenal sebagai (*field research*), metode yang digunakan adalah kualitatif dengan cara pendekatan secara deskriptif. Penelitian ini mengumpulkan informasi dengan melakukan interaksi secara langsung dengan informan, kenapa disebut dengan penelitian lapangan, karena data yang dikumpulkan melalui instrumen observasi dan wawancara secara langsung (Sugiyono, 2017).

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, metode ini berdasarkan pada pengumpulan data yang akan mengungkap mengenai hal-hal yang seharusnya diungkapkan oleh para informan dengan kata-kata, gambaran secara visual, bukan dengan angka-angka, persepsi motivasi, perilaku, dan tindakan para informan. Metode ini menfokuskan kepada pemahaman mendalam terhadap suatu fenomena sosial yang

terjadi, dengan tujuan menggali berbagai makna yang terkandung, pandangan, dan pengalaman dari berbagai perspektif informan sebagai salah satu subjek penelitian, sehingga hasil yang diharapkan dari penelitian ini dapat diperoleh untuk memberikan gambaran yang lebih mendetail mengenai fenomena sosial yang sedang diteliti oleh peneliti. Metode ini juga sangat cocok digunakan dalam penelitian yang mengedepankan pada deksripsi, eksplorasi dan pembahasan yang lebih mendalam terhadap fenomena sosial yang terjadi ataupun manusia (Sugiyono, 2009).

Pendekatan yang sangat cocok dengan penelitian ini adalah pendekatan secara deksriptif, karena menjadikan kata-kata dan gambar visual sebagai sebuah data, pendekatan ini juga tidak menggunakan angka secara keseluruhan dalam pengolahan data sebagai unsur utama untuk pengamiran dari kesimpulan, angka digunakan hanya sebagai tambahan bukan sebagai data yang utama. Sehingga pendekatan ini penggalian informasi dapat dilaksanakan melalui wawancara dan observasi secara langsung dengan informan (Sugiyono, 2015).

2. Sumber dan Jenis Data

a. Data Primer

Buku yang ditulis oleh (Bugin, 2016), menjelaskan data primer, merupakan data yang dapat diperoleh dari sumber data utama dan objek utama yang berada pada lokasi penelitian. Data primer adalah data yang utama dalam penelitian kualitatif, penggalian data utama dilakukan dengan melakukan observasi lapangan dan wawancara langsung kepada komunitas Angkringan *Tokusatsu* Semarang.

b. Data Sekunder

Buku yang ditulis oleh (Bugin, 2016), menjelaskan bahwa data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber kedua. Sedangkan menurut (Amirin, 2011) bahwa data sekunder merupakan data yang dapat diperoleh bukan dari sumber asli yang berisikan informasi penelitian. Penelitian ini menggunakan data kepustakaan dari dokumen, jurnal, buku, rekaman suara, dan foto visual.

3. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menyusun penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yang diperoleh dari lapangan. Jenis teknik pengumpulan data berdasarkan buku

(Sugiyono, 2017) merupakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penjelasan lengkapnya dibawah ini:

a. Observasi

Observasi merupakan kegiatan yang dilakukan dengan tujuan untuk mengumpulkan data dengan cara peneliti langsung ikut berpartisipasi secara langsung kelapangan dan melakukan observasi mengenai aktivitas yang dilakukan oleh subjek peneltian maupun lingkungan disekitarnya serta melakukan perekaman dan pengambilan gambar visual tanpa mengubah kondisi aslinya. Peneliti melakukan observasi dilapangan dan pada peneltian ini melakukan observasi di rumah Candra, Kedai Mie Aceh Pidie 2018 dan *event-event* Jepang/Hobby yang berada di Kota Semarang.

b. Wawancara

Wawancara, saat sedang melakukan wawancara terjadi interaksi pertukaran informasi, perasaan, tanggung jawab, motif, dan kepercayaan. Wawancara bukan hanya suatu kegiatan yang berjalan dengan satu arah atau hanya satu orang saja yang berbicara dan lainnya diam mendengarkan, akan tetapi wawancara sebenarnya terjadi sebuah pertukaran infromasi dari kedua belah pihak, yaitu pewawancara dan narsumber.

Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur karena, peneliti memiliki kebebasan dalam menggali informasi kepada para informan akan tetapi tetap menggunakan pedoman wawancara sebagai petunjuk pertanyaan agar pertanyaan yang diajukan tetap sesuai dan tidak keluar dari topik penelitian yang dibahas. Metode ini melakukan wawancara secara terbuka, dalam metode ini dapat menimbulkan pertanyaan-pertanyaan yang baru setelah mendapatkan jawaban dari informan, maka dari itu wawancara tersebut dapat menggali infomarsi secara lebih mendalam.

Penelitian ini menggunakan teknik purposif, pemilihan partisipan secara purposif dalam penelitian kualitatif bertujuan agar subjek yang dipilih memiliki pengalaman dan wawasan yang kaya dalam memahami fenomena yang sedang dikaji. Sering disebut dengan *judgemental* yang menghakimi atau terfokus. Dalam penggunaan teknik ini, peneliti menggunakan saat penelitiannya membutuhkan responden yang spesifik dan sesuai dengan keinginannya. Penelitian-penelitian kualitatif biasanya menerapkan teknik purpossif. Bisa dikatakan bahwa, teknik purposif sangat tepat digunakan dalam penelitian kualitatif dibandingkan dengan penelitian

kuantitatif (Creswell, 2014). Dan penelitian ini juga menggunakan teknik triangulasi data, Menurut Moleong (2017), triangulasi data dilakukan dengan cara membandingkan dan mengecek derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Hal ini bertujuan agar interpretasi data menjadi lebih kaya dan lebih terpercaya. Misalnya, data hasil wawancara dapat dibandingkan dengan hasil observasi atau dokumentasi untuk melihat konsistensi informasi.

Penulis dalam melakukan wawancara menggunakan metode semi terstruktur dengan menentukan beberapa informan diawal yang dapat dipilih berdasarkan kriteria yang diajukan oleh peneliti, kriteria yang diteliti sebagai berikut;

- 1) Pengurus Komunitas
 - a) Ketua (Candra) Alasan memilih karena memiliki informasi inti dalam penelitian ini yang berkaitan dengan para anggota dan Candra sendiri adalah ketua, yang seharusnya tau banyak dengan komunitas yang dia ketuai.
 - b) Bendahara (Emir) Alasan memilih karena memiliki catatan keuangan tentang setiap diselenggarakan kegiatan komunitas.
 - c) Humas (Deka) Alasan memilih karena salah satu founder yang mengusulkan pembentukan komunitas, berkontribusi dalam menyatukan dan mengajak para anggota kedalam komunitas serta memahami berbagai kegiatan diluar komunitas..
- 2) Anggota komunitas. Karena mereka adalah orang-orang yang mengikuti kegiatan komunitas dan mengetahui setiap kegiatan yang diselenggarakan oleh komunitas. Peneliti memilih anggota yang akan diwawancarai dengan kriteria anggota yang aktif dalam kegiatan dan dalam komunitas, sudah bergabung lebih dari setahun, dua laki-laki dan dua perempuan dengan total akhir empat orang, aktif dalam mengikuti kegiatan, memiliki *merchandise tokusatsu*.

Tabel 1 Data Informan Penelitian

No	Nama	Jenis Kelamin	Keterangan
1	Candra	Laki-laki	Ketua
2	Deka	Laki-laki	Humas

3	Bowo	Laki-laki	Anggota
4	Berhoph	Laki-laki	Anggota
5	Tiara	Perempuan	Anggota
6	Hils	Perempuan	Anggota

c. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data terakhir adalah dokumentasi, digunakan sebagai data pendukung dari kedua teknik sebelumnya. Dokumentasi peneliti menggunakan data berupa foto yang dihasilkan dari lapangan saat pada wawancara maupun saat sedang observasi di lokasi penelitian langsung.

4. Teknik Analisis Data

Teknik ini merupakan lanjutan dari proses penelitian sebelumnya karena sudah didapatkan data observasi, wawancara semi struktur, dan dokumenstasi. Penulis menggunakan model analisis data dari Miles dan Huberman pada buku (Sugiyono, 2009) membagi analisis data dalam tiga alur kegiatan yang dilakukan secara bersamaan, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

a. Reduksi

Reduksi data merupakan proses berpikir secara kritis yang akan menuju tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti. Tujuan utama dalam penelitian ini adalah untuk menemukan temuan. Sehingga dalam melakukan penelitiannya berusaha menemukan sesuatu yang tidak lazim ataupun asing. Hal ini menjadi perhatian bagi peneliti dalam reduksi data. Tujuan akhir peneliti dapat mengumpulkan data dengan melakukan observasi, wawancara semi struktur pada pengurus dan anggota komunitas Angkringan *Tokusatsu* Semarang. Dengan ini reduksi data dapat dimaknai sebagai proses pemilihan, fokus perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi dari data yang muncul ketika didapat di lapangan serta dapat dilakukan secara terus menerus ketika pengumpulan informasi sedang berjalan agar tidak terjadi proses pengahambatan pengumpulan data (Hubermas 2014).

b. Penyajian data

Proses lanjutan dari reduksi data adalah penyajian data, proses ini berupa uraian singkat, grafik, angka, hubungan antara kategori, dan lain-lainya. dikutip dari Miles dan Huberman, "bentuk umum dari tampilan data untuk data penelitian kualitatif di masa lalu yaitu teks naratif". Penyajian data yang sering digunakan pada penelitian kualitatif merupakan teks naratif (Miles, 1984).

c. Penarikan kesimpulan

Tahap terakhir adalah melakukan penarikan kesimpulan, didasarkan setelah melakukan dua tahap sebelumnya, didasarkan pada engumpulan data dan analisis data, biasanya disebut sebagai kesimpulan tentatif. Kesimpulan dapat ditarik berdasarkan asumsi peneliti sejak awal, namun dapat berubah pada akhir penelitian apabila tidak ditemukan bukti yang kuat. Apabila kesimpulan yang diasumsikan diawal memiliki bukti yang kuat maka kesimpulan tersebut merupakan kesimpulan yang masuk akal (Miles, 2014).

H. Sistematika Penulisan Proposal

Sistematika ini dibuat untuk memberikan gambaran secara menyeluruh pada penelitian ini, maka sistematika diperlukan dalam penulisan skripsi, terdapat tiga bagian, bagian awal, bagian utama dan bagian akhir. Bagian awal meliputi halaman judul, halaman persetujuan dosen pembimbing, halaman pengesahan, halaman pernyataan, kata pengantar, persembahan, moto, abstrak, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan daftar lampiran, Bagian utama memuat bab 1 sampai bab V yang merupakan pembahasan skripsi, untuk bagian akhir bab VI berisikan penutup dan saran. untuk lebih jelasnya sebagai berikut;

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdapat latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan Pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II: TEORI GAYA HIDUP DAVID CHANEY DAN KOMUNITAS ANGKRINGAN TOKUSATSU SEMARANG

Pada bab kedua ini akan membahas mengenai definisi konseptual komunitas, gaya hidup dan ANSATSU Semarang. Selanjutnya dilanjutkan dengan pembahasan teori gaya hidup David Chaney.

BAB III: GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Pada bab ke tiga ini membahas mengenai gambaran umum profil komunitas ANSATSU Semarang yang meliputi profil Kota Semarang dan berdasarkan kondisi geografis dan demografi. Selanjutnya diikuti oleh sejarah terbentuknya komunitas ANSATSU dan struktur kepengurusan ANSATSU Semarang.

BAB IV: BENTUK GAYA HIDUP YANG DIJALANI PARA PENGGEMAR *TOKUSATSU* DI KOMUNITAS ANGKRINGAN *TOKUSATSU* SEMARANG

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai faktor terbentuknya gaya hidup di ANSATSU Semarang dan menjelaskan tentang program-program komunitas.

BAB V: DAMPAK DARI GAYA HIDUP YANG DILAKUKAN OLEH PARA PENGGEMAR *TOKUSATSU* DI KOMUNITAS ANGKRINGAN *TOKUSATSU* SEMARANG

Bab ini akan menjelaskan mengenai dampak yang terjadi di komunitas ANSATSU akibat dari gaya hidup penggemar. Serta menjabarkan implikasi dari teori gaya hidup David Chaney.

BAB VI: PENUTUP DAN SARAN

Bab ini adalah bab terakhir yang merupakan kesimpulan dari data yang telah diperoleh. Kemudian terdapat juga saran bagi pembaca skripsi untuk penelitian selanjutnya berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.

BAB II

ANGKRINGAN *TOKUSATSU* SEMARANG DALAM PERSPEKTIF TEORI GAYA HIDUP DAVID CHANEY

A. Definisi Konseptual

1. Gaya Hidup

a. Konsep dasar gaya hidup

Gaya hidup menurut David Chaney (1996) berakar pada pandangan bahwa gaya hidup merupakan wujud ekspresi identitas sosial dalam masyarakat modern. Gaya hidup tidak hanya terbatas pada kebiasaan sehari-hari, tetapi lebih jauh merupakan cara individu membentuk, menampilkan, dan mengkomunikasikan identitas diri kepada lingkungan sosial. Dalam konteks masyarakat yang telah mengalami fragmentasi nilai tradisional, gaya hidup menjadi sarana utama bagi individu untuk menentukan siapa dirinya, baik melalui cara berpakaian, memilih konsumsi budaya, hingga keterlibatan dalam komunitas tertentu.

Gaya hidup memiliki makna simbolik, yakni setiap tindakan konsumtif dan preferensi budaya seseorang dapat dipahami sebagai tanda atau isyarat sosial yang mencerminkan nilai dan afiliasi mereka. Misalnya, seseorang yang aktif mengikuti komunitas penggemar *tokusatsu* tidak sekadar menggemari serial tersebut, tetapi sedang menyusun identitasnya sebagai bagian dari budaya populer tertentu. Gaya hidup, dalam hal ini, menjadi alat komunikasi non-verbal untuk menunjukkan posisi sosial dan aspirasi personal. Referensi gaya hidup tidak lagi datang dari tradisi atau institusi formal, melainkan dari tayangan televisi, musik, film, dan media sosial. Melalui konsumsi terhadap produk-produk budaya tersebut, individu secara aktif membentuk preferensi gaya hidup yang mencerminkan cara berpikir dan bertindak mereka. Dengan demikian, gaya hidup merupakan hasil dari interaksi antara individu dengan lingkungan budaya yang terus berkembang.

Dalam masyarakat modern, gaya hidup juga ditandai oleh tingkat reflektivitas yang tinggi. Individu dituntut untuk secara sadar memilih gaya hidup yang dianggap sesuai dengan jati diri dan citra yang ingin ditampilkan. Pilihan-pilihan tersebut mencakup berbagai aspek kehidupan, mulai dari konsumsi barang, relasi sosial, hingga aktivitas keseharian. Namun, kebebasan ini tidak selalu membawa kenyamanan, karena individu harus terus mengelola identitas mereka secara aktif di tengah tekanan sosial dan arus tren yang berubah-ubah.

Dari sudut pandang psikologi, konsep gaya hidup juga memiliki penguat. Maslow (1954) menyatakan Gaya hidup seseorang sangat dipengaruhi oleh tingkat kebutuhan yang sedang mereka perjuangkan, saat kebutuhan dasar terpenuhi, individu akan mengembangkan gaya hidup yang diarahkan pada pencapaian makna hidup dan potensi tertinggi dirinya. Oleh karena itu, gaya hidup dapat dipahami sebagai bentuk aktualisasi diri, yakni pilihan sadar untuk hidup sesuai dengan nilai dan tujuan yang diyakini individu. Dengan kata lain, individu yang telah mencapai tingkat kebutuhan yang lebih tinggi akan memiliki gaya hidup yang lebih reflektif, berorientasi pada pengembangan diri, kreatif, dan cenderung independen. Sejalan dengan Rokeach (1973) menjelaskan bahwa gaya hidup merupakan refleksi dari sistem nilai yang dianut seseorang. Misalnya, seseorang yang menempatkan nilai-nilai estetika dan kebebasan pribadi sebagai yang utama, akan mengembangkan gaya hidup yang artistik dan mandiri. Oleh sebab itu, gaya hidup terbentuk dari pilihan-pilihan yang mencerminkan nilai pribadi, dan bukan hanya perilaku konsumtif atau tren semata.

Gaya hidup menurut Bourdieu (1984) bukan hanya soal kebebasan memilih, tetapi terbentuk oleh latar belakang sosial, ekonomi, dan budaya yang melekat pada individu. Gaya hidup adalah hasil dari habitus, sistem disposisi yang dibentuk dari pengalaman sosial sejak dini, yang kemudian memengaruhi cara berpikir, bertindak, dan merasa seseorang. Bourdieu juga memperkenalkan konsep *distinction* atau “pembeda,” di mana individu dan kelompok sosial menggunakan gaya hidup untuk menunjukkan status dan membedakan diri dari yang lain. Selaras dengan Bauman (2007) memperluas dengan menggambarkan gaya hidup dalam masyarakat cair (*liquid modernity*), yaitu masyarakat yang tidak lagi memiliki nilai-nilai tetap dan identitas yang stabil. Dalam masyarakat seperti ini, gaya hidup menjadi alat pencarian identitas yang terus berubah. Bauman menyebut bahwa dalam era konsumerisme, gaya hidup berubah menjadi komoditas, dan individu terdorong untuk terus-menerus memperbarui dirinya agar tetap relevan di mata sosial. Gaya hidup menjadi bentuk “kerja identitas” yang tidak pernah selesai, karena arus tren, media, dan harapan sosial yang tidak stabil.

Giddens (1991) menjelaskan bahwa dalam masyarakat modern, individu hidup dalam keadaan yang reflektif, yaitu selalu meninjau ulang pilihan dan identitas dirinya. Dalam *theory of structuration*, Giddens menyatakan bahwa masyarakat modern tidak lagi mengikat individu dengan norma tradisional, melainkan memberi ruang untuk merancang hidupnya sendiri melalui gaya hidup yang dipilih secara sadar. Gaya hidup

dalam pandangan Giddens adalah proyek identitas yang terus dibentuk dan dinegosiasikan oleh individu dalam hubungan sosial dan budaya.

Gaya hidup merupakan pola terpadu dari pilihan, kebiasaan, nilai, dan praktik sosial yang dijalani individu dalam upaya mengekspresikan identitas diri dan menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Dalam masyarakat modern, gaya hidup tidak hanya berfungsi sebagai bentuk perilaku, tetapi juga sebagai sarana simbolik untuk menunjukkan afiliasi sosial, status, dan makna personal. Melalui gaya hidup, individu membentuk narasi tentang siapa dirinya dan bagaimana ia ingin dilihat oleh orang lain. Gaya hidup adalah ekspresi budaya simbolik yang dipilih secara sadar oleh individu sebagai cara untuk menemukan makna dan membangun identitas di tengah keragaman sosial. Dengan demikian, gaya hidup dapat dipahami sebagai hasil dari interaksi kompleks antara pilihan individu, struktur sosial, dinamika budaya, dan kondisi psikologis. Ia tidak bersifat statis, tetapi selalu dalam proses pembentukan, penyesuaian, dan negosiasi yang dipengaruhi oleh konteks sosial-budaya dan pengalaman pribadi.

b. Faktor-faktor terbentuknya gaya hidup

Bourdieu (1984) menjelaskan beberapa faktor utama yang berperan dalam pembentukan gaya hidup seseorang :

1) Habitus

Habitus merupakan konsep kunci dalam pemikiran Bourdieu. Mendefinisikan sebagai sistem disposisi yang terbentuk melalui pengalaman hidup yang panjang dan berulang, terutama sejak masa kanak-kanak. Habitus adalah hasil dari proses sosialisasi dalam keluarga, sekolah, komunitas, dan institusi lainnya, yang kemudian membentuk cara berpikir, bertindak, merasakan, serta membuat pilihan. Habitus tidak bersifat kaku, melainkan lentur dalam batas tertentu. Ia memungkinkan adanya keberulangan dalam tindakan, tetapi juga terbuka terhadap perubahan melalui pengalaman baru. Dalam konteks gaya hidup, habitus menjadi landasan yang menentukan preferensi estetika, kebiasaan konsumsi, cara berbicara, cara berpakaian, dan berbagai bentuk ekspresi identitas lainnya. Habitus menciptakan rasa akan "apa yang pantas", "apa yang indah", dan "apa yang masuk akal" dalam kehidupan sehari-hari. Sebagai contoh, seseorang yang dibesarkan dalam lingkungan kelas menengah berpendidikan akan lebih

cenderung menghargai literatur, musik klasik, atau diskusi intelektual, bukan semata-mata karena pilihan rasional, tetapi karena disposisi yang terbentuk sejak dini melalui habitus-nya.

2) Modal Budaya

Modal budaya mencakup segala bentuk pengetahuan, keterampilan, kebiasaan, serta selera estetika yang diperoleh melalui proses sosialisasi dan pendidikan. Bourdieu membaginya menjadi tiga bentuk: pertama, modal budaya dalam bentuk inkorporasi, yaitu pengetahuan dan disposisi yang tertanam dalam diri seseorang seperti cara berbicara, berpikir, atau menilai sesuatu; kedua, dalam bentuk objektifikasi, yakni kepemilikan atas objek-objek budaya seperti buku, alat musik, karya seni, atau barang simbolik lainnya; dan ketiga, dalam bentuk institusionalisasi, yaitu pengakuan formal seperti ijazah atau sertifikat pendidikan yang menjadi bukti otoritatif terhadap kapabilitas seseorang di mata masyarakat. Modal budaya tidak hanya menunjukkan seberapa terdidik seseorang, tetapi juga membentuk cara individu melihat dunia, menilai tindakan, dan membuat pilihan gaya hidup. Orang dengan modal budaya tinggi, misalnya, cenderung memilih aktivitas atau konsumsi yang dianggap “bernilai simbolik tinggi” seperti menghadiri pertunjukan teater, membaca sastra klasik, atau menikmati musik klasik. Sebaliknya, mereka yang memiliki modal budaya rendah mungkin cenderung pada pilihan yang lebih bersifat praktis atau populer. Modal budaya inilah yang kemudian menjadi pembeda simbolik antara satu kelas sosial dengan kelas lainnya, karena selera terhadap seni, makanan, hiburan, dan gaya hidup bukan hanya persoalan individu, melainkan hasil dari posisi sosial yang dipelajari dan diwariskan secara sosial. Oleh karena itu, modal budaya memainkan peran penting dalam menciptakan perbedaan gaya hidup dan menjaganya tetap berfungsi sebagai penanda kelas.

3) Modal Sosial

Modal sosial adalah jaringan relasi dan keanggotaan dalam komunitas sosial yang memberikan akses terhadap sumber daya simbolik dan material. Dalam teori Bourdieu, modal sosial memiliki kekuatan dalam memperkuat posisi sosial serta memengaruhi preferensi dan gaya hidup seseorang. Seseorang yang tergabung dalam komunitas elit atau lingkungan akademik, misalnya, akan lebih mudah menyerap gaya

hidup khas kelompok tersebut, baik dalam hal cara berpikir, konsumsi budaya, maupun etika sosial. Modal sosial juga memperkuat habitus karena interaksi yang intensif dengan lingkungan tertentu akan menegaskan pola pikir dan selera yang telah terbentuk. Gaya hidup komunitas bukan hanya soal kebiasaan bersama, tetapi juga strategi simbolik untuk membentuk solidaritas dan batas sosial. Dalam hal ini, modal sosial bertindak sebagai pengikat identitas dan alat distribusi gaya hidup dalam kerangka simbolik.

4) Modal Ekonomi

Modal ekonomi adalah bentuk kekayaan material seperti pendapatan, properti, tabungan, dan aset lainnya. Modal ini menentukan sejauh mana seseorang dapat mengakses barang dan pengalaman gaya hidup tertentu, seperti makanan eksklusif, pendidikan tinggi, perjalanan ke luar negeri, atau konsumsi barang mewah. Dalam pemikiran Bourdieu, modal ekonomi tidak berdiri sendiri. Gaya hidup yang terbangun dari kekayaan material akan bermakna berbeda ketika dipadukan dengan modal budaya dan sosial. Dua orang dengan kekayaan yang sama bisa menunjukkan gaya hidup yang berbeda jika mereka memiliki perbedaan dalam habitus dan modal budaya. Karena itu, gaya hidup bukan hanya cerminan dari kemampuan membeli, tetapi bagaimana kemampuan itu diolah dalam konteks simbolik dan sosial. Misalnya, membeli wine mahal bisa berarti pamer status dalam satu konteks, tapi bisa menjadi bentuk pencapaian estetika atau intelektual dalam konteks lain. Artinya, makna konsumsi selalu dipengaruhi oleh kombinasi modal dan habitus.

5) Struktur kelas sosial dan ruang sosial

Gaya hidup terkait erat dengan posisi seseorang dalam struktur kelas sosial. Kelas bukan hanya ditentukan oleh pendapatan, tetapi juga oleh jumlah dan kombinasi modal yang dimiliki seseorang. Mereka yang berada dalam posisi dominan akan mengembangkan gaya hidup yang merefleksikan modal simbolik mereka. Gaya hidup dalam hal ini menjadi alat untuk menunjukkan pembeda antara satu kelompok sosial dengan kelompok lainnya, itulah yang disebut Bourdieu sebagai *distinction*. Gaya hidup kelas dominan akan dianggap lebih bernilai, lebih bermartabat, dan lebih “berbudaya” dibanding gaya hidup kelas bawah yang dianggap vulgar, fungsional, atau “rendah”. Hal ini tidak terjadi secara alamiah, tetapi merupakan hasil dari konstruksi

sosial yang berlangsung terus-menerus. Distingsi gaya hidup menjadi cara untuk mempertahankan dominasi sosial, mempertegas batas kelas, dan menjaga jarak simbolik antar kelompok.

c. Cara membangun gaya hidup

Adler (1931) menjelaskan cara membangun gaya hidup yang baik dan positif:

1) Menetapkan Tujuan Hidup yang Positif dan Bermakna

Gaya hidup yang baik dibangun dari tujuan hidup yang konstruktif. Adler menekankan bahwa setiap individu memiliki dorongan untuk menjadi lebih unggul atau lebih baik dari sebelumnya. Namun, dorongan ini seharusnya tidak diarahkan untuk mengungguli orang lain secara egoistik, melainkan digunakan untuk mencapai tujuan yang bermanfaat bagi diri sendiri dan lingkungan sosial. Gaya hidup yang sehat adalah gaya hidup yang dipandu oleh visi yang jelas tentang peran dan kontribusi dalam kehidupan bersama.

2) Mengatasi Rasa Rendah Diri dengan Pengembangan Diri

Rasa rendah diri adalah pengalaman universal yang dialami manusia sejak kecil. Namun, gaya hidup yang positif dibentuk ketika individu tidak membiarkan perasaan rendah diri menguasai dirinya, melainkan mengubahnya menjadi dorongan untuk berkembang dan belajar. Gaya hidup yang baik terbentuk dari sikap aktif menghadapi tantangan dan kesediaan untuk meningkatkan kapasitas diri melalui pendidikan, kerja, serta relasi sosial yang sehat.

3) Membangun Rasa Tanggung Jawab Sosial

Rasa memiliki terhadap masyarakat atau rasa keterikatan sosial. Adler menilai bahwa gaya hidup yang baik bukan hanya soal keberhasilan pribadi, tetapi juga kemampuan untuk merasakan, memahami, dan terlibat dalam kehidupan orang lain. Oleh karena itu, seseorang dapat membangun gaya hidup positif dengan meningkatkan empati, memperkuat hubungan sosial, serta aktif dalam kegiatan sosial yang memberi makna bagi komunitas.

4) Memperkuat Dukungan Lingkungan Sosial

Lingkungan memiliki peran penting dalam membentuk dan mempertahankan gaya hidup seseorang. Adler menyarankan agar individu membangun relasi yang sehat dan mendukung, baik dalam keluarga, pertemanan, maupun komunitas. Kehadiran lingkungan sosial yang positif akan memperkuat rasa aman, percaya diri, dan semangat berkontribusi, yang semuanya menjadi fondasi gaya hidup yang konstruktif.

5) Memilih Pola Hidup yang Mengembangkan Potensi Diri

Gaya hidup yang baik menurut Adler adalah pola hidup yang memberi ruang untuk pertumbuhan diri secara berkelanjutan. Ini mencakup aktivitas yang membangun kebugaran fisik, ketajaman intelektual, serta keseimbangan emosional. Individu dianjurkan untuk melakukan evaluasi diri secara berkala dan terbuka terhadap perubahan positif demi mencapai gaya hidup yang selaras dengan tujuan jangka panjangnya.

2. Komunitas

a. Konsep Komunitas

Secara etimologis, kata “komunitas” berasal dari bahasa Latin *communitas*, yang terbentuk dari kata dasar *communis*, yang berarti “bersama” atau “milik bersama.” Kata ini menggambarkan kelompok individu yang saling terhubung dan berbagi sesuatu yang sama, baik itu nilai, tujuan, minat, atau pengalaman. Dalam konteks sosiologis, komunitas mengacu pada sekelompok orang yang memiliki kesamaan tertentu dan terlibat dalam interaksi sosial yang membentuk hubungan yang stabil. Komunitas ini bisa terbentuk karena kesamaan dalam hal gaya hidup, minat, atau tujuan yang membentuk solidaritas di antara anggotanya (Hillery. 1995)

Ciri utama dari komunitas antara lain adalah adanya sekelompok manusia yang saling berinteraksi secara rutin, memiliki kesamaan identitas atau tujuan, serta terikat oleh perasaan solidaritas dan tanggung jawab sosial. Komunitas juga berfungsi sebagai ruang sosial tempat individu mengekspresikan diri, membentuk identitas, dan memaknai pengalaman hidup secara kolektif. Oleh karena itu, komunitas memainkan peran penting dalam kehidupan sosial, baik sebagai ruang perlindungan, penguatan nilai, maupun arena untuk bertransformasi secara kultural dan sosial (Etzioni, 1993).

Sebagai contoh, komunitas penggemar *tokusatsu* di Angkringan *Tokusatsu* Semarang menunjukkan bagaimana komunitas berbasis minat dapat berfungsi sebagai

ruang sosial yang menghubungkan individu-individu dengan kesamaan simbolik dan nilai tertentu. Di sini, para penggemar tidak hanya berkumpul untuk menikmati tayangan *tokusatsu*, tetapi juga untuk berbagi pengalaman, berdiskusi, dan membangun solidaritas melalui kesamaan minat mereka terhadap budaya pop Jepang.

b. Karakteristik komunitas

Komunitas memiliki sejumlah karakteristik utama yang membedakannya dari bentuk kelompok sosial lainnya. Pertama, komunitas terdiri dari sekelompok individu yang saling terhubung dalam suatu jaringan sosial yang stabil. Interaksi sosial di dalam komunitas berlangsung secara rutin dan berkelanjutan, bukan bersifat sementara atau insidental. Hubungan antar anggotanya cenderung lebih personal dan terbentuk dari komunikasi yang intens serta pengalaman bersama yang dibagikan dalam kehidupan sehari-hari (Etzioni, 1993). Hal ini memungkinkan munculnya ikatan sosial yang kuat dan berkesinambungan. Kedua, komunitas biasanya dibangun atas dasar kesamaan tertentu, baik itu nilai, norma, kepercayaan, gaya hidup, maupun tujuan. Kesamaan ini menjadi fondasi dari rasa solidaritas yang mengikat para anggotanya dalam satu identitas kolektif.

Karakteristik lain yang penting dari komunitas adalah adanya rasa memiliki atau *sense of belonging*. Anggota komunitas merasa bahwa mereka adalah bagian dari suatu entitas sosial yang lebih besar dari dirinya sendiri. Perasaan ini melahirkan tanggung jawab sosial, saling peduli, serta praktik gotong royong yang menjadi ciri khas kehidupan komunitas (Hillery, 1995). Dalam banyak kasus, komunitas juga memiliki simbol-simbol identitas yang membedakan mereka dari kelompok sosial lain, seperti nama komunitas, bahasa atau istilah khas, serta kebiasaan tertentu. Selain itu, komunitas umumnya memiliki aturan atau norma sosial, baik yang tertulis maupun tidak tertulis, yang mengatur perilaku anggota dan menjaga ketertiban dalam interaksi sosial. Meskipun tidak selalu formal, struktur sosial ini berperan penting dalam menjaga harmoni internal.

Dalam perspektif sosiologis, komunitas juga dipandang sebagai ruang sosial dan budaya yang memungkinkan individu mengekspresikan diri serta memaknai kehidupan secara kolektif. Ia bukan hanya menjadi tempat berkumpul secara fisik, tetapi juga wadah untuk berbagi nilai, memperkuat identitas sosial, dan mendukung

proses transformasi kultural di antara anggotanya. Oleh karena itu, komunitas berperan penting dalam membentuk solidaritas sosial, memperkuat hubungan antarmanusia, dan menjadi perantara dalam proses sosial yang lebih luas di masyarakat.

c. Gaya hidup dan komunitas

Gaya hidup sebagai ekspresi simbolik yang dijalankan individu dalam kehidupan sehari-hari untuk membentuk identitas sosial mereka. Dalam masyarakat modern, gaya hidup bukan sekadar pilihan pribadi, melainkan bentuk komunikasi sosial yang mencerminkan nilai, preferensi, dan posisi seseorang dalam struktur budaya (Chaney, 1996). Komunitas, dalam hal ini, menjadi wadah penting bagi individu untuk menjalankan, merawat, dan memaknai gaya hidup mereka secara kolektif.

Gaya hidup adalah hasil dari konstruksi sosial yang terus diperkuat melalui pola konsumsi, penampilan diri, serta praktik budaya yang berulang. Komunitas menjadi tempat di mana konstruksi ini memperoleh makna dan validasi. Ketika seseorang bergabung dalam suatu komunitas, seperti komunitas ANSATSU, dia tidak hanya mengikuti aktivitas kolektif, tetapi juga mengadopsi simbol, nilai, dan cara hidup yang khas dari komunitas tersebut (Featherstone, 1991). Anggota komunitas ini, misalnya, menjalani gaya hidup tertentu dengan cara mengoleksi merchandise, menonton serial *tokusatsu* secara rutin, berdiskusi di forum daring, atau mengenakan kostum karakter favorit.

Chaney menekankan bahwa gaya hidup dalam masyarakat modern sering kali dijalankan dalam konteks komunitas pilihan, bukan komunitas yang bersifat tradisional atau diwariskan. Ini berarti, individu secara sadar memilih bergabung dalam komunitas yang selaras dengan gaya hidup yang ingin mereka bangun dan representasikan (Chaney, 1996). Komunitas modern seperti komunitas hobi, komunitas digital, atau komunitas budaya populer menjadi tempat aktualisasi nilai simbolik gaya hidup tersebut. Dalam konteks ini, komunitas bukan hanya menyediakan ruang sosial, tetapi juga menciptakan "lingkungan makna" di mana gaya hidup memperoleh struktur, nilai, dan pengakuan (Cohen, 1985). Dengan demikian, dalam pandangan David Chaney, komunitas dan gaya hidup memiliki hubungan timbal balik yang erat. Komunitas memperkuat ekspresi gaya hidup, sementara gaya hidup memberikan identitas simbolik yang membedakan komunitas dari kelompok sosial lain. Gaya hidup bukan hanya soal

konsumsi dan preferensi pribadi, tetapi juga merupakan bentuk pertunjukan sosial yang memperoleh makna dalam ruang komunitas yang berbagi simbol dan nilai yang sama (Delanty, 2003).

3. Fans dan Penggemar

a. Konsep Fans dan penggemar

Dalam kajian budaya populer dan sosiologi budaya, istilah *fans* dan *penggemar* merujuk pada individu atau kelompok yang memiliki keterlibatan emosional, afektif, dan kognitif terhadap suatu objek budaya tertentu, baik berupa tokoh, karya seni, genre, maupun waralaba hiburan. Secara etimologis, istilah *fans* berasal dari kata *fanatic*, yang mengandung makna ketertarikan luar biasa atau bahkan obsesif terhadap sesuatu. Di Indonesia, padanan kata *fans* adalah "penggemar", yang umumnya merujuk pada orang yang menyukai atau mengikuti suatu tokoh atau produk budaya secara konsisten dan mendalam. Namun, dalam konteks kajian akademik, istilah *fans* memiliki konotasi yang lebih aktif dan kompleks daripada sekadar penikmat pasif.

Menurut Henry Jenkins (1992), fans adalah konsumen budaya yang aktif dan produktif. Mereka tidak hanya menerima teks budaya secara pasif, tetapi juga melakukan praktik *textual poaching*, yakni mengambil teks-teks populer dan mengolahnya kembali menjadi karya baru atau makna alternatif. Fans dapat menciptakan fan fiction, cosplay, video musik, meme, hingga analisis mendalam terhadap narasi atau karakter dari sebuah serial atau tokoh tertentu. Dalam hal ini, menjadi fans berarti menjadi bagian dari sebuah komunitas interpretatif, yaitu kelompok sosial yang membangun dan berbagi pemahaman kolektif terhadap suatu objek budaya berdasarkan pengalaman dan sudut pandang mereka sendiri. Sementara itu, dalam pemaknaan sehari-hari, istilah "penggemar" sering digunakan secara lebih umum untuk menggambarkan seseorang yang menyukai sesuatu, tetapi tidak selalu terlibat dalam praktik kreatif atau komunitas tertentu. Meski demikian, batas antara "penggemar" dan "fans" semakin kabur dalam era digital, karena akses internet memungkinkan siapa pun untuk berpartisipasi dalam komunitas daring, memproduksi konten, dan menyebarkan ekspresi fandom secara luas. Oleh karena itu, baik fans maupun penggemar dapat diasumsikan sebagai aktor budaya yang menjalankan gaya hidup tertentu, di mana aktivitas konsumsi, produksi simbolik, dan keterlibatan komunitas menjadi bagian dari proses pembentukan identitas diri.

Dalam konteks gaya hidup modern, menjadi fans atau penggemar bukan sekadar pilihan hiburan, tetapi juga bagian dari ekspresi identitas personal dan kolektif. Fans membentuk gaya hidup melalui simbol, ritual, dan relasi sosial yang dibangun di dalam komunitas fandom. Mereka membentuk dunia sosial mereka sendiri, lengkap dengan bahasa, nilai, dan struktur komunikasi yang khas. Dengan demikian, fans dan penggemar merupakan subjek budaya yang tidak hanya merepresentasikan minat individual, tetapi juga keterlibatan sosial yang aktif dalam budaya populer kontemporer.

b. Karakteristik komunitas

Secara umum, istilah *fans* dan *penggemar* sering digunakan secara bergantian dalam bahasa Indonesia. Namun dalam kajian budaya populer dan studi media, keduanya memiliki nuansa makna yang dapat dibedakan secara teoritis. Keduanya merujuk pada individu atau kelompok yang memiliki ketertarikan kuat terhadap objek tertentu seperti tokoh fiksi, serial televisi, film, musik, maupun bentuk budaya populer lainnya. Meski demikian, terdapat sejumlah karakteristik khusus yang menjelaskan bagaimana seorang fans atau penggemar berperilaku, berinteraksi, dan membentuk identitas mereka (Hills, 2002).

Pertama, baik fans maupun penggemar ditandai oleh komitmen emosional terhadap objek kesukaan. Mereka tidak hanya menikmati secara pasif, tetapi terlibat secara mendalam secara afektif. Misalnya, fans *tokusatsu* bukan hanya menonton serialnya, tetapi juga merasa terhubung secara emosional dengan karakter, nilai kepahlawanan, serta cerita yang dibangun dalam narasi tersebut. Jenkins menyebut bahwa fans adalah *textual poachers* atau “pembajak teks”, karena mereka aktif menafsirkan ulang, mereproduksi, dan mendistribusikan makna dari media yang mereka konsumsi (Jenkins, 1992).

Kedua, karakteristik menonjol dari seorang fans adalah adanya aktivitas partisipatif. Ini mencakup pembuatan fan art, fan fiction, cosplay, meme, konten media sosial, hingga pendirian komunitas khusus. Aktivitas-aktivitas ini menunjukkan bahwa fans tidak bersifat pasif melainkan terlibat secara kreatif dalam dunia fandom (Jenkins, 2006). Hal ini membedakan fans dari sekadar konsumen biasa yang hanya menikmati produk tanpa menciptakan makna baru.

Ketiga, fans memiliki identitas kolektif yang kuat, yang diwujudkan melalui komunitas, forum, atau kelompok sosial. Identitas ini memperkuat solidaritas di antara sesama fans, dan menciptakan struktur sosial tersendiri dengan nilai, simbol, serta bahasa yang khas (Hills, 2002). Dalam konteks ini, fandom dapat berkembang menjadi subkultur dengan norma dan praktik yang berbeda dari masyarakat dominan.

Keempat, terdapat elemen dedikasi dan intensitas. Fans sering kali menginvestasikan waktu, tenaga, bahkan biaya untuk mendukung objek kegemarannya. Mereka membeli merchandise, menghadiri acara komunitas, membuat konten kreatif, atau bahkan menjadikan karakter sebagai bagian dari narasi personal dalam kehidupan mereka. Keterlibatan ini menjadikan fandom sebagai bagian integral dari gaya hidup mereka (Jenkins, 2006).

Dalam pemahaman yang lebih dalam, istilah “penggemar” dapat mencakup siapa saja yang menyukai suatu objek, tetapi “fans” mengacu pada bentuk keterlibatan yang intens, aktif, dan terorganisir dalam ranah budaya populer. Semua fans adalah penggemar, namun tidak semua penggemar bisa disebut fans dalam pengertian partisipatif dan simbolik seperti yang dijelaskan oleh para ahli budaya populer.

c. Gaya hidup dan fans/penggemar

Gaya hidup fans terwujud melalui beragam aktivitas simbolik seperti mengenakan pakaian bertema karakter favorit, mengoleksi merchandise, membuat karya *fan art* atau *fan fiction*, berdiskusi di forum komunitas, hingga mengikuti acara *cosplay* atau *gathering*. Aktivitas ini bukan sekadar hobi atau bentuk hiburan biasa, melainkan menjadi bagian dari pola hidup yang dijalani secara konsisten dan bermakna. Dengan kata lain, gaya hidup fans bukan hanya tentang konsumsi media, tetapi juga tentang bagaimana media tersebut diresapi, dimaknai ulang, dan dijadikan alat untuk membentuk jati diri dalam kehidupan sosial (Jenkins, 1992). Keterlibatan aktif fans dalam komunitas juga memperkuat aspek kolektif dari gaya hidup mereka. Mereka tidak hidup secara terpisah, tetapi berada dalam ekosistem sosial yang membentuk norma, nilai, serta simbol bersama. Dalam komunitas, para fans saling berbagi pengalaman, menegosiasikan makna, dan menunjukkan identitas melalui praktik budaya tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup fans bersifat dialogis dan

intersubjektif, dibentuk melalui interaksi dengan orang lain yang memiliki kesamaan preferensi simbolik (Hills, 2002).

Gaya hidup fans juga mencerminkan bagaimana masyarakat modern memberi ruang pada bentuk identitas yang tidak lagi ditentukan oleh kelas sosial atau pekerjaan, melainkan oleh selera, konsumsi budaya, dan afiliasi simbolik. Dalam hal ini, fans menjadikan objek budaya sebagai sumber inspirasi, penguat identitas, dan dasar untuk membangun narasi personal. Hal tersebut selaras dengan pandangan Chaney bahwa gaya hidup merupakan penanda identitas dalam masyarakat post-industri, di mana pilihan-pilihan gaya hidup menjadi sarana untuk menunjukkan siapa diri kita dan di mana posisi kita dalam masyarakat (Chaney, 1996). Fans dan penggemar tidak hanya menjadi konsumen pasif dalam arus budaya populer, tetapi menjalankan gaya hidup aktif yang terstruktur secara simbolik dan sosial. Gaya hidup ini memperlihatkan bagaimana budaya populer dapat memengaruhi pola pikir, cara berpenampilan, relasi sosial, dan bahkan cara seseorang memaknai hidupnya sendiri.

4. Tokusatsu

a. Konsep tokusatsu

Tokusatsu, sebuah genre hiburan populer dari Jepang, secara harfiah berarti “efek khusus” (*tokushu satsuei*). Namun secara praktik dan kultural, *tokusatsu* merujuk pada film dan serial televisi yang mengandalkan efek visual tinggi dan menampilkan karakter pahlawan, monster raksasa (*kaiju*), robot, serta elemen futuristik atau fiksi ilmiah. *Tokusatsu* bukan hanya sekadar tontonan anak-anak, melainkan merupakan konstruksi budaya yang sarat nilai moral, sosial, dan simbolik. *Genre* ini berkembang sebagai bagian dari budaya populer Jepang pasca Perang Dunia II, merefleksikan dinamika masyarakat serta harapan terhadap masa depan, kemanusiaan, dan teknologi.

Tokusatsu merupakan keberadaan pahlawan sebagai representasi moralitas dan ketertiban sosial. Dalam hampir semua narasi *tokusatsu*, terdapat sosok protagonis yang memiliki nilai keberanian, pengorbanan, dan keadilan. Pahlawan *tokusatsu* tidak hanya bertarung untuk menang, tetapi juga untuk melindungi yang lemah dan menjaga keseimbangan dunia. Hal ini merefleksikan pandangan bahwa masyarakat membutuhkan figur moral yang dapat menjadi panutan dan simbol harapan. *Tokusatsu*

menanamkan nilai-nilai ini secara visual dan naratif kepada penonton, terutama generasi muda.

Konflik antara kebaikan dan kejahatan merupakan realitas universal yang tak terhindarkan. *Tokusatsu* mengemas dunia sebagai arena di mana kekuatan baik dan jahat saling bertarung dalam siklus yang terus berulang. Meskipun bentuk musuh berubah dari alien, monster, hingga organisasi jahat, konflik fundamental ini tetap menjadi struktur utama narasi. Ini memperlihatkan bahwa *tokusatsu* memuat pemahaman simbolik tentang perjuangan manusia dalam menghadapi tantangan, ketidakadilan, dan krisis moral yang hadir di kehidupan nyata.

Berkaitan dengan peran teknologi dan transformasi sebagai bentuk pemberdayaan. Dalam *tokusatsu*, pahlawan sering kali memperoleh kekuatan melalui perangkat transformasi (*henshin*) atau alat teknologi canggih. Proses transformasi ini melambangkan perubahan dari diri biasa menjadi diri ideal sebuah metafora bahwa manusia memiliki potensi untuk berkembang dan menjadi lebih baik melalui perjuangan, pelatihan, dan tekad. Teknologi dalam *tokusatsu* tidak hanya digunakan sebagai alat fisik, tetapi juga sebagai simbol dari kemajuan, harapan, dan kekuatan moral. Menekankan pentingnya kerja sama dan solidaritas kolektif dalam mengatasi ancaman besar. Serial seperti *Super Sentai* dan *Ultraman* sering menggambarkan tim atau kelompok yang bekerja sama dalam menghadapi musuh. Kerja sama antar individu yang memiliki kemampuan berbeda-beda mengajarkan bahwa keberhasilan tidak hanya ditentukan oleh kekuatan individu, tetapi juga oleh kemampuan untuk bersinergi dan saling percaya. *Tokusatsu* menyampaikan pandangan bahwa solidaritas dan kebersamaan adalah kekuatan sosial yang penting untuk menghadapi krisis.

Tokusatsu mengandung asumsi bahwa media hiburan dapat menjadi alat edukatif dan cermin nilai-nilai budaya. Serial *tokusatsu* memuat banyak elemen khas budaya Jepang, seperti *giri* (kewajiban), *ninjo* (perasaan manusiawi), dan *wa* (harmoni sosial), yang disampaikan secara implisit maupun eksplisit. *Tokusatsu* tidak hanya berfungsi sebagai hiburan visual, tetapi juga sebagai sarana pembentukan karakter dan internalisasi nilai-nilai sosial. *Tokusatsu* menjadi ruang representasi budaya dan pendidikan moral yang menyentuh aspek afektif dan simbolik penontonnya (Allison, 2006). *Tokusatsu* merupakan genre hiburan Jepang yang dikenal karena penggunaan efek khusus (*special effects*) yang dramatis, sering kali melibatkan pahlawan super,

monster raksasa, atau robot canggih. Beberapa konsep kunci yang menjadi dasar *genre* ini sangat terkait dengan nilai-nilai moral, perkembangan teknologi, serta pentingnya kerja sama dalam masyarakat. *Tokusatsu* tidak hanya menyajikan aksi, tetapi juga memberikan pesan sosial yang penting bagi penontonnya.

Salah satu konsep utama dalam *tokusatsu* adalah pahlawan yang menjadi pusat cerita. Pahlawan dalam *tokusatsu* sering kali digambarkan sebagai sosok yang memiliki moralitas tinggi, seperti keberanian, keadilan, dan pengorbanan untuk orang lain. Mereka tidak hanya bertarung untuk menang, tetapi untuk menjaga keseimbangan dunia dan melindungi yang lemah. Pahlawan ini juga sering kali melalui proses transformasi (dikenal dengan istilah *henshin*) yang simbolik, di mana mereka mengubah diri menjadi sosok yang lebih kuat untuk menghadapi ancaman besar. Proses transformasi ini menggambarkan bahwa setiap individu memiliki potensi untuk berubah dan berkembang menjadi versi terbaik dari dirinya.

Selain pahlawan, *tokusatsu* juga memperkenalkan musuh yang kuat, seperti monster atau organisasi jahat. Musuh-musuh ini sering kali mewakili ancaman yang lebih besar, seperti kejahatan, ketidakadilan, atau bahkan perubahan teknologi yang berbahaya. Dalam banyak cerita, musuh tidak hanya ada untuk dikalahkan, tetapi juga untuk menggambarkan tantangan besar yang harus dihadapi oleh masyarakat. Ini membuat konflik antara kebaikan dan kejahatan dalam *tokusatsu* sangat relevan dengan masalah sosial yang lebih luas, seperti perang, kerusakan lingkungan, atau ketidakadilan.

Kerja sama merupakan konsep Dalam banyak serial *tokusatsu*, seperti *Super Sentai* atau *Ultraman*, pahlawan tidak bekerja sendiri. Mereka membentuk tim yang saling mendukung satu sama lain dengan kekuatan yang berbeda-beda. Kerja sama ini menunjukkan bahwa untuk mengatasi masalah besar, kita membutuhkan bantuan orang lain, dan bahwa keberhasilan tidak hanya bergantung pada kekuatan individu, tetapi juga pada kemampuan untuk bersatu dan bekerja bersama. Ini adalah nilai yang sangat dihargai dalam budaya Jepang, di mana *wa* (harmoni sosial) dan *kyōryoku* (kerja sama) sangat dijunjung tinggi (Sugimoto, 2010). *Tokusatsu* juga menyampaikan berbagai nilai moral yang penting, seperti kejujuran, tanggung jawab, dan rasa hormat terhadap orang lain. Melalui cerita-cerita yang penuh aksi ini, penonton diajak untuk merenungkan nilai-nilai seperti keadilan, kebaikan, dan perjuangan untuk kebenaran. *Tokusatsu*,

meskipun disajikan dengan cara yang menyenangkan dan penuh efek visual, sesungguhnya mengajarkan banyak hal tentang cara hidup yang benar dan pentingnya nilai-nilai sosial dalam kehidupan sehari-hari.

b. Ciri khas *tokusatsu*

Tsutsui (2004) menjelaskan beberapa ciri khas dalam seri *tokusatsu*:

1) Efek Khusus Praktikal (*Special Effects / SFX*)

Tokusatsu dikenal luas karena penggunaan efek khusus tradisional atau praktikal (seperti miniatur kota, kostum *monster*, kabel untuk stunt, dan ledakan mini). Efek ini tidak hanya sekadar teknik visual, tetapi juga menjadi bagian dari estetika *genre*, menyediakan sensasi visual khas yang berbeda dari CGI modern.

2) Pahlawan Transformasi (*Henshin Hero*)

Salah satu ciri paling ikonik *tokusatsu* adalah adanya transformasi atau "*henshin*", di mana tokoh utama berubah menjadi sosok pahlawan dengan kostum khusus, kekuatan super, dan senjata unik. Ritual transformasi ini sering digambarkan secara teatral dan menjadi bagian dari identitas karakter.

3) Musuh *Monster* atau Makhluk Raksasa (*Kaiju*)

Banyak *serial tokusatsu* menghadirkan monster raksasa (*Kaiju*) sebagai musuh, baik sebagai simbol kehancuran maupun sebagai cerminan ancaman global seperti bencana alam, nuklir, atau teknologi. Pertarungan melibatkan elemen kehancuran kota, efek suara khas, dan pahlawan yang melindungi umat manusia.

4) Narasi Moral dan Heroik

Tokusatsu umumnya mengangkat tema pertarungan antara kebaikan dan kejahatan, serta nilai-nilai seperti persahabatan, keberanian, pengorbanan, dan keadilan. Ceritanya mengandung pesan moral yang kuat, khususnya untuk penonton anak-anak dan remaja.

5) Format Serial Episodik dan Kaidah Cerita

Tokusatsu biasanya hadir dalam bentuk serial mingguan dengan struktur naratif yang konsisten: pengenalan musuh, konflik, transformasi, dan klimaks pertarungan.

Terdapat pengulangan pola cerita, tetapi dengan variasi karakter dan senjata baru untuk menjaga daya tarik.

6) Estetika Suara dan Visual Khas

Suara *henshin*, efek ledakan, gerakan tangan saat berubah, hingga musik latar (theme song) sangat khas dan menjadi identitas visual-audio yang melekat dalam memori penggemar.

c. Tipe-tipe *tokusatsu*

1) *Kaiju Eiga* (Film Monster Raksasa)

Ciri khas: menampilkan makhluk raksasa (*Kaiju*) yang merusak kota atau bertarung satu sama lain. *Godzilla* (1954) adalah pelopor genre ini, lahir dari trauma Jepang terhadap bom atom. *Kaiju* sering merepresentasikan kekuatan destruktif atau akibat dari eksplorasi sains yang tak terkendali. Contoh: *Godzilla*, *Gamera*, *Mothra*.

2) *Kyodai Hero* (Pahlawan Raksasa)

Tokoh utamanya dapat berubah menjadi raksasa untuk melawan monster yang juga berukuran raksasa. Biasanya dikaitkan dengan alien atau teknologi luar angkasa, dengan latar institusi pelindung bumi seperti SSSP (Science Special Search Party). Contoh utama: *Ultraman*, *Ultraseven*, *Gridman*.

3) *Henshin Hero* (Pahlawan Transformasi)

Tokoh utama mengalami transformasi (*henshin*) untuk menjadi pahlawan super. Setiap seri membawa tema khusus, misalnya, *Kamen Rider Kuuga* bernuansa arkeologi, *Kamen Rider Ex-Aid* bertema *game* dan medis. Contoh: *Kamen Rider*, *Super Sentai*, *Metal Heroes*.

4) *Super Sentai*

Kelompok pahlawan (biasanya lima orang) dengan kostum warna-warni yang memiliki senjata dan robot raksasa (*mecha*). Menjadi dasar adaptasi *Power Rangers* di Barat. *Super Sentai* menekankan kerja sama tim, formasi bertarung, dan kombinasi senjata/robot. Contoh: *Himitsu Sentai Gorenger*, *Gokaiger*, *Zenkaiger*.

5) *Metal Heroes*

Pahlawan dengan armor logam futuristik dan tema sains/teknologi canggih. Banyak dari seri ini memiliki nuansa lebih serius dan ditujukan untuk penonton lebih dewasa. Contoh: *Space Sheriff Gavan*, *Jiban*, *Winspector*.

6) Tokusatsu Tokoh Anak dan Tokoh Lucu

Beberapa *tokusatsu* menampilkan karakter lucu atau imut (kadang-kadang ditujukan untuk anak kecil). Menampilkan pahlawan atau robot dengan visual lebih ringan dan narasi humoris. Contoh: *Robocon*, *B-Fighter Kabuto*..

7) *Dark Tokusatsu* (*Tokusatsu* Bertema Gelap)

Memiliki cerita lebih dewasa, sinis, atau suram, dengan narasi yang lebih kompleks. Diperuntukkan bagi penonton dewasa, sering menyelami tema eksistensial, psikologi karakter, atau kritik sosial. Contoh: *Kamen Rider Black*, *Garou*, *Shin Kamen Rider* (2023).

8) *Fanmade* / *Tokusatsu* Indie

Tokusatsu yang diproduksi oleh komunitas penggemar atau studio kecil di luar produksi besar seperti Toei atau Tsuburaya. Contoh: *Captain Justice*), *Battle Hero Absolute*, atau produksi lokal dari fans Indonesia.

5. Komunitas Angkringan *Tokusatsu* Semarang

Komunitas Angkringan *Tokusatsu* Semarang atau yang biasa dikenal sebagai ANSATSU Semarang merupakan sebuah komunitas para penggemar yang menyukai atau mengidolakan film-film dan karakter-karakter yang bertemakan atau bergenre *tokusatsu*. Komunitas ini jika dibandingkan dengan komunitas lain mungkin hampir mirip, akan tetapi komunitas ini memiliki perbedaan yang sangat mencolok, komunitas ini memiliki banyak sekali kegiatan mau diluar *event* ataupun saat sedang *event* sedang berlangsung, seperti karaoke komunitas yang biasa di adakan setiap beberapa bulan sekali, ataupun kegiatan buka bersama komunitas yang biasa diakan saat bulan puasa setiap tahunnya, akan tetapi tidak sekedar buka bersama, agar memeriahkan buka bersama juga diadakan lomba *game* konsol dan quiz untuk mempererat solidaritas antar anggota. Sedangkan saat *event*, para anggota menggunakan properti *cosplay* ataupun *merchandise tokusatsu* yang

mencolok, agar meunjukkan diri mereka sebagai anggota komunitas Angkringan *Tokusatsu* Semarang,

Komunitas ANSATSU Semarang memiliki anggota yang tidak pandang usia, dari yang masih sekolah sampai yang sudah berumah tangga, selama dia menyukai ataupun menggemari *tokusatsu*, siapapun boleh bergabung dikomunitas ini, dikomunitas ini juga tidak ada senioritas, karena semuanya sama, paling yang membedakan adalah pengurus dan anggota saja, hampir semua anggotanya memiliki koleksi *merchandise tokusatsu*, dari harga yang paling murah senilai sepuluh ribu rupiah sampai puluhan juta rupiah, akan tetapi dikomunitas ini cukup sedikit yang memiliki kostum *cosplay* ber *armor*, kebanyakan kostum *cosplay* mereka adalah fashion biasa yang nyaman digunakan ketimbang baju berzirah.

Angkringan *Tokusatsu* Semarang, walaupun memiliki nama angkringan di nama komunitasnya, akan tetapi tidak benar-benar memiliki sebuah angkringan yang bernama angkringan *tokusatsu* ataupun angkringan biasa, untuk tempat kumpul-kumpul komunitas ini terbilang acak, karena tempatnya sangat tidak menentu, tapi ada dua tempat yang sering dijadikan tempat kumpul, pertama di rumah Candra sebagai ketua komunitas, tapi biasanya hanya sedikit yang hadir, karena sekedar kumpul-kumpul dadakan saja, sedangkan untuk kumpul-kumpul besarnya di warung mie Aceh Emir, biasanya anggota yang hadir banyak, harusnya ada tiga tempat, tapi tempat yang pertama di indomaret dekat simpang lima sudah jarang, karena dulu tempat itu merupakan tempat awal terbentuknya komunitas ini, tapi para pendiri sudah mulai sibuk dengan kehidupannya masing-masing, dan tidak semua pendiri berada di Kota Semarang, akibatnya sekarang tempat kumpul-kumpulnya hanya dua tempat saja yang masih sering digunakan untuk berkumpul.

Anggota ANSATSU ini tidak terbatas hanya berada di Kota Semarang saja, ada juga yang diluar semarang, karena saat bergabung kebetulan sedang singgah di Kota Semarang, biasanya untuk kerja ataupun kuliah, sedangkan untuk anggota asli Semarang juga ada, ada juga anggota yang memang diluar Kota Semarang dan tidak pernah ke Kota Semarang tapi tetap bergabung ke komunitas ANSATSU Semarang, karena memiliki kegemaran dan kesukaan yang sama, biasanya anggota-anggota seperti ini lebih aktif di media sosial ataupun whatsapp ketimbang bertatap muka secara langsung dan kegiatan komunitas di *event* ataupun luar *event*.

B. Teori Gaya Hidup David Chaney

1. Asumsi Dasar Teori Gaya Hidup David Chaney

Dalam pandangan David Chaney (1996), gaya hidup bukanlah sekadar pola konsumsi atau cara hidup sehari-hari yang bersifat mekanis. Ia memandang gaya hidup sebagai konstruksi sosial yang kompleks, yang merefleksikan bagaimana individu menjalani kehidupan dengan memaknai pilihan-pilihan simbolik di tengah masyarakat modern. Asumsi pertama yang mendasari teori Chaney adalah bahwa gaya hidup merupakan hasil dari interaksi antara individu dan struktur sosial-budaya. Artinya, preferensi seseorang dalam berpakaian, berkegiatan, atau bersosialisasi dibentuk oleh konteks budaya dan nilai-nilai yang beredar di masyarakat tempat dia hidup. Gaya hidup berfungsi sebagai sarana ekspresi identitas. Dalam masyarakat modern yang lebih cair, identitas tidak lagi ditentukan secara kaku oleh kelas sosial, agama, atau pekerjaan, melainkan dibentuk secara aktif oleh individu melalui simbol-simbol gaya hidup yang mereka pilih. Dengan demikian, gaya hidup menjadi medium untuk menampilkan “siapa saya” kepada orang lain. Chaney melihat bahwa dalam masyarakat kontemporer, individu lebih bebas dalam menyusun narasi identitasnya melalui konsumsi simbolik dan pilihan-pilihan gaya hidup tertentu. Asumsi tersebut meliputi:

1) Gaya hidup sebagai komunikasi simbolik dalam masyarakat modern

David Chaney memulai pemikirannya dengan sebuah kritik terhadap pendekatan struktural klasik yang melihat identitas manusia terbentuk secara kaku oleh kelas sosial, struktur ekonomi, atau institusi tradisional seperti agama dan keluarga. Dalam masyarakat modern dan postmodern, Chaney berasumsi bahwa individu tidak lagi hidup dalam tatanan yang tetap, melainkan berada dalam lingkungan sosial yang memungkinkan berbagai pilihan dan ekspresi identitas melalui apa yang disebutnya sebagai gaya hidup. Bagi Chaney, gaya hidup merupakan tindakan sosial yang bersifat simbolik. Artinya, apa yang dipilih dan dilakukan seseorang dalam kehidupan sehari-hari memiliki makna sosial yang dapat dibaca oleh orang lain sebagai bentuk komunikasi nonverbal tentang siapa dirinya dan nilai apa yang ia anut (Chaney, 1996). Misalnya, pilihan untuk mengenakan pakaian tertentu, meminum jenis kopi tertentu, atau berpartisipasi dalam komunitas fans *tokusatsu* bukanlah tindakan yang netral. Semua itu adalah bentuk ekspresi diri yang mencerminkan bagaimana individu ingin dikenali dalam masyarakat. Dalam kerangka ini, gaya hidup menjadi sarana untuk

menciptakan dan menyampaikan identitas kepada publik. Identitas tidak bersifat tetap, melainkan dibentuk, dinegosiasikan, dan dikomunikasikan secara terus-menerus melalui tanda-tanda simbolik.

2) Pilihan gaya hidup sebagai proyek personal di tengah pluralitas sosial

Chaney mengasumsikan bahwa masyarakat modern dan postmodern memberikan ruang lebih besar bagi kebebasan individu untuk memilih gaya hidupnya. Pluralitas sosial, yakni banyaknya gaya hidup, nilai, dan identitas yang tersedia di ruang publik, membuka kesempatan bagi individu untuk mengonstruksi identitas personalnya sendiri, sesuai dengan nilai dan citra yang ingin ditampilkan. Gaya hidup menjadi semacam proyek identitas, di mana individu secara sadar dan aktif memilih simbol-simbol gaya hidup untuk merancang siapa dirinya di mata masyarakat.

Chaney tidak melihat kebebasan ini sebagai kebebasan mutlak. Pilihan gaya hidup tetap berada dalam batasan struktur sosial tertentu, seperti kemampuan ekonomi, tingkat pendidikan, akses terhadap media, dan lingkungan sosial. Seorang individu mungkin ingin mengadopsi gaya hidup urban modern, tetapi keterbatasan finansial atau budaya bisa menghambatnya. Maka, pilihan gaya hidup adalah proses negosiasi antara kehendak bebas individu dan batasan struktural yang membentuk ruang kemungkinan.

3) Konstruksi sosial dan konteks budaya gaya hidup

Gaya hidup, menurut Chaney, tidak muncul dari dalam diri individu semata, tetapi merupakan hasil dari konstruksi sosial yang dibentuk dalam konteks budaya tertentu. Gaya hidup adalah respons terhadap nilai-nilai, norma, dan wacana yang dominan dalam masyarakat. Artinya, apa yang dianggap sebagai gaya hidup trendi, modern, atau alternatif bergantung pada bagaimana masyarakat memberi makna terhadap simbol-simbol tersebut. Dalam hal ini, gaya hidup menjadi medan makna sosial yang terus berubah. Misalnya, dalam konteks Indonesia, memilih untuk aktif dalam komunitas pop culture Jepang seperti *tokusatsu* bisa dibaca sebagai tanda keterbukaan terhadap budaya global, ekspresi nostalgia, atau bahkan perlawanan terhadap budaya mainstream lokal. Ini memperlihatkan bahwa gaya hidup selalu terkait dengan konteks sosial dan budaya yang spesifik. Maka, memahami gaya hidup berarti juga memahami konteks historis, simbolik, dan sosiologis yang melingkupinya.

4) Media sebagai aktor utama dalam pembentukan gaya hidup

Chaney memberikan perhatian khusus pada peran media dalam membentuk dan menyebarkan gaya hidup. Di era modern, media bukan hanya saluran informasi, tetapi menjadi arsitek kultural yang menciptakan dan menyebarkan gambaran ideal tentang bagaimana hidup yang baik, indah, atau bernilai. Gaya hidup para selebritas, karakter fiksi, atau influencer media sosial menjadi referensi utama yang ditiru atau direspon oleh publik.

Chaney menyebut proses ini sebagai mediatisasi gaya hidup, di mana media mengambil alih peran sosial dalam mendefinisikan norma dan aspirasi. Gaya hidup kemudian menjadi bentuk konsumsi simbolik atas citra dan narasi yang diciptakan oleh media. Hal ini menjelaskan mengapa gaya hidup tertentu seperti menjadi penggemar *tokusatsu*, anime, K-Pop, atau gaya hidup minimalis mendapatkan legitimasi sosial yang luas karena disebarkan melalui media.

5) Diferensiasi sosial melalui gaya hidup

Dalam pandangan Chaney, gaya hidup juga menjadi alat untuk membedakan satu kelompok sosial dengan kelompok lain. Ketika kelas sosial tradisional mulai kehilangan daya jelaskan dalam membedakan identitas, gaya hidup mengambil alih fungsi itu. Melalui gaya hidup, individu mengasosiasikan diri dengan kelompok tertentu dan sekaligus menciptakan batas simbolik dari kelompok lain. Orang-orang dengan gaya hidup tertentu cenderung membentuk komunitas tersendiri yang mereproduksi nilai, simbol, dan norma internal mereka.

Contohnya, komunitas penggemar *tokusatsu* bukan sekadar komunitas hiburan, tetapi juga membentuk sistem nilai, simbol, dan solidaritas kolektif yang menjadi pembeda dari komunitas lain. Mereka punya cara berbicara, konsumsi media, jenis merchandise, dan acara komunitas yang khas. Maka, gaya hidup menciptakan struktur sosial baru yang bersifat simbolik, cair, dan berdasarkan preferensi kultural, bukan sekadar faktor ekonomi.

6) Gaya hidup sebagai bentuk identitas fleksibel dalam masyarakat post-industri

Chaney mengakhiri asumsi dasarnya dengan menggarisbawahi bahwa gaya hidup merupakan respons terhadap karakter masyarakat post-industri, yakni

masyarakat yang tidak lagi didominasi oleh produksi barang, tetapi oleh konsumsi simbol dan pengalaman. Dalam masyarakat ini, identitas menjadi sesuatu yang tidak tetap, melainkan fleksibel, dinamis, dan dapat diatur ulang. Individu dituntut untuk secara aktif membentuk dan menegaskan siapa dirinya melalui konsumsi gaya hidup.

Artinya, gaya hidup bukan hanya soal cara hidup, tetapi juga soal proyek identitas yang berlangsung terus-menerus. Dalam masyarakat seperti ini, hidup menjadi performatif. Apa yang kita makan, tonton, beli, atau lakukan tidak hanya soal kebutuhan, tetapi juga soal bagaimana kita ingin dilihat dan dikenang. Oleh karena itu, gaya hidup tidak dapat dilepaskan dari ekonomi simbolik yang terus berkembang di tengah masyarakat modern yang kompleks dan penuh pilihan.

2. Konsep Dasar Teori Gaya Hidup Chaney

David Chaney dalam karyanya *Lifestyles* (1996) menyatakan bahwa gaya hidup adalah cara individu dan kelompok mengekspresikan identitas mereka melalui pilihan-pilihan simbolik dalam kehidupan sehari-hari. Gaya hidup tidak hanya mencerminkan tindakan konsumtif, tetapi juga menjadi konstruksi sosial yang bermakna, yang menandai bagaimana seseorang ingin dilihat oleh orang lain dan bagaimana ia merasa menjadi bagian dari kelompok tertentu. Dengan kata lain, gaya hidup menjadi semacam “pernyataan sosial” yang terbaca lewat pola konsumsi, selera, dan partisipasi dalam budaya populer. Pemikiran Chaney adalah bahwa gaya hidup merupakan sarana ekspresi identitas. Dalam masyarakat modern, identitas tidak lagi ditentukan sepenuhnya oleh faktor-faktor struktural seperti kelas, etnisitas, atau agama. Sebaliknya, identitas dibentuk secara aktif oleh individu melalui pilihan simbolik seperti busana, tontonan, makanan, aktivitas, hingga komunitas yang diikuti. Oleh karena itu, gaya hidup berperan sebagai bahasa simbolik yang digunakan untuk menyatakan siapa kita, kepada siapa kita merasa terhubung, dan nilai apa yang kita junjung.

Chaney juga menekankan bahwa gaya hidup bersifat reflektif dan performatif. Artinya, gaya hidup dijalani dengan kesadaran penuh dan diperlihatkan kepada publik melalui praktik-praktik sehari-hari. Orang-orang tidak hanya memiliki gaya hidup, tetapi mereka juga “melakukan” gaya hidup, seperti mengikuti tren tertentu, mengoleksi benda-benda tertentu, atau berpartisipasi dalam

komunitas gaya hidup seperti komunitas ANSATSU Semarang. Tindakan-tindakan ini menciptakan citra diri yang dikenali dalam ruang sosial. Gaya hidup terikat dengan makna simbolik konsumsi. Chaney melihat konsumsi sebagai proses sosial dan budaya yang melampaui kebutuhan praktis. Dalam masyarakat modern, konsumsi adalah salah satu sarana utama untuk mengekspresikan gaya hidup. Misalnya, pilihan untuk menonton *Kamen Rider*, mengoleksi *action figure*, atau mengikuti *cosplay* bukan sekadar hiburan atau hobi, tetapi menjadi bagian dari identitas dan representasi diri dalam masyarakat. Dengan demikian, konsumsi menjadi bagian penting dari artikulasi gaya hidup.

Gaya hidup menurut Chaney juga terhubung dengan struktur media dan budaya populer. Media massa memiliki peran sentral dalam membentuk persepsi tentang gaya hidup yang dianggap ideal atau keren. Tayangan televisi, media sosial, dan produk budaya populer menyediakan citra-citra yang dapat dipilih dan diidentifikasi oleh individu. Dalam konteks ini, gaya hidup adalah hasil dari dialog antara individu dengan simbol-simbol budaya yang ditawarkan oleh media. Gaya hidup para penggemar *tokufans* misalnya, banyak dipengaruhi oleh bagaimana karakter dan cerita ditampilkan di layar. Chaney melihat gaya hidup sebagai indikator penting dalam memahami dinamika masyarakat modern. Melalui gaya hidup, kita bisa melihat bagaimana orang merespons globalisasi, media, perkembangan teknologi, dan perubahan struktur sosial. Gaya hidup mencerminkan bagaimana individu mencari makna, membentuk identitas, dan menjalin relasi sosial di tengah kompleksitas zaman modern. Konsep tersebut meliputi:

a. Gaya hidup sebagai representasi simbolik

David Chaney memandang bahwa gaya hidup bukan sekadar pola perilaku harian atau rutinitas konsumsi, melainkan sistem simbolik yang bermakna dalam masyarakat modern. Dalam konteks masyarakat kontemporer yang sarat makna dan simbol, gaya hidup menjadi semacam bahasa yang digunakan individu untuk mengkomunikasikan siapa dirinya. Pemilihan terhadap busana, jenis makanan, gaya berbicara, genre musik, komunitas yang diikuti, hingga platform media sosial yang digunakan, semuanya menjadi bagian dari narasi simbolik yang menyusun identitas diri seseorang. Gaya hidup mencerminkan bukan hanya preferensi personal, tetapi juga aspirasi sosial, nilai budaya, dan posisi simbolik dalam masyarakat. Pilihan-

pilihan tersebut dapat dipahami sebagai bentuk representasi, yakni bagaimana seseorang menampilkan dirinya di hadapan masyarakat melalui simbol-simbol tertentu yang bisa dikenali dan dimaknai oleh orang lain.

Chaney menekankan bahwa dalam masyarakat modern, seseorang tidak hanya menjadi bagian dari kelas atau struktur tertentu, melainkan juga menunjukkan dan menegosiasikan posisinya melalui gaya hidup. Artinya, representasi gaya hidup adalah bagian dari proyek identitas yang sangat terkait dengan citra, makna, dan simbol. Bahkan dalam tindakan yang tampaknya sepele seperti cara berpakaian atau hobi, tersimpan struktur simbolik yang kompleks dan saling berkelindan dengan persepsi sosial.

b. Gaya hidup sebagai pilihan dan proyek identitas

Dalam kerangka pemikiran Chaney, gaya hidup diposisikan sebagai hasil dari pilihan yang dilakukan secara sadar dan reflektif oleh individu dalam masyarakat yang plural. Masyarakat modern menyediakan berbagai bentuk gaya hidup sebagai menu sosial yang dapat dipilih oleh individu untuk menyusun dan membentuk identitas personal. Dalam hal ini, gaya hidup bukan sesuatu yang diturunkan atau diwariskan secara pasif, melainkan dibentuk secara aktif oleh individu berdasarkan aspirasi dan selera yang dipengaruhi oleh konteks sosial dan budaya. Maka, gaya hidup dipahami sebagai bentuk dari proyek identitas, yakni upaya terus-menerus dari individu untuk menciptakan narasi tentang siapa dirinya di tengah berbagai kemungkinan yang tersedia dalam masyarakat.

Namun, meskipun tampak sebagai hasil dari pilihan bebas, Chaney tetap menyadari bahwa pilihan-pilihan tersebut tidak sepenuhnya bebas dari struktur sosial. Akses terhadap gaya hidup tertentu tetap dibatasi oleh kapital ekonomi, budaya, dan sosial. Seseorang mungkin ingin mengadopsi gaya hidup yang dianggap keren atau berkelas seperti travelling ke luar negeri, membeli barang bermerek, atau bergabung dalam komunitas eksklusif, tetapi realitas ekonomi dapat menjadi penghalang. Maka, gaya hidup adalah hasil dari proses negosiasi antara kehendak individu dan kekuatan-kekuatan struktural yang mengelilinginya.

c. Media sebagai produsen dan penyebar gaya hidup

Salah satu aspek penting dalam teori gaya hidup Chaney adalah peran media dalam membentuk dan menyebarkan gaya hidup. Media massa dan media digital tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menciptakan representasi gaya hidup yang ideal, aspiratif, dan layak ditiru. Dalam masyarakat yang semakin terdigitalisasi dan berbasis visual, media menjadi agen utama dalam memproduksi narasi tentang bagaimana seseorang seharusnya hidup. Iklan, film, televisi, media sosial, dan influencer membentuk gambaran tertentu tentang tubuh ideal, rumah ideal, relasi sosial yang ideal, hingga cara berpikir yang dianggap modern atau maju.

Chaney menjelaskan bahwa individu dalam masyarakat modern sering kali menjadikan media sebagai sumber rujukan dalam membentuk identitas dan gaya hidupnya. Mereka tidak hanya menerima pesan-pesan dari media secara pasif, tetapi juga memprosesnya secara kreatif, menirunya, bahkan mereproduksinya. Dalam praktik sehari-hari, individu mengimitasi gaya berpakaian selebritas, mengatur tampilan Instagram sesuai estetika tertentu, atau mengikuti gaya hidup sehat yang sedang populer. Semua ini menunjukkan bahwa media berperan sebagai institusi kultural yang kuat dalam memediasi bentuk-bentuk gaya hidup kontemporer.

d. Gaya hidup sebagai diferensiasi sosial

Gaya hidup dalam pandangan Chaney juga menjadi sarana diferensiasi sosial. Dalam masyarakat post-klasik, identitas kelas tidak lagi terdefinisi secara ketat berdasarkan pekerjaan atau status ekonomi. Sebaliknya, gaya hidup menjadi indikator baru untuk membedakan kelompok sosial. Misalnya, pilihan terhadap makanan organik, gaya arsitektur rumah, kendaraan pribadi, atau komunitas hobi tertentu dapat menandakan posisi simbolik seseorang dalam masyarakat. Gaya hidup menjadi bentuk dari distingsi sosial, atau pembeda simbolik yang memperlihatkan siapa yang memiliki akses terhadap pengetahuan dan kapital budaya tertentu, dan siapa yang tidak.

Dalam masyarakat modern, gaya hidup tidak hanya menandakan siapa kita, tetapi juga dengan siapa kita merasa cocok dan ingin berasosiasi. Orang-orang dengan gaya hidup yang sama cenderung membentuk jaringan sosial yang solid, sedangkan perbedaan gaya hidup menjadi batas simbolik antara kami dan mereka. Maka, gaya hidup memiliki fungsi penting dalam memperkuat eksklusivitas kelompok dan membangun identitas kolektif.

e. Komunitas simbolik dan gaya hidup kolektif

Chaney mengembangkan gagasan tentang komunitas simbolik sebagai bagian dari pengaruh gaya hidup dalam membentuk jaringan sosial. Komunitas simbolik adalah komunitas yang terbentuk bukan karena kedekatan geografis atau hubungan darah, tetapi karena kesamaan nilai, minat, dan simbol yang diyakini dan dijalani secara kolektif. Dalam komunitas ini, gaya hidup dijalani secara bersama-sama dan menjadi sumber utama solidaritas. Komunitas penggemar *tokusatsu*, misalnya, memperlihatkan bagaimana individu yang memiliki minat dan selera yang sama membentuk relasi sosial yang kuat, membangun simbol internal, dan menciptakan praktik budaya yang khas.

Chaney menyatakan bahwa komunitas simbolik memainkan peran penting dalam memberikan rasa memiliki dan makna dalam kehidupan masyarakat modern yang cenderung terfragmentasi. Melalui gaya hidup kolektif, individu merasa tidak sendiri, melainkan menjadi bagian dari sistem sosial yang membenarkan dan merayakan pilihan-pilihannya. Dalam hal ini, gaya hidup tidak lagi bersifat individual, tetapi menjadi alat untuk memperkuat hubungan sosial yang bermakna.

f. Identitas cair dan estetika kehidupan sehari-hari

Chaney menekankan bahwa gaya hidup adalah bentuk dari identitas cair dalam masyarakat postmodern. Di tengah perubahan sosial yang cepat, melemahnya struktur-struktur tradisional, dan semakin fleksibelnya relasi sosial, gaya hidup menjadi alat utama bagi individu untuk menyusun dan menyampaikan identitas secara berulang-ulang. Hidup menjadi suatu performa yang harus dikurasi, ditampilkan, dan dipertahankan melalui citra dan narasi. Gaya hidup mencerminkan estetika kehidupan sehari-hari, yakni bagaimana kehidupan tidak hanya dijalani, tetapi juga dikelola agar terlihat menarik, autentik, dan bermakna. Dalam konteks ini, gaya hidup menjadi lebih dari sekadar kebiasaan, ia menjadi karya estetik, proyek identitas, dan sekaligus strategi sosial dalam menghadapi dunia yang cair dan terus berubah.

Dalam masyarakat modern, gaya hidup bukan hanya berkaitan dengan bagaimana individu menjalani kehidupan sehari-hari, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai, minat, dan identitas pribadi. Berbagai tipe gaya hidup muncul sebagai respons terhadap dinamika sosial, budaya, dan ekonomi yang berkembang pesat. Gaya hidup ini sering kali berfungsi sebagai alat ekspresi yang menunjukkan bagaimana seseorang mengkonstruksi identitasnya dan berinteraksi dengan dunia sekitarnya. Berikut adalah beberapa tipe gaya hidup yang dapat ditemukan dalam masyarakat kontemporer:

1) Gaya Hidup Konsumtif

Gaya hidup konsumtif ditandai oleh dominasi konsumsi sebagai pusat dari kehidupan sosial dan cara individu merepresentasikan identitasnya di tengah masyarakat. Dalam perspektif Chaney (1996), konsumsi tidak sekadar berfungsi untuk memenuhi kebutuhan dasar, tetapi menjadi sarana simbolik untuk mengekspresikan status sosial, preferensi budaya, dan afiliasi komunitas. Ketika seseorang memilih untuk membeli barang-barang tertentu, seperti pakaian bermerek, gadget terkini, kendaraan mewah, atau aksesoris berharga tinggi, tindakan tersebut tidak hanya mencerminkan daya beli, tetapi juga menandai posisi sosial di mata orang lain. Barang-barang tersebut menjadi semacam "kode simbolik" yang menunjukkan bagaimana seseorang ingin dilihat dan dipersepsikan oleh lingkungannya.

Dalam masyarakat modern, konsumsi bergeser dari sekadar kebutuhan fungsional menjadi bagian dari konstruksi identitas. Misalnya, seseorang yang menggunakan produk teknologi terbaru seperti smartphone flagship atau laptop dengan spesifikasi tinggi, sering kali ingin menunjukkan bahwa dirinya *up-to-date* dengan perkembangan teknologi dan memiliki daya beli yang mapan. Begitu pula dengan pilihan fashion; mengenakan pakaian dari merek-merek ternama bukan sekadar soal kenyamanan, tetapi juga cara untuk memperlihatkan selera, keanggunan, dan bahkan afiliasi terhadap komunitas tertentu yang memiliki standar yang sama. Chaney menegaskan bahwa konsumsi modern lebih bersifat simbolik, barang-barang yang dikonsumsi memiliki "nilai tanda" (sign value) yang melampaui fungsi utamanya.

Dengan kata lain, produk tidak hanya dinilai dari kegunaannya, tetapi dari apa yang diwakilinya secara simbolik.

Media massa dan iklan memiliki peran penting dalam memperkuat gaya hidup konsumtif ini. Melalui promosi dan representasi media, masyarakat diperlihatkan bagaimana barang-barang tertentu diasosiasikan dengan kesuksesan, kemewahan, dan kehidupan ideal. Sebagai contoh, iklan mobil mewah sering kali tidak hanya menampilkan fitur teknis, tetapi juga memperlihatkan gaya hidup eksklusif yang diimpikan oleh banyak orang. Ini menciptakan ilusi bahwa memiliki produk tersebut akan secara otomatis mengangkat status sosial seseorang dan membuatnya lebih dihargai oleh lingkungan sekitar. Hal ini sejalan dengan pandangan Chaney bahwa media massa membantu menyebarkan model-model gaya hidup yang kemudian diadopsi oleh masyarakat sebagai bentuk aktualisasi diri.

Konsumsi dalam konteks gaya hidup juga dapat memfasilitasi terbentuknya identitas kolektif. Orang-orang dengan preferensi konsumsi yang sama cenderung berkumpul dalam komunitas-komunitas berbasis minat, seperti komunitas penggemar otomotif, klub pecinta fashion, atau grup teknologi. Di sini, konsumsi berfungsi sebagai pengikat sosial yang memperkuat solidaritas kelompok. Misalnya, komunitas *tokufans* sering kali menunjukkan loyalitasnya melalui pembelian merchandise resmi seperti *action figure*, kostum *cosplay*, dan aksesoris bertema serial favorit mereka. Produk-produk ini tidak hanya menjadi benda koleksi, tetapi juga simbol afiliasi terhadap komunitas tersebut. Dalam ruang-ruang sosial tersebut, anggota komunitas saling mengenali dan menghargai preferensi konsumsi yang sama, yang pada gilirannya memperkuat rasa memiliki dan identitas kolektif.

Pada akhirnya, gaya hidup konsumtif menunjukkan bahwa konsumsi barang bukan lagi soal memenuhi kebutuhan, melainkan cara untuk "menceritakan" siapa diri kita kepada orang lain. Produk yang kita pilih, tempat kita berbelanja, hingga cara kita menampilkan barang-barang tersebut di media sosial adalah bagian dari narasi sosial yang kita bangun secara sadar. Gaya hidup konsumtif, dengan demikian, menjadi semacam panggung simbolik di mana individu memerankan identitas sosialnya dan mencari pengakuan dari komunitas sekitarnya.

2) Gaya Hidup Hedonistik

Dalam pandangan David Chaney (1996), gaya hidup hedonistik merupakan bentuk orientasi hidup yang berfokus pada pencarian kesenangan, kenikmatan, dan pengalaman sensorik yang memuaskan. Individu yang menjalani gaya hidup ini cenderung memprioritaskan aktivitas-aktivitas yang memberikan kebahagiaan instan dan kepuasan pribadi, baik secara fisik maupun emosional. Berbeda dengan gaya hidup konsumtif yang lebih berorientasi pada kepemilikan materi sebagai simbol status, gaya hidup hedonistik lebih menekankan pada pengalaman langsung dan perasaan bahagia yang didapatkan melalui interaksi sosial, hiburan, serta eksplorasi budaya populer.

Kecenderungan hedonistik ini tercermin dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari, seperti menghabiskan waktu di tempat hiburan, menghadiri pesta, menikmati liburan mewah, mencoba kuliner unik, dan mengeksplorasi berbagai bentuk kesenangan estetis. Misalnya, seseorang yang memilih untuk berlibur secara rutin ke destinasi wisata eksotis atau sering menghadiri konser musik bukan semata-mata karena kebutuhan relaksasi, tetapi juga sebagai cara untuk mengejar pengalaman emosional yang intens dan mendalam. Dalam konteks ini, waktu luang tidak sekadar dihabiskan untuk beristirahat, tetapi dioptimalkan untuk memperoleh kenikmatan maksimal yang dapat memuaskan hasrat pribadi.

Chaney mengamati bahwa dalam masyarakat modern, media massa dan platform digital turut memperkuat gaya hidup hedonistik dengan menampilkan citra-citra glamor tentang kesenangan dan kemewahan. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube kerap dipenuhi dengan konten yang memamerkan gaya hidup mewah, kuliner eksklusif, destinasi liburan yang menakjubkan, hingga pesta-pesta meriah yang dihadiri oleh kalangan selebritas dan influencer. Representasi semacam ini mendorong individu untuk tidak hanya mengonsumsi kesenangan, tetapi juga memamerkannya sebagai bentuk aktualisasi diri. Dalam budaya visual ini, pengalaman menikmati hidup menjadi sesuatu yang diabadikan dan dipertunjukkan kepada publik sebagai simbol keberhasilan dan kemapanan sosial.

Gaya hidup hedonistik tidak hanya terbatas pada konsumsi materi, tetapi juga pada pengalaman emosional dan estetis. Misalnya, seseorang mungkin mengejar kenikmatan melalui eksperimen kuliner di restoran bintang lima, menjelajahi berbagai jenis wine dalam acara wine tasting, atau merasakan sensasi ekstrem dalam aktivitas seperti *skydiving* atau *bungee jumping*. Aktivitas semacam ini menunjukkan bahwa

dalam gaya hidup hedonistik, kepuasan tidak selalu diukur melalui kepemilikan barang, tetapi melalui intensitas pengalaman yang dapat dirasakan secara langsung dan dirayakan bersama orang lain.

Gaya hidup hedonistik juga memengaruhi cara seseorang memandang waktu dan produktivitas. Individu yang mengadopsi gaya hidup ini cenderung menilai waktu sebagai "ruang" untuk memaksimalkan kesenangan. Konsep "*work hard, play hard*" menjadi prinsip yang dipegang, di mana seseorang bekerja keras untuk kemudian dapat menikmati hasilnya melalui berbagai aktivitas rekreatif. Hal ini menegaskan bahwa dalam pola hidup hedonistik, kerja bukan semata-mata soal produktivitas ekonomi, tetapi juga tentang upaya untuk memperoleh akses terhadap pengalaman yang menyenangkan.

Dalam kasus *tokufans*, membeli merchandise untuk dipamerkan dan saling beradu koleksi di media sosial ataupun secara langsung, biasanya mereka memamerkan merchandise-merchandise yang mahal ataupun yang sudah langka didapat, dan membuat yang lain merasa iri ataupun terkesima, pada akhirnya yang dicaci bukan kesenangan diri sendiri, tapi citra sebagai orang yang kaya atau memiliki predikat si cepat mendapatkan merchandise yang sedang tayang serinya, karena seri yang sedang tayang biasanya mahal karena masih baru.

Pada akhirnya, Chaney menilai bahwa gaya hidup hedonistik menjadi semacam respons terhadap dinamika masyarakat modern yang penuh tekanan dan tuntutan. Dalam kehidupan yang semakin kompetitif, mengejar kesenangan pribadi menjadi bentuk pelarian dari stres dan rutinitas sehari-hari. Lebih dari sekadar mencari hiburan, gaya hidup ini juga menjadi cara untuk menegaskan eksistensi diri dan mengekspresikan kebebasan personal dalam memilih bagaimana hidup dijalani.

3) Gaya Hidup Profesional

Dalam perspektif David Chaney, gaya hidup profesional bukan sekadar manifestasi dari aktivitas ekonomi, tetapi juga cerminan identitas dan simbol status dalam masyarakat modern. Bagi individu yang mengadopsi gaya hidup ini, pekerjaan bukan hanya dipandang sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan finansial, melainkan sebagai elemen penting dalam mendefinisikan siapa mereka di tengah lingkungan sosial. Pekerjaan menjadi bagian integral dari cara mereka memaknai

kehidupan, menunjukkan kompetensi, serta membangun jaringan sosial yang relevan dengan bidang profesionalnya.

Chaney menekankan bahwa gaya hidup profesional melibatkan seperangkat nilai, rutinitas, dan perilaku yang secara konsisten dijalankan oleh individu di ruang kerja maupun dalam interaksi sosial. Misalnya, seorang eksekutif perbankan tidak hanya bekerja dari pukul 9 hingga 5, tetapi juga menghadiri rapat penting, menghadiri seminar bisnis, terlibat dalam kegiatan networking, dan menjaga citra profesional di dalam maupun di luar kantor. Setiap aspek kehidupan, mulai dari cara berpakaian yang rapi dan formal, pilihan gadget canggih, hingga preferensi terhadap lingkungan kerja yang efisien, menjadi bagian dari simbolisasi identitas sebagai seorang profesional yang kompeten dan berdedikasi.

Chaney melihat bahwa gaya hidup profesional membentuk rutinitas yang terstruktur dan berorientasi pada produktivitas. Orang-orang dengan gaya hidup ini biasanya memiliki manajemen waktu yang baik, fokus pada target karier, serta mengikuti tren dan perkembangan terbaru di bidangnya. Mereka mengonsumsi media-media bisnis, membaca buku pengembangan diri, serta berpartisipasi dalam pelatihan atau seminar untuk meningkatkan keterampilan. Dalam konteks ini, konsumsi tidak hanya bersifat material, tetapi juga intelektual dan simbolik mencerminkan aspirasi dan komitmen terhadap pertumbuhan karier.

Tidak hanya itu, gaya hidup profesional juga tercermin dalam cara individu berinteraksi dengan orang lain. Dalam lingkup pekerjaan, mereka membangun relasi sosial yang berdasarkan profesionalisme, etika kerja, dan kompetensi. Pertemanan dan jaringan yang dibangun umumnya berorientasi pada kolaborasi, dukungan karier, dan peluang bisnis. Hal ini memperkuat gagasan Chaney bahwa gaya hidup tidak hanya tentang bagaimana seseorang hidup, tetapi juga bagaimana seseorang menempatkan dirinya di dalam struktur sosial yang lebih luas. Jaringan profesional menjadi sumber daya sosial yang penting, membantu mereka untuk mendapatkan akses terhadap peluang karier yang lebih baik dan memperluas pengaruh di bidangnya.

Seperti Candra yang merupakan ketua ANSATSU, dia memiliki berbagai keadaan yang membuat dia memiliki profesionalitas, seperti Candra yang menjadi MC di *event-event* di Kota Semarang, atau saat dia menjadi ketua komunitas dan saat di

menjadi drummer dari sebuah band, dia memiliki rasa profesional yang tinggi dalam berbagai bidangnya.

Pada akhirnya, gaya hidup profesional bukan sekadar rutinitas kerja, melainkan konstruksi identitas yang menegaskan peran seseorang dalam struktur sosial modern. Chaney melihat bahwa melalui gaya hidup ini, individu mengekspresikan nilai-nilai seperti disiplin, ambisi, dan dedikasi yang menjadi ciri khas masyarakat yang berorientasi pada prestasi. Dengan demikian, bekerja tidak hanya menjadi cara untuk mendapatkan penghasilan, tetapi juga cara untuk membangun reputasi, pengakuan, dan posisi dalam masyarakat yang semakin kompetitif.

4) Gaya Hidup Alternatif

Dalam perspektif David Chaney, gaya hidup alternatif merupakan bentuk ekspresi identitas yang berkembang sebagai respons terhadap dominasi budaya arus utama. Sifat utama dari gaya hidup ini adalah keinginan untuk menempuh jalan hidup yang berbeda dari norma-norma sosial yang mapan, baik dalam hal konsumsi, relasi sosial, maupun cara pandang terhadap kehidupan. Individu yang mengadopsi gaya hidup alternatif cenderung menolak pola hidup yang dianggap materialistik, konsumtif, dan tidak ramah lingkungan, serta mencari makna hidup di luar logika kapitalisme dan modernitas yang mainstream.

Chaney menekankan bahwa gaya hidup alternatif muncul sebagai bentuk kritik terhadap homogenisasi sosial yang dihasilkan oleh modernitas. Dalam masyarakat modern, media dan industri budaya sering kali mempromosikan pola konsumsi massal dan standar gaya hidup yang seragam. Orang didorong untuk membeli barang-barang bermerek, mengikuti tren mode terbaru, dan menyesuaikan diri dengan standar kehidupan kota yang serba cepat dan kompetitif. Namun, mereka yang memilih gaya hidup alternatif justru bergerak ke arah sebaliknya. Mereka mencoba keluar dari pola konsumsi tersebut dan menciptakan ruang-ruang baru yang memungkinkan eksplorasi nilai dan cara hidup yang lebih personal dan otentik.

Salah satu contoh konkret dari gaya hidup alternatif adalah gerakan minimalisme, di mana individu secara sadar mengurangi kepemilikan barang-barang dan berfokus pada hal-hal yang dianggap esensial. Bagi para penganut minimalisme, memiliki lebih sedikit barang berarti memiliki lebih banyak ruang untuk menikmati

hidup secara bermakna. Konsep ini tidak hanya mencakup aspek material, tetapi juga merambah pada pola pikir dan hubungan sosial yang lebih sederhana dan autentik. Chaney melihat minimalisme sebagai bentuk resistensi terhadap konsumerisme yang berlebihan, sekaligus sebagai refleksi terhadap pencarian makna di tengah dunia yang serba cepat dan penuh distraksi.

Selain minimalisme, gaya hidup alternatif juga terwujud dalam bentuk komunitas ekologis atau *eco-villages*. Komunitas-komunitas ini menolak gaya hidup urban yang boros energi dan mencemari lingkungan, lalu memilih untuk tinggal di pemukiman berkelanjutan yang mempraktikkan hidup selaras dengan alam. Mereka sering kali mengandalkan energi terbarukan, bercocok tanam secara organik, dan meminimalisir jejak karbon dalam aktivitas sehari-hari. Bagi mereka, gaya hidup tidak hanya sekadar pilihan pribadi, tetapi juga bagian dari tanggung jawab moral terhadap lingkungan dan generasi mendatang. Chaney menekankan bahwa pilihan semacam ini menunjukkan bagaimana modernitas tidak selalu identik dengan eksploitasi alam, tetapi juga membuka peluang untuk menemukan cara hidup yang lebih harmonis dan berkelanjutan.

Terdapat pula kelompok yang menjalani gaya hidup anti-kapitalistik dengan menolak konsep kepemilikan pribadi yang berlebihan dan pola konsumsi yang berorientasi pada profit. Kelompok-kelompok ini sering kali mengorganisir kehidupan secara kolektif, berbagi sumber daya, dan mengutamakan prinsip keadilan sosial dalam aktivitas ekonomi mereka. Misalnya, dalam beberapa komunitas squatters di Eropa, orang-orang hidup bersama di bangunan kosong tanpa kepemilikan formal, berbagi sumber daya, dan mengelola kebutuhan hidup secara bersama-sama. Bagi mereka, gaya hidup ini adalah bentuk perlawanan terhadap sistem kapitalis yang dianggap menindas dan tidak adil.

Chaney menekankan bahwa keberadaan gaya hidup alternatif menunjukkan bahwa modernitas tidak bersifat monolitik, melainkan cair dan terbuka terhadap berbagai eksperimen sosial. Meskipun arus utama mendominasi, selalu ada ruang bagi individu atau kelompok untuk menantang norma dan mencari jalan hidup yang berbeda. Dalam konteks ini, gaya hidup alternatif tidak hanya menjadi pilihan pribadi, tetapi juga bentuk ekspresi politik dan sosial yang menantang status quo.

Pada akhirnya, gaya hidup alternatif menjadi bukti bahwa di tengah globalisasi dan homogenisasi budaya, masih ada ruang untuk perbedaan dan keberagaman. Ia mencerminkan resistensi terhadap dominasi budaya arus utama, sekaligus menawarkan alternatif cara hidup yang lebih berkelanjutan, sadar lingkungan, dan bermakna secara personal. Chaney melihat fenomena ini sebagai wujud kreativitas sosial dalam menemukan bentuk-bentuk baru dalam menjalani kehidupan yang lebih sesuai dengan nilai dan prinsip yang diyakini oleh individu atau komunitas tersebut.

5) Gaya Hidup Kolektif atau Komunal

Dalam gaya hidup ini, orientasi individu diarahkan pada kehidupan dalam komunitas. Solidaritas, gotong royong, dan kesamaan nilai menjadi pondasi. Komunitas penggemar budaya pop, seperti komunitas ANSATSU, adalah contoh konkret. Chaney menekankan bahwa gaya hidup semacam ini tidak hanya membangun hubungan sosial, tetapi juga membentuk identitas kolektif yang kuat.

Dalam pandangan David Chaney, gaya hidup berbasis komunitas merupakan salah satu bentuk ekspresi sosial yang menekankan pada pentingnya hubungan sosial, solidaritas, dan nilai-nilai bersama di antara anggotanya. Berbeda dengan gaya hidup yang cenderung individualistik, gaya hidup komunitas berfokus pada keterikatan sosial dan kolaborasi antaranggota sebagai bagian dari identitas kolektif. Chaney menekankan bahwa dalam gaya hidup komunitas, interaksi sosial menjadi pusat dari aktivitas sehari-hari, dan nilai-nilai seperti gotong royong, kepedulian, serta solidaritas menjadi landasan utama dalam membangun hubungan antarpersonal.

Pada praktiknya, individu yang memilih gaya hidup berbasis komunitas secara aktif terlibat dalam kegiatan bersama, baik dalam bentuk pertemuan rutin, acara sosial, maupun proyek kolaboratif. Komunitas penggemar budaya pop, seperti *komunitas tokusatsu*, menjadi contoh konkret bagaimana gaya hidup ini terbentuk dan berkembang. Di dalam komunitas tersebut, anggota tidak hanya berkumpul untuk berbagi minat terhadap seri *tokusatsu*, tetapi juga saling mendukung dalam berbagai kegiatan, seperti acara cosplay, diskusi. Melalui interaksi yang intensif, para anggota komunitas membangun rasa memiliki dan ikatan emosional yang kuat terhadap kelompoknya.

Chaney menekankan bahwa gaya hidup komunitas seperti ini berfungsi lebih dari sekadar sarana berkumpul. Ia melihat bahwa komunitas menjadi media penting dalam membentuk identitas kolektif. Identitas kolektif ini memungkinkan individu merasakan keterhubungan dengan sesuatu yang lebih besar daripada dirinya sendiri, sehingga memunculkan rasa bangga dan loyalitas terhadap kelompok tersebut. Dalam konteks komunitas *tokusatsu*, misalnya, para anggotanya tidak hanya menonton serial atau mengoleksi *merchandise*, tetapi juga menghayati nilai-nilai heroisme, keberanian, dan solidaritas yang sering kali ditampilkan dalam cerita-cerita *tokusatsu*. Pengalaman bersama dalam menonton, berdiskusi, atau menghadiri *event cosplay* menciptakan semacam ritual sosial yang memperkuat identitas sebagai bagian dari komunitas tersebut.

Chaney juga mengamati bahwa gaya hidup komunitas memungkinkan terciptanya ruang sosial alternatif di mana nilai-nilai dominan masyarakat dapat dinegosiasikan atau bahkan ditolak. Misalnya, dalam komunitas *tokusatsu*, nilai-nilai persaingan yang sering ditemukan di masyarakat modern digantikan oleh semangat kolaborasi dan dukungan antarpenggemar. Mereka yang mungkin merasa "berbeda" di luar komunitas bisa menemukan tempat yang nyaman dan diterima tanpa stigma di dalam kelompok tersebut. Dalam hal ini, komunitas tidak hanya menjadi tempat berbagi hobi, tetapi juga tempat di mana anggota merasa "pulang" dan menjadi diri sendiri tanpa tekanan sosial yang berlebihan.

Chaney menilai bahwa gaya hidup komunitas mampu memperluas jangkauan solidaritas sosial di luar batas-batas geografis. Dengan perkembangan teknologi dan media sosial, komunitas penggemar *tokusatsu*, misalnya, tidak lagi terbatas pada satu wilayah tertentu, tetapi meluas hingga ke level global. Interaksi online melalui platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, hingga Discord, memungkinkan para penggemar dari berbagai negara untuk berbagi pengalaman, berdiskusi tentang episode terbaru, hingga mengadakan event virtual bersama. Hal ini memperkuat identitas kolektif komunitas meskipun para anggotanya tersebar di berbagai penjuru dunia.

Pada akhirnya, Chaney melihat gaya hidup komunitas sebagai cerminan dari kebutuhan manusia akan keterikatan sosial dan makna bersama di tengah dunia yang semakin individualistik. Gaya hidup ini menawarkan pengalaman sosial yang lebih dalam dan bermakna dibanding sekadar interaksi berbasis transaksi atau utilitarian.

Dalam komunitas, individu menemukan solidaritas, rasa memiliki, dan kesempatan untuk mengekspresikan identitas secara otentik. Bagi para penggemar *tokusatsu*, komunitas bukan hanya sekadar tempat berkumpul, melainkan menjadi bagian penting dari identitas mereka yang dibangun melalui ritual sosial, pengalaman bersama, dan nilai-nilai yang dihayati secara kolektif.

6) Gaya Hidup Spiritual atau Religius

Meskipun teori gaya hidup yang dikemukakan oleh David Chaney lebih banyak berfokus pada aspek konsumsi, ekspresi identitas, dan simbolisasi dalam masyarakat modern, ia tidak sepenuhnya mengesampingkan peran spiritualitas dalam membentuk gaya hidup. Di tengah arus modernitas yang ditandai oleh materialisme dan konsumerisme, ada segmen masyarakat yang justru memilih gaya hidup berbasis spiritualitas sebagai bentuk pencarian makna hidup yang lebih dalam dan transendental. Gaya hidup ini tidak hanya terbatas pada praktik keagamaan formal, tetapi juga merentang pada bentuk-bentuk spiritualitas yang lebih luas, seperti meditasi, yoga, kehidupan asketik, hingga keterlibatan dalam komunitas spiritual non-tradisional.

Chaney menyadari bahwa dalam masyarakat modern, spiritualitas mengalami pergeseran dari yang semula terikat pada institusi agama formal menuju bentuk yang lebih personal dan terbuka. Individu dengan gaya hidup spiritual sering kali tidak lagi merasa terikat pada dogma atau ritual yang kaku, melainkan lebih menekankan pada pengalaman batin, kesadaran diri, dan harmoni dengan alam serta sesama manusia. Meditasi, misalnya, bukan hanya dipandang sebagai praktik relaksasi, tetapi juga sebagai cara untuk mencapai keseimbangan batin dan pemahaman diri yang lebih mendalam. Yoga bukan sekadar olahraga fisik, melainkan bentuk ekspresi spiritual yang menghubungkan tubuh dan pikiran dalam keselarasan.

Gaya hidup berbasis spiritualitas sering kali diiringi oleh pola konsumsi yang berbeda dari arus utama. Individu yang menjalani gaya hidup ini cenderung memilih produk yang dianggap selaras dengan nilai-nilai spiritualitas mereka, seperti makanan organik, produk ramah lingkungan, hingga barang-barang buatan tangan yang diyakini memiliki energi positif. Pilihan ini tidak sekadar didasari oleh kebutuhan material, tetapi juga oleh nilai simbolik yang melekat padanya. Misalnya, menggunakan gelang batu alam bukan sekadar soal estetika, tetapi sebagai simbol keseimbangan energi dan perlindungan spiritual.

Dalam konteks ini, spiritualitas juga menjadi identitas simbolik yang membedakan para pelakunya dari gaya hidup sekuler yang umumnya berorientasi pada konsumsi dan materialisme. Ketika seseorang memilih untuk hidup minimalis, mengurangi konsumsi yang tidak perlu, atau aktif dalam komunitas meditasi, ia tidak hanya sedang menjalani praktik spiritual, tetapi juga mengekspresikan identitas dan afiliasi simbolik terhadap nilai-nilai yang dianggap transendental. Chaney mengakui bahwa meskipun spiritualitas mungkin tampak bertolak belakang dengan gaya hidup konsumeristik, keduanya sering kali dapat berjalan berdampingan dalam masyarakat modern. Misalnya, popularitas wellness industry yang menggabungkan spiritualitas dengan komodifikasi melalui kelas yoga berbayar, retreat meditasi mewah, hingga produk-produk kesehatan berbasis holistik.

Chaney menyoroti bahwa gaya hidup spiritual dalam masyarakat modern tidak selalu terikat pada agama formal. Banyak individu memilih jalur spiritualitas yang lebih terbuka dan lintas agama, seperti mengikuti ajaran filsafat Timur (Buddhisme, Hindu, Taoisme), atau bahkan spiritualitas modern yang berbasis pada energi alam dan mindfulness. Praktik-praktik ini menunjukkan bahwa pencarian makna hidup tidak selalu membutuhkan institusi formal, tetapi dapat diwujudkan melalui refleksi diri, kesadaran akan keberadaan, dan keterhubungan dengan alam semesta.

Gaya hidup berbasis spiritualitas juga sering kali melahirkan komunitas-komunitas baru yang didasarkan pada nilai dan praktik bersama. Misalnya, kelompok meditasi, komunitas yoga, atau bahkan perkumpulan penggemar filsafat spiritual di media sosial menjadi ruang bagi individu untuk berbagi pengalaman, bertukar pandangan, dan memperdalam praktik spiritual mereka. Di dalam komunitas semacam ini, identitas kolektif terbentuk melalui ritual bersama, nilai-nilai kesadaran batin, dan komitmen untuk menjalani hidup yang lebih bermakna.

Dalam konteks penggemar *tokusatsu* di Angkringan *Tokusatsu* Semarang, saat melakukan kegiatan kita selalu ada ajakan untuk sholat berjamaah saat sudah memasuki waktu sholat, saat bukans stand ataupun saat gathering biasa, sama saat seperti kegiatan buka bersama yang diselenggarakan setiap tahunnya. Tapi yang non muslim tetap diperbolehkan ikut dan tidak memakasa mereka untuk hadir ataupun ikut berpuasa.

Chaney menunjukkan bahwa spiritualitas dalam konteks gaya hidup modern tetap relevan dan bahkan menemukan bentuk-bentuk baru yang lebih cair dan terbuka.

Pilihan untuk menjalani hidup dengan prinsip-prinsip spiritual tidak hanya menjadi cara untuk mencapai keseimbangan dan makna hidup, tetapi juga sebagai medium untuk mengekspresikan identitas di tengah masyarakat yang semakin terfragmentasi oleh nilai-nilai materialisme. Bagi para pelakunya, gaya hidup berbasis spiritualitas bukan sekadar pilihan individual, tetapi sebuah pernyataan identitas dan refleksi dari pencarian makna hidup yang lebih dalam.

7) Gaya Hidup Individualis

Tipe ini menggambarkan individu yang lebih memilih membentuk kehidupan berdasarkan preferensi personal daripada norma sosial atau komunal. Mereka cenderung mandiri dalam menentukan arah hidup, memilih aktivitas, dan menolak homogenisasi budaya. Chaney melihat bahwa masyarakat postmodern sangat memungkinkan munculnya gaya hidup seperti ini, sebagai cerminan fragmentasi nilai.

Dalam teori gaya hidup yang dikemukakan oleh David Chaney, salah satu tipe gaya hidup yang menonjol di era modern adalah gaya hidup individualistik. Tipe ini menggambarkan individu yang menempatkan preferensi personal sebagai prioritas utama dalam menjalani kehidupan, daripada tunduk pada norma sosial atau nilai komunal yang konvensional. Bagi mereka yang menganut gaya hidup ini, pilihan-pilihan hidup tidak ditentukan oleh ekspektasi masyarakat, keluarga, atau komunitas, melainkan oleh keinginan, minat, dan nilai-nilai pribadi.

Chaney mencatat bahwa masyarakat postmodern menawarkan ruang yang lebih luas bagi ekspresi individualitas. Globalisasi, perkembangan teknologi informasi, dan akses terhadap media digital telah menciptakan lingkungan di mana orang memiliki kebebasan lebih besar untuk mengeksplorasi identitasnya. Dalam konteks ini, individu dengan gaya hidup individualistik sering kali mengejar aktivitas dan hobi yang unik, memilih jalur karier yang tidak konvensional, dan bahkan mengadopsi nilai-nilai yang berbeda dari arus utama. Mereka cenderung mengedepankan *self-expression* melalui cara berpakaian yang khas, gaya komunikasi yang unik, serta preferensi budaya yang terkadang melawan arus.

Sebagai contoh, seseorang yang mengadopsi gaya hidup individualistik mungkin lebih memilih menjadi seorang seniman lepas daripada bekerja di kantor dengan struktur yang ketat. Pilihan ini didasarkan pada dorongan untuk

mengekspresikan diri secara bebas tanpa dibatasi oleh aturan institusi. Demikian pula, dalam hal konsumsi, mereka mungkin menghindari produk-produk massal dan lebih memilih barang-barang yang bersifat personal dan autentik, seperti karya seni buatan tangan, pakaian vintage, atau produk lokal yang merefleksikan identitas unik mereka.

Chaney juga menekankan bahwa gaya hidup individualistik sering kali disertai dengan resistensi terhadap homogenisasi budaya. Di tengah derasnya arus globalisasi yang membawa pengaruh budaya pop dari berbagai belahan dunia, individu dengan gaya hidup ini cenderung lebih selektif dalam menerima pengaruh eksternal. Mereka tidak serta-merta mengikuti tren global, melainkan memfilter informasi dan memilih apa yang sesuai dengan nilai dan pandangan pribadinya. Dalam praktiknya, hal ini bisa terlihat dari cara mereka mengonsumsi media, memilih komunitas virtual yang spesifik, hingga berinteraksi di ruang digital dengan identitas yang dirancang secara sadar.

Tidak hanya itu, gaya hidup individualistik juga mencerminkan perubahan pola hubungan sosial. Individu dengan preferensi gaya hidup ini umumnya lebih memilih hubungan sosial yang bersifat *selective bonding*, merupakan menjalin hubungan secara intens dengan orang-orang yang memiliki nilai dan minat serupa, daripada berbaur secara luas dalam komunitas berbasis kedekatan geografis atau ikatan tradisional. Contohnya adalah partisipasi dalam *online communities* yang terbentuk atas dasar minat tertentu, seperti komunitas pecinta musik indie, kolektor barang antik, atau komunitas gamer. Keberadaan media sosial dan platform digital memungkinkan individu untuk menemukan dan berinteraksi dengan kelompok yang sejalan, meskipun secara fisik berjauhan.

Chaney melihat bahwa masyarakat postmodern yang ditandai oleh fragmentasi nilai dan meningkatnya kebebasan individu, membuka ruang bagi berkembangnya gaya hidup individualistik ini. Kebebasan dalam memilih pekerjaan, menetapkan preferensi budaya, hingga mengelola interaksi sosial, menjadi manifestasi nyata dari agensi individu di tengah dinamika masyarakat modern. Pilihan gaya hidup semacam ini dianggap sebagai bentuk perlawanan terhadap determinisme sosial yang sering kali memaksa individu untuk menyesuaikan diri dengan norma atau standar tertentu.

Dalam konteks ini, gaya hidup individualistik bukan sekadar bentuk isolasi sosial, tetapi lebih kepada cara seseorang mengekspresikan otonomi dan identitasnya. Pilihan untuk hidup berbeda, memilih jalur yang tidak umum, atau menolak

homogenisasi budaya merupakan bagian dari narasi pribadi yang dirajut oleh individu sebagai bentuk pernyataan jati diri di tengah masyarakat yang semakin beragam. Dengan demikian, gaya hidup individualistik tidak hanya mencerminkan kebebasan personal, tetapi juga menjadi ruang bagi individu untuk merefleksikan nilai-nilai dan prinsip hidup yang mereka anggap penting.

8) Gaya Hidup Digital

Dengan berkembangnya teknologi informasi, gaya hidup digital menjadi tipe baru yang mengandalkan media digital dalam hampir semua aspek kehidupan: komunikasi, kerja, hiburan, hingga interaksi sosial. Meskipun Chaney menulis sebelum era media sosial, ia telah menyadari pentingnya media sebagai kanal ekspresi gaya hidup dan pembentukan identitas melalui layar.

Perkembangan teknologi informasi yang pesat dalam dua dekade terakhir telah mengubah cara manusia berinteraksi, bekerja, dan menjalani kehidupan sehari-hari. Salah satu dampak paling signifikan dari perubahan ini adalah munculnya gaya hidup digital, yaitu pola hidup yang sangat bergantung pada media digital dalam hampir semua aspek kehidupan, mulai dari komunikasi, pekerjaan, hiburan, hingga pembentukan identitas sosial. Meskipun David Chaney menulis teorinya sebelum dominasi media sosial seperti Facebook, Instagram, dan TikTok, ia telah menyadari bahwa media, secara umum, berperan besar dalam mengekspresikan gaya hidup dan membentuk identitas individu di masyarakat modern.

Dalam konteks gaya hidup digital, teknologi bukan hanya sekadar alat komunikasi, tetapi juga menjadi ruang di mana identitas dipertunjukkan dan dibentuk secara terus-menerus. Orang-orang menampilkan diri mereka melalui *posting*, foto, video, dan status di media sosial. Aktivitas ini bukan hanya bentuk ekspresi, tetapi juga bagian dari konstruksi identitas yang ingin ditampilkan kepada publik. Sebagai contoh, seseorang yang aktif mengunggah konten seputar koleksi *tokusatsu*, kegiatan *cosplay*, atau partisipasi dalam event fandom di media sosial, secara tidak langsung sedang menegaskan identitasnya sebagai bagian dari komunitas tersebut. Melalui *likes*, komentar, dan interaksi daring, identitas itu dikonfirmasi, dibangun, dan dipelihara oleh komunitas digital yang lebih luas.

Selain sebagai medium ekspresi, teknologi digital juga memungkinkan terciptanya komunitas virtual yang melampaui batasan geografis. Komunitas-komunitas berbasis minat, seperti penggemar *tokusatsu*, dapat saling berinteraksi, bertukar informasi, dan berbagi pengalaman secara real-time meskipun tersebar di berbagai wilayah. Ini memperlihatkan bagaimana gaya hidup digital mampu membentuk ikatan sosial baru yang tidak bergantung pada kedekatan fisik, melainkan pada kesamaan minat dan nilai simbolik. Bahkan, acara *livestream*, forum diskusi, dan grup media sosial menjadi ajang pertemuan virtual yang menghubungkan para penggemar secara langsung.

Chaney menganggap bahwa media merupakan kanal ekspresi gaya hidup yang tidak terbatas pada representasi fisik, tetapi juga simbolik. Dalam gaya hidup digital, simbol-simbol identitas tidak hanya tampak dari apa yang dikenakan atau aktivitas fisik yang dilakukan, tetapi juga dari konten digital yang diunggah, akun-akun yang diikuti, serta partisipasi dalam diskusi daring. Misalnya, seorang penggemar *tokusatsu* yang secara aktif mengikuti kanal YouTube tentang teori dan sejarah *tokusatsu*, berkomentar di forum-forum penggemar, dan berbagi *fan art* di Instagram, sedang membangun citra dirinya sebagai bagian dari subkultur tersebut. Identitas itu kemudian dikenali dan dihargai oleh komunitas digital melalui interaksi virtual.

Gaya hidup digital mengaburkan batas antara ruang publik dan privat. Aktivitas yang sebelumnya bersifat pribadi kini menjadi konsumsi publik melalui media sosial. Perayaan ulang tahun, unboxing merchandise, hingga pengalaman menghadiri event cosplay ditampilkan secara terbuka. Dalam perspektif Chaney, hal ini menunjukkan bagaimana media digital memungkinkan ekspresi gaya hidup menjadi lebih *performative*, di mana identitas tidak hanya dipahami oleh diri sendiri, tetapi juga disaksikan dan dikonfirmasi oleh publik secara luas.

Tidak hanya itu, gaya hidup digital juga mempercepat proses globalisasi budaya. Tren yang berkembang di satu wilayah dapat dengan cepat diadopsi di wilayah lain melalui platform digital. Misalnya, tren cosplay *tokusatsu* yang populer di Jepang bisa diadaptasi oleh komunitas penggemar di Semarang dalam waktu singkat berkat akses informasi melalui internet. Ini memperlihatkan bagaimana gaya hidup digital memungkinkan penyebaran nilai dan simbol budaya lintas batas negara dengan kecepatan yang belum pernah terjadi sebelumnya.

Dari sudut pandang Chaney, peran media digital dalam mengekspresikan dan membentuk gaya hidup modern adalah contoh nyata bagaimana teknologi menciptakan ruang baru untuk identitas dan interaksi sosial. Gaya hidup digital bukan hanya cara berkomunikasi atau mengonsumsi informasi, tetapi juga medium untuk menegaskan siapa diri kita di hadapan dunia, membangun komunitas lintas batas, dan merayakan nilai-nilai yang dianggap penting dalam budaya modern.

9) Gaya Hidup Budaya Pop

Chaney banyak membahas bagaimana budaya populer memberi simbol-simbol baru yang digunakan individu untuk membangun gaya hidup. Dari penggemar musik, film, hingga serial televisi, muncul komunitas-komunitas gaya hidup yang meniru, memodifikasi, dan merayakan simbol-simbol budaya pop tersebut. Gaya hidup ini sarat dengan konsumsi simbolik dan praktik naratif yang mengekspresikan siapa kita.

David Chaney menekankan bahwa dalam masyarakat modern, budaya populer tidak hanya menjadi bentuk hiburan, tetapi juga memainkan peran penting dalam membentuk identitas dan gaya hidup individu. Melalui media massa dan platform digital, simbol-simbol budaya populer tersebar secara masif, menciptakan model-model identitas yang dapat diadopsi, dimodifikasi, dan dirayakan oleh individu maupun komunitas. Dalam konteks ini, budaya populer menyediakan "bahasa simbolik" yang memungkinkan individu mengekspresikan siapa mereka, apa yang mereka sukai, dan di komunitas mana mereka merasa terhubung.

Chaney melihat bahwa simbol-simbol budaya populer seperti karakter dalam film, musik, serial televisi, hingga ikon-ikon virtual memberikan inspirasi bagi penggemarnya untuk mengonstruksi gaya hidup tertentu. Misalnya, seorang penggemar berat serial *Star Wars* mungkin akan mengoleksi merchandise terkait, menghadiri *fan convention*, dan aktif dalam komunitas daring yang mendiskusikan teori dan perkembangan cerita terbaru. Aktivitas-aktivitas ini bukan hanya bentuk konsumsi materi, tetapi juga manifestasi simbolik dari identitas sebagai bagian dari komunitas *Star Wars*. Dengan cara yang sama, *tokufnas* tidak hanya menonton serialnya, tetapi juga terlibat dalam kegiatan cosplay, mengoleksi *action figure*, hingga mengikuti event komunitas sebagai bentuk ekspresi identitas dan kebersamaan.

Budaya populer juga memfasilitasi pembentukan komunitas berbasis minat yang melintasi batas geografis dan sosial. Para penggemar yang memiliki ketertarikan yang sama berkumpul di ruang digital seperti forum, grup media sosial, dan platform streaming untuk berbagi pengalaman, informasi, serta teori mengenai simbol-simbol budaya pop yang mereka gemari. Dalam interaksi tersebut, mereka menciptakan narasi kolektif yang mengukuhkan identitas bersama, memperdalam rasa solidaritas, dan membangun apa yang disebut Chaney sebagai "komunitas gaya hidup." Di dalam komunitas ini, simbol-simbol budaya pop menjadi kode sosial yang dipahami bersama, menciptakan ikatan emosional yang kuat.

Chaney menekankan bahwa budaya populer tidak bersifat pasif, melainkan partisipatif. Para penggemar tidak hanya mengonsumsi produk budaya, tetapi juga mengolah, memodifikasi, dan mereproduksi simbol-simbol tersebut dalam bentuk karya kreatif seperti *fan art*, *fan fiction*, dan video reaksi di media sosial. Aktivitas ini menunjukkan bahwa budaya populer tidak hanya diadopsi, tetapi juga dikontekstualisasikan kembali sesuai dengan preferensi dan interpretasi penggemar. Dalam konteks *tokufans*, misalnya, seringkali menciptakan kostum mereka sendiri, memproduksi video *fan-made*, dan mengadakan pertemuan komunitas untuk merayakan kecintaan mereka terhadap genre tersebut.

Chaney juga mengamati bahwa budaya populer mendorong praktik naratif dalam kehidupan sehari-hari. Penggemar sering kali membangun cerita pribadi yang terhubung dengan simbol-simbol budaya yang mereka konsumsi. Misalnya, seseorang yang tumbuh besar dengan menonton *Kamen Rider* mungkin memandang nilai-nilai keberanian dan keadilan sebagai bagian penting dari identitas dirinya. Ketika ia bergabung dengan komunitas ANSATSU, narasi itu diperkuat melalui interaksi dengan anggota komunitas lainnya yang memiliki pengalaman serupa. Di sini, budaya populer tidak hanya menawarkan hiburan, tetapi juga menyediakan struktur makna yang membantu individu menavigasi identitas mereka di tengah masyarakat modern yang kompleks.

Budaya populer, menurut Chaney, memiliki kekuatan untuk mengaburkan batas antara yang nyata dan yang simbolik. Ketika seseorang memilih untuk mengenakan kaos bergambar Ultraman atau memamerkan koleksi *action figure* di ruang tamu, mereka tidak sekadar menampilkan produk material, tetapi juga sedang

mengkomunikasikan identitas simbolik kepada orang lain. Simbol-simbol tersebut menjadi pernyataan gaya hidup yang diakui dan dipahami oleh anggota komunitas yang sama. Bahkan, dalam interaksi sosial, atribut-atribut budaya pop ini sering kali menjadi pemicu percakapan, sarana berbagi pengalaman, dan landasan untuk membangun hubungan sosial.

Chaney menegaskan bahwa dalam masyarakat modern, konsumsi budaya populer bukan lagi sekadar aktivitas hiburan, melainkan bagian integral dari pembentukan identitas dan solidaritas sosial. Melalui budaya populer, individu menemukan ruang untuk mengekspresikan diri, menciptakan cerita kolektif, dan menghubungkan diri dengan orang lain yang memiliki kesamaan minat. Gaya hidup yang terbentuk dari budaya populer menjadi arena di mana makna simbolik diproduksi, dipertukarkan, dan dirayakan secara kolektif.

10) Gaya Hidup Tradisional

Meskipun masyarakat modern banyak didominasi gaya hidup kontemporer, gaya hidup tradisional tetap bertahan. Chaney tidak menafikan bahwa dalam beberapa konteks sosial, nilai-nilai lama tetap menjadi kerangka hidup: keterikatan pada adat, relasi keluarga yang kuat, dan pelestarian budaya lokal. Gaya hidup ini sering berfungsi sebagai penyeimbang arus modernitas.

Dalam pandangan David Chaney, meskipun masyarakat modern cenderung mengarah pada pola hidup yang serba cepat dan berbasis teknologi, gaya hidup tradisional tetap memiliki ruang signifikan dalam struktur sosial. Chaney tidak mengabaikan keberadaan gaya hidup ini di tengah arus modernitas yang semakin mendominasi. Ia justru menekankan bahwa dalam masyarakat modern, ada ruang-ruang sosial yang masih mempertahankan nilai-nilai lama sebagai bagian dari identitas kolektif dan warisan budaya. Gaya hidup tradisional ini terlihat dalam keterikatan kuat pada adat, solidaritas keluarga, dan pelestarian budaya lokal yang diwariskan lintas generasi.

Salah satu ciri utama dari gaya hidup tradisional adalah keterikatan pada adat istiadat. Di berbagai masyarakat, praktik-praktik adat tetap dipertahankan sebagai bentuk penghormatan terhadap leluhur dan identitas kultural. Misalnya, dalam komunitas adat tertentu, ritual keagamaan, upacara pernikahan, hingga tata cara bertani

masih dijalankan dengan patuh sesuai tradisi. Bagi mereka, praktik-praktik tersebut tidak hanya bermakna simbolik, tetapi juga menjadi cara untuk memperkuat rasa kebersamaan dan identitas komunal di tengah derasny arus modernisasi. Chaney melihat bahwa gaya hidup tradisional ini berfungsi sebagai "penanda identitas" yang membedakan kelompok tersebut dari masyarakat urban yang lebih cair dan individualistik.

Selain itu, gaya hidup tradisional seringkali ditandai oleh relasi sosial yang erat, khususnya dalam lingkup keluarga dan komunitas kecil. Dalam masyarakat tradisional, keluarga besar memiliki peran sentral dalam membentuk nilai-nilai, memberikan dukungan emosional, dan memastikan keberlanjutan tradisi. Tidak jarang, keputusan penting dalam kehidupan seseorang melibatkan pertimbangan keluarga besar, mulai dari pernikahan, pekerjaan, hingga kepemilikan tanah. Solidaritas keluarga dan komunitas ini memberikan rasa aman dan stabilitas di tengah perubahan sosial yang cepat. Chaney mengamati bahwa keterikatan semacam ini menciptakan jaringan sosial yang solid dan mencegah terjadinya keterasingan sosial yang sering muncul dalam masyarakat modern.

Gaya hidup tradisional juga terlihat dalam upaya pelestarian budaya lokal, termasuk bahasa, seni, dan kerajinan tangan. Di banyak daerah, kelompok masyarakat masih menjaga bahasa ibu sebagai alat komunikasi sehari-hari, menghidupkan kesenian tradisional seperti tari dan musik, serta melestarikan kerajinan tangan sebagai bagian dari identitas kultural. Dalam hal ini, modernisasi tidak sepenuhnya menghilangkan nilai-nilai lama, tetapi justru memunculkan semangat untuk mempertahankan tradisi sebagai bentuk resistensi terhadap homogenisasi budaya global. Chaney berpendapat bahwa pelestarian budaya lokal merupakan bentuk perlawanan simbolik terhadap dominasi gaya hidup urban yang cenderung seragam dan berorientasi pada konsumsi massal.

Menariknya, Chaney juga mencatat bahwa di era modern, gaya hidup tradisional tidak sepenuhnya menutup diri dari teknologi. Beberapa komunitas tradisional justru memanfaatkan teknologi untuk melestarikan budaya mereka, seperti mendokumentasikan ritual adat di media digital, mempromosikan kerajinan lokal melalui e-commerce, atau membangun komunitas daring yang menghubungkan diaspora dengan kampung halaman. Di sini, gaya hidup tradisional bertransformasi

menjadi hibrida yang menggabungkan elemen modern dengan nilai-nilai lama yang tetap dipertahankan.

Sebagai penyeimbang arus modernitas, gaya hidup tradisional menawarkan stabilitas dan kesinambungan di tengah perubahan yang cepat. Dalam pandangan Chaney, keberadaan gaya hidup ini mencerminkan pluralitas dalam masyarakat modern, di mana modernitas tidak sepenuhnya menggantikan tradisi, tetapi berkoeksistensi dan bahkan saling melengkapi. Gaya hidup tradisional menjadi "jangkar budaya" yang menjaga akar identitas masyarakat di tengah derasnya arus globalisasi.

C. Gaya Hidup Dalam Perspektif Islam

Gaya hidup yang terjadi pada komunitas Angkringan *Tokusaatsu* Semarang hanyalah sekedar hiburan bagi para anggota yang menjadikan komunitas sebagai wadah untuk berkumpul dan untuk menghibur mereka, mereka bergabung dengan komunitas ini, akan tetapi dalam komunitas ini, nilai-nilai agama juga diterapkan agar membuat keseimbangan dalam mencari hiburan dan pahala untuk diakhirat.

وَمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا إِلَّا لَعِبٌ وَلَهُوَ الدَّارُ الْآخِرَةُ خَيْرٌ لِلَّذِينَ يَتَّقُونَ أَفَلَا تَعْقِلُونَ

Artinya: Dan tiadalah kehidupan dunia ini melainkan permainan dan hiburan belaka. Dan sungguh, negeri akhirat itu lebih baik bagi orang-orang yang bertakwa. Maka tidakkah kamu memahaminya?. (QS. Al-An'am: 32)

Ayat ini mengingatkan kita bahwa kehidupan dunia hanyalah sementara dan tidak lebih dari permainan serta hiburan. Yang lebih baik dan kekal adalah kehidupan akhirat bagi mereka yang bertakwa. Pesan dari ayat ini mendorong kita untuk tidak terjebak dalam kesenangan duniawi dan selalu mempersiapkan diri untuk kehidupan setelah mati. Gaya hidup hanyalah sekedar untuk mencari hiburan belaka, akan tetapi harus tetap saling mengingatkan dalam kebenaran dan melarang dalam keburukan, hal-hal seperti ini juga diterapkan dalam komunitas Angkringan *Tokusatsu* Semarang, karena dapat membuat komunitas lebih ramah tamah dan sopan santun serta tidak lupa dengan akhirat yang akan menanti.

Dalam Islam, gaya hidup komunitas sangat ditekankan untuk membangun solidaritas, tolong-menolong, dan kebersamaan yang dilandasi oleh iman dan takwa.

Konsep ini dikenal dengan istilah “ukhuwah” (persaudaraan) yang mencakup ukhuwah Islamiyah (sesama Muslim), Basyariyah (sesama manusia), dan Wathaniyah (sesama bangsa). Surat Al-An'am ayat 32 mengingatkan kita bahwa kehidupan dunia ini hanya sementara dan penuh dengan permainan serta senda gurau. Hal ini berarti segala kenikmatan duniawi yang kita rasakan, seperti kekayaan, kemewahan, dan status sosial, hanya sementara dan tidak bisa dibandingkan dengan kehidupan akhirat yang kekal. Dalam perspektif Islam, ayat ini mengajak kita untuk tidak terjebak terlalu dalam dalam pencarian duniawi yang sifatnya fana dan sejenak.

Jika kita melihat gaya hidup David Chaney, atau siapa pun yang mungkin terfokus pada kenikmatan duniawi, ini bisa jadi bertentangan dengan ajaran Islam dalam ayat tersebut. Misalnya, jika seseorang terlalu fokus pada kemewahan, status sosial, atau kesenangan sementara tanpa memperhatikan aspek-aspek spiritual, ini bisa dianggap sebagai kelalaian. Islam mengajarkan agar kita tidak terlalu terperdaya dengan kesenangan dunia yang bersifat sementara, karena itu tidak akan bertahan selamanya.

Islam menekankan pentingnya takwa, hidup dengan penuh kesadaran akan kewajiban kita kepada Allah, sebagai panduan utama dalam hidup. Orang yang bertakwa akan lebih mementingkan kehidupan akhirat daripada dunia. Jadi, jika gaya hidup David Chaney lebih mengutamakan pencapaian duniawi dan melupakan kewajiban agama, seperti beribadah atau berbagi dengan sesama, maka dalam pandangan Islam, ini bisa dianggap tidak seimbang. Seharusnya, kita harus menjaga keseimbangan antara dunia dan akhirat, yaitu bekerja keras untuk kehidupan dunia sambil tetap memperhatikan kehidupan akhirat dengan ibadah dan amal yang baik.

Ayat ini juga mengajarkan bahwa teknologi, kemewahan, dan hiburan yang ada di dunia ini sering kali membuat kita lupa bahwa kehidupan sesungguhnya adalah kehidupan setelah mati. Jika seseorang terlalu sibuk mengejar kemewahan dunia, seperti yang mungkin terlihat dalam gaya hidup David Chaney, mereka bisa jadi terperdaya oleh godaan dunia dan melupakan tujuan hidup yang lebih penting: untuk mendapatkan kebahagiaan di akhirat.

Namun, bukan berarti kita tidak boleh menikmati kehidupan dunia. Islam tidak melarang kita untuk bekerja keras atau menikmati apa yang telah Allah anugerahkan, tetapi harus dengan kesadaran dan kewajiban untuk selalu ingat akan akhirat. Gaya

hidup yang terlalu berfokus pada dunia tanpa memperhatikan akhirat dapat membuat seseorang lupa untuk beramal saleh atau membantu sesama, yang merupakan bagian dari ajaran Islam. Selaras dengan ayat tersebut, Surat Al-A'raf Ayat 31:

يٰۤاٰدَمُ خُذْوَ زَيْنَتَكَ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلْ وَشَرِبْ وَلَا تُسْرِفْ ۚ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya: Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.

Ayat tersebut memiliki tafsir as-Sa'di, setelah Allah menurunkan kepada bani Adam pakaian untuk menutupi auratnya dan pakaian indah untuk perhiasaan Allah berfirman "hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid" yakni tutuplah auratmu ketika shalat, baik yang wajib atau yang sunnah karena menutupnya adalah perhiasan bagi tubuh sebagaimana membukanya berarti membiarkan tubuh dalam keadaan buruk dan tidak pantas. Ada kemungkinan bahwa yang dimaksud dengan perhiasan disini adalah lebih dari sekedar berpakaian yaitu pakaian yang bersih dan baik, ini mengandung perintah menutup aurat dalam shalat memperindah diri didalamnya serta kebersihan pakaian tersebut dari kotoran dan najis. Kemudian Dia berfirman "makan dan minumlah" yakni dari yang baik-baik yang Allah rizkikan kepadamu, "dan janganlah berlebih-lebihan" dalam hal itu berlebih-lebihan bisa dengan melampaui batas kemewahan dalam makan, minum dan berpakaian, dan bisa pula dengan melampaui batas kemewahan dalam makan, minum dan berpakaian, dan bisa pula dengan melampaui batas yang halal kepada yang haram. "sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan" karena sikap berlebih-lebihan itu dibenci Allah membahayakan tubuh dan kehidupan manusia, bahkan bisa menyebabkan ketidakmampuan untuk memberi nafkah. jadi ayat ini mengandung perintah makan dan minum larangan meninggalkannya serta larangan berlebih-lebihan padanya.

fenomena gaya hidup *Tokufans*. yakni para penggemar *tokusatsu* (serial pahlawan super Jepang), ayat ini menawarkan prinsip moral dan spiritual yang sangat relevan. Dalam konteks modern, budaya populer seperti *tokusatsu* menjadi ruang penting bagi ekspresi identitas dan afiliasi sosial. Para *Tokufans* sering kali menunjukkan ketertarikan mereka dengan membeli merchandise seperti action figure, poster, pakaian bertema karakter, mengikuti gathering komunitas, membuat konten

kreatif seperti *fan art* dan *cosplay*. Menyukai *tokusatsu* sebagai bentuk apresiasi budaya dan hiburan tidaklah dilarang dalam Islam, bahkan dapat menjadi bagian dari pengayaan wawasan, kreativitas, dan pergaulan sosial. Namun, ketika ketertarikan itu berubah menjadi obsesi, menyebabkan konsumsi yang tidak terkontrol, fanatisme berlebihan, atau pelarian dari kenyataan hidup, maka ia telah masuk dalam wilayah *israf*. Inilah yang dikritisi dalam Surah Al-A'raf ayat 31.

Dalam komunitas *Tokufans*, bentuk *israf* bisa tampak dalam beberapa perilaku: seperti menghabiskan uang yang besar demi koleksi yang tidak dibutuhkan, mengabaikan kewajiban keluarga atau ibadah demi mengikuti *event fandom*, atau menjadikan identitas sebagai *tokufnas* lebih dominan daripada identitas spiritual dan sosial lainnya. Ini bukan sekadar soal keuangan atau waktu, tetapi soal struktur prioritas dalam hidup. Allah SWT dalam ayat ini mengingatkan bahwa segala bentuk konsumsi dan ekspresi harus tetap dalam batas yang wajar. Prinsip moderasi (*wasathiyah*) merupakan nilai sentral dalam Islam yang menuntun umat agar tidak condong kepada ekstrem dalam mencintai sesuatu, termasuk dalam hal yang tampaknya tidak berbahaya seperti hobi. Sebaliknya, ketika gaya hidup *Tokufans* dijalani dengan sadar, proporsional, dan seimbang, misalnya dengan menjadikan fandom sebagai sarana mempererat silaturahmi, menyalurkan kreativitas secara sehat, atau bahkan menciptakan karya positif yang bermanfaat, maka hal itu tidak bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Bahkan bisa menjadi bagian dari *niat baik* (*niyyah hasanah*) jika diiringi dengan akhlak dan tanggung jawab yang benar.

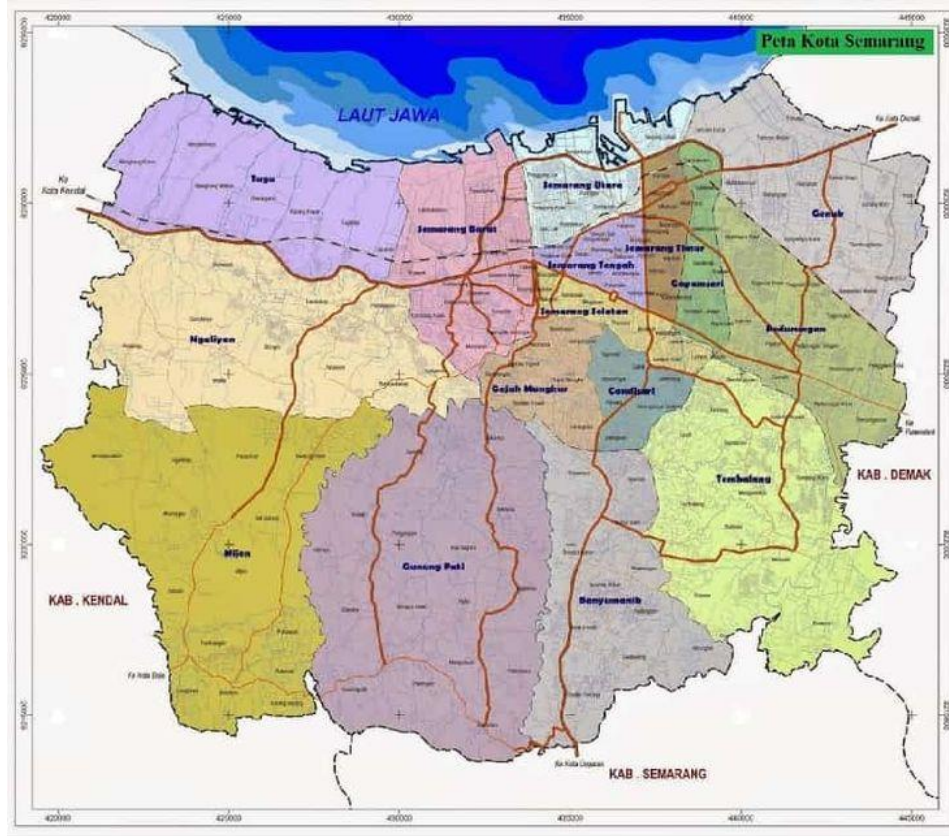
BAB III

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Gambaran Umum Kota Semarang

1. Kondisi Geografis

Gambar 7 Peta Kota Semarang



(Sumber : Diakses dari <https://id.pinterest.com/pin/734579389216819043/> pada 6 Maret 2025)

Kota Semarang, yang terletak di provinsi Jawa Tengah dan menjadi salah satu ibu kota Republik Indonesia, mendapat namanya dari kata "sem" yang mengacu pada asam atau pohon asam, dan kata "arang" yang berarti jarang, ketika digabungkan, memberikan makna "asam yang jarang". Pada akhir abad ke-15, terdapat seorang Pangeran dari kerajaan Demak yang dikenal sebagai Ki Ageng Pandanaran. Ia pergi ke daerah perbukitan Bergota dengan tujuan untuk mengembangkan agama Islam di sana. Seiring berjalannya waktu, wilayah tersebut semakin menjadi subur, dan mulai terlihat pertumbuhan pohon asam yang teratur, dengan jarak antara satu pohon dan pohon lainnya (Supono, 2016).

Dari segi letak geografis, Semarang berada di antara lintang selatan 6 derajat 50 menit hingga 7 derajat 10 menit dan bujur timur 109 derajat 35 menit hingga 110 derajat 50 menit. Kota ini berbatasan dengan Laut Jawa di sebelah utara, Kabupaten Demak di sebelah timur, Kabupaten Kendal di sebelah barat, dan Kabupaten Semarang di sebelah selatan. Rentang suhu udara berada dalam kisaran 20 hingga 30 derajat Celsius dengan suhu rata-rata mencapai 27 derajat Celsius.

Kota Semarang memiliki wilayah seluas 373,70 kilometer persegi atau setara dengan 37.366.836 hektar, yang terbagi menjadi 16 kecamatan dan 117 kelurahan. Penduduknya sangat beragam, terdiri dari berbagai kelompok etnis, seperti Jawa, Cina, Arab, dan keturunan lainnya. Orang-orang dari berbagai etnis di Indonesia telah berdatangan ke Semarang, baik untuk mencari peluang usaha, mengejar pendidikan, atau memutuskan untuk menetap secara permanen. Mayoritas penduduk Semarang menganut agama Islam, diikuti oleh Kristen, Katolik, Hindu, dan Buddha. Mata pencaharian penduduknya sangat beragam, mencakup pedagang, pegawai pemerintah, pekerja pabrik, dan petani.

Tabel 2 Luas Wilayah Kecamatan di Kota Semarang 2022

Kecamatan	Luas Wilayah
Mijen	56,52
Gunung Pati	58,27
Banyumanik	29,74
Gajah Mungkur	9,34
Semarang Selatan	5,95
Candisari	6,40
Tembalang	39,47
Pedurungan	21,11
Genuk	25,98
Gayamsari	6,22

Semarang Timur	5,42
Semarang Utara	11,39
Semarang Tengah	5,17
Semarang Barat	21,68
Tugu	28,13
Ngaliyan	42,99
Kota Semarang	373,78

(Sumber: Diakses dari <https://semarangkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjM5IzI=/luas-wilayah.html> pada 6 Maret 2025)

Kota Semarang berdasarkan wilayah administrasi berbatasan dengan beberapa Kota dan Laut. Berikut perbatasan Kota Semarang:

Sebelah Utara	: Laut Jawa 6°50'LS
Sebelah Selatan	: Kabupaten Semarang 7°10'LS
Sebelah Barat	: Kabupaten Kendal 109°50'BT
Sebelah Timur	: Kabupaten Demak 110°35'BT

2. Kondisi Topografis Kota Semarang

Secara topografi, Kota Semarang mencakup berbagai jenis lahan, termasuk dataran rendah, wilayah pantai, serta daerah perbukitan. Sekitar 65,22% dari wilayah kota ini adalah pantai, sementara 25% hingga 37,78% terdiri dari dataran dengan kemiringan beragam. Di sisi lain, wilayah perbukitan memiliki kemiringan berkisar antara 15 hingga 40%. Di Kota Semarang, tanahnya dapat dikelompokkan menjadi empat tipe yang berbeda. Yang pertama adalah lereng I dengan kemiringan sekitar 0,2%. Wilayah lereng I ini mencakup Kecamatan Genuk, Pedurungan, Gayamsari, Semarang Timur, Semarang Utara, Tugu, Tembalang, Banyumanik, dan Mijen. Tingkat Lereng II, yang mencakup sekitar 2-5% dari total wilayah, meliputi daerah Kecamatan Semarang Barat, Semarang Selatan, Candisari, Gajahmungkur, Gunungpati, dan Ngaliyan. Sementara itu, Lereng III, yang mencakup sekitar 15-40% dari total wilayah, mencakup wilayah Kaligarang dan Kali Kreo di Kecamatan Gunungpati, bagian tertentu dari Kecamatan Mijen

(terutama di daerah Wonopluh), serta bagian tertentu dari Kecamatan Banyuwangi dan Kecamatan Candisari. Kemudian, Lereng IV, yang memiliki kemiringan lebih dari 50%, mencakup sebagian daerah Kecamatan Banyuwangi di bagian tenggara serta sebagian wilayah Kecamatan Gunungpati, terutama di sekitar sungai Garang dan sungai Krikil.

3. Kondisi Demografis

Menurut informasi dari Badan Pusat Statistik, pada tahun 2024, populasi Kota Semarang mencapai 1.730.900 jiwa, dengan tingkat kepadatan penduduk sebesar 4.573 jiwa per kilometer persegi. Tiga wilayah administratif di Kota Semarang yang memiliki jumlah penduduk terbesar adalah Kecamatan Tembalang dengan populasi sebanyak 196.800 jiwa, disusul oleh Kecamatan Pedurungan dengan jumlah penduduk mencapai 201.300 jiwa, dan Kecamatan Semarang Barat dengan total penduduk sekitar 152.500 jiwa. Di bawah ini terdapat tabel yang menunjukkan jumlah penduduk Kota Semarang selama lima tahun terakhir, yakni dari tahun 2022 sampai 2024. Tabel ini mencantumkan data populasi selama periode tersebut.

Tabel 3 Jumlah Pneduduk di Kecamaran Kota Semarnag

Kecamatan	2022	2023	2024
Mijen	80.936	83.500	87.800
Gunung Pati	100.440	101.500	102.700
Banyuwangi	142.360	143.400	144.900
Gajah Mungkur	57.038	57.500	58.100
Semarang Selatan	65.427	66.000	66.600
Candisari	76.694	77.400	78.100
Tembalang	191.527	194.200	196.800
Pedurungan	197.847	199.500	201.300

Genuk	127.656	128.300	129.200
Gayamsari	71.281	71.900	72.600
Semarang Timur	68.602	69.100	69.700
Semarang Utara	116.827	117.800	118.800
Semarang Tengah	55.928	56.300	56.800
Semarang Barat	150.179	151.300	152.500
Tugu	33.586	33.900	34.100
Ngaliyan	33.586	143.200	145.400
Semarang	1.701.992	1.716.900	1.730.900

(Sumber: Diakses dari <https://semarangkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/NzgjMg==/jumlah-penduduk-menurut-jenis-kelamin.html> pada 15 April 2025)

Pada tahun 2024, Kota Semarang mencatat tingkat kepadatan penduduk sekitar 4.573 jiwa per kilometer persegi. Angka ini menunjukkan peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai 4.535 jiwa per kilometer persegi. Saat ini, Kecamatan Semarang Timur tetap memegang posisi sebagai kecamatan dengan kepadatan penduduk tertinggi di Kota Semarang, dengan tingkat kepadatan mencapai 12.464 jiwa per kilometer persegi. Selanjutnya, Kecamatan Candisari mencatat tingkat kepadatan sekitar 12.020 jiwa per kilometer persegi, sedangkan Kecamatan Gayamsari memiliki kepadatan penduduk sekitar 11.620 jiwa per kilometer persegi.

Kepadatan penduduk terendah tercatat di Kecamatan Tugu, dengan jumlah sekitar 1.216 jiwa per kilometer persegi, diikuti oleh Kecamatan Mijen dengan kepadatan sekitar 1.622 jiwa per kilometer persegi, dan Kecamatan Gunungpati dengan kepadatan sekitar 1.741 jiwa per kilometer persegi.

Data ini mencerminkan tren pertumbuhan penduduk yang stabil di Kota Semarang, terutama di kecamatan-kecamatan yang berada di wilayah pusat kota. Di bawah ini terdapat data mengenai jumlah penduduk di Kota Semarang dari tahun 2018 hingga tahun 2024, yang dapat dijadikan dasar dalam analisis perkembangan wilayah dan perencanaan tata ruang kota.

Tabel 4 Jumlah Tingkat Pendidikan di Kota Semarang

Tingkat Pendidikan	2022	2023	2024
Tamat SMA/Sederajat	27,29	27,29	27,25
Tidak/Belum Sekolah	27,05	27,05	27,08
Belum Tamat SD/Sederajat	13,23	13,23	13,28
Tamat SMP/Sederajat	5,76	12,23	12,27
Diploma ½	0,33	0,33	0,33
Diploma 3	3,22	3,22	3,22
Diploma 4	0,20	0,30	0,30
S1	9,82	9,82	9,93
S2	0,99	0,99	1,0
S3	0,07	0,07	0,07

(Sumber : Diakses dari

<https://semarangkota.bps.go.id/id/publication/2024/08/29/adb5aac28fc418a45e2ee236/statistik-pendidikan-kota-semarang-2024.html> pada 5 Mei 2025)

Meskipun ada peningkatan pada beberapa jenjang pendidikan seperti tamat SMP dan S1, sebagian besar penduduk Kota Semarang masih berkutat pada tingkat pendidikan menengah dan bahkan ada proporsi besar yang belum sekolah atau belum tamat SD. Hal ini mencerminkan tantangan dalam pemerataan dan peningkatan akses pendidikan, terutama pada jenjang pendidikan tinggi.

4. Kondisi Sosial Budaya Kota Semarang

Kota Semarang memiliki populasi yang beragam dengan masyarakat yang berasal dari berbagai latar belakang etnis, seperti Jawa, Cina, Arab, dan keturunan lainnya. Selain itu, terdapat pula warga dari berbagai wilayah di Indonesia yang datang ke Semarang untuk berbagai tujuan, termasuk berusaha, mengejar pendidikan, atau bahkan menetap secara permanen di kota ini.

Kota Semarang merupakan kota yang dikenal dengan universitas, sekolah, dan perguruan tinggi terkemuka. Agama Islam menjadi mayoritas yang dianut oleh penduduknya, meskipun ada juga komunitas Kristen, Katolik, Hindu, dan Buddha yang cukup signifikan. Berikut data jumlah penganut agama pada 2023 Kota Semarang (BPS, 24)

Tabel 5 Jumlah Penganut Agama Kota Semarang

	Jumlah Penduduk agama (Jiwa)						
Agama	Islam	Protestan	Katolik	Hindu	Budha	Lainnya	Jumlah
Jumlah	1.485.169	83.960	115.684	9.958	1.165	430	1.696.366

(Sumber: Diakses dari <https://semarangkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/NDEjMg==/jumlah-pemeluk-agama.html> pada 7 Maret 2025)

Varietas budaya di Kota Semarang menjadi latar belakang untuk tagline dalam *City Branding* Kota Semarang yang dikenal sebagai "*Variety of Culture*". Ini menggambarkan bahwa Kota Semarang terus berkembang dan mempercantik diri sambil tetap memelihara keberagaman budayanya. Pesan yang ingin disampaikan adalah bahwa harmoni dalam penggabungan berbagai unsur budaya Jawa dengan unsur budaya China, Arab, dan Belanda dapat ditemukan dengan jelas di Kota Semarang.

B. Profil Komunitas Angkringan Tokusatsu Semarang

Gambar 8 Logo Komunitas Angkringan Tokusatsu Semarang



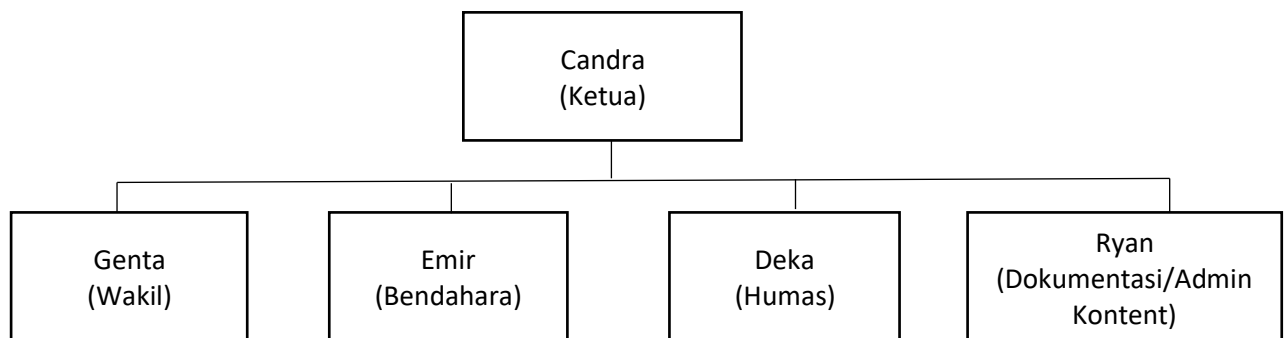
(Sumber: Diakses dari https://www.instagram.com/ansatsu_smg?igsh=MTdxM3Q1MHNieTl2aQ== pada 7 Maret 2025)

Komunitas Angkirngan *Tokusatsu* Semarang atau yang biasa disingkat dengan ANSATSU Semarang adalah komunitas yang berawal dari beberapa orang menggemari *tokusatsu* dan berkenalan melalui facebook dan kebetulan berdomisili di Kora Semarang. Akhirnya pada tahun 2022 awal, mereka mengadakan kopdar di indomaret sekitar simpang lima, orang-orang yang datang membawa berbagai koleksi mereka, ada yang figur, dan *dx* atau yang disebut alat perubahan *Kamen Rider*, mereka bertukar cerita tentang pengalaman mereka menggemari *tokusatsu*, menceritakan bagaimana mereka mendapatkan koleksi-koleksi mereka sampai bertukar koleksi disaat kopdar untuk saling merasakan atau meminjam koleksi.

Sejak saat itu mereka mulai aktif untuk berkumpul di indomaret dekat simpang lima, dari tiga orang yang hadir, akhirnya semakin banyak yang ikut hadir, karena setiap kopdar biasanya di unggah di facebook, dan mendapatkan perhatian dari penyuka *tokusatsu* yang berdomisili di Kota Semarang, karena ada tawaran untuk hadir dalam sebuah event di Mall Citraland yang bertemakan show of komunitas by Hocer, dan kebetulan juga sudah mulai banyak yang ingin bergabung dalam kopdar, ada yang mengusulkan untuk membuat sebuah komunitas sebagai wadah untuk para *tokufans* untuk berkumpul dan menyatu, akhirnya pada tanggal 24 Desember 2022, menjelang natal, Angkringan *Tokusatsu* Semarang atau yang biasa dikenal dan disingkat sebagai ANSATSU Semarang resmi didirikan sebagai komunitas pencinta *tokusatsu* yang berdomisili di Kota Semarang seperti telah dijelaskan oleh Candra.

Setelah komunitas *tokusatsu* didirikan dan sering hadir di berbagai event di Kota Semarang, mulailah menarik para peminat pengunjung yang hadir dalam berbagai *event* tersebut untuk bergabung, mulai dari anak-anak, remaja, dewasa, dan bahkan sampai orang yang sudah berumah tangga. anggota-anggota komunitas ini memiliki berbagai macam latar belakang yang berbeda, ada yang berasal dari luar semarang, ke semarang untuk bekerja ataupun yang sedang menempuh pendidikan tinggi di Kota Semarang, akan tetapi karena kesukaan mereka terhadap *tokusatsu*, membuat mereka menyatu dan mau bergabung kedalam komunitas ANSASTSU Semarang ini. Seiring berjalannya waktu dan berbagai *event* yang telah dihadiri dan berkat media sosial juga,

membuat komunitas ANSATSU menjadi semakin besar, bahkan sampai ANSATSU mempunyai cabang, yaitu di Kota Purwokerto yang didirikan pada 6 Mei 2023 dengan nama Angkringan *Tokusatsu* Banyumas dan biasa dikenal dan disingkat sebagai ANSATSU Banyumas, diketuai oleh Stefan. Berkat hal ini, komunitas ANSATSU jadi semakin besar, ada beberapa anggota yang juga bergabung tanpa bertemu langsung atau secara offline, tetapi hanya sekedar online di media sosial, karena kebetulan menyukai *tokusatsu* akan tetapi memiliki keterbatasan untuk hadir secara langsung.



Struktur kepengurusan dalam komunitas Angkringan *Tokusatsu* Semarang dapat berganti-ganti, untuk ketua komunitas dapat ditunjuk atau dinilai dari jiwa kepemimpinannya selama berada di komunitas, dalam pengurusan atau ketua tidak terlalu diperhatikan dalam komunitas ini, karena komunitas hanya sebagai wadah dan ketua hanyalah formalitas saja, akan tetapi tetap memegang tanggung jawab sebagai pengurus ataupun ketua jika sudah ditunjuk/pilih sama halnya dengan anggota yang memiliki tanggung jawab menjaga nama baik komunitas.

Candra sebagai ketua komunitas ANSATSU merupakan seorang mahasiswa yang sedang melanjutkan pendidikan D4 di sebuah STIKES di daerah Jogja, Candra juga sering menjadi MC atau Master of Ceremonies dalam beberapa event Jepang di Kota Semarang, Candra juga menjadi Drummer dalam sebuah Visual Kei band yang bernama SCUM di Kota Semarang. Genta sebagai wakil dari Candra, merupakan seorang mahasiswa yang sedang menempuh gelar D4 di UDINUS, Genta juga menjadi manager dari band SCUM.

Emir sebagai bendahara komunitas ANSATSU, memegang peran penting dalam pengaturan uang masuk dan keluar, mulai dari hasil jual

merchandise komunitas yang berupa kaos, yang keuntungannya juga buat komunitas, seperti membuat banner, stiker dan freebies untuk dibagikan di event. Emir merupakan mahasiswa lulusan sarjana dari UDINUS, sekarang Emir bekerja di sebuah hobby toys shop di Semarang.

Deka sebagai humas komunitas merupakan mahasiswa lulusan D3 UDINUS, Deka berawal bekerja sebagai jurnalis, membangun relasi diberbagai tempat yang akhirnya nama ANSATSU dikenal luas di Jawa Tengah dan di media sosial, karena Deka sendiri termasuk aktif di media sosial dan setiap ada event dia aktif dalam menarik minat orang lain untuk bergabung kedalam ANSATSU, sekarang Deka bekerja di sebuah pabrik di Banjarnegara dan sudah tidak berdomisili Semarang, Deka sekarang lebih aktif di ANSATSU Banyumas sekarang ketimbang saat dia masih kuliah dan bekerja sebagai jurnalis di Magelang. Walaupun saat di Semarang ada event besar dia juga ikut hadir untuk meramaikan suasana dan event.

Ryan merupakan lulusan dari sebuah SMK di kota Semarang, sekarang dia bekerja di sebuah mall di Kota Semarang, Ryan juga membuka jasa comish dalam pengecatan atau repaint dan perakitan model kit seperti gundam, Ryan ahli dalam menggunakan kamera mangkanya dia ditunjuk sebagai dokumentasi dan dia juga sebagai admin konten yang mengunggah konten-konten ke media sosial Komunitas.

1. Program Angkringan Tokusatsu Semarang

a. Gathering

Gathering, merupakan istilah keren untuk kumpul-kumpul dalam komunitas ANSATSU, memiliki dua *gathering*, besar dan kecil, untuk *gathering* kecil biasa diselenggarakan secara mendadak dan tidak terencana, waktunya sangat tidak menentu, maka dari itu yang hadir dalam *gathering* kecil ini sedikit, tempat yang digunakan untuk kumpul biasanya acak dan yang penting bertujuan untuk kumpul biasa aja, sekedar main antar anggota, berbeda dengan *gathering* besar yang diadakan setiap tiga bulan sekali, kumpul besar biasanya sangat dipersiapkan oleh para pengurus, dan selalu ada diskusi, agar para anggota komunitas bisa semuanya untuk berpartisipasi dalam kumpul komunitas besar, biasanya tempatnya lebih proper dan luas, karena antisipasi kedatangan anggota yang banyak, tempatnya

biasa di cafe/restoran/warung Aceh Emir. kegiatan yang dilakukan selama kumpul-kumpul ini sangat beragam, mulai dari *henshin challenge*, lomba *game* konsol, quiz, foto figur dan bertukar koleksi.

b. Nonton Bareng

Biasanya diakan saat sedang ada film *box office tokusatsu* yang sedang ditayangkan oleh bioskop Indonesia, biasanya pengurus atau anggota memberikan ajakan atau usulan untuk menonton film *tokusatsu* yang sedang tayang di bioskop, ada diskusi untuk menentukan hari dan jam agar para anggota bisa ikut hadir dan menonton film serta menambah meramaikan acara tersebut.

Biasanya para anggota menggunakan pernak-pernik atau merchandise saat kegiatan nobar ini, dan biasanya ada saja pengunjung yang bertanya soal merchandise karena merasa tertarik dan disitulah kami mulai mempromosikan akun sosmed komunitas kami.

c. Buka *booth/stand*

ANSATSU biasanya sering hadir dalam beberapa *event* Jepang di Kota Semarang, saat ANSATSU membuka *stand/booth*, para anggota biasanya membawa berbagai koleksinya untuk dipamerkan atau dipajang di *event* yang kami hadiri, kebanyakan komunitas *tokusatsu* kami dengan komunitas *tokusatsu* lain, adalah para pengunjung boleh menyentuh, memegang, memainkan koleksi *tokusatsu*, tapi ada syaratnya, yaitu dengan izin ke yang menjaga *stand/booth* komunitas kami yang biasa dijaga oleh anggota komunitas, nanti juga akan diajarkan cara memainkan dan memegangnya dengan benar ke para pengunjung yang mau sekedar mencoba dan meminjam. setelah itu akan ditawarkan untuk menfollow media sosial ANSATSU Semarang, dan akan diberi stiker komunitas dan *merchandise tokusatsu* yang memang sudah disediakan untuk *event* tersebut. *Event* jugalah yang menjadi strategi ANSATSU untuk menarik anggota baru untuk bergabung kedalam komunitas.

d. *Cosplay*

Anggota-anggota ANSATSU biasanya berinisiatif untuk merencanakan *cosplay* karakter *tokusatsu* apa yang nanti mereka bawa saat ANSATSU membuka *booth/stand* maupun tidak, biasanya mereka bercosplay dari *Ultraman*,

Kamen Rider dan *Super Sentai*, nanti akan di *list* ataupun diskusikan terlebih dahulu sebelum *event* yang akan datang.

e. *Photo Session*

Photo session, atau yang biasa disingkat dengan *potses*, merupakan sesi foto-foto para anggota komunitas yang sedang bercosplay, biasa dilakukan saat sedang ada *event* berlangsung, karena untuk mengumpulkan anggota di *event* lebih mudah, ketimbang diluar *event*, walaupun ada juga *potses* diluar *event* namun harus direncanakan dengan matang, karena harus mencari tempat, sedangkan di *event* tinggal datang dan mencari spot yang bagus saja.

f. *Henshin Challenge*

Merupakan sebuah tantangan dalam berbentuk lomba yang berhadiahkan *merchandise tokusatsu*, dengan meniru gaya perubahan atau yang biasa disebut dengan *henshin* pada seri *tokusatsu*, tema yang biasanya dipakai adalah *henshin Kamen Rider*, para peserta yang mengikuti kegiatan tersebut, akan menyiapkan satu *backsound henshin Kamen Rider* ataupun *backsound* lain sesuai tema *henshin challenge* tersebut, dan biasanya dalam satu kegiatan *henshin challenge* tersebut, para peserta diminta untuk dua kali melakukan pose *henshin*, pertama dari *backsound* yang para peserta siapkan dan kedua melalui *backsound* para panitia siapkan, dan biasanya *backsound* yang panitia siapkan adalah *backsound main rider*, atau *Kamen Rider* utama yang dimana biasanya orang awam ataupun *tokufans* sudah tidak asing. *henshin challenge* sering di selenggarakan dalam *event-event* yang berkolaborasi dengan ANSATSU atau saat sedang melakukan *gathering* besar, dan juri akan menilai dari ketepatan waktu (*tempo*), *gesture*, *pose*, *in character (on point)*.

g. *Foto Figure*

Bagi para anggota yang mempunyai koleksi *tokusatsu* berupa *action figure*, biasanya ada sesi atau kegiatan foto-foto figur, biasa dilakukan saat *gathering* ataupun saat sedang membuka *stand/booth* di *event* dan bahkan saat *event*, ada juga *figure* kolaborasi, jadi nanti ada figur dengan tema *Kamen Rider*, bagi yang punya figur bertema *Kamen Rider* akan diminta mengirimkan foto figur hasil jepretan mereka ke pengurus dan di kolasekan lalu di unggah di media sosial. Di kegiatan ini kita juga bisa belajar cara memposekan figur agar terlihat keren dan terlihat

hidup dan tidak kaku, serta cara mengambil foto figur menggunakan *angle* yang bagus.

h. Kolaborasi Video

Pengurus meminta kepada para anggota untuk memvideokan diri mereka sendiri menggunakan *DX* atau alat perubahan *superhero tokusatsu* yang mereka punya lalu menirukan gaya berubah dalam berapa detik saja, dan akan digabungkan dengan video anggota yang lain lalu diunggah di media sosial, ini tidak ada paksaan dan hanya sekedar meremehkan saja, dan selalu ada tema khusus seperti *Ultraman*, *Kamen Rider* dan *Super Sentai* yang dikhususkan dalam video tersebut.

i. *Unboxing*

Biasa dilakukan saat sedang ada *merchandise tokusatsu* baru atau lama, disiarkan melalui media sosial ANSATSU Semarang, terutama di Instagram, dalam kegiatan tersebut, akan membuka *box* dan mengeluarkan *merchandise tokusatsu* yang baru saja dibeli oleh anggota dan lalu akan di *review* selama siaran berlangsung, kegiatan ini terbilang tidak menentu, tergantung barang yang baru di beli.

j. Buka Bersama di Bulan Ramadhan

Dilakukan saat bulan ramadhan saja, walaupun di komunitas ini tidak hanya ada satu agama saja, tetapi beragam agama, tetapi diluar agama islam boleh mengikuti kegiatan buka bersama untuk meramaikan dan memeriahkan, dan kegiatannya terbilang cukup singkat karena sekedar buka dan sebelum isya sudah selesai untuk menghormati yang ingin sholat teraweh.

k. Karaoke

Diselenggarakan setiap berapa bulan sekali, bisa dibilang jarang, yang ikut juga biasanya sedikit, karena mungkin jam yang tidak cocok, atau beberapa anggota memang tidak terlalu percaya diri dengan suaranya, akan tetapi ada beberapa anggota walaupun tidak bersuara merdu tetap ikut, karena ingin melepas penat, biasa diadakan di hari-hari *weekend*.

2. Tujuan Angkringan Tokusatsu Semarang

Candra menjelaskan sebagai ketua dalam wawancara, tujuan Angkringan Tokusatsu Semarang didirikan adalah sebagai wadah untuk mengumpulkan para *tokufans* yang berdomisili di Kota Semarang, agar para *tokufans* ini tidak terpecah-pecah sebagai individu, akan tetapi berkumpul dalam suatu komunitas yang bertemakan *tokusatsu*, komunitas ini sendiri juga sebagai sarana jual beli dan memperluas relasi di dunia *tokusatsu* maupun jual beli, tidak hanya sekedar diskusi *tokusatsu*, ada kalanya kita membahas topik-topik penting seputar kehidupan tapi tetap disangkut pautkan dengan *tokusatsu* agar tetap relevan, dengan adanya komunitas ini, gaya hidup mereka yang sangat beragam dalam kehidupan tidak merasakan kesendirian karena ternyata banyak yang memiliki kesukaan ataupun kegemaran yang sama.

ANSATSU memiliki visi, Menjadi komunitas penggemar *tokusatsu* yang inklusif, kreatif, dan solid di Semarang, serta menjadi ruang positif untuk berbagi, berkarya, dan memperkuat ikatan antar fans dari berbagai latar belakang yang sama-sama menggemari *tokusatsu*, mau itu *Ultraman*, *Kmaen Rider* ataupun *Super Sentai*, selama mereka menyukai *tokusatsu*, mereka boleh bergabung, ANSATSU memiliki misi:

- a. Mewadahi para *tokufans* di Semarang dan sekitarnya untuk saling bertemu, berbagi hobi, dan memperluas jejaring pertemanan.
- b. Mendorong kreativitas anggota melalui kegiatan seperti *cosplay*, pembuatan *fan art*, *fan fiction*, diskusi, dan event-event komunitas.
- c. Membangun solidaritas dengan menciptakan lingkungan komunitas yang ramah, suportif, dan saling menghargai perbedaan latar belakang maupun pandangan.
- d. Mengenalkan budaya *tokusatsu* kepada masyarakat luas melalui partisipasi aktif di berbagai event lokal maupun nasional.
- e. Mengembangkan kemampuan sosial anggota melalui kerja sama dalam *event*, kolaborasi proyek, dan berbagai aktivitas berbasis tim.
- f. Menjaga semangat positif dan nilai-nilai luhur yang diangkat dalam *tokusatsu*, seperti keberanian, keadilan, persahabatan, dan kerja sama.

C. Sejarah Angkringan Tokusatsu Semarang

Berawal dari beberapa orang menggemari *tokusatsu* dan berkenalan melalui facebook dan kebetulan berdomisili di Kota Semarang. Akhirnya pada tahun 2022 awal, mereka mengadakan kopdar di indomaret sekitar simpang lima, orang-orang yang datang membawa berbagai koleksi mereka, ada yang figur, dan DX atau yang disebut alat perubahan *Kamen Rider*, mereka bertukar cerita tentang pengalaman mereka menggemari *tokusatsu*, menceritakan bagaimana mereka mendapatkan koleksi-koleksi mereka sampai bertukar koleksi disaat kopdar untuk saling merasakan atau meminjam koleksi.

Sejak saat itu mereka mulai aktif untuk berkumpul di indomaret dekat simpang lima, dari tiga orang yang hadir. Mereka adalah para founder komunitas, Deka, Candra, Ryan yang memulai kopdar pertama, lalu dilanjut dengan Naufal dan Pradima yang ikut bergabung dalam kopdar selanjutnya, Akhirnya semakin banyak yang ikut hadir, karena setiap kopdar biasanya di unggah di facebook, dan mendapatkan perhatian dari penggemar *tokusatsu* yang berdomisili di Kota Semarang, karena ada tawaran untuk hadir dalam sebuah event di Mall Citraland yang bertemakan *show of community* by Hocer, dan kebetulan juga sudah mulai banyak yang ingin bergabung dalam kopdar, ada yang mengusulkan untuk membuat sebuah komunitas sebagai wadah untuk para *tokufans* untuk berkumpul dan menyatu, akhirnya pada tanggal 24 Desember 2022, menjelang natal, Angkringan *Tokusatsu* Semarang atau yang biasa dikenal dan disingkat sebagai ANSATSU Semarang resmi didirikan sebagai komunitas pencinta *tokusatsu* yang berdomisili di Kota Semarang dan diketuai oleh Candra, seperti yang telah dijelaskan oleh Candra.

Setelah komunitas *tokusatsu* didirikan dan sering kali hadir di berbagai event di Kota Semarang, mulailah menarik para peminat pengunjung yang hadir dalam berbagai event tersebut untuk bergabung, mulai dari anak-anak, remaja, dewasa, dan bahkan sampai orang yang sudah berumah tangga. anggota-anggota komunitas ini memiliki berbagai macam latar belakang yang berbeda, ada yang berasal dari luar semarang, ke semarang untuk bekerja ataupun yang sedang menempuh pendidikan tinggi di Kota Semarang, akan tetapi karena kesukaan mereka terhadap *tokusatsu*, membuat mereka menyatu dan mau bergabung kedalam komunitas ANSASTSU Semarang ini. Seiring berjalannya waktu dan berbagai event yang telah dihadiri dan berkat media sosial juga, membuat komunitas

ANSATSU menjadi semakin besar, bahkan sampai ANSATSU mempunyai cabang, yaitu di Kota Purwokerto yang didirikan pada 6 Mei 2023 dengan nama Angkringan *Tokusatsu* Banyumas dan biasa dikenal dan disingkat sebagai ANSATSU Banyumas, diketuai oleh Stefan. Berkat hal ini, komunitas ANSATSU jadi semakin besar

BAB IV

BENTUK GAYA HIDUP YANG DIJALANI PARA PENGGEMAR TOKUSATSU DI KOMUNITAS ANGKRINGAN TOKUSATSU SEMARANG

A. Gaya Hidup Konsumtif *Tokufans*

Gaya hidup konsumtif merupakan suatu bentuk perilaku yang ditunjukkan oleh individu atau kelompok masyarakat dalam mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan, yang tidak lagi semata-mata didasarkan pada kebutuhan. Perilaku konsumtif merupakan salah satu dampak dari perkembangan zaman yang semakin modern. Konsumsi dalam kehidupan masyarakat modern bukan sekedar kegiatan pemenuhan kebutuhan pokok seperti sandang, pangan, dan papan saja tetapi juga untuk pemenuhan keinginan atau hasrat manusia seperti kebutuhan rekreasi dan hiburan. Tentunya fenomena perilaku konsumtif akan terus berkembang, karena salah satu faktor yang dapat menimbulkan perilaku konsumtif adalah gaya hidup.

Aprillia (2021) menjelaskan bahwa gaya hidup merupakan fungsi dari karakteristik pribadi yang terbentuk melalui interaksi sosial. Secara sederhana gaya hidup dapat juga diartikan sebagai gaya hidup seseorang, meliputi kegiatan harian, suka dan tidak suka, minat, sikap, konsumsi, dan harapan. Salah satu faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumtif masyarakat ketika gaya hidup tersebut dianggap mampu menunjukkan status sosial atau mendapatkan prestise uang yang tadinya untuk memenuhi kebutuhan pokok menjadi pemenuh keinginan mengikuti gengsi agar menjadi salah satu bagian dari lingkungan yang membentuk pola hidup konsumtif karena selalu ingin mengonsumsi apa yang dimiliki orang lain. Perilaku konsumtif diartikan sebagai sikap yang disebabkan oleh beberapa faktor sosiologi misalnya karena adanya paksaan lingkungan yang mengharuskan mereka mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan atau bahkan tidak diperlukan dan tidak terencana hanya karena mengikuti tren.

David Chaney (1996) dalam teori gaya hidupnya menyatakan bahwa konsumsi merupakan bagian dari proyek identitas. Pilihan terhadap apa yang dikonsumsi, seperti membeli mainan edisi terbatas, memesan kostum buatan tangan (*custom*), atau mengikuti pre-order merchandise, merupakan ekspresi dari siapa diri seseorang dan bagaimana ingin dilihat oleh orang lain dalam komunitasnya. Ini juga terjadi pada anggota Angkringan Tokusatsu Semarang, yang menganggap koleksi mereka bukan hanya sebagai hobi, tetapi

sebagai pernyataan eksistensi dalam komunitas. Pola hidup yang dijalani seseorang atau sekelompok orang berdasarkan pilihan-pilihan simbolik yang berfungsi menegaskan identitas sosial mereka. *Tokufans* atau penggemar *tokusatsu* menjadi salah satu contoh konkret dari kelompok yang membangun identitas mereka melalui gaya hidup konsumtif, di mana konsumsi terhadap berbagai produk *tokusatsu* menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, seperti menonton seri *tokusatsu* atau menggunakan *fashion tokusatsu*.

Tokufans menunjukkan bentuk konsumsi yang tidak hanya bersifat material tetapi juga simbolik. Mereka mengoleksi *action figure*, membeli DVD seri *tokusatsu*, mengenakan kostum cosplay, serta mengikuti tren dan rilisan terbaru dari franchise seperti *Kamen Rider*, *Ultraman*, atau *Super Sentai*. Tindakan ini bukan sekadar konsumsi untuk kebutuhan praktis, tetapi merupakan sarana untuk mengekspresikan afiliasi budaya dan membangun citra diri. Produk-produk *tokusatsu* menjadi semacam “kode budaya” yang menunjukkan siapa mereka, nilai apa yang mereka anut, dan komunitas apa yang mereka ikuti. Gaya hidup konsumtif ini tidak dapat dilepaskan dari peran media. Chaney (1996) menekankan bahwa media memiliki andil berperan besar dalam membentuk gaya hidup modern karena menyebarkan simbol-simbol gaya hidup yang bisa diadopsi dan ditiru. *Tokufans* mengakses berbagai konten *tokusatsu* melalui media sosial, YouTube, forum daring, atau fanpage komunitas, yang mempengaruhi minat dan preferensi konsumsi mereka. Gaya hidup mereka terbentuk melalui interaksi antara apa yang ditawarkan media dan bagaimana mereka menanggapi secara aktif; mereka tidak sekadar menonton, tetapi juga membeli, memamerkan, dan mendiskusikan konten yang dikonsumsi.

Konsumsi dalam komunitas ANSATSU juga memiliki fungsi sosial. Dalam komunitas ANSATSU, konsumsi produk *tokusatsu* menjadi medium untuk menciptakan relasi sosial, berbagi koleksi, mengenakan kostum bersama saat acara komunitas, atau membandingkan barang edisi terbatas. Konsumsi menjadi bagian dari interaksi yang membentuk jaringan pertemanan, pengakuan, hingga hirarki simbolik berdasarkan tingkat keterlibatan dan jumlah koleksi yang dimiliki. Gaya hidup berarti persamaan status kehormatan yang ditandai dengan konsumsi terhadap simbol-simbol gaya hidup yang sama. Estetika realitas melatar belakangi arti penting gaya hidup yang juga didorong oleh dinamika pasar modern dengan pencarian yang konstan akan adanya model baru, sensasi dan pengalaman baru (Nurdianto, 2017). Fenomena yang serupa terlihat dalam komunitas ANSATSU yang berada dalam arus budaya populer Jepang. Budaya populer atau budaya

massa merupakan bentuk budaya yang dikonsumsi secara luas oleh masyarakat dan sering kali dikaitkan dengan industri hiburan, media, dan tren pasar global. *Tokusatsu* sebagai produk budaya populer menawarkan nilai-nilai heroisme, visual futuristik, serta narasi yang dapat memikat berbagai lapisan masyarakat termasuk dewasa muda. Para *tokufans* tidak sekadar menonton, tetapi mereka membangun gaya hidup yang menyatu dengan budaya tersebut melalui konsumsi merchandise, aktivitas komunitas, gaya berpakaian, hingga diskusi daring di media sosial.

Gaya hidup para *tokufans* dapat dibaca sebagai hasil dari praktik simbolik, merupakan bagaimana individu atau kelompok menggunakan simbol-simbol budaya seperti *tokusatsu* untuk membentuk identitas, solidaritas, dan eksistensi sosial. Seperti halnya pekerja industri dalam penelitian Nurdianto (2017) yang menunjukkan status sosial lewat simbol tertentu, para *tokufans* juga mengekspresikan posisi sosial dan keterikatan budaya mereka melalui simbol-simbol budaya populer yang mereka konsumsi. Budaya populer sendiri tidak bersifat pasif, tetapi aktif dikonstruksi oleh penggemarnya. Hal ini memperkuat argumen Chaney (1996) bahwa gaya hidup adalah bentuk ekspresi budaya dan pilihan makna dalam kehidupan sehari-hari. Budaya populer menjadi lahan di mana identitas sosial dinegosiasikan, dibentuk, dan ditampilkan. Dalam hal ini, komunitas *tokufans* menjadikan budaya populer Jepang sebagai modal simbolik untuk membangun citra diri dan solidaritas kolektif di tengah masyarakat Indonesia yang semakin plural dan terbuka terhadap globalisasi. Dampak industrial untuk gaya hidup *tokufans* dipengaruhi oleh konsumsi simbolik, estetika realitas, dan pasar modern yang semuanya merupakan bagian dari dinamika budaya populer dalam masyarakat kontemporer. Ini menunjukkan bahwa budaya populer tidak hanya membentuk selera konsumsi, tetapi juga menjadi sarana penting dalam konstruksi sosial dan ekspresi gaya hidup. Gaya hidup *tokufans* yang sangat aktif mengkonsumsi pembelian *merchandise tokusatsu*, sangat menguntungkan distributor atau pihak-pihak produsen *merchandise* ataupun barang yang bertema *tokusatsu*, karena pasarnya ada dan semakin besar. Para fans juga rela mengeluarkan uang untuk membeli merchandise walaupun harganya terbilang tidak murah hanya demi kepuasan tersendiri.

1. Membeli Merchandise Tokusatsu

Membeli merchandise *tokusatsu* merupakan salah satu bentuk ekspresi paling nyata dari kecintaan penggemar terhadap *serial tokusatsu*. *Merchandise* yang dimaksud bisa berupa *action figure*, miniatur karakter, pakaian bertema *tokusatsu*, pernak-pernik

seperti pin, stiker, gantungan kunci, hingga replika senjata dan *henshin device* (alat transformasi) yang digunakan para tokoh dalam *serial*. Bagi banyak *tokufans*, membeli *merchandise* bukan hanya soal memiliki barang, tetapi juga bentuk afeksi dan keterikatan emosional terhadap karakter atau seri tertentu.

Gambar 9 Ultra Replica Zero Eye dan Geed Riser



(Sumber : Dokumentasi pribadi 2025)

Membeli *merchandise Ultraman* yang dalam bentuk *ultra replica* bukan hanya sekedar menghabiskan uang saja, karena adanya rasa kecintaan terhadap seri *Ultraman* tersebut. Memiliki *ultra replica* yang harganya berkisar 1 juta sampai 3 jutaan melambangkan sebagai simbol bahwa seseorang telah menjadi *tokufans* secara tidak langsung. Membeli *merchandise tokusatsu* adalah bagian dari praktik simbolik yang menunjukkan identitas. Setiap produk yang dibeli, terutama yang bergambar tokoh tertentu atau berasal dari seri spesifik, mengandung makna yang mencerminkan preferensi pribadi penggemar. Misalnya, penggemar yang mengoleksi *figure* dari *Kamen Rider Kuuga* cenderung memiliki nostalgia tertentu terhadap masa kecil atau memiliki nilai simbolik yang dikaitkan dengan karakter tersebut.

Penelitian Kartika (2018) menjelaskan para penggemar terkadang juga membeli *merhcandise* dari idolanya, harga dari merchandise biasanya terbilang tidak murah, karena hal ini dapat menimbulkan perilaku konsumtif dikalangan para penggemar secara tidak langsung, dengan melakukan pembelian merchandise merupakan salah satu bentuk dari kebanggaan mereka sebagai penggemar terhadap idolanya, pembelian merchandise dapat dilakukan secara offline di event atau toko seperti kidzstation sedangkan untuk pembelian online bisa sangat beragam, bisa dari official store atau dari yang membuka jasa pre-order. Sama halnya dengan para *tokufans* yang membeli *merchandise tokusatsu* sering juga menunjukkan tingkat keterlibatan atau komitmen seorang *tokufans* dalam komunitasnya.

Dalam komunitas *tokufans* seperti Angkringan *Tokusatsu* Semarang, memiliki atau membawa merchandise tertentu bisa menjadi bahan obrolan, alat tukar informasi, bahkan sumber kebanggaan. *Merchandise*, terutama yang langka atau original dari Jepang, sering kali dianggap sebagai penanda status simbolik dalam lingkungan komunitas tersebut. Hal ini memperlihatkan bahwa konsumsi tidak hanya berfungsi secara individual, tetapi juga memiliki dimensi sosial yang kuat.

Aktivitas membeli *merchandise* juga dipengaruhi oleh perkembangan pasar digital dan media sosial. *Tokufans* kini dapat dengan mudah membeli produk dari marketplace lokal maupun internasional, serta mengakses informasi tentang rilis baru dari forum daring atau media sosial. Hal ini membuat pola konsumsi menjadi semakin dinamis dan terhubung secara global. Penggemar tidak hanya terlibat dalam konsumsi pasif, tetapi aktif berburu barang koleksi, membandingkan harga, dan bahkan membuat konten ulasan atau unboxing merchandise yang mereka beli. Dengan demikian, membeli *merchandise tokusatsu* juga menjadi bagian dari kegiatan budaya populer yang lebih luas. Seperti yang dijelaskan oleh sodara Candra:

“kalau figur lebih ke investasi karena memiliki nilai jual yang juga lumayan dan lebih ke identitas kenangan masa kecil” (Wawancara dengan Candra sebagai ketua, 25/04/2025).

Mengoleksi figur juga dapat dibaca sebagai bentuk investasi afektif dan material. Nilai jual yang disebut oleh Candra menunjukkan adanya dimensi ekonomi, tetapi yang lebih menonjol adalah makna simbolik yang melekat pada figur tersebut. Candra menyimpan kenangan, membangun kontinuitas antara masa lalu dan masa kini, serta memperkuat keterikatan emosional terhadap komunitas dan budaya populer yang diikuti. Ini sejalan dengan pemikiran Chaney (1996) yang menekankan bahwa gaya hidup kontemporer tidak bisa dilepaskan dari cara individu menegosiasikan identitasnya melalui konsumsi budaya populer.

Figur *tokusatsu* bukan hanya barang koleksi; dia adalah simbol dari pengalaman emosional, pembentukan identitas, dan keterikatan terhadap sejarah personal yang tidak bisa dipisahkan dari dunia budaya populer (Chaney, 1996). Gaya hidup merupakan fungsi dari karakteristik pribadi yang terbentuk melalui interaksi sosial. Secara sederhana gaya hidup dapat juga diartikan sebagai gaya hidup seseorang, meliputi kegiatan harian, suka dan tidak suka, minat, sikap, konsumsi, dan harapan (Aprillia, 2021). Hasil dari proses

pergaulan sosial Candra yang membentuk preferensi, minat, dan sikap seseorang. Sehingga, ketika seseorang mengidentifikasi diri sebagai *tokufans* dan menjadikan koleksi sebagai bagian penting dari hidupnya, itu merupakan ekspresi dari gaya hidup yang telah dikonstruksi bersama dalam ruang sosial, bukan hanya preferensi pribadi yang acak. Figur *tokusatsu* dapat dipandang sebagai bentuk konsumsi simbolik yang mencerminkan bagaimana nilai-nilai budaya populer diinternalisasi dan dijadikan sarana pembentukan identitas dalam gaya hidup modern. Ruang yang dipenuhi pilihan simbolik yang menegaskan siapa kita, dengan siapa kita berelasi, dan nilai apa yang kita yakini. Figur *tokusatsu* dalam konteks ini merupakan simbol gaya hidup yang dipilih, yang tidak hanya merepresentasikan kesukaan pribadi, tetapi juga menunjukkan keterikatan terhadap komunitas *tokufans*, serta budaya populer Jepang secara umum (Nurdianto, 2017). Praktik ini memberi Candra status sosial tertentu di mata sesama penggemar, yaitu sebagai seseorang yang memiliki pemahaman, keterlibatan, dan dedikasi terhadap dunia *tokusatsu*. Hal ini membuat industri di bidang *tokusatsu* semakin terkenal dan meningkat, mulai dari figur yang banyak diminat para penggemar karena bentuk yang unik dan keren. Walaupun harganya tidak terbilang murah, Candra rela menjual figurnya untuk upgrade ke yang lebih mahal karena dia senang dan merasa puas.

Deka selaku Humas dalam komunitas Angkringan *Tokusatsu* Semarang, menyampaikan bahwa ketertarikan terhadap karakter *tokusatsu* tidak berhenti pada aspek tontonan semata, melainkan turut mendorongnya untuk membeli merchandise yang berhubungan dengan karakter tersebut. Menurutnya, ketika seseorang merasa memiliki kedekatan emosional dengan sebuah karakter, terutama jika karakter itu menyimpan cerita atau kenangan tertentu dalam hidupnya, maka keinginan untuk memiliki benda yang merepresentasikan karakter tersebut menjadi cukup penting. Bagi Deka, konsumsi merchandise bukan hanya soal mengoleksi barang, tetapi menjadi cara untuk memperkuat keterikatan pribadi dengan cerita atau pengalaman masa lalu yang berkaitan dengan karakter *tokusatsu* tertentu (Wawancara dengan Deka sebagai Humas. 27/04/2025).

Pernyataan Deka mengenai pembelian *merchandise tokusatsu* sebagai bentuk keterikatan emosional terhadap karakter menunjukkan bahwa praktik konsumsi dalam komunitas penggemar tidak bisa dipahami semata-mata sebagai tindakan ekonomis atau utilitarian. Konsumsi tersebut sarat dengan makna simbolik, afeksi, serta nilai historis yang melekat pada benda-benda tertentu, terutama yang berkaitan dengan budaya populer.

Merchandise tokusatsu menjadi lebih dari sekadar produk; dia merupakan medium yang menjembatani pengalaman personal dengan narasi kultural yang lebih luas, seperti kenangan masa kecil, nilai-nilai kepahlawanan, serta afiliasi terhadap komunitas yang memiliki preferensi sama. Chaney (1996) menggarisbawahi bahwa dalam masyarakat modern, gaya hidup terbentuk melalui pilihan-pilihan simbolik yang mencerminkan nilai estetika, identitas kultural, dan relasi sosial individu. Gaya hidup bukan lagi ditentukan oleh struktur sosial yang kaku, melainkan oleh kemampuan individu untuk memilih dan mengartikulasikan identitasnya melalui simbol-simbol budaya, termasuk bentuk konsumsi. Dengan demikian, tindakan Deka membeli *merchandise tokusatsu* dapat dipahami sebagai bagian dari gaya hidup simbolik, yakni ketika benda-benda keseharian dijadikan sebagai alat ekspresi diri dan penanda identitas sosial. Gaya hidup di sini tidak hanya mencerminkan siapa seseorang itu, tetapi juga ke mana ia merasa dirinya terhubung secara emosional dan kultural.

Praktik konsumsi Deka juga mencerminkan aspek nostalgia dan kontinuitas identitas, yakni bagaimana suatu karakter *tokusatsu* dapat menghadirkan kembali kenangan, nilai, atau pengalaman emosional tertentu yang penting dalam proses pembentukan diri. Barang yang dibeli bukan semata-mata berharga secara materi, tetapi memiliki nilai simbolik sebagai penghubung terhadap narasi hidup yang lebih luas, seperti kenangan akan masa kanak-kanak, pengalaman menonton bersama keluarga, atau bahkan perjuangan personal yang tercermin dalam karakter favorit. konsumsi menjadi bentuk komunikasi yang bersifat emosional, eksistensial, dan sosial. Gaya hidup merupakan fungsi dari karakteristik pribadi yang terbentuk melalui proses interaksi sosial. Artinya, apa yang dikonsumsi seseorang dan bagaimana dia menghayatinya adalah hasil dari proses sosialisasi yang membentuk selera, minat, sikap, serta cara pandang terhadap benda dan simbol tertentu (Aprillia, 2021). Oleh karena itu, pembelian *merchandise tokusatsu* oleh Deka merupakan cerminan dari gaya hidup yang telah terbentuk secara sosial dan kultural, bukan keputusan yang muncul secara spontan atau personal semata. Gaya hidup mencakup aktivitas harian, konsumsi, harapan, hingga afiliasi sosial, yang semuanya turut menjelaskan mengapa sebuah tindakan konsumsi memiliki makna mendalam bagi individu.

Deka membeli *merchandise* bukan sekadar karena bentuk fisiknya, melainkan karena *merchandise* tersebut menghadirkan kenangan, makna kepahlawanan, hingga

pengalaman emosional yang menyambung dengan masa lalu. Ini menunjukkan bahwa konsumsi dalam komunitas ANSATSU mencerminkan bagaimana pasar budaya populer menyediakan simbol-simbol yang dapat dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan eksistensial, bukan hanya kebutuhan material (Nurdianto, 2017). Dalam hal ini, estetika realitas menjadi kerangka yang menjelaskan mengapa suatu tindakan konsumsi memiliki nilai mendalam, karena dia memuat narasi, identitas, dan kontinuitas emosional. Salah satu teknik distributor untuk menggaet para fans atau penggemar, melalui seri *tokusatsu* yang hampir tiap tahun ditayangkan dan selalu berubah-ubah agar tidak monoton, cara seperti ini membuat Deka yang saat waktu kecil menonton seri *Kamen Rider Ryuki* memiliki rasa nostalgia saat menonton seri ini lagi ketika sudah dewasa, Deka yang dulu tidak tau cara membeli dan belum bisa menghasilkan uang sendiri, setelah dewasa ini menjadi sangat konsumtif karena dia sudah punya uang dan kenangan masa kecilnya itu. Inilah yang membuat industri kalangan fans atau penggemar di berbagai aspek tetap hidup dan semakin besar.

Konsumsi *merchandise tokusatsu* bukan hanya dapat dipahami sebagai aktivitas membeli barang, tetapi sebagai praktik gaya hidup yang mengartikulasikan identitas, afeksi, dan relasi sosial individu dalam konteks budaya populer. Praktik ini mengandung dimensi simbolik dan emosional yang erat kaitannya dengan bagaimana seseorang mengidentifikasi diri, membangun narasi hidup, dan mengintegrasikan dirinya ke dalam komunitas yang memiliki nilai dan preferensi serupa.

2. Fashion Tokusatsu.

Fashion merupakan elemen penting dalam gaya hidup modern yang berfungsi bukan hanya sebagai pelindung tubuh, tetapi lebih dalam sebagai media ekspresi diri, simbol identitas, dan alat komunikasi sosial. Dalam masyarakat kontemporer yang dipengaruhi budaya populer dan media massa, fashion menjadi representasi dari siapa individu itu, bagaimana ingin dipandang, serta kelompok sosial yang menjadi afiliasinya. Gaya hidup adalah sekumpulan pilihan simbolik yang dijalani secara sadar oleh individu atau kelompok sebagai cara menampilkan identitas sosial dan nilai budaya (Chaney, 1996). Oleh karena itu, fashion menjadi bagian dari konstruksi gaya hidup, karena setiap elemen pakaian mulai dari model, warna, motif, hingga merek mengandung muatan simbolik yang menyampaikan makna sosial tertentu.

Rukiah (2016) menjelaskan fashion, pakaian, busana sudah menjadi bagian penting dari gaya, tren, penampilan keseharian kita. Pakaian sesungguhnya berbicara tentang sesuatu yang sangat erat dengan diri kita. Pakaian yang kita kenakan membuat pernyataan tentang diri kita. Bahkan jika kita bukan tipe orang yang terlalu peduli soal busana kita, orang yang bersua dan berinteraksi dengan kita tetap akan menafsirkan penampilan kita seolah-olah kita sengaja membuat suatu pesan. Fashion dan pakaian menggambarkan satu kelompok yang membedakannya dengan kelompok lain yang pada saat yang sama digunakan untuk mengidentifikasi kesamaan nilai di dalam suatu kelompok. Fashion dalam modernitas itu sendiri melalui tahap perkembangannya sejarah yang kompleks, bermula kira-kira awal abad ke-20, fashion modern merasionalisasikan pakaian dan kosmetik, dan pasar massa mulai membuat perubahan dalam fesyen yang terbuka untuk konsumsi massa. Fashion dan identitas sosial itu sendiri merupakan bagian dari proses pergulatan sosial dan bahkan konflik antara model-model dan ideologi-ideologi yang saling bertentangan.

Fashion tidak hanya sekadar produk estetis, tetapi juga pernyataan sosial dan kultural. Fashion berperan sebagai “kode budaya” yang mengindikasikan posisi seseorang dalam struktur sosial sekaligus afiliasi ideologis atau subkultural tertentu. Dalam komunitas penggemar budaya populer seperti *tokusatsu*, fashion mengambil wujud khas seperti cosplay, kaus bertema karakter, jaket dengan emblem tim fiksi, atau bahkan gaya rambut yang meniru karakter tertentu. Busana semacam ini tidak sekadar hiburan atau permainan peran, melainkan bagian dari proses identifikasi dan partisipasi dalam komunitas budaya. Pilihan fashion di sini berfungsi sebagai alat performatif untuk mengekspresikan keterikatan emosional dan kultural terhadap dunia *tokusatsu* serta menegaskan keanggotaan dalam komunitas penggemar tersebut.

Fashion dalam gaya hidup modern bukan fenomena superfisial, melainkan praktik sosial kompleks di mana individu menggunakan pakaian dan aksesoris sebagai strategi simbolik untuk membentuk dan menampilkan identitas diri, afiliasi budaya, serta posisi sosial. Dalam komunitas penggemar *tokusatsu*, fashion berfungsi ganda sebagai ekspresi estetika yang menyenangkan secara pribadi dan sebagai pernyataan sosial yang mengikat individu dalam jaringan makna budaya yang lebih luas. Oleh karena itu, fashion bukan hanya bagian dari konsumsi sehari-hari, melainkan juga sarana pembentukan solidaritas, memori kolektif, dan pengakuan sosial dalam dinamika komunitas budaya populer.

Gambar 10 Hils bercosplay sebagai Tsumuri dari *Kamen Rider Geats*



(Sumber : Dokumentasi Pribadi Hils 2025)

Hils sebagai seorang cosplayer tetap ingin menjaga auratnya dengan menggunakan hijab sebagai pengganti wig, Hils memesan kostum Tsumuri dari maker dengan harga 500.000 ribu, yang dikerjakan dalam waktu 1 sampai 2 bulan, Hils tetap mengusahakan cosplay yang maksimal dan totalitas walaupun tanpa menggunakan wig dan tetap menjaga auratnya sebagai seorang muslimah. Hils biasanya menggunakan kostum cosplay ini dai event-event saja, tidak pernah diluar event, paling hanya dirumah atau di kost sebagai bentuk costest dan tidak di tempat umum selain di event.

Bergaya dengan fashion *tokusatsu* tidak terbatas pada elemen sehari-hari seperti t-shirt atau jaket saja, tetapi juga mencakup aktivitas cosplay. Cosplay adalah salah satu cara paling signifikan bagi penggemar untuk mengekspresikan kecintaan mereka terhadap *tokusatsu*. Dalam *cosplay*, penggemar akan mengenakan kostum yang menyerupai atau meniru tokoh *tokusatsu* favorit mereka secara lebih detail. Tak jarang, mereka juga membuat kostum sendiri dengan tangan mereka, menunjukkan kreativitas dan keterampilan, sekaligus memperlihatkan seberapa besar rasa hormat dan keterikatan mereka terhadap karakter yang mereka tiru. Cosplay juga menjadi ajang untuk bertemu dengan penggemar lain dan menjadi bagian dari komunitas yang memiliki minat yang sama.

Dalam komunitas *tokusatsu*, fashion juga berfungsi sebagai penanda sosial. Penggemar yang mengenakan fashion *tokusatsu* sering kali dianggap memiliki kedekatan dengan identitas budaya tertentu, dan dalam hal ini, fashion menjadi sarana untuk menunjukkan keanggotaan dalam sebuah komunitas. Pakaian atau aksesori yang

dikenakan oleh penggemar menjadi cara untuk berinteraksi dengan sesama penggemar, baik di dunia nyata saat menghadiri event atau di dunia maya melalui media sosial. Melalui fashion, penggemar bisa saling menunjukkan afiliasi mereka terhadap budaya *tokusatsu* dan memperkuat hubungan sosial antar sesama penggemar. Seperti yang dijelaskan oleh Hils

“Belum bisa dibilang penting karena aku masih berfokus ke estetika (cuman mau beli kalo gak kelihatan kaya tokufans hardcore) dan lebih berfokus ke barang yang ada manfaatnya atau nilai estetika (misal phone strap, atau phone case, atau dijadikan bag charm)” (Wawancara dengan Hils sebagai anggota, 18/04/2025).

Pernyataan Hils bahwa dia belum menganggap penting kepemilikan atribut *tokusatsu* yang mencolok karena lebih memprioritaskan nilai estetika dan fungsi dalam memilih merchandise, mencerminkan bentuk gaya hidup simbolik yang kompleks dan reflektif. Pilihan Hils untuk membeli barang-barang seperti phone strap, phone case, atau bag charm yang tidak secara eksplisit menunjukkan identitas sebagai "*tokufans hardcore*", menunjukkan bahwa dalam kesehariannya ia menjalani proses seleksi simbolik yang sadar atas konsumsi budaya populer.

Gaya hidup merupakan seperangkat praktik yang dipilih oleh individu sebagai sarana untuk mengekspresikan diri dan mengatur makna dalam kehidupan sehari-hari. Dalam masyarakat modern, gaya hidup menjadi ruang di mana individu membentuk identitas mereka melalui konsumsi simbolik yang tidak hanya mempertimbangkan fungsi praktis, tetapi juga makna estetis dan nilai-nilai sosial yang melekat pada objek (Chaney, 1996). Pilihan Hils untuk menggunakan *merchandise tokusatsu* yang tidak mencolok menunjukkan bagaimana gaya hidup bisa diwujudkan dalam bentuk-bentuk ekspresi yang halus, namun penuh makna. Gaya hidup tidak lahir dari kehendak bebas individu semata, melainkan terbentuk melalui proses interaksi sosial yang kompleks (Aprillia, 2021) pilihan Hils untuk mengenakan *merchandise tokusatsu* yang tidak mencolok merupakan cerminan dari bagaimana individu membangun identitas melalui tindakan konsumsi yang penuh pertimbangan sosial, estetika, dan kultural. Hils tidak hanya membeli dan menggunakan barang berdasarkan fungsi praktis, tetapi juga mempertimbangkan bagaimana barang tersebut akan merepresentasikan citra dirinya di hadapan orang lain.

Gaya hidup mencerminkan pola yang terdiri atas aktivitas, minat, sikap, konsumsi, serta harapan yang dijalani dan dipilih oleh individu. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan Hils untuk memilih merchandise yang lebih subtil merupakan bentuk artikulasi gaya hidup (Aprillia, 2021). Hils menampilkan dirinya sebagai penggemar *tokusatsu* yang tidak larut dalam eksposisi simbol fandom secara berlebihan, melainkan lebih selektif dan reflektif dalam menunjukkan afiliasi kulturalnya. Ini bukanlah bentuk ketidakterlibatan, melainkan strategi identitas yang mencerminkan nilai-nilai personal, seperti kesederhanaan, fungsionalitas, dan keautentikan.

Gaya hidup dalam masyarakat modern didorong oleh estetika realitas, yakni bagaimana individu memilih simbol-simbol yang bukan hanya mencerminkan siapa dirinya, tetapi juga bagaimana dia ingin tampil dalam ruang publik (Nurdianto, 2017). Hils memilih barang yang "tidak terlalu kelihatan seperti *tokufans*" tetapi tetap mengandung unsur fandom dalam bentuk yang lebih halus dan modis. Ini menunjukkan bahwa konsumsi terhadap simbol budaya populer juga menyangkut proses estetisasi, di mana simbol dikurasi, disesuaikan, dan diseleksi agar dapat menyatu dengan gaya hidup modern yang lebih cair dan fleksibel. Melalui fashion, industri kalangan penggemar tetap hidup dan semakin luas, karena fashion ini digunakan untuk keseharian dan tidak terlalu mencolok atau menyimbolkan sebagai fans *tokusatsu* secara langsung. Hils menyukai hal-hal yang seperti ini, apalagi dia perempuan dan sangat suka memadukan fashion dia sendiri dengan merchandise atau pernak pernik *tokusatsu* yang tidak mencolok, hal ini membuat budaya populer semakin berkembang karena para penggemar juga semangat dan senang dengan merchandise yang unik dan bagus.

Konsumsi simbolik menjadi arena utama di mana identitas individu dikonstruksi dan dinegosiasikan (Chaney, 1996). Akan tetapi juga dimensi sosial juga penting dalam proses pembentukan gaya hidup (Aprillia, 2021). Tindakan Hils dalam memilih jenis merchandise tidak lepas dari pengaruh interaksi sosial, norma kelompok, dan pemaknaan kolektif dalam komunitas penggemar. Bahkan keputusan untuk tidak terlalu mencolok justru menunjukkan adanya kesadaran sosial dan estetika yang tinggi di mana individu mampu menyeimbangkan antara ekspresi diri dan penerimaan sosial di lingkungannya.

Preferensi Hils menggambarkan bagaimana gaya hidup dapat dibentuk oleh pertimbangan personal sekaligus sosial dan bahwa ekspresi identitas melalui konsumsi budaya populer tidak harus ditampilkan dalam bentuk yang ekstrem atau mencolok. Perspektif Aprillia memberikan pemahaman bahwa gaya hidup merupakan struktur makna yang dinamis yang dibentuk melalui keseharian individu dalam merespons pengalaman sosial, kultural, dan emosional yang mereka alami.

Bowo menyampaikan bahwa keterlibatannya dalam fandom *tokusatsu* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap cara berpakaian dan preferensi fashion. Bowo menjelaskan bahwa sebelum mengenal *tokusatsu* lebih dalam, berpakaian baginya hanyalah aktivitas fungsional sehari-hari. Namun, setelah menjadi bagian dari komunitas, Bowo mulai lebih memperhatikan keselarasan warna, kesesuaian pakaian dengan konteks sosial, seperti acara formal maupun kasual, hingga merancang outfit yang terinspirasi dari karakter *tokusatsu* favoritnya. Bahkan, Bowo mengaku pernah memesan secara khusus kepada pembuat kostum (*maker*) untuk dibuatkan jaket dan pakaian yang menyerupai karakter tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa keterlibatannya sebagai penggemar tidak hanya berhenti pada konsumsi tontonan, tetapi juga terefleksi dalam aspek gaya hidup sehari-hari, termasuk dalam hal fashion sebagai ekspresi identitas dirinya (Wawancara dengan Bowo sebagai anggota, 27/04/2025).

Bowo menjelaskan bahwa keterlibatannya dalam dunia *fandom tokusatsu* membawa pengaruh signifikan terhadap preferensi gaya berpakaian. Sebelum mengenal *tokusatsu* secara mendalam, pakaian baginya hanyalah sarana untuk menutupi tubuh dan menjalankan fungsi praktis sehari-hari. Namun, setelah aktif sebagai anggota komunitas, ia mulai memikirkan soal keselarasan warna, konteks sosial dari penampilan (formal atau kasual), dan bahkan merancang outfit yang terinspirasi dari karakter *tokusatsu* favorit. Dia bahkan memesan jaket dan pakaian khusus dari pembuat kostum (*maker*) untuk merepresentasikan karakter tersebut dalam penampilannya sehari-hari.

Perubahan ini mencerminkan bagaimana gaya hidup dalam masyarakat modern bukan lagi sekadar bentuk keterikatan terhadap rutinitas, tetapi menjadi proyek ekspresi diri yang sarat dengan simbol dan makna. Gaya hidup merupakan seperangkat praktik yang dipilih secara sadar oleh individu untuk mengartikulasi identitas mereka di tengah

masyarakat yang menawarkan berbagai pilihan. Chaney (1996) menekankan bahwa dalam masyarakat kontemporer, gaya hidup tidak hanya dilihat dari cara seseorang mengkonsumsi barang, tetapi juga bagaimana konsumsi itu digunakan untuk membangun makna sosial dan ekspresi personal. Gaya hidup merupakan pola menyeluruh dari aktivitas yang dibentuk dan dijalani individu berdasarkan pengalaman sosialnya (Aprillia, 2021). Perubahan cara berpakaian Bowo tidak lahir secara tiba-tiba, tetapi merupakan hasil dari keterlibatannya dalam komunitas ANSATSU dan dia yang menonton seri *tokusatsu*. Gaya berpakaian yang terinspirasi dari *tokusatsu* merupakan bentuk konsumsi simbolik yang menyatukan elemen budaya populer, identitas pribadi, dan ekspresi kolektif komunitas (Chaney, 1996).

Bowo tidak hanya mengenakan pakaian karena kebutuhan praktis, tetapi juga sebagai bentuk representasi visual dari kecintaan dan kedekatan emosionalnya terhadap dunia *tokusatsu*. Pilihan-pilihan tersebut juga mencerminkan nilai-nilai yang dipegang dalam komunitasnya, seperti nostalgia, solidaritas, dan apresiasi terhadap budaya visual khas Jepang. Dengan demikian, gaya hidup yang dijalani Bowo merupakan bagian dari proyek identitas yang terbentuk melalui pilihan-pilihan kultural yang tidak bisa dilepaskan dari pengalaman dan keanggotaan dalam komunitas penggemar. Keputusan Bowo untuk memesan pakaian khusus dari pembuat kostum, menyesuaikan warna dan gaya outfit dengan karakter *tokusatsu* tertentu, serta mengintegrasikannya ke dalam rutinitas berpakaian harian menunjukkan bahwa simbol-simbol budaya populer tidak berhenti pada layar televisi atau media digital. Sebaliknya, simbol tersebut menjelma dalam bentuk material yang dipakai, ditampilkan, dan dijadikan identitas oleh penggemarnya (Chaney, 1996). Gaya hidup terbentuk secara reflektif yaitu melalui proses internalisasi nilai dan simbol yang berlangsung secara sadar dan berulang. Pakaian bukan lagi sekadar pelindung tubuh, tetapi medium yang mengartikulasikan posisi individu dalam lanskap budaya populer dan sosial (Aprillia, 2021). Pilihan Bowo dalam berpakaian bukan hanya mencerminkan preferensi pribadi, tetapi juga menunjukkan adanya nilai-nilai komunitas yang diinternalisasi seperti solidaritas, apresiasi terhadap budaya Jepang, dan nostalgia terhadap masa kecil yang dihidupkan kembali melalui representasi karakter *tokusatsu*.

Pakaian yang dikenakan Bowo berfungsi sebagai simbol yang menegaskan status keanggotaannya dalam komunitas *tokufans*. Dia menunjukkan bentuk kesetiaan,

pengetahuan, dan penghargaan terhadap warisan budaya populer Jepang melalui medium visual yang kasatmata. Konsumsi simbol-simbol tertentu untuk membangun status kehormatan dalam lingkungannya (Nurdianto, 2017). Bowo pun melakukan hal serupa: dia mengonsumsi simbol budaya populer seperti *tokusatsu* dalam bentuk kostum dan outfit sebagai penanda status kultural dalam komunitasnya. Hal ini juga menunjukkan adanya internalisasi nilai-nilai komunitas, seperti solidaritas, nostalgia, dan estetika visual, yang menjadi bagian penting dari gaya hidup kolektif. Apa yang dilakukan Bowo bukan sekadar pilihan individual, tetapi merupakan hasil dari proses sosial dan kultural yang melibatkan interaksi, pengalaman masa kecil, dan afiliasi emosional dengan karakter dan komunitas. Dengan kata lain, gaya hidup Bowo dibentuk oleh dinamika pasar budaya populer dan kebutuhan akan ekspresi identitas.

Transformasi Bowo mencerminkan bagaimana individu dalam komunitas penggemar menggunakan objek budaya populer untuk menciptakan narasi identitas yang khas dan membangun rasa memiliki terhadap kelompok sosial tertentu. Melalui pakaian yang terinspirasi dari *tokusatsu* merupakan bagian dari proses sosiologis yang kompleks. Proses ini menyatukan aspek-aspek personal, emosional, estetis, dan sosial dalam membentuk pola gaya hidup yang tidak hanya menegaskan siapa seseorang itu, tetapi juga dengan siapa dia merasa terhubung.

3. Membeli Konsol Game

Membeli konsol game, dalam konteks gaya hidup modern, tidak lagi dapat dipahami hanya sebagai tindakan memenuhi kebutuhan rekreasi atau hiburan semata, tetapi telah menjadi bagian integral dari gaya hidup konsumtif yang sarat dengan makna simbolik, emosional, dan representasi identitas sosial. Aktivitas konsumsi seperti ini bukanlah sesuatu yang netral atau sederhana, melainkan refleksi dari nilai-nilai sosial dan kultural yang tengah berlangsung dalam masyarakat kontemporer. Keputusan untuk membeli konsol game seperti PlayStation, Xbox, atau Nintendo Switch tidak semata-mata didorong oleh kebutuhan fungsional untuk bermain gim, tetapi juga mencerminkan afiliasi terhadap simbol budaya tertentu, pengakuan sosial, serta keinginan untuk tampil sebagai bagian dari kelompok dengan nilai dan selera yang sama.

Konsumsi konsol game juga menandai adanya transformasi dalam cara individu memahami dan membentuk diri mereka. Dalam masyarakat pascamodern, identitas tidak lagi dikonstruksi melalui struktur sosial konvensional seperti kelas, agama, atau etnisitas, melainkan melalui tindakan konsumsi yang bersifat pilihan dan simbolik. Pemilihan merek atau jenis konsol menjadi penanda sosial yang membedakan individu satu dengan lainnya, baik secara ekonomi, gaya hidup, maupun pandangan terhadap teknologi. Konsol game kini menjadi semacam artefak budaya yang memperlihatkan bagaimana seseorang memaknai kesenangan, teknologi, waktu luang, bahkan status sosial. Hal ini juga menjelaskan mengapa dalam banyak kasus, membeli konsol game terbaru menjadi bagian dari upaya untuk selalu tampak relevan, modern, dan terhubung dengan tren global.

Menurut Swastha dan Handoko (2000), gaya hidup konsumtif adalah bentuk perilaku konsumsi yang tidak lagi dilandasi oleh kebutuhan dasar atau fungsional, melainkan lebih dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, psikologis, dan simbolik. Dalam gaya hidup semacam ini, seseorang membeli produk bukan karena urgensi kegunaan atau keterbatasan kebutuhan, tetapi karena dorongan untuk tampil berbeda, membangun citra diri tertentu, atau memenuhi ekspektasi sosial dari lingkungan sekitar. Konsumsi menjadi sarana untuk mengekspresikan diri, memperlihatkan kelas sosial, serta menunjukkan afiliasi dengan gaya hidup tertentu yang dinilai prestisius atau modern. Fenomena ini terlihat jelas dalam pembelian konsol game, seperti PlayStation, Xbox, atau Nintendo Switch, yang tidak hanya mahal secara harga, tetapi juga memiliki nilai simbolik yang tinggi. Konsol game telah bertransformasi dari alat hiburan menjadi penanda identitas kultural dan sosial. Individu yang memilih untuk membeli konsol tertentu sering kali tidak hanya mempertimbangkan fitur teknis atau jenis permainan yang tersedia, tetapi juga mempertimbangkan bagaimana produk tersebut dapat mencerminkan selera teknologi, gaya hidup urban, dan kapasitas ekonomi mereka. Versi-versi terbatas (*limited edition*) atau eksklusif dari konsol sering kali menjadi incaran bukan semata karena fitur tambahannya, tetapi karena prestise yang melekat pada kepemilikan produk tersebut.

Perilaku konsumtif dalam pembelian konsol juga sangat dipengaruhi oleh media dan iklan, yang terus-menerus membentuk persepsi publik tentang pentingnya memiliki barang terbaru demi tetap "relevan" dalam masyarakat modern. Iklan-iklan produk

game seringkali menampilkan narasi yang menghubungkan kepemilikan konsol dengan kebahagiaan, kebebasan, dan pergaulan yang luas. Media sosial pun turut memperkuat dorongan konsumtif ini dengan menyebarkan gaya hidup para influencer, streamer, atau public figure yang selalu terlihat bermain dengan konsol terbaru, memiliki setup gaming profesional, atau menjadi bagian dari komunitas elit digital.

Konsol game bukan hanya instrumen permainan, melainkan objek simbolik yang digunakan individu untuk memperkuat citra diri mereka. Memiliki konsol berarti menunjukkan bahwa seseorang berada dalam lingkaran budaya populer global yang kekinian, mengikuti perkembangan teknologi, dan memiliki kapabilitas ekonomi untuk mengakses bentuk hiburan paling mutakhir. Bahkan dalam beberapa kasus, konsol game menjadi bentuk pembuktian diri secara sosial, terutama di kalangan remaja atau dewasa muda yang ingin diakui dalam kelompok pertemanan atau komunitas daring sebagai seseorang yang *up to date* dan memiliki *seler tinggi*. Seperti yang dijelaskan oleh Candra:

“Aku beli game switch karena gamenya rata-rata asik dan seru, terus bisa dimainkan berempat, bisa Multiplayer offline, jadi asik banget kalo dimainkan sama teman-teman, apalagi saat lagi gathering komunitas” (Wawancara dengan Candra sebagai Ketua, 25/04/2025)

Pernyataan Candra mengenai alasan membeli Nintendo Switch karena keseruan permainannya dan karena dapat dimainkan bersama saat gathering komunitas memperlihatkan bahwa praktik konsumsi yang ia lakukan tidak hanya dilandasi oleh motivasi individual, tetapi sangat dipengaruhi oleh dinamika sosial dan budaya dari komunitas yang ia ikuti. Konsumsi dalam hal ini bukan sekadar pemenuhan kebutuhan hiburan pribadi, tetapi mengandung dimensi sosial, simbolik, dan emosional yang mengartikulasikan nilai-nilai kebersamaan dan partisipasi komunitas.

Objek konsumsi seperti game atau perangkat elektronik tidak lagi dilihat hanya dari sisi kegunaan praktisnya, tetapi juga dari kemampuannya menjadi media ekspresi diri dan perekat sosial (Chaney, 1996). Gaya hidup bukan hanya cerminan dari preferensi pribadi, tetapi juga mencakup cara-cara individu mengelola, menampilkan, dan merespons lingkungan sosial tempat mereka berada (Aprillia, 2021). Tindakan Candra dalam membeli dan memainkan Nintendo Switch bukan hanya keputusan konsumsi semata, melainkan bagian dari strategi sosial untuk mempertahankan relasi

komunitas, memperkuat kehadiran diri dalam ruang sosial penggemar, serta membangun kohesi melalui aktivitas bersama yang menyenangkan dan bermakna.

Gaya hidup berkaitan erat dengan pilihan konsumsi yang tidak lagi bersifat fungsional semata, tetapi memiliki makna simbolik yang mengartikulasikan nilai, solidaritas, dan estetika tertentu dalam konteks sosial yang lebih luas (Chaney, 1996). Perubahan Gaya hidup dapat dimaknai sebagai proses sosial di mana individu secara aktif memilih objek dan aktivitas yang merepresentasikan nilai dan identitas yang mereka bangun. Dengan kata lain, konsumsi menjadi sarana untuk menunjukkan siapa diri mereka dan dengan siapa mereka merasa terhubung (Aprillia, 2021) Nintendo Switch yang digunakan Candra saat berkumpul dengan komunitas menjadi simbol keterikatan sosial, manifestasi dari preferensi kolektif, serta bentuk kontribusi terhadap budaya bersama yang berkembang dalam komunitas penggemar *tokusatsu*.

Kehadiran Nintendo Switch dalam gathering komunitas pun tidak sekadar memperlihatkan kecanggihan teknologi atau popularitas produk game tersebut, tetapi mencerminkan nilai-nilai yang dihayati bersama, seperti kebersamaan, kolaborasi, dan kesenangan kolektif. Candra melalui tindakannya telah menjadikan objek konsumsi sebagai jembatan untuk menjalin hubungan emosional dan sosial dengan anggota komunitas lainnya. Ini menunjukkan bahwa gaya hidup dalam komunitas penggemar tidak dibangun secara individualistik, melainkan melalui proses sosial yang melibatkan pertukaran simbol, pengalaman, dan afeksi.

Gaya hidup yang dijalani oleh Candra merupakan bagian dari proyek identitas yang bersifat konsumtif dan kolektif. Gaya hidup tersebut dibentuk dari pembelian barang yang digunakan untuk interaksi antara konsumsi simbolik dan dinamika komunitas, di mana setiap objek yang digunakan termasuk Nintendo Switch berfungsi sebagai medium pengikat nilai, ekspresi, dan kebersamaan yang menjadi ciri khas budaya komunitas penggemar *tokusatsu*.

Bowo menjelaskan bahwa alasan membeli Nintendo 3DS dengan kisaran harga 750.000an rupiah bukan semata-mata karena mengikuti tren, melainkan dilatarbelakangi oleh keinginannya untuk mencoba pengalaman bermain game konsol yang sebelumnya belum pernah dia nikmati. Selain itu, keputusan tersebut juga dipengaruhi oleh ketertarikannya untuk melanjutkan seri game yang sebelumnya hanya

tersedia di konsol lain, sehingga Nintendo 3DS menjadi media yang tepat untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Dia menyebut bahwa keberadaan judul game seperti *All Kamen Rider: Rider Revolution* dan *Mighty Action X* turut menjadi faktor penting yang mendorongnya untuk memilih konsol tersebut, karena game-game tersebut memiliki keterkaitan erat dengan dunia *tokusatsu* yang dia gemari (Wawancara dengan Bowo sebagai anggota, 27/04/2025).

Gambar 11 Nintendo3DS milik Bowo



(Sumber : Dokumentasi pribadi 27 April 2025)

Pernyataan Bowo bahwa ia membeli Nintendo 3DS bukan karena mengikuti tren semata, melainkan karena keinginan untuk mengeksplorasi pengalaman baru dalam bermain game serta untuk melanjutkan seri game yang memiliki keterkaitan dengan dunia *tokusatsu* yang ia gemari, mencerminkan bagaimana konsumsi dalam komunitas penggemar tidak bersifat netral atau spontan. Sebaliknya, keputusan tersebut adalah bentuk refleksi dari preferensi personal dan kultural yang dibentuk melalui proses sosial dan simbolik. Bagi Bowo, Nintendo 3DS bukan sekadar alat hiburan digital, melainkan medium yang menjembatani hasrat individual dan koneksi terhadap dunia simbolik dari budaya populer Jepang yang sudah menjadi bagian penting dari kehidupannya sebagai penggemar *tokusatsu*.

Gaya hidup tidak dapat dipisahkan dari praktik konsumsi, karena objek-objek yang dikonsumsi turut membawa makna sosial dan simbolik yang merepresentasikan nilai, selera, dan afiliasi seseorang (Chaney, 1996). Gaya hidup tidak hanya mencerminkan apa yang seseorang konsumsi, tetapi juga bagaimana konsumsi itu diartikulasikan sebagai ekspresi dari preferensi, nilai, dan makna personal yang dibentuk dalam suatu konteks sosial tertentu (Aprillia, 2021). Tindakan Bowo untuk membeli konsol game yang spesifik dengan alasan keterkaitan konten dengan *tokusatsu* menunjukkan bahwa konsumsi tidaklah netral atau terlepas dari nilai. Nintendo 3DS

tidak hanya berfungsi sebagai alat bermain, tetapi juga menjadi artefak simbolik yang memperkuat kedekatan Bowo dengan identitas kolektifnya sebagai bagian dari komunitas ANSATSU.

Keputusan Bowo untuk membeli Nintendo 3DS tidak hanya dimotivasi oleh kebutuhan fungsional atau hiburan pribadi, tetapi juga menjadi sarana untuk mempertahankan dan mengembangkan identitas dirinya sebagai penggemar *tokusatsu*. Judul-judul game seperti *All Kamen Rider: Rider Revolution* dan *Mighty Action X* bukan hanya menarik karena aspek permainannya, tetapi juga karena kedekatan naratif dan emosional dengan semesta *tokusatsu* yang telah membentuk pengalaman masa kecil dan gaya hidup. Gaya hidup merupakan bentuk estetisasi kehidupan sehari-hari, di mana tindakan yang tampak biasa seperti memilih game atau platform bermain menjadi sarana untuk menampilkan keunikan diri serta menghubungkan individu dengan kelompok sosial tertentu (Chaney, 1996). Gaya hidup diartikan sebagai konsumsi yang iartikulasikan sebagai nilai, dan makna personal yang dibentuk dalam suatu tindakan sosial (Aprillia, 2021).. Tindakan Bowo untuk membeli konsol game yang spesifik dengan alasan keterkaitan konten dengan *tokusatsu* menunjukkan bahwa konsumsi tidaklah netral atau terlepas dari nilai. Sebaliknya, konsumsi tersebut menjadi wujud dari keterlibatannya dalam dunia simbolik yang dia pilih untuk dijalani sebagai gaya hidup.

keputusan konsumsi Bowo terhadap Nintendo 3DS dapat dibaca sebagai bentuk gaya hidup simbolik yang mencerminkan proyek identitas personal konsumtif dan kolektif. Dia menggunakan produk budaya populer sebagai medium untuk mengeksplorasi dan menegaskan siapa dirinya, apa yang dia hargai, dan dengan siapa dia merasa memiliki keterikatan. Gaya hidup yang ditampilkannya bersifat aktif, reflektif, dan penuh makna, serta memperlihatkan bagaimana budaya konsumsi tidak pernah lepas dari dinamika sosial dan kultural dalam kehidupan sehari-hari.

B. Gaya Hidup Kolektif dan Komunal

Gaya hidup kolektif dan komunal dalam komunitas merujuk pada pola hidup yang dijalani secara bersama oleh sekelompok individu yang memiliki minat, nilai, atau tujuan yang sama. Dalam konteks ini, gaya hidup tidak lagi dipahami sebagai pilihan personal semata, melainkan sebagai praktik sosial yang dijalankan bersama dan

dibentuk dalam interaksi kelompok. Komunitas berfungsi sebagai ruang sosial tempat individu membangun identitas, menjalin interaksi, serta berbagi pengalaman secara kolektif. Konsumsi seperti membeli konsol edisi khusus, memesan kostum karakter, atau memainkan *game tokusatsu* tertentu tidak dapat dilihat semata-mata sebagai tindakan konsumtif biasa. Aktivitas ini adalah bagian dari strategi untuk memperkuat posisi sosial dalam komunitas dan membangun identitas simbolik sebagai penggemar sejati. Hal ini memperlihatkan bagaimana konsumsi menjadi sarana aktualisasi sosial.

Menurut Paldi (2024) gaya hidup kolektif adalah bentuk identitas kolektif yang berkembang seiring waktu. Pada masa lalu mahasiswa berinteraksi secara *face-to-face communication*, maka dewasa ini mahasiswa berinteraksi di dunia maya atau melalui interaksi sosial online. Teman-teman bahkan keluarga pun sendiri di jejaring sosial nampak lebih dekat dan nyata dibanding keberadaan tetangga. Orang-orang kemudian menjadi begitu terobsesi dengan dunia maya dan menarik diri dari lingkungan sosialnya. Muncul dalam komunitas *tokusatsu* ketika seorang penggemar memilih dengan sadar koleksi, gaya berpakaian, atau aktivitas tertentu yang menunjukkan keunikan atau kedalaman pengetahuan. Sebagai contoh, memilih hanya membeli merchandise dari era Showa atau mengenakan kostum karakter yang kurang dikenal publik menjadi bentuk *distingsi* yang memperkuat eksklusivitas dan keotentikan identitas penggemar. Gaya hidup kolektif dalam komunitas ini bukan hanya merupakan ekspresi dari kecintaan terhadap *tokusatsu*, tetapi juga terstruktur oleh dinamika simbolik yang membentuk hierarki, afiliasi budaya, dan prestise secara halus namun signifikan.

Gaya hidup kolektif dan komunal menunjukkan keterhubungan antarindividu yang saling tergantung dalam kehidupan komunitas. Anggota komunitas berbagi ruang, waktu, dan sumber daya untuk mendukung berbagai kegiatan seperti pertemuan rutin, acara bersama, atau pembagian tugas. Dalam gaya hidup komunal, kepentingan bersama sering kali lebih diutamakan dibandingkan kepentingan pribadi. Solidaritas menjadi nilai sentral yang menjaga kesinambungan komunitas dalam menjalankan praktik budaya secara bersama-sama. Dalam komunitas seperti Angkringan *Tokusatsu* Semarang, gaya hidup kolektif dan komunal tampak melalui kegiatan seperti nonton bareng, cosplay bersama, mengikuti event pop culture, dan diskusi tentang *tokusatsu*. Aktivitas-aktivitas ini tidak hanya menjadi ajang hiburan, tetapi juga media untuk

mempererat solidaritas, memperkuat jaringan sosial, serta membentuk identitas kolektif sebagai *tokufans*. Nilai kebersamaan, saling mendukung, dan berbagi pengetahuan menjadi fondasi utama yang memperkuat keberlangsungan komunitas ini.

Gaya hidup kolektif dan komunal dalam komunitas seperti Angkringan *Tokusatsu* Semarang tercermin melalui keterlibatan aktif para anggotanya dalam berbagai kegiatan bersama. Aktivitas seperti nonton bareng, cosplay, photoshoot bertema *tokusatsu* (potses), karaoke, hingga mengelola booth komunitas saat event-event budaya pop bukan hanya menjadi bentuk hiburan semata, melainkan juga sarana untuk membangun identitas kolektif. Identitas ini dibentuk dari simbol-simbol visual seperti kostum karakter, pose khas dari *serial tokusatsu*, hingga koleksi merchandise yang menjadi penanda visual dari afiliasi budaya yang dianut oleh komunitas.

Pengalaman emosional yang dibagikan bersama, seperti kegembiraan saat menyanyikan lagu tema *tokusatsu* dalam sesi karaoke atau kebersamaan saat menyusun booth komunitas, memperlihatkan bahwa gaya hidup kolektif ini juga menjadi sarana internalisasi nilai-nilai kebersamaan. Habitus yang terbentuk melalui pengalaman kolektif semacam ini terus direproduksi dalam kehidupan sehari-hari anggota komunitas, menjadikannya bagian dari disposisi sosial yang mendalam dan berkelanjutan. Gaya hidup komunal juga mencerminkan nilai solidaritas dan kohesi sosial. Dalam komunitas ini, anggota saling mendukung, menoleransi perbedaan, dan menjaga ruang aman bagi semua orang, baik laki-laki maupun perempuan, dari berbagai usia dan latar belakang. Praktik seperti karaoke bersama, buka puasa bersama lintas agama, serta gotong royong dalam menyusun booth atau membuat kostum *tokusatsu* menunjukkan adanya prinsip inklusivitas yang kuat.

Chaney (2002) melihat bahwa gaya hidup tidak hanya dijalani oleh individu secara terpisah, melainkan menjadi bagian dari proses kolektif di mana sekelompok orang berbagi nilai, makna, dan praktik yang sama. Ia menyebutkan bahwa gaya hidup sering terwujud melalui komunitas-komunitas kultural yang memberikan ruang bagi anggotanya untuk saling menguatkan identitas dan solidaritas sosial. Chaney(2002) menulis bahwa “gaya hidup yang dijalani bersama dapat menghasilkan komunitas makna, di mana identitas bukan hanya sesuatu yang bersifat personal, melainkan juga bagian dari narasi kolektif”. Melalui perspektif ini, gaya hidup komunal dipahami sebagai hasil dari interaksi sosial yang berulang dan bermakna. Gaya hidup tidak

terbentuk secara spontan, tetapi merupakan konstruksi budaya yang terus-menerus diciptakan melalui kebiasaan, simbol, dan praktik bersama dalam komunitas. Dalam komunitas penggemar seperti *tokusatsu*, Chaney (1996) melihat praktik-praktik seperti berkumpul, mengenakan kostum, hingga berbagi narasi fandom sebagai bentuk nyata dari gaya hidup kolektif yang memperkuat rasa kebersamaan dan afiliasi kultural

Gaya hidup kolektif dan komunal juga menciptakan batas simbolik antara “kami” dan “mereka”, yakni antara mereka yang berada dalam komunitas dengan mereka yang berada di luar. Dalam hal ini, gaya hidup menjadi instrumen penting dalam membangun solidaritas internal sekaligus menandai perbedaan sosial dengan kelompok lain. Chaney menyatakan bahwa “gaya hidup digunakan untuk merundingkan makna kebersamaan dan perbedaan” (Chaney, 1996). Oleh karena itu, gaya hidup kolektif bukan sekadar preferensi estetik, tetapi mekanisme simbolik yang penuh makna mendalam

1. Gathering Komunitas

Aktivitas gathering tidak hanya menjadi sarana rekreasi, melainkan juga ruang representasi identitas. Di dalamnya terdapat pola konsumsi media, estetika berpakaian seperti melalui cosplay, hingga bentuk ekspresi sosial lainnya seperti lomba henshin atau sesi diskusi. Semua aktivitas tersebut menjadi simbol atas pilihan gaya hidup yang menekankan kebersamaan, solidaritas, serta pencarian makna kolektif. Hal ini mencerminkan gagasan David Chaney bahwa gaya hidup bukan sekadar konsumsi individu, melainkan juga terkait erat dengan komunitas sosial yang lebih luas. Chaney menyatakan bahwa gaya hidup adalah “sebuah cara menggunakan artefak kehidupan sehari-hari untuk menceritakan siapa diri kita” (Chaney, 1996). Dalam konteks ini, aktivitas bersama seperti gathering menjadi media bagi anggota komunitas untuk mengekspresikan dan merayakan identitas kolektif mereka melalui simbol-simbol budaya populer.

Gathering juga memperkuat nilai-nilai inklusivitas dalam komunitas. Dalam komunitas Angkringan *Tokusatsu* Semarang, gathering mempertemukan individu dari berbagai latar belakang usia, gender, dan profesi. Perbedaan tersebut tidak menjadi penghalang, melainkan justru memperkaya dinamika komunitas. Gaya hidup penggemar *tokusatsu* yang bersifat cair memungkinkan siapa saja untuk terlibat, selama

mereka merasa terhubung dengan nilai dan simbol budaya *tokusatsu*. Hal ini sejalan dengan pandangan Chaney bahwa gaya hidup merupakan “kumpulan praktik yang dipilih dan dipertahankan untuk menegaskan identitas dalam komunitas makna” (Chaney, 2002). Dengan demikian, gathering bukan hanya tentang aktivitas bersama, tetapi juga tentang perayaan kebersamaan dan keterbukaan terhadap keberagaman dalam satu komunitas kultural.

Gambar 12 *Gathering* ANSATSU Pada 25 April 2025 di Kedai Mie Aceh



(Sumber : Dokumentasi Pribadi 2025)

Melalui gathering, gaya hidup para anggota komunitas tidak hanya terwujud dalam bentuk individual, tetapi dikonstruksi secara sosial melalui interaksi yang berulang. Pengalaman bersama seperti menyusun agenda gathering, menikmati acara karaoke, atau sekadar berbagi cerita seputar *tokusatsu* menjadi fondasi penting dalam pembentukan gaya hidup kolektif. Praktik ini selaras dengan pandangan Chaney yang melihat gaya hidup sebagai bentuk identitas yang dikonstruksi dalam ruang simbolik dan sosial yang dipilih secara sadar oleh individu. Seperti yang dijelaskan oleh sodara Tiara:

“Aku senang kalo ada gathering, soalnya jadi bisa ketemu temen-temen yang sehobi, terus walaupun aku perempuan, aku tetap disambut dan tidak dibeda-bedakan sama anggota yang lain, apalagi tiap dikomunitas ini perempuannya sedikit banget, tapi aku tetap senang karena tetap bisa merasakan keseruan dan keasikan dalam gathering” (Wawancara dengan Tiara sebagai anggota, 25/04/2025).”

Pernyataan Tiara tentang kesenangannya mengikuti gathering komunitas *tokusatsu* mengandung makna yang lebih dalam dari sekadar aktivitas berkumpul. Gaya hidup tidak semata-mata ditentukan oleh tindakan konsumsi yang bersifat material, tetapi juga oleh pilihan-pilihan simbolik yang merefleksikan identitas personal dan kolektif individu. Gathering, dalam hal ini, menjadi bagian dari praktik sosial yang

memiliki fungsi simbolik sebagai sarana membangun solidaritas, memperkuat afiliasi kultural, serta mengukuhkan posisi diri di dalam komunitas.

Chaney (1996) Gaya hidup menjadi kontruksi identitas yang dikelola secara sadar oleh individu melalui aktivitas-aktivitas yang memiliki makna sosial. Kegiatan seperti gathering komunitas penggemar *tokusatsu* merupakan ruang simbolik di mana identitas seseorang dapat dinegosiasikan, dirayakan, dan diakui. Tiara, sebagai seorang perempuan dalam komunitas yang didominasi oleh laki-laki, menjadikan gathering bukan hanya sebagai tempat rekreasi, tetapi juga sebagai platform afirmasi diri bahwa meskipun menjadi minoritas gender, dia tetap merasa diterima, tidak dibedakan, dan memperoleh pengalaman sosial yang menyenangkan. Gaya hidup dapat di identikkan sebagai bentuk ekspresi simbolik untuk menampilkan identitas diri atau identitas kelompok. Nilai-nilai sosial dan budaya menjadi faktor penting dalam membentuk pilihan-pilihan ekspresif (Antika, 2020). Keterlibatan Tiara dalam gathering komunitas ANSATSU merupakan bentuk ekspresi dari identitas sosial yang dibangun melalui pengalaman kolektif. Tiara mengisi kesehariannya dengan aktivitas yang mencerminkan ketertarikan, solidaritas, dan keterhubungan emosional dengan komunitas.

Gathering ANSATSU yang diikuti Tiara merupakan bentuk aktualisasi dari gaya hidup simbolik yang menekankan ekspresi diri, penerimaan sosial, serta pembentukan identitas kolektif. Aktivitas tersebut menjadi medium di mana nilai-nilai kebersamaan, kesetaraan gender, dan kebahagiaan personal dilebur ke dalam praktik gaya hidup sehari-hari yang merefleksikan dinamika komunitas dan budaya populer.

Berhoph merupakan seorang mahasiswa asal Kalimantan yang merantau ke Kota Semarang untuk melanjutkan pendidikan sarjananya. Dalam kesehariannya di Kota Semarang tidak memiliki sanak saudara maupun keluarga yang mendampingi sehingga membuatnya merasa cukup asing dan sendiri. Namun keikutsertaannya dalam komunitas *tokusatsu* khususnya melalui kegiatan gathering menjadi sarana penting untuk membangun relasi sosial. Berhoph merasa sangat terbantu dengan keberadaan komunitas ini karena melalui pertemuan rutin tersebut mampu menjalin pertemanan baru dengan orang-orang yang memiliki ketertarikan yang sama dengannya. Dengan demikian komunitas *tokusatsu* tidak hanya berperan sebagai ruang berbagi hobi tetapi juga menjadi wadah yang memberikan dukungan sosial dan rasa keterikatan bagi

individu yang sedang beradaptasi di lingkungan baru (Wawancara dengan Berhoph sebagai anggota, 25/04/2025).

Pengalaman Berhoph sebagai perantau yang menemukan kenyamanan dan keterhubungan sosial melalui komunitas *tokusatsu* mencerminkan bagaimana gaya hidup dalam masyarakat modern tidak hanya terkait dengan konsumsi hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai mekanisme untuk membentuk identitas diri dan memperkuat ikatan sosial. Gaya hidup dipandang sebagai seperangkat praktik simbolik yang dipilih oleh individu untuk menegaskan keberadaan mereka dalam masyarakat yang semakin kompleks dan terfragmentasi. Pilihan untuk bergabung dengan komunitas penggemar *tokusatsu* bukanlah tindakan yang netral atau semata-mata berdasarkan minat pribadi, tetapi merupakan bentuk ekspresi dari upaya individu untuk membentuk ruang sosial yang bermakna bagi dirinya.

Chaney (1996) menjelaskan bahwa dalam era modern, individu membangun identitasnya bukan hanya dari faktor struktural seperti pekerjaan atau status keluarga, tetapi juga dari aktivitas kultural yang dipilih secara sadar. Gaya hidup bukan hanya soal preferensi konsumsi, melainkan juga menyangkut cara individu mengisi kesehariannya, mengekspresikan dirinya, dan menjalin hubungan dengan lingkungan sosialnya (Aprillia, 2021). Aktivitas seperti menghadiri gathering komunitas menjadi bagian dari "estetisasi kehidupan sehari-hari", merupakan proses di mana aktivitas rutin diberi makna simbolik dan emosional melalui partisipasi budaya populer. Gathering komunitas bukan hanya forum berbagi hobi, melainkan juga menjadi ruang emosional untuk meredakan rasa kesepian akibat jauh dari kampung halaman. Dengan kata lain, komunitas menjadi semacam "ruang aman" (safe space) tempat dirinya dapat menegosiasikan identitas sebagai perantau sekaligus penggemar budaya Jepang, khususnya *tokusatsu*.

Gaya hidup dapat dilihat sebagai bentuk simbolik untuk menunjukkan identitas diri maupun kelompok. Komunitas *tokusatsu*, dalam hal ini, menjadi representasi dari gaya hidup kolektif yang tidak hanya berisi aktivitas hiburan, tetapi juga sarana konstruksi identitas dan solidaritas. Dengan mengikuti gathering dan aktif berinteraksi, Berhoph memperluas jejaring sosialnya, membentuk pemaknaan baru atas kehidupannya sebagai perantau, dan menegaskan eksistensinya dalam ruang budaya yang ia pilih sendiri. Pengalaman Berhoph memperlihatkan bahwa gaya hidup dalam

komunitas ANSATSU bukanlah aktivitas yang bersifat permukaan atau dangkal. Ia menjadi sarana untuk menjalani kehidupan yang bermakna secara emosional dan sosial.

2. Karaoke Komunitas

Kegiatan karaoke dalam komunitas Angkringan *Tokusatsu* Semarang menjadi salah satu agenda yang dinanti-nantikan oleh para anggotanya. Kegiatan ini bukan hanya menjadi ajang hiburan semata, tetapi juga sarana untuk mempererat hubungan antaranggota komunitas. Dalam suasana santai dan penuh keceriaan, para anggota bebas mengekspresikan diri mereka melalui lagu-lagu favorit, baik yang bertemakan *tokusatsu* maupun lagu-lagu dari genre lain. Kebebasan ini menjadikan suasana karaoke inklusif dan terbuka bagi siapa saja, tanpa memandang latar belakang atau kemampuan bernyanyi. Dalam hal ini, aktivitas budaya seperti karaoke dapat dipahami sebagai bagian dari ekspresi gaya hidup yang mencerminkan identitas simbolik, sebagaimana dijelaskan oleh Chaney bahwa individu dalam masyarakat modern secara sadar memilih bentuk-bentuk budaya untuk menegaskan identitas sosial mereka (Chaney 1996).

Kartiko (2024) menjelaskan kegiatan karaoke secara tidak langsung meningkatkan rasa kebersamaan dan solidaritas yang terbangung antaranggota atau lingkaran pertemanan, karaoke mengekspresikan dalam diri sendiri, membuat orang disekitar kita dapat membangung rasa kesamaan atau rasa menegerti bahwa kita orangnya kita seperti apa lewat lagu yang kita nyanyikan dan kita bawakan, walaupun terlihat sepela karaoke juga salah satu kegiatan untuk menghilangkan stress yang menumpuk dalam keseharian beraktifitas dan diluapkan dalam bernyanyi bersama. Selain menjadi sarana ekspresi diri, kegiatan karaoke juga memperlihatkan dinamika sosial yang khas dalam komunitas. Proses pengundian giliran tampil, misalnya, menunjukkan adanya sistem yang adil dan saling menghargai di antara anggota. Meskipun mayoritas anggota yang ikut serta adalah laki-laki, anggota perempuan tetap diberi ruang untuk tampil dan merasa dihargai. Hal ini mencerminkan semangat kesetaraan dan kebersamaan yang dijunjung tinggi dalam komunitas.

Gambar 13 Karaoke Komunitas pada 12 Mei 2025



(Sumber: Dokumetasi Pribadi 2025)

Di luar aspek hiburan, karaoke juga menjadi medium untuk memahami ekspresi emosional masing-masing anggota. Misalnya, ketika seseorang memilih lagu-lagu bertema galau atau emosional, anggota lain dapat mengenali suasana hati yang bersangkutan. Dalam konteks ini, karaoke berperan sebagai media komunikasi tak langsung yang membangun empati di antara anggota. Maka, kegiatan ini bukan sekadar hiburan, tetapi juga cerminan dari gaya hidup kolektif dan komunal yang dijalani para penggemar tokusatsu di komunitas tersebut. Seperti yang telah dijelaskan oleh sodara Candra:

“Agenda Karaoke ini terbiang biasanya dilakukan setiap beberapa bulan sekali, karena menyesuaikan jadwal yang lain juga, biar banyak yang ikut dan banyak yang patungan, walaupun kita memang komunitas *tokusatsu*, tapi di karaoke ini boleh menyanyikan lagu bebas kok, tapi tetap ada saja anggota yang menyanyikan lagu *tokusatsu*, dan saat itu dinyanyikan kita jadi ikut bernyanyi bersama” (Wawancara dengan Candra sebagai Ketua, 25/04/2025).

Agenda karaoke yang diselenggarakan secara berkala oleh ANSATSU seperti yang dijelaskan oleh Candra bukan sekadar menjadi bentuk hiburan kolektif, tetapi juga mengandung dimensi sosial dan simbolik yang penting dalam pembentukan dan pemeliharaan gaya hidup komunitas. Gaya hidup dipahami sebagai seperangkat praktik simbolik yang dipilih secara sadar oleh individu atau kelompok untuk mengekspresikan identitas, membangun makna, serta menunjukkan afiliasi sosial dan kultural dalam kehidupan sehari-hari (Chaney, 1996). Gaya hidup merupakan praktik dan sikap yang masuk akal dalam konteks sosial tertentu. Artinya, tindakan seperti berpartisipasi dalam karaoke komunitas bukanlah sesuatu yang dilakukan secara sembarangan, melainkan telah melalui pertimbangan sosial (Nuripah, 2023). Aktivitas ini menjadi bagian dari

strategi sosial anggota komunitas dalam membangun persepsi positif tentang kelompok mereka, di mana interaksi yang terjadi selama karaoke turut menciptakan citra komunitas yang inklusif, solid, dan menyenangkan.

Aktivitas karaoke ini, meskipun bersifat santai dan fleksibel, justru memperlihatkan bagaimana komunitas menciptakan ruang bagi anggota-anggotanya untuk menegosiasikan identitas dan memperkuat solidaritas melalui pengalaman bersama. Fakta bahwa anggota diperbolehkan menyanyikan lagu di luar tema *tokusatsu* menunjukkan adanya kelenturan dan inklusivitas dalam komunitas tersebut. Namun, pada saat lagu *tokusatsu* dinyanyikan dan seluruh anggota ikut bernyanyi bersama, terjadi sebuah momen yang merefleksikan kesadaran kolektif serta keterikatan emosional terhadap simbol-simbol budaya populer yang mereka cintai.

Kegiatan ini juga merupakan bentuk estetisasi kehidupan sehari-hari, sebagaimana dikemukakan Chaney (1996), di mana tindakan rutin seperti bernyanyi bersama dalam karaoke diberi makna estetis dan simbolik yang memperkuat rasa kebersamaan. Karaoke menjadi arena simbolik di mana gaya hidup komunitas tidak hanya dipraktikkan, tetapi juga dirayakan. Di sinilah aspek gaya hidup tidak hanya tampil sebagai pola konsumsi pasif, tetapi sebagai tindakan aktif yang bermakna, yang melibatkan rasa, ekspresi, dan interaksi sosial.

Aktivitas karaoke yang dilakukan komunitas *tokusatsu* tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi merupakan representasi dari gaya hidup kolektif yang dipraktikkan secara simbolik, emosional, dan sosial. Ini menegaskan bahwa gaya hidup komunitas tidak terbentuk secara kebetulan, tetapi merupakan hasil dari interaksi kompleks antara pilihan individu, nilai-nilai budaya, dan dinamika sosial yang dijalani bersama.

Bowo mengaku bahwa dirinya sebenarnya bukan orang yang pandai bernyanyi, namun ia tetap ingin berpartisipasi dalam kegiatan karaoke komunitas. Bowo menyatakan, “Aku ini termasuk orang yang gak bisa nyanyi, tapi pengen nyanyi,” meskipun suara nyanyiannya tidak bagus dan bahkan membuat teman-temannya “menderita mendengarkan aku menyanyi.” Namun, Bowo merasa diterima dengan baik oleh anggota lain karena mereka “tetap memperbolehkan aku ikut kegiatan ini walaupun suara ku tidak bagus.” Baginya, yang terpenting bukanlah kualitas suara,

melainkan “kebersamaannya dan suasananya” yang tercipta selama acara karaoke tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa dalam komunitas tersebut, nilai kolektivitas dan kehangatan bersama jauh lebih dihargai dibandingkan dengan kesempurnaan teknis atau performa individu (Wawancara dengan Bowo sebagai anggota, 27/04/2025).

Pernyataan Bowo mengenai keikutsertaannya dalam kegiatan karaoke komunitas, meskipun ia mengakui tidak memiliki kemampuan menyanyi yang baik, merupakan bentuk nyata dari bagaimana praktik gaya hidup tidak selalu ditentukan oleh kemampuan teknis atau keterampilan individu, melainkan oleh semangat partisipatif dan nilai simbolik dari keterlibatan sosial. Gaya hidup dipahami sebagai pola konsumsi, kegiatan, dan simbolisme yang secara sadar dipilih individu untuk mengekspresikan identitasnya di masyarakat modern. Chaney (1996) menekankan bahwa gaya hidup bukan hanya tentang barang-barang yang dikonsumsi, tetapi juga mengenai bagaimana individu menempatkan diri dalam jaringan makna sosial melalui praktik dan interaksi keseharian. Gaya hidup bukan hanya merupakan ekspresi individu yang bersifat estetis atau konsumtif, tetapi juga mencerminkan praktik sosial yang masuk akal dalam konteks tertentu (Nuripah, 2023). Keikutsertaan Bowo dalam kegiatan karaoke komunitas meskipun ia merasa kurang memiliki kemampuan bernyanyi merupakan contoh konkret dari bagaimana gaya hidup terbentuk melalui pemaknaan sosial dan bukan semata-mata oleh keterampilan atau performa.

Keputusan Bowo untuk tetap mengikuti karaoke meskipun tidak merasa pandai bernyanyi merupakan bentuk ekspresi gaya hidup yang menekankan pada *partisipasi kolektif* sebagai nilai utama. Ia tidak mencari validasi berdasarkan performa, melainkan menjadikan partisipasi tersebut sebagai bagian dari upaya untuk terhubung secara emosional dan sosial dengan komunitasnya. Hal ini sejalan dengan gagasan Chaney (1996) bahwa gaya hidup dalam masyarakat kontemporer tidak hanya dibentuk oleh pilihan individu secara estetis atau material, tetapi juga oleh kebutuhan untuk membentuk makna dalam ruang sosial yang lebih luas. Gaya hidup juga merupakan hasil dari pertimbangan sosial yang mencerminkan bagaimana seseorang ingin dilihat dan diterima dalam suatu komunitas (Nuripah, 2023). Keputusan Bowo untuk tetap berpartisipasi adalah bagian dari upaya untuk mempertahankan dan memperkuat relasi sosial yang telah ia bangun dalam komunitas *tokusatsu*. Ia tidak memosisikan dirinya sebagai penikmat pasif, tetapi sebagai partisipan aktif dalam jaringan sosial tersebut.

Tindakan ini mencerminkan bentuk gaya hidup yang tidak hanya bersifat simbolik, tetapi juga strategis, karena melibatkan pemikiran tentang bagaimana tindakan tersebut akan memperkuat rasa kebersamaan dan solidaritas di dalam komunitas.

3. Buka Bersama saat Ramadhan

Kegiatan buka bersama yang diselenggarakan oleh komunitas Angkringan *Tokusatsu* Semarang menjadi salah satu momen penting yang memperlihatkan semangat kebersamaan dan inklusivitas di antara para anggotanya. Meskipun acara ini berlangsung dalam konteks bulan Ramadan dan mayoritas dihadiri oleh anggota yang beragama Islam, kegiatan ini tidak bersifat eksklusif. Anggota yang berasal dari latar belakang agama lain tetap diundang dan diterima dengan hangat untuk ikut serta dalam suasana kebersamaan. Kegiatan buka bersama yang diselenggarakan oleh komunitas Angkringan *Tokusatsu* Semarang menjadi salah satu momen penting yang memperlihatkan semangat kebersamaan dan inklusivitas di antara para anggotanya. Meskipun acara ini berlangsung dalam konteks bulan Ramadan dan mayoritas dihadiri oleh anggota yang beragama Islam, kegiatan ini tidak bersifat eksklusif. Anggota yang berasal dari latar belakang agama lain tetap diundang dan diterima dengan hangat untuk ikut serta dalam suasana kebersamaan.

Pritantia (2021) menjelaskan perbedaan agama ini sebagai wujud toleransi yang dititipkan dan diwariskan secara turun temurun dari nenek moyang. Sikap toleransi dalam perbedaan ini menjadi salah satu kekuatan dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Untuk terwujudnya hubungan yang harmonis antar umat beragama adalah filosofi mengenai pendidikan agama era multireligius dan era multikultural seperti yang terjadi di tanah air perlu terus menerus dikembangkan dan dirumuskan oleh berbagai pihak yang berkompeten dengan kebudayaan dan agama ini menjadikan Pancasila sebagai ideologi bangsa dan diwujudkan dengan tingginya toleransi sebagai dasar dalam hubungan sosial masyarakat.

Dalam kehidupan warga negara ini hubungan antar individu ataupun antar kelompok merupakan suatu aspek kehidupan yang tidak dapat dihilangkan. Dalam hubungan ini ada yang dinamakan pola hubungan sosial yang merupakan suatu ketergantungan antar manusia atau saling membutuhkannya dalam melaksanakan kehidupan. Manusia lahir dan memulai kehidupan sudah menjadi bagian dari

kelompok sosial yaitu kelompok terkecil yang ada dimasyarakat yang dinamakan dengan keluarga. Sebagai anggota keluarga, sebagai seseorang yang lahir disuatu tempat dan akan menjadi warga salah satu umat agama, warga suatu suku bangsa atau kelompok etnik dan lain sebagainya yang biasanya mengikuti dari orang tuanya Seperti yang dijelaskan oleh Berhoph

“Walaupun aku non muslim, kegiatan ini tetap bisa aku hadiri, karena kegiatan ini sebenarnya mirip-mirip gathering pada umumnya, Cuma perbedaan dibulan puasa dan yang lain berpuasa aku tidak, tetapi aku tetap menghargai mereka yang sedang menjalankan, aku senang sih punya temen yang memiliki berbagai amcam keberagaman yang tidak sama dengan aku”(Wawancara dengan Berhoph sebagai anggota, 25/04/2025).

Gaya hidup bukanlah produk pasif dari struktur sosial, melainkan hasil dari praktik aktif individu dalam memilih, menyusun, dan menampilkan identitas mereka melalui aktivitas keseharian dan keterlibatan dalam jaringan sosial tertentu. Gaya hidup dilihat sebagai pernyataan identitas yang terus-menerus dirundingkan dalam konteks sosial yang dinamis (Chaney, 1996). Berhoph yang memilih untuk tetap hadir dalam kegiatan komunitas meskipun kegiatan tersebut berada dalam konteks bulan Ramadan yang secara ritual tidak dia ikuti menunjukkan bahwa gaya hidup komunitas ini memberi ruang bagi keberagaman dan fleksibilitas dalam praktik partisipasi. Keputusan Berhoph tidak hanya merupakan bentuk partisipasi budaya, tetapi juga cerminan dari nilai toleransi sebagai bagian integral dari gaya hidup komunitas tersebut. Gaya hidup tidak pernah berlangsung dalam ruang yang netral atau seragam. Gaya hidup merupakan pola tindakan dan pemaknaan yang dijalani secara reflektif oleh individu berdasarkan nilai, preferensi, dan konteks sosial tempat dia berada (Aprillia, 2021). Dalam hal ini, tindakan Berhoph mencerminkan bentuk gaya hidup reflektif yang mempertimbangkan keberadaan orang lain dan menempatkan solidaritas sosial sebagai nilai penting yang membentuk interaksi dalam komunitas.

Situasi yang dialami Berhoph juga mencerminkan apa yang dikemukakan Chaney (1996) mengenai gaya hidup sebagai arena sosial yang memungkinkan terbentuknya solidaritas melalui konsumsi simbolik yang dibagi bersama. Meskipun nilai-nilai utama dalam komunitas Angkringan *Tokusatsu* Semarang berasal dari kesamaan minat terhadap *tokusatsu*, kegiatan yang dijalankan oleh komunitas tidak kaku dan tetap terbuka terhadap bentuk-bentuk perbedaan yang lain. Keberagaman dan perbedaan dalam komunitas bukanlah penghalang, melainkan sumber daya sosial yang

memperkaya pengalaman individu dan memperkuat kohesi kelompok (Aprillia, 2021). Kehadiran Berhoph dalam kegiatan komunitas menjadi semacam “simbol sosial” yang menunjukkan bahwa partisipasi tidak harus selalu linier dengan identitas agama, tetapi dapat bersandar pada prinsip kebersamaan, rasa saling menghormati, dan semangat kolektif. Dengan demikian, gaya hidup yang dijalani Berhoph merupakan contoh konkret dari gaya hidup inklusif yang tidak bersandar pada eksklusivitas identitas, tetapi pada keterlibatan aktif dalam jaringan sosial yang plural dan cair.

Hal ini juga menunjukkan bahwa komunitas ANSATSU tidak hanya berfungsi sebagai ruang berbagi minat terhadap budaya populer Jepang, tetapi juga sebagai ruang perjumpaan sosial yang memungkinkan berbagai identitas dan latar belakang untuk saling berinteraksi dan membentuk solidaritas baru. Gaya hidup dalam komunitas ini, sebagaimana dicontohkan oleh Berhoph, menjadi wadah penting untuk merawat nilai multikulturalisme, menghargai perbedaan, dan membangun kesetaraan dalam ruang sosial yang dinamis dan terbuka.

C. Gaya Hidup Digital *Tokufans*

Gaya hidup digital *tokufans*, penggemar *tokusatsu*, merupakan bentuk adaptasi dan ekspresi penggemar terhadap budaya populer Jepang melalui berbagai platform digital seperti Instagram, Twitter, TikTok, dan Facebook. *Tokufans* aktif berbagi konten mulai dari koleksi mainan, hasil cosplay, ulasan episode terbaru, hingga diskusi ringan seputar teori cerita. Kehadiran platform ini memungkinkan mereka membangun jejaring sosial yang luas, tidak hanya secara lokal, tetapi juga lintas kota dan bahkan negara. Selain berbagi konten, gaya hidup digital *tokufans* juga ditandai dengan keterlibatan dalam forum online dan grup komunitas daring seperti Discord, Reddit, WhatsApp, dan Telegram. Melalui ruang digital ini, mereka dapat berdiskusi mendalam, bertukar informasi rilis baru, dan merencanakan kegiatan offline seperti gathering atau nonton bareng, yang memperkuat identitas kolektif komunitas serta memungkinkan kolaborasi lintas wilayah secara efisien.

Nruhayatu (2021) menjelaskan bahwa aplikasi digital merupakan keberhasilan teknologi yang dapat dirasakan oleh semua orang, sebab penggunaan dan penerapannya mudah untuk dilakukan bagi manusia modern atau masyarakat kota. Masyarakat Kota banyak menghabiskan waktu dengan perangkat digital, sehingga membutuhkan internet

untuk menjalakkannya. Meningkatnya jumlah pengguna internet ditandai dengan menjamurnya program aplikasi yang berjalan seiring diproduksinya *smarthphone* dengan *operating system (os)* yang semakin mendekatkan diri pada kehidupan manusia ditujukan demi kemudahan dan kenyamanan penggunaanya, tidak dapat dipungkiri bahwa dengan berkembangnya teknologi yang semakin cepat, aplikasi digital seperti facebook, instagram dan discord dapat menarik banyak individu untuk menggunakannya sebagai sarana untuk hiburan ataupun memperluas jaringan sosial lewat dunia maya.

Dalam komunitas ANSATSU, gaya hidup digital tercermin dari bagaimana anggota membentuk identitas melalui aktivitas media sosial seperti mengunggah video bertema *tokusatsu*, foto cosplay, berdiskusi daring, hingga membuat konten dengan elemen-elemen khas *tokusatsu*. Identitas yang ditampilkan ini bukan selalu mencerminkan kehidupan nyata, melainkan konstruksi simbolik yang menciptakan realitas alternatif. Misalnya, seorang anggota lebih dikenal melalui akun media sosial yang dipenuhi citra karakter *tokusatsu*, editan visual, atau kutipan pahlawan yang mewakili nilai komunitas. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup digital *tokufans* merupakan konsumsi simbol budaya yang dipertukarkan dalam ruang simulasi. Simbol-simbol seperti *Kamen Rider*, *Super Sentai*, dan *Ultraman* tidak hanya menjadi objek tontonan, tetapi bagian dari identitas sosial yang dibentuk dan dipelihara secara digital. Chaney melihat gaya hidup sebagai pilihan simbolik yang dipraktikkan secara sadar untuk mengekspresikan identitas sosial dan budaya (Chaney, 1996). Gaya hidup bukan hanya aktivitas sehari-hari, tetapi bagaimana individu secara aktif memilih, membentuk, dan menampilkan dirinya dalam kerangka budaya tertentu.

Melalui aktivitas daring seperti memposting konten *tokusatsu*, berdiskusi di forum komunitas, berbagi koleksi mainan atau cosplay di media sosial, individu tidak hanya menjalani hobi, tetapi membentuk gaya hidup digital yang menunjukkan nilai, afiliasi sosial, dan citra diri. Chaney menyebut gaya hidup sebagai “strategi simbolik dalam membangun makna tentang siapa kita dan di mana posisi kita dalam dunia sosial” (Chaney, 1996). Dalam ruang digital, strategi ini terlihat melalui pilihan konten, visualisasi identitas, dan keterlibatan dalam komunitas online yang bersifat performatif. Media sosial memungkinkan individu menampilkan “versi terbaik” dari diri mereka,

yang kadang lebih merupakan representasi ideal daripada kenyataan, namun tetap bagian dari praktik gaya hidup simbolik yang digambarkan oleh Chaney.

1. Discord Komunitas

Platform media sosial yang populer adalah Discord, sebuah aplikasi yang awalnya dikembangkan untuk para gamer, namun kini digunakan oleh berbagai komunitas untuk berbagai tujuan seperti pendidikan, bisnis, dan hobi. Discord menawarkan berbagai fitur komunikasi, mulai dari teks, suara, hingga video, yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dalam berbagai cara. Pada platform ini, terdapat server yang berfungsi sebagai ruang komunikasi komunitas, di mana anggota dapat berpartisipasi dalam berbagai channel sesuai dengan minat atau topik. Roles atau peran juga menjadi elemen penting dalam pengaturan dinamika komunikasi, karena memungkinkan adanya hierarki dan pembagian tugas di dalam komunitas. Pola komunikasi dalam Discord itu unik karena melibatkan kombinasi antara percakapan berbasis teks, audio, penggunaan emoji, meme, dan bot otomatis yang berinteraksi dengan pengguna. Interaksi ini tidak hanya memperkuat hubungan antar anggota, tetapi juga menciptakan identitas dan budaya komunikasi yang khas dalam setiap komunitas. Oleh karena itu, memahami pola komunikasi dalam Discord memberikan wawasan penting tentang bagaimana masyarakat beradaptasi dan berinteraksi dalam ruang digital. Dengan meningkatnya penggunaan media sosial untuk berinteraksi, baik dalam kehidupan pribadi maupun profesional, memahami bagaimana komunikasi berlangsung di platform seperti Discord sangat relevan. Platform ini menjadi ruang utama untuk komunitas digital yang terus berkembang, sehingga pola komunikasi yang terbentuk di dalamnya dapat mencerminkan tren komunikasi masa depan. Berbeda dengan platform media sosial lainnya seperti Facebook atau Instagram, Discord memungkinkan interaksi yang lebih mendalam dan terstruktur, terutama karena adanya fitur server dan *channel*.

Perkembangan teknologi dan era digital telah mengubah cara kerja kehumasan atau public relations. Oleh karena itu, perlu mengetahui bagaimana media sosial mempengaruhi kehidupan dan memilih alat yang tepat untuk digunakan. Ibrahim Adnan (2022) menyatakan bahwasanya Discord menyediakan banyak fasilitas bagi pengguna dalam berinteraksi di dalam Server. Dalam Server, tak hanya dapat mengirim kiriman berupa tulisan saja, pengguna juga dapat membagikan kiriman berupa gambar,

video, tautan pada halaman web lain hingga membagikan kiriman yang berasal dari akun discord milik orang lain atau bahkan miliknya sendiri. Discord berfungsi sebagai ruang sosial digital yang krusial untuk membangun dan memelihara solidaritas kolektif. Sebagai ruang komunikasi yang bersifat daring dan lintas batas geografis, Discord memungkinkan anggota komunitas dari berbagai kota atau bahkan negara untuk tetap terhubung dan aktif berpartisipasi dalam berbagai aktivitas komunitas. Diskusi intensif mengenai episode terbaru, sharing koleksi mainan, koordinasi acara gathering, hingga kolaborasi produksi konten kreatif dapat berlangsung secara efisien di platform ini. Hal ini mengokohkan posisi Discord sebagai ruang simbolik yang tidak hanya menyatukan anggota secara sosial, tetapi juga membentuk identitas kolektif melalui praktik komunikasi dan aktivitas bersama yang berulang dan bermakna.

Keberadaan Discord mencerminkan fenomena gaya hidup digital yang menurut David Chaney (1996) adalah sebuah serangkaian pilihan simbolik yang dipraktikkan secara sadar oleh individu atau kelompok untuk mengekspresikan identitas sosial dan budaya mereka. Penggunaan Discord dalam komunitas ANSATSU tidak sekadar sarana komunikasi, melainkan juga merupakan ekspresi gaya hidup digital yang menegaskan afiliasi sosial, nilai-nilai kolektif, serta citra diri anggota komunitas. Media ini memungkinkan penggemar untuk menampilkan “versi terbaik” dari diri mereka dalam lingkungan sosial yang mereka pilih, yang sering kali merupakan representasi simbolik ideal dari identitas mereka dalam komunitas.

Discord berperan ganda sebagai alat teknologi komunikasi sekaligus ruang sosial budaya yang memungkinkan komunitas ANSATSU untuk memperkuat kohesi internal dan mengembangkan identitas kolektif dalam konteks gaya hidup digital yang semakin mendominasi interaksi sosial masa kini. Platform ini membantu memelihara jaringan sosial yang solid dan inklusif, memperkuat solidaritas di antara anggota, serta menyediakan ruang untuk negosiasi dan inovasi sosial yang dinamis dalam komunitas.

Gambar 14 Discord Komunitas pada tanggal 10 Mei 2025



(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Setelah selesai event pada tanggal 10 Mei, malamnya salah satu anggota komunitas mengajak para anggota mengajak untuk discordan, dan terlihat jelas dalam dokumentasi banyak yang bergabung, karena ada beberapa anggota yang tidak hadir dalam event tersebut, jadi mereka memiliki rasa ingin tau keseruan event yang tadi berlangsung, setelah pembicaraan tentang event biasanya di Discord membahas hal-hal yang sangat tidak menentu alias ngalor ngidul kemana saja, apa saja dibahas, tapi biasanya selalu ada hubungannya dengan *tokusatsu*, biasanya juga berdiscordan dimalam hari habis isya sampai tengah malam atau lewat, karena untuk pagi dan siang sampai sore biasanya setiap anggota punya kegiatan dan kesibukkan masing-masing dan akhirnya memiliki waktu luang dia malam hari saja.

Dengan segala kemudahannya, Discord tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga ruang sosial digital yang memperkuat solidaritas dan keterlibatan antaranggota komunitas. Bagi komunitas yang anggotanya tersebar di berbagai kota bahkan negara, Discord menjadi solusi efektif untuk mempertahankan ikatan komunitas serta memperluas jejaring antarpenggemar yang memiliki semangat dan kecintaan yang sama terhadap hobinya. Seperti yang dijelaskan oleh Hils:

“Karena waktu ku di Semarang sudah habis, aku kembali ke Banjarmasin, tapi dengan adanya Discord komunitas ini, aku jadi bisa tetap mengobrol dengan para anggota-anggota yang lain, tanpa harus bertemu secara langsung, dengan discord ini sangat mengobati rasa kangen aku dengan komunitas ini, aku gak tau kapan bisa kembali ke Semarang lagi”(Wawancara dengan Hils sebagai anggota, 18/04/2025).

Pernyataan Hils mencerminkan sebuah fenomena gaya hidup kontemporer di mana keterikatan sosial dan identitas komunitas tidak lagi bergantung sepenuhnya pada kehadiran fisik atau pertemuan tatap muka. Dalam wawancara tersebut, Hils

menyampaikan bahwa walaupun ia telah kembali ke Banjarmasin dan secara geografis telah berjarak dari ANSATSU Semarang, ia tetap dapat merasa terhubung secara emosional dan sosial melalui platform Discord. Kalimat seperti “aku jadi bisa tetap mengobrol dengan para anggota-anggota yang lain” dan “mengobati rasa kangen aku dengan komunitas ini” mengindikasikan bahwa media digital telah menjadi perpanjangan dari ruang sosial komunitas tersebut.

Gaya hidup merupakan cara seseorang menyusun narasi diri dan membangun makna identitas melalui pilihan-pilihan aktivitas, hubungan sosial, dan konsumsi simbolik dalam kehidupan sehari-hari (Chaney, 1996). Dalam konteks ini, Discord menjadi bagian dari gaya hidup Hils karena dia memilih untuk tetap terlibat dalam komunitas meskipun tidak hadir secara fisik. Ini menunjukkan bahwa gaya hidup tidak selalu melekat pada ruang atau waktu tertentu, melainkan dapat diperluas dan dikonstruksi melalui media digital sebagai medium ekspresi dan afiliasi simbolik. Gaya hidup terbentuk dari hal-hal yang kita konsumsi terus-menerus. Dalam hal ini, penggunaan Discord oleh Hils merupakan bentuk konsumsi berbasis teknologi informasi yang menjawab kebutuhan sosialnya (Nurhayati, 2021). Penggunaan media sosial atau aplikasi daring seperti Discord tidak lagi hanya dilihat sebagai alat bantu, melainkan sebagai ruang sosial baru yang menyatu dalam keseharian dan pola hidup pengguna.

Gaya hidup seperti ini juga mencerminkan apa yang disebut Chaney sebagai "cultural intermediaries" yakni peran media dan teknologi dalam memediasi bentuk-bentuk interaksi sosial dan simbolik antarindividu dalam masyarakat modern. Discord, sebagai ruang virtual, tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga menjadi arena di mana identitas kolektif dan solidaritas komunitas tetap dipertahankan secara aktif melalui percakapan, diskusi, dan berbagai aktivitas daring yang menggantikan pertemuan fisik. Discord bukan hanya platform teknologi, tetapi menjadi bagian dari konsumsi simbolik yang membentuk dan memperkuat gaya hidup komunitas, konsumsi yang dilakukan secara terus-menerus akan membentuk kebiasaan dan pada akhirnya menciptakan gaya hidup yang khas. Maka, penggunaan media digital secara rutin oleh ANSATSU dalam menjaga konektivitas sosial, mencerminkan bagaimana teknologi telah menjadi bagian inheren dari pembentukan identitas dan solidaritas kelompok (Nurhayati, 2021).

Deka menjelaskan bahwa ketika merasa bosan atau kesepian, dia biasanya mengajak teman-temannya untuk bergabung di Discord dengan mengirim pesan ajakan melalui grup WhatsApp. Meskipun tidak semua anggota merespons ajakannya, Deka tetap masuk ke Discord dan biasanya beberapa teman akan bergabung dengan sendirinya. Menurutnya, Discord sangat membantu mengatasi rasa bosan dan kesepian karena di sana ia bisa berinteraksi dan mengobrol dengan teman-teman komunitas. Aktivitas di Discord sering berlangsung hingga larut malam, sekitar pukul 1 dini hari, terutama jika ia masih belum mengantuk (Wawancara dengan Deka, 27/04/2025).

Pengalaman Deka dalam memanfaatkan Discord sebagai sarana untuk mengatasi kebosanan dan kesepian tidak hanya menggambarkan penggunaan teknologi sebagai alat komunikasi, tetapi juga mencerminkan konstruksi gaya hidup kontemporer yang erat kaitannya dengan perkembangan ruang sosial digital. Dalam perspektif David Chaney (1996), gaya hidup adalah pola yang dipilih individu untuk mengekspresikan identitas diri, bukan hanya melalui konsumsi barang atau jasa, tetapi juga melalui keterlibatan dalam aktivitas sosial yang memiliki makna simbolik. Deka, sebagai bagian dari komunitas ANSATSU, memilih untuk menjalankan gaya hidup yang bersifat komunikatif dan partisipatif, di mana ruang virtual seperti Discord menjadi tempat berlangsungnya praktik sosial yang merekatkan identitas kolektif komunitas tersebut. Discord, yang secara rutin digunakan oleh Deka untuk berkomunikasi dengan teman-teman komunitasnya, telah menjadi bagian dari praktik gaya hidup digital yang bukan hanya instrumental, tetapi juga emosional dan identitasional. Ketergantungan terhadap platform tersebut untuk memenuhi kebutuhan sosial menunjukkan bahwa konsumsi digital telah bergeser dari fungsi utilitarian menjadi simbol dari gaya hidup itu sendiri.

Gaya hidup merupakan cara di mana individu mengonstruksi narasi diri dalam masyarakat modern, termasuk melalui partisipasi aktif dalam jaringan sosial yang memungkinkan mereka untuk merasa “menjadi bagian dari sesuatu yang lebih besar.” Dalam hal ini, Deka tidak hanya menggunakan Discord sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana untuk memperkuat rasa memiliki terhadap komunitas. Ketika Deka merasa bosan atau kesepian, ajakan kepada anggota komunitas melalui grup WhatsApp bukan sekadar permintaan untuk berbincang, melainkan juga bentuk partisipasi aktif dalam menjaga kesinambungan kehidupan komunitas. Bahkan ketika hanya sedikit

anggota yang merespons, Deka tetap hadir di Discord, yang menunjukkan bahwa keterlibatannya bukan didorong oleh ekspektasi balasan, melainkan oleh komitmen pada relasi sosial yang telah dia bangun (Chaney, 1996). Kebiasaan seperti ini lambat laun membentuk pola perilaku dan cara pandang terhadap lingkungan sosial yang kemudian menjadi gaya hidup yang sulit dilepaskan. Discord bukan hanya tempat ngobrol, melainkan ruang untuk merawat rasa memiliki, mempertahankan harga diri sosial, dan menunjukkan eksistensi sebagai bagian dari komunitas. Deka mencontohkan tipe gaya hidup digital yang berkembang akibat proses konsumsi simbolik yang berlangsung terus-menerus, di mana keterlibatan dalam ruang daring menjadi esensial dalam menjaga keseimbangan emosional dan identitas sosial (Nurhayati, 2021). Discord, dalam konteks komunitas *tokusatsu* ini, menjelma menjadi ruang simbolik yang mempertemukan berbagai identitas personal dalam satu kerangka kolektif. Di dalamnya terjadi pertukaran emosi, cerita, pengalaman, dan solidaritas yang memperkuat ikatan sosial meskipun para anggotanya berada di lokasi geografis yang berbeda-beda.

2. Facebook

Media digital memainkan peran penting dalam membentuk komunitas berbasis minat yang melampaui batas-batas geografis dan sosial. Salah satu platform digital yang paling menonjol dalam hal ini adalah Facebook. Sejak diluncurkan pada tahun 2004, Facebook berkembang menjadi ruang virtual yang memungkinkan individu dengan minat serupa untuk terhubung, berbagi informasi, dan membangun solidaritas sosial secara digital. Facebook telah memberikan peluang besar bagi siapa saja untuk mengembangkan kampanye pemasaran yang lebih baik dengan biaya yang relatif rendah. Kampanye pemasaran dan proses bisnis lainnya yang menggunakan jejaring sosial Facebook juga dapat disebut sebagai e-commerce. Facebook marketing adalah penggunaan semua fasilitas yang ditawarkan Facebook untuk melakukan kampanye pemasaran dengan target menaikkan penjualan dan menciptakan interaksi yang lebih tahan lama bersama konsumen (hubungan pelanggan) (Juwito, 2020).

Facebook sangatlah berperan penting pada komunikasi pemasaran sekarang karena dengan meningkatnya media sosial di zaman era digital ini kita bisa berkomunikasi dengan mudah dan jangkauan nya luas. Selain itu facebook menjadi satu alasan untuk berkomunikasi dengan efektif dan efisien karena pengguna facebook itu

sendiri banyak dari yang mulai anak kecil hingga dewasa hampir menggunakan media sosial facebook ini (Asse, 2018). Facebook juga membuat fitur berupa fans page dan grup, Grup dan halaman penggemar sebuah fitur layanan yang disediakan oleh Facebook berbentuk halaman yang berisikan informasi- informasi dari beberapa perusahaan/lembaga umum yang dapat disukai (like) oleh pengguna Facebook umum guna mengumpulkan pengguna yang menyukai halaman tersebut menjadi komunitas penggemar. Nah pada saat ketika pemilik grup mengirim postingan ke halamannya dan atau salah satu pengikut mengirimkan pesan pada kolom komentar di halaman, semua pengikut yang tergabung akan menerima pesan yang dikirim, sehingga ini dianggap sangat efektif untuk pemasaran. hal ini membuat orang-orang bisa berkomunikasi secara langsung tanpa harus berteman terlebih dahulu dengan orang banyak. Fitur ini sangat bermanfaat untuk masyarakat yang ingin memasarkan sebuah produknya (Nasution, 2021).

Facebook memfasilitasi interaksi sosial dalam komunitas dengan cara yang efisien dan terbuka. Melalui fitur grup, pengguna dapat berdiskusi tentang topik-topik spesifik, berbagi konten, dan merencanakan kegiatan bersama tanpa harus bertemu langsung. Dalam komunitas penggemar *tokusatsu*, misalnya, anggota dapat berdiskusi tentang episode terbaru, berbagi koleksi *merchandise*, dan merencanakan acara nonton bareng secara virtual. Hal ini sejalan dengan pandangan Chaney bahwa gaya hidup modern semakin didorong oleh teknologi yang menghubungkan orang melalui simbol dan minat bersama, bukan kedekatan fisik (Chaney, 1996). Dengan demikian, Facebook menjadi sarana penting dalam menjaga kontinuitas interaksi sosial di era digital, memungkinkan komunitas bertahan dan berkembang meskipun anggotanya tersebar secara geografis.

Facebook mempermudah komunikasi lintas daerah dan negara, teknologi digital memperluas ruang sosial dan melintasi batas-batas komunitas fisik. Dalam komunitas *tokusatsu*, anggota dari berbagai daerah tetap dapat terhubung melalui komentar, grup diskusi, dan percakapan pribadi. Pertukaran informasi lintas budaya ini memperkaya pengalaman komunitas dan memperkuat ikatan sosial, menjadikan Facebook sebagai jembatan digital yang memungkinkan keberlangsungan komunitas dalam dunia yang semakin terhubung. Facebook bukan sekadar alat komunikasi, tetapi ruang virtual tempat terbentuknya komunitas digital dan komunikasi lintas batas, gaya hidup digital

yang muncul dari penggunaan platform ini memperlihatkan bahwa komunitas modern tidak lagi memerlukan ruang fisik untuk berkembang. Teknologi digital menciptakan kondisi di mana solidaritas dan identitas dapat dibentuk secara virtual, membuka ruang baru bagi ekspresi sosial yang cair dan dinamis (Chaney, 1996).

Dalam komunitas ANSATSU Semarang, Facebook memainkan peran utama dalam mengekspresikan kecintaan terhadap waralaba *tokusatsu* serta memperkuat solidaritas antaranggota. Melalui fitur grup, penggemar berbagi konten seperti foto kostum cosplay, video ulasan, hingga berita terbaru. Aktivitas ini merupakan konsumsi simbolik, di mana konten digital memiliki makna identitas dan afiliasi budaya (Chaney, 1996). Konten tersebut menjadi simbol yang memperkuat rasa kebersamaan dan pengakuan sosial di dalam komunitas. Facebook juga menyediakan ruang interaksi secara real-time maupun tidak langsung, baik lewat komentar, pesan pribadi, atau *live streaming*. Interaksi ini menciptakan pengalaman kolektif yang menumbuhkan rasa memiliki dan solidaritas emosional antaranggota, tanpa terhalang oleh jarak geografis. Gaya hidup digital menciptakan bentuk *neo-tribes*, di mana ikatan sosial dibentuk oleh kesamaan minat dan praktik simbolik, bukan lagi oleh kedekatan fisik atau hubungan tradisional (Chaney, 1996). Dalam konteks komunitas *tokusatsu*, Facebook berfungsi sebagai medium yang menjaga keberlangsungan dan pertumbuhan komunitas sebagai subkultur dengan identitas dan solidaritas yang kuat.

Facebook juga memungkinkan komunitas merancang agenda bersama seperti nonton bareng virtual, lomba cosplay, dan *gathering* offline. Agenda ini biasanya diumumkan melalui grup Facebook dan memperlihatkan bagaimana teknologi digital berfungsi sebagai fasilitator gaya hidup kolektif yang partisipatif. Dengan demikian, Facebook bukan hanya tempat berbagi konten, tetapi juga arena konstruksi sosial yang menyatukan simbol, komunikasi, dan solidaritas dalam kehidupan digital komunitas penggemar *tokusatsu*. Seperti yang dijelaskan oleh Candra:

“Aku main facebook buat seru-seruan, sama nyari meme yang update, tapi facebook juga yang menjadi cikalbakal aku bisa membuat komunitas angkringan *tokusatsu* ini, karena awal aku dengan Deka dan beberapa anggota lain tuh akrena facebook, karena kami sefriendlist, dan akhirnya kami bertemu secara langsung melalui kopdar awal, dan sampai sekarang aku masih aktif di facebook untuk bersosialisasi ataupun share projkena cosplay aku” (Wawancara dengan Candra sebagai ketua, 11/05/2025).

Gaya hidup dalam masyarakat modern tidak hanya dilihat sebagai serangkaian kebiasaan, tetapi sebagai bentuk ekspresi identitas yang sengaja dipilih melalui konsumsi simbolik, preferensi budaya, dan keterlibatan dalam aktivitas tertentu yang bermakna secara sosial (Chaney, 1996). Dalam wawancaranya, Candra menyebut bahwa dia menggunakan Facebook sebagai sarana untuk mencari hiburan, seperti meme, tetapi juga mengakui bahwa platform tersebut menjadi titik awal terbentuknya komunitas ANSATSU. Melalui Facebook, dia terhubung dengan Deka dan beberapa anggota komunitas lainnya karena mereka berada dalam lingkaran pertemanan digital yang sama. Perjumpaan ini kemudian berkembang ke ranah pertemuan langsung melalui kegiatan kopi darat (kopdar), yang menjadi tonggak awal interaksi sosial secara fisik. Praktik semacam ini menunjukkan bagaimana ruang digital menjadi medium penting dalam pembentukan gaya hidup kolektif, sebagaimana yang dikemukakan oleh Chaney (1996) bahwa masyarakat modern membentuk relasi sosial melalui pilihan-pilihan gaya hidup yang dikonstruksikan lewat media dan komunitas berbasis minat. Gaya hidup digital seperti ini bukanlah tindakan yang netral, melainkan mencerminkan kebutuhan sosial untuk tetap terhubung, dikenal, dan memiliki tempat dalam ekosistem sosial yang lebih luas. Hal ini sejalan dengan karakteristik gaya hidup modern, di mana pemilihan media sosial bukan hanya karena fungsinya, tetapi karena ia mengakomodasi kebutuhan untuk menampilkan citra diri, mempertahankan harga diri sosial, dan tetap relevan dalam komunitas yang diikuti (Nurhayati, 2021).

Aktivitas Candra di Facebook juga tidak hanya berhenti pada fungsi sosial dan hiburan semata, melainkan berkembang menjadi ruang produksi identitas kultural. Ia menyatakan masih aktif menggunakan Facebook untuk membagikan proyek cosplay, yang tidak hanya menunjukkan ketertarikan pribadi, tetapi juga menjadi bagian dari ekspresi identitas komunitas. Gaya hidup yang dijalani Candra mencerminkan sifat aktif dan performatif dari budaya populer, di mana identitas tidak hanya dibentuk, tetapi juga dikomunikasikan secara terus-menerus melalui tindakan dan representasi visual. Chaney (1996) menyebut bahwa dalam masyarakat pascamodern, gaya hidup menjadi semacam "panggung simbolik" yang memungkinkan individu mengomunikasikan siapa mereka melalui objek, praktik, dan afiliasi yang dipilih. Oleh karena itu, keterlibatan Candra dalam proyek cosplay dan aktivitas berbasis *tokusatsu* menunjukkan bahwa gaya hidup yang dia jalani bukanlah sesuatu yang pasif atau kebetulan, melainkan hasil dari keputusan simbolik yang penuh makna untuk

memperkuat rasa keterikatan dengan komunitas dan identitas sebagai penggemar budaya Jepang. Gaya hidup simbolik melalui digital telah menjadi kebiasaan, maka dia akan membentuk cara berpikir yang sulit lepas dari tuntutan representasi sosial dan simbolik. Candra, yang aktif berbagi proyek cosplay dan menjadikan Facebook sebagai ruang partisipasi, menunjukkan bahwa gaya hidupnya sebagai penggemar *tokusatsu* bukan hanya sesuatu yang bersifat internal dan personal, melainkan juga dikonstruksi melalui media digital secara kolektif dan simbolik. Dalam proses ini, Facebook bukan hanya menjadi alat, tetapi menjadi bagian dari cara hidup itu sendiri, tempat di mana identitas, afiliasi, dan solidaritas komunitas dikembangkan secara terus-menerus. Praktik yang dijalani oleh Candra merupakan representasi nyata dari bagaimana gaya hidup digital membentuk struktur relasi sosial dan cara individu memaknai keberadaan dirinya di tengah masyarakat yang makin terhubung secara daring. Candra menjadi bagian dari kelompok yang menggunakan internet dan teknologi informasi sebagai penunjang kebutuhan identitas dan relasi sosial, atau dalam istilah Nurhayati disebut sebagai tipe *need driven*. Kebutuhan untuk terus mengetahui tren, berbagi karya, dan berpartisipasi aktif dalam kehidupan komunitas digital menjadi penggerak utama terbentuknya gaya hidup ini (Nurhayati, 2021).

Deka menjelaskan bahwa dirinya sangat aktif menggunakan Facebook, terutama sebagai pelarian ketika merasa penat akibat pekerjaan atau kegiatan lainnya. Deka mengungkapkan bahwa aktivitasnya di Facebook biasanya meliputi berbagi hal-hal yang disukainya, seperti konten tentang *tokusatsu*, termasuk membuat meme dan berkeluh-kesah setelah menonton acara tersebut. Deka menyatakan, “Aku selalu senang saat memainkan Facebook,” yang menunjukkan bagaimana platform tersebut memberikan hiburan dan kenyamanan emosional baginya. Selain itu, Facebook juga menjadi media penting bagi Deka dalam membangun jejaring sosial dengan orang-orang yang memiliki minat serupa, termasuk komunitas ANSATSU. Ia menceritakan bahwa melalui Facebook, dia mengenal Candra, salah satu anggota komunitas, dan hubungan tersebut terus terjaga dengan baik hingga kini. Deka juga menggunakan Facebook untuk memposting informasi mengenai kegiatan komunitas atau event, dengan tujuan agar anggota lain yang merupakan teman-teman Facebook-nya dapat melakukan pertemuan langsung atau *kopdar*. Hal ini menegaskan peran Facebook tidak hanya sebagai media sosial biasa, tetapi juga sebagai sarana strategis untuk menjaga

solidaritas dan memperkuat hubungan sosial antar anggota komunitas secara nyata (Wawancara dengan Deka sebagai Humas, 11/05/2025)

Gambar 15 Facebook Deka



(Sumber: Diakses dari <https://www.facebook.com/share/1AU9UpYCFJ/> pada 3 Juni 2025)

Deka menggunakan Facebooknya setiap hari untuk memposting atau mengshare hal-hal yang dia suka, salah satunya *tokusatsu*, Deka juga suka memposting hasil dia membuat fan art ataupun di menjual merchandise ataupun koleksi pribadi dia yang memang ingin diganti ataupun sekedar jual saja, berawal dari Facebook juga Deka menjadi memiliki pertemanan yang cukup luas sampai bisa bertemu dengan berbagai teman dari berbagai daerah, salah satunya Candra yang akhirnya membuat Angkringan *Tokusatsu* Semarang dan bertemu peneliti, yang akhirnya menjadi akrab saat dikomunitas maupun diluar komunitas.

Gaya hidup Deka sebagai Humas komunitas Angkringan *Tokusatsu* memperlihatkan dinamika yang kompleks dan khas dalam konteks masyarakat kontemporer, Deka menyebutkan bahwa dia sangat aktif menggunakan Facebook sebagai bentuk pelarian dari kepenatan pekerjaan dan rutinitas. Ini menunjukkan bahwa platform digital menjadi bagian dari ruang eksistensial dalam kehidupan sehari-hari, tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai alat pengelolaan emosi dan pencarian kenyamanan. Dalam hal ini, Deka menggunakan media sosial sebagai ruang privat sekaligus publik yang berperan dalam proses pembentukan

identitas personal dan sosial. Rasa senang yang dia alami ketika bermain Facebook bukan sekadar reaksi emosional, tetapi juga refleksi dari cara dia membentuk gaya hidup yang terhubung dengan media, hiburan, dan komunitas digital (Chaney, 1996). Facebook bagi Deka berfungsi sebagai ruang konsumsi sosial, tempat di mana praktik digital bertemu dengan praktik kultural. Ketika Deka memanfaatkan Facebook untuk menjual koleksi pribadi, berbagi *fan art*, atau menyampaikan keluhan terhadap tayangan *tokusatsu*, dia sedang menjalani sebuah praktik simbolik yang memperlihatkan bagaimana dirinya terhubung dengan dunia sekitarnya secara sosial dan emosional. Dalam pandangan Nurhayati, tindakan seperti ini menunjukkan bahwa gaya hidup digital tidak netral karena ia terikat pada nilai, simbol, dan status yang dibangun dalam lingkungan sosialnya (Nurhayati, 2021).

Praktik membagikan konten *tokusatsu*, membuat meme, dan menyampaikan keluhan atau refleksi setelah menonton tayangan tertentu menjadi bentuk dari ekspresi budaya populer yang aktif. Gaya hidup mencakup dimensi simbolik di mana individu menggunakan simbol, citra, dan narasi sebagai cara untuk menunjukkan afiliasi dan preferensi (Chaney, 1996). Mengekspresikan ketertarikannya terhadap *tokusatsu* melalui proses yang berulang dan kreatif. Deka tidak hanya menjadi penonton pasif, tetapi mengolah pengalaman menontonnya menjadi materi yang dapat dikomunikasikan kepada orang lain melalui media sosial. Ini menciptakan keterhubungan antara identitas personalnya dengan lingkungan sosial yang lebih luas, khususnya komunitas yang memiliki minat yang sama. Pilihan untuk terus memproduksi dan membagikan konten ini merupakan bagian dari gaya hidup yang tidak terlepas dari logika simbolik, di mana aktivitas keseharian dipenuhi oleh upaya untuk menciptakan makna dan menunjukkan siapa dirinya. Melalui Facebook, Deka tidak hanya mengonsumsi konten seperti meme atau informasi seputar *tokusatsu*, tetapi juga secara aktif memproduksi dan mendistribusikan konten. Aktivitas ini menunjukkan bahwa dirinya bukan sekadar pengguna pasif, melainkan agen yang aktif dalam membentuk makna dan nilai dari apa yang dia konsumsi (Nurhayati, 2021). Aktivitas produksi konten ini adalah bentuk internalisasi gaya hidup digital, di mana kebiasaan terus-menerus mengakses media dan berpartisipasi di dalamnya membentuk preferensi, sikap, dan bahkan eksistensi sosial seseorang.

Aspek penting lain dari gaya hidup Dekha terletak pada bagaimana dia menjadikan Facebook sebagai alat strategis untuk membangun dan memelihara jaringan sosial. Ia menyebut bahwa perkenalannya dengan Candra, salah satu anggota komunitas, berawal dari interaksi di Facebook, yang kemudian berkembang menjadi hubungan jangka panjang di luar dunia maya. Dalam hal ini, gaya hidup digital Dekha bertransformasi menjadi gaya hidup kolektif yang menggabungkan ruang online dan offline. Aktivitas seperti memposting informasi mengenai kegiatan komunitas dan mengundang anggota untuk mengikuti kopdar memperlihatkan bahwa gaya hidup Dekha tidak hanya bersifat representasional, tetapi juga fungsional dalam membentuk solidaritas sosial yang nyata.

3. Instagram

Media sosial Instagram merupakan sebuah online mobile photo-sharing, video sharing, dan layanan jejaring sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil gambar dan video, dan mengunggah serta membagikannya ke dalam bermacam-macam platform jejaring sosial lainnya, seperti Facebook, Twitter, Tumblr, dan Flickr melalui jaringan internet. Kegunaan utama dari Instagram sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya, dan foto-foto tersebut dapat dilihat oleh seluruh pengguna Instagram jika akun yang digunakan untuk mengunggah tidak diubah menjadi private-account. Instagram kini telah terciptakan banyak komunitas pecinta fotografi, baik amatir maupun profesional untuk membagikan hasil tangkapan gambar dari kamera mereka. Kemudahan untuk mencari suatu kategori tertentu dengan menggunakan simbol # (hashtag) mempermudah penggunanya untuk menemukan topik-topik atau tema foto sesuai dengan yang mereka inginkan atau butuhkan. Tak sedikit pula yang menciptakan komunitas di Instagram (Sa'diya, 2017).

Instagram menjadi representasi nyata bahwa praktik gaya hidup modern tidak hanya terbentuk di ruang fisik, tetapi juga berkembang di ruang virtual. Platform ini memungkinkan individu untuk memproyeksikan identitas, selera, dan aspirasi melalui media visual berupa foto dan video. Melalui unggahan tersebut, pengguna dapat menampilkan perjalanan wisata, makanan yang dikonsumsi, aktivitas sehari-hari, hingga keterlibatan dalam komunitas tertentu. Dalam hal ini, Instagram menjadi wahana utama dalam pembentukan dan representasi gaya hidup digital. Gaya hidup

adalah kumpulan pilihan simbolik yang secara sadar dipilih dan dijalani individu untuk mengekspresikan serta mengomunikasikan identitas sosial dan kultural mereka (Chaney, 1996). Dalam masyarakat yang sangat dipengaruhi oleh teknologi digital, Instagram menjadi ruang utama tempat gaya hidup tersebut dipertunjukkan dan dikonstruksi. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup tidak hanya dijalani, tetapi juga dipertontonkan.

Instagram menyediakan panggung visual dan naratif bagi individu untuk membangun dan mempertahankan citra diri melalui berbagai medium seperti foto, video, reels, story, dan caption. Setiap unggahan bukan sekadar dokumentasi pribadi, melainkan simbol ekspresi diri yang dikurasi secara aktif untuk memperlihatkan nilai, selera, dan afiliasi kultural. Misalnya, seorang *tokufans* yang mengunggah foto saat cosplay, menghadiri event komunitas, atau membagikan koleksi pribadi tidak hanya menunjukkan minat, tetapi juga mengirimkan pesan tentang identitas diri dan komunitas yang diikutinya.

Gaya hidup adalah pola konsumsi simbolik dan ekspresi diri yang dipilih secara sadar oleh individu untuk menunjukkan identitas serta afiliasi sosial dalam masyarakat modern yang telah bergerak dari struktur tradisional menuju struktur pilihan. Dalam konteks ini, media sosial Instagram menjadi salah satu medium penting dalam pembentukan dan representasi gaya hidup. Instagram menyediakan ruang visual tempat individu menampilkan aspek-aspek gaya hidup mereka melalui foto, video, caption, dan interaksi digital. Aktivitas seperti memposting makanan, pakaian, tempat wisata, aktivitas olahraga, dan kebiasaan harian mencerminkan pilihan simbolik yang berkaitan erat dengan identitas diri. Chaney menyebut bahwa gaya hidup modern merupakan sarana untuk mengekspresikan diri sekaligus memosisikan diri dalam struktur sosial melalui tanda dan simbol yang dikenali bersama.

Oleh karena itu, setiap unggahan di Instagram tidak sekadar menjadi dokumentasi pribadi, tetapi merupakan bagian dari proyek gaya hidup yang dikonstruksi secara sadar dan performatif untuk menciptakan kesan identitas tertentu. Selain itu, Instagram juga memfasilitasi terbentuknya komunitas simbolik, yakni kelompok yang terbentuk bukan berdasarkan kedekatan geografis atau ikatan tradisional, melainkan atas dasar kesamaan nilai, estetika, dan preferensi gaya hidup, sebagaimana yang dijelaskan Chaney sebagai bentuk baru komunitas dalam masyarakat

modern. Melalui fitur-fitur seperti hashtag, pengikut, dan kolom komentar, para pengguna dapat berinteraksi dan saling menguatkan identitas gaya hidup mereka dalam ranah digital. Dengan demikian, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai arena sosial tempat gaya hidup dipilih, dibentuk, dan ditampilkan secara simbolik sesuai dengan logika masyarakat post-tradisional sebagaimana dikemukakan oleh David Chaney (1996).

Instagram bukan hanya platform berbagi foto dan video, tetapi juga ruang sosial digital tempat pengguna membangun identitas melalui gambar yang dikurasi, difilter, dan dipilih secara selektif. Apa yang ditampilkan bukanlah “apa adanya”, melainkan versi terbaik, teridealisasi, dan terkontrol dari kehidupan pengguna. Mereka memilih angle, menyunting pencahayaan, menulis caption, dan menyembunyikan aspek kehidupan yang tidak sesuai dengan narasi diri yang dibentuk. Realitas visual di Instagram merupakan simulacrum, yaitu tiruan yang tidak lagi memiliki referensi terhadap realitas asli. Sebagai contoh, ketika seorang *tokufans* mengunggah foto cosplay lengkap dengan pose dan filter dramatis, yang disampaikan bukan hanya dokumentasi kegiatan, melainkan simulasi gaya hidup fandom yang dikonstruksi secara simbolik agar tampak otentik dan menarik bagi komunitas online. Pengalaman visual ini menjadi begitu dominan hingga menggantikan realitas fisik.

Interaksi sosial di Instagram juga berada dalam sistem tanda. Like, komentar, dan share tidak didasarkan pada pengalaman sosial langsung, melainkan pada tampilan visual yang dikonstruksi. Relasi sosial yang muncul pun menjadi bagian dari hiperrealitas, di mana makna interaksi lebih ditentukan oleh estetika visual dan performativitas digital, bukan oleh kedekatan emosional atau hubungan nyata dalam ruang fisik. Seperti yang di jelaskan oleh Candra:

“Aku kali di Instagram biasanya memposting hal-hal yang bagus, karena platform ini menjadi entertainer, karena menampilkan hal-hal yang menurutku bagus dan estektika, di media ini juga salah satu mengenalkan citra kerenku dan menjadi artis, berbeda dengan facebook yang dimana aku bebas mencari meme atau mengshare meme lucu, menurutku aku memiliki perbedaan yang sangat signifikan di kedua media sosial ini, tapi berkat media ini juga nama ANSATSU menjadi terkenal juga selain di fb, karena di media inia da fitur live untuk melakukan unboxing yang lebih menarik ketimbang facebook untuk melakukan live dengan akun komunitas” (Wawancara dengan Candra sebagai ketua, 11/05/2025).

Gambar 16 Instagram Candra untuk entertainer



(Sumber : diakses dari

https://www.instagram.com/ryuu_zain?igsh=MW1nZ2ZpNHU4c3FlMw== pada 1 Juni 2025)

Gaya hidup merupakan ekspresi pilihan-pilihan simbolik yang dilakukan secara sadar oleh individu untuk menampilkan siapa dirinya kepada orang lain. Dalam konteks ini, Candra dengan sengaja menggunakan Instagram sebagai medium untuk membangun citra dirinya secara estetik, berbeda dengan cara ia menggunakan Facebook yang lebih bersifat bebas dan kasual. Ia menyebut Instagram sebagai *entertainer* atau hiburan, sebuah platform untuk menunjukkan sisi dirinya yang dianggap "bagus" dan "estetika". Ini menunjukkan bahwa Candra memahami dan memanfaatkan logika visual Instagram yang berbasis pada kurasi citra dan nilai estetika sebagai bagian dari cara dia mengonstruksi gaya hidup digitalnya (Chaney 1996). Media sosial bukan hanya sebagai alat komunikasi atau hiburan, melainkan menjadi sarana produksi dan reproduksi gaya hidup yang ditentukan oleh kebiasaan konsumsi atas visual, interaksi sosial, dan performa digital. gaya hidup lahir dari rutinitas konsumsi yang akhirnya membentuk cara pandang dan sikap individu terhadap dunia sosialnya (Nurhayati, 2021).

Candra menyebut bahwa di Instagram ia bisa "mengenalkan citra kerenku dan menjadi artis", sebuah ungkapan yang mengindikasikan adanya kesadaran diri terhadap penciptaan identitas yang dikonsumsi secara publik. Chaney (1996) menekankan bahwa gaya hidup di era modern sangat bergantung pada media dalam membentuk simbol-simbol sosial yang kemudian menjadi sarana distingsi. Dalam hal ini, Instagram digunakan sebagai arena untuk memperkuat *self-branding* (pencitraan diri), di mana Candra menampilkan versi ideal dari dirinya yang dianggap pantas untuk dikagumi, dilihat, dan diikuti oleh orang lain. Ini sejalan dengan logika gaya hidup postmodern

yang menempatkan individu sebagai kurator atas identitasnya sendiri, dengan kontrol penuh terhadap narasi dan estetika yang ditampilkan. Sementara itu, Facebook, menurutnya, menjadi ruang yang lebih cair dan informal, tempat ia bisa "mencari meme atau meng-share meme lucu". Kontras antara keduanya menunjukkan bahwa gaya hidup digital Candra sangat bergantung pada konteks platform yang digunakan, dan ia mampu menyesuaikan performa sosialnya di tiap ruang digital sesuai dengan karakteristik dan ekspektasi audiens masing-masing. Gaya hidup digital modern dibentuk oleh kemampuan individu dalam menavigasi ruang-ruang sosial yang memiliki struktur dan norma tersendiri. Candra dengan sengaja membentuk dua representasi dirinya di dua platform berbeda, yang mencerminkan fleksibilitas dalam membangun gaya hidup yang sesuai dengan konteks sosial media (Nurhayati, 2021).

Ketika Candra menyebut bahwa "berkat media ini juga nama ANSATSU menjadi terkenal", hal tersebut tidak hanya menunjukkan peran individu dalam membentuk gaya hidupnya, tetapi juga peran media dalam memperluas jangkauan simbolik dari komunitas yang dia wakili. Gaya hidup yang dia bangun melalui media sosial memiliki dimensi kolektif karena turut memberikan kontribusi terhadap visibilitas dan eksistensi komunitas ANSATSU. Siaran langsung seperti unboxing tidak hanya menjadi hiburan semata, melainkan ritual digital yang menyatukan anggota komunitas dan menciptakan pengalaman bersama. Konsumsi yang dilakukan secara berulang tidak hanya membentuk selera, tetapi juga keterikatan sosial yang terus diperbarui melalui praktik sehari-hari dan berubah menjadi gaya hidup.

Hils menjelaskan bahwa menggunakan dua platform media sosial, Facebook dan Instagram dengan fungsi dan tujuan yang berbeda. Menurutnya, Facebook lebih digunakan sebagai wadah untuk mencurahkan isi hati dan mengekspresikan keluh kesah dalam kehidupan sehari-hari. Hils mengatakan, *"Di Facebook biasanya menjadi tempat keluh kesah aku dalam kehidupan sehari-hari,"* menegaskan bahwa platform tersebut lebih bersifat personal dan emosional baginya. Sebaliknya, Instagram diposisikan sebagai ruang publik yang dikurasi, di mana Hils menampilkan sisi terbaik dari dirinya. Hils menyebut bahwa di Instagram, hanya memposting hal-hal yang bagus dan positif, serta menghindari membagikan keluhan. *"Beda dengan Instagram, aku memposting yang bagus-bagus saja, dan tidak mengeluh,"* ujarnya. Hils juga menambahkan bahwa Instagram menjadi tempat untuk menunjukkan minat dan talenta

dirinya, terutama dalam dunia cosplay dan musik. Ia sering membagikan dokumentasi saat tampil sebagai cosplayer atau saat meng-cover lagu. Hils menegaskan bahwa melalui Instagram, dia ingin membentuk citra yang berbeda dari dirinya, dengan mengatakan, *“Di Instagram aku ingin dikenal berbeda.”* Pernyataan ini mencerminkan bagaimana Hils secara sadar menggunakan fitur dan atmosfer berbeda dari tiap platform media sosial untuk membangun narasi identitas yang sesuai dengan konteks dan audiens masing-masing (Wawancara dengan Hils sebagai anggota, 18/04/2025).

Hils menyatakan bahwa Facebook digunakan sebagai ruang untuk mencurahkan keluh kesah dan mengekspresikan pengalaman hidup sehari-hari. Hils menyebut bahwa, *“Di Facebook biasanya menjadi tempat keluh kesah aku dalam kehidupan sehari-hari,”* yang menunjukkan bahwa Facebook berfungsi sebagai media yang lebih intim dan emosional. Hal ini memperlihatkan bagaimana media sosial bukan hanya sarana komunikasi, tetapi juga menjadi bagian integral dari praktik kehidupan sehari-hari yang bersifat afektif dan terapeutik. Ruang ini termasuk dalam praktik gaya hidup yang berorientasi pada ekspresi personal dan relasional, di mana pengguna membentuk keterhubungan sosial melalui narasi pengalaman hidup mereka. Pemanfaatan Facebook dan Instagram oleh Hils tidak hanya menunjukkan pilihan media, melainkan bentuk dari kebiasaan simbolik yang memengaruhi cara individu membangun identitas dan relasi sosialnya. gaya hidup adalah sesuatu yang terbangun dari aktivitas sehari-hari yang dikonsumsi secara konsisten terus berubah, termasuk media digital yang menjadi bagian penting dalam rutinitas generasi saat ini (Nurhayati, 2021). Ketika Hils menjadikan Facebook sebagai ruang untuk mencurahkan keluh kesah, hal ini memperlihatkan praktik konsumsi emosional yang bersifat terapeutik dan reflektif.

Instagram bagi Hils merupakan platform yang dikurasi secara sadar. Ia menegaskan bahwa, *“Beda dengan Instagram, aku memposting yang bagus-bagus saja, dan tidak mengeluh,”* menandakan bahwa di ruang ini, Hils tidak lagi menampilkan aspek kehidupan yang personal atau emosional, melainkan lebih berfokus pada aspek visual dan positif dari dirinya. Instagram, dengan logika visual yang melekat padanya, menuntut pengguna untuk menampilkan konten yang estetis, menarik, dan layak dikonsumsi oleh publik. Hils menyadari dinamika ini dan memanfaatkannya sebagai sarana untuk menampilkan talenta serta minatnya dalam dunia cosplay dan musik. Ia sering membagikan dokumentasi dirinya saat tampil sebagai cosplayer atau meng-

cover lagu, dan menyatakan bahwa, “Di Instagram aku ingin dikenal berbeda.” Pernyataan ini menegaskan bahwa Hils menggunakan Instagram sebagai media pencitraan diri, tempat ia membentuk identitas yang disengaja dan terkontrol, sesuai dengan ekspektasi dan logika media tersebut.

Chaney (1996) melihat bahwa dalam masyarakat modern, individu tidak hanya menjalani gaya hidup, tetapi juga mengkomunikasikannya secara simbolik kepada publik. Dalam hal ini, Hils sedang membentuk *self-branding*, di mana ia menjadi produsen identitas yang aktif dalam menata citra dirinya di ruang digital. Perbedaan peran antara Facebook dan Instagram mencerminkan pembagian ruang dalam praktik gaya hidup digital, yaitu antara ruang yang bersifat domestik dan personal, dengan ruang yang bersifat publik dan performatif. Pembagian ini menunjukkan bahwa gaya hidup tidak bersifat seragam, tetapi berlapis dan kontekstual, tergantung pada platform, audiens, dan tujuan yang ingin dicapai. Gaya hidup yang berbasis pada keterbukaan emosi dan relasi personal, serta gaya hidup yang dikonstruksi untuk konsumsi publik yang lebih selektif. Konsumsi media secara terus-menerus berkontribusi terhadap pembentukan gaya hidup, citra diri, dan nilai sosial. Maka, pembagian fungsi media oleh Hils mencerminkan kesadaran akan peran media dalam membentuk representasi diri yang kompleks dan berlapis. Di satu sisi, dia menggunakan Facebook sebagai ruang personal untuk mengelola emosi, dan di sisi lain, dia menggunakan Instagram sebagai ruang performatif untuk membentuk identitas ideal, perbedaan antara Facebook dan Instagram yang digambarkan Hils menunjukkan keberadaan dua lapisan gaya hidup.

BAB V

DAMPAK DARI GAYA HIDUP YANG DILAKUKAN OLEH PARA PENGGEMAR TOKUSATSU DI KOMUNITAS ANGKRINGAN TOKUSATSU SEMARANG

A. Dampak Sosial Ekonomi

1. Ekspresi Identitas dan Kreativitas

Gaya hidup merupakan bentuk ekspresi identitas dan cara individu menampilkan dirinya di ruang sosial melalui pilihan-pilihan simbolik, termasuk dalam hal konsumsi, penampilan, dan aktivitas kultural. Dalam konteks komunitas ANSATSU, ekspresi identitas dan kreativitas para anggotanya tercermin melalui beragam aktivitas seperti *cosplay*, membuat konten meme bertema *tokusatsu*, hingga membagikan proyek kreatif di media sosial. Aktivitas-aktivitas ini bukan sekadar hiburan atau hobi, tetapi menjadi sarana simbolik untuk menyatakan siapa mereka, nilai apa yang mereka anut, dan bagaimana mereka ingin dikenali oleh orang lain, baik di dalam maupun di luar komunitas. Cara individu memilih untuk mengekspresikan dirinya secara kreatif memiliki dampak yang signifikan terhadap persepsi orang lain terhadap dirinya. Melalui pengembangan keterampilan dan minat yang unik, orang dapat membedakan dirinya dari orang lain dan memperoleh rasa individualitas. Hal ini dapat berkisar dari menekuni hobi kreatif seperti melukis atau menulis hingga menjelajahi jalur karier yang tidak lazim. Dengan merangkul hasrat kreatif mereka dan menampilkannya kepada dunia, orang dapat membentuk identitas mereka dengan cara yang autentik dan benar-benar mencerminkan siapa diri mereka (Kurnia, 2025).

Kecenderungan manusia untuk mencari afiliasi dan ekspresi diri melalui objek budaya yang memiliki makna khusus bagi mereka. Fandom bukan hanya sekadar mengagumi suatu produk budaya, tetapi juga melibatkan partisipasi aktif dalam budaya tersebut, seringkali menciptakan subkultur dengan norma dan nilai, nilai tersendiri. seni penggemar digital dibagikan dan diapresiasi secara luas. Pasar daring juga menjadi arena ekspresi, di mana kolektor dapat menjual hasil kustomisasi atau mencari model langka, seringkali disertai dengan narasi dan interaksi personal. kreativitas dan ekspresi diri menjadi bagian penting dari budaya koleksi media sosial, terutama Instagram dan platform berbagi gambar lainnya, menjadi ruang utama bagi kolektor untuk melakukan visualisasi dan pameran koleksi sebagai bentuk komunikasi. Visualisasi koleksi bukan hanya sekadar dokumentasi, tetapi juga bentuk komunikasi non-verbal yang menyampaikan identitas,

status, dan preferensi kolektor. Interaksi melalui *likes*, komentar, dan berbagi menunjukkan adanya apresiasi dan validasi sosial dalam komunitas. ekspresi dan partisipasi fandom yang baru dan beragam. Visualisasi koleksi menjadi bentuk komunikasi yang penting, dan identitas fandom aktif dinegosiasikan dalam ruang digital (Marbun & Utama, 2025).

Individu tidak hanya secara pasif menampilkan diri, melainkan juga secara aktif dan kreatif mengkonstruksi citra diri yang diinginkan. Kreativitas muncul dalam bagaimana seseorang memilih simbol, gaya, dan cara berinteraksi yang berbeda sesuai dengan situasi sosial dan audiensnya. Misalnya, dalam komunitas fandom seperti *tokusatsu*, seorang penggemar bisa “memerankan” dirinya sebagai sosok yang fanatik dan penuh dedikasi lewat cara berpakaian *cosplay*, cara berbicara di media sosial, atau cara berpartisipasi dalam event komunitas. Hal ini juga diperkuat oleh Jenkins yang menulis bahwa fandom merupakan ruang di mana penggemar melakukan “praktik kreatif dan partisipatif” yang melampaui konsumsi pasif, memungkinkan mereka membentuk komunitas dan identitas kolektif melalui kegiatan kreatif seperti *cosplay* dan produksi konten (Jenkins 1992). Fandom *tokusatsu* bukan hanya soal menikmati hiburan, tetapi juga sebuah bentuk gaya hidup yang dinamis dan berakar pada ekspresi diri dan kreativitas kolektif.

Deka sebagai Humas menyampaikan bahwa dia merasa senang ketika membuat meme atau *fan art* tentang *tokusatsu*. Meskipun saat diposting di Facebook respons yang didapatkan cenderung sepi, Deka tetap menikmati proses kreatif tersebut. Dia menegaskan bahwa niat utamanya adalah untuk berkarya dan menyalurkan kreativitas, bukan untuk mendapatkan banyak perhatian atau *likes* dari pengguna lain. Sebagaimana dia katakan, “Aku kalo bikin meme atau *fan art* tentang *tokusatsu* tuh senang aja, walaupun nanti saat di post Facebook sepi, tapi aku tetap senang karena niatku hanya membuat, bukan mengharapkan agar post ku rame” (Wawancara dengan Deka sebagai Humas, 11/05/2025)

Gambar 17 Deka memposting di Facebook open comish tentnag hasil karyanya



(Sumber : Diakses dari <https://www.facebook.com/share/1AU9UpYCFJ/> Pada 3 Juni 2025).

Gaya hidup Deka sebagai penggemar *tokusatsu* yang menjabat sebagai Humas dalam komunitasnya menunjukkan suatu bentuk ekspresi identitas yang khas dalam budaya populer kontemporer. Ketika Deka menyatakan bahwa dia merasa senang membuat meme atau *fan art* tentang *tokusatsu* meskipun tidak mendapat banyak respons di media sosial, hal ini mengindikasikan bahwa aktivitas tersebut bukanlah sekadar usaha mencari pengakuan sosial, melainkan merupakan bentuk aktualisasi diri yang otentik. Gaya hidup dipahami sebagai pola tindakan simbolik yang dipilih dan dijalani secara sadar oleh individu untuk menciptakan makna dalam kehidupan sehari-hari. Chaney (1996) menyebut bahwa gaya hidup tidak hanya merefleksikan preferensi estetika, tetapi juga menjadi sarana melalui mana seseorang membentuk dan menegaskan identitasnya dalam konteks budaya yang lebih luas. Deka memanfaatkan media kreatif seperti meme dan fan art untuk menegaskan dirinya sebagai bagian dari komunitas ANSATSU, sekaligus mengekspresikan pengetahuan, selera, dan kesenangan personal yang dia miliki terhadap tema-tema dan karakter dalam dunia *tokusatsu*. Gaya hidup bukan sekadar pilihan konsumsi atau ekspresi kasual, melainkan merupakan pola tindakan yang mengandung makna sosial yang membedakan satu individu dari yang lain. Gaya hidup merupakan pola-pola tindakan yang membedakan satu orang dengan yang lain, dan dari sanalah muncul perbedaan simbol sosial antar individu (Manalu, 2017). Deka yang terus berkarya dengan membuat meme dan *fan art tokusatsu*, walaupun tidak mendapat respons besar, menunjukkan sebuah diferensiasi sosial yang bersumber dari tindakan yang konsisten dan penuh makna.

Sikap Deka yang tetap konsisten berkarya meski tidak mendapat atensi besar memperlihatkan bentuk orientasi nilai yang berakar pada kepuasan personal dan proses kreatif itu sendiri. Ini menunjukkan bahwa bagi Deka, gaya hidup sebagai penggemar tidak ditentukan oleh pengakuan eksternal seperti jumlah likes atau komentar, tetapi oleh sejauh mana aktivitas tersebut memberi ruang untuk berekspresi dan menciptakan makna. Gaya hidup juga terkait dengan reflektivitas dalam budaya populer, kesadaran individu terhadap pilihannya dalam mengonsumsi dan memproduksi simbol-simbol budaya (Chaney, 1996). Deka secara reflektif memilih untuk menjadi subjek aktif yang menciptakan dan merayakan pengalaman kulturalnya sendiri melalui medium digital, bukan menjadi konsumen pasif yang hanya mengikuti tren populer. Di tengah dunia digital yang kerap mengedepankan angka interaksi sebagai tolok ukur nilai suatu karya, Deka mengambil posisi yang kontras. Ia menempatkan nilai pada proses kreatif, bukan pada performa sosial dari karya tersebut. Perbedaan gaya hidup memunculkan simbol sosial yang memperlihatkan siapa diri seseorang. Simbol sosial tersebut muncul dalam bentuk kreativitas, ketekunan, dan otentisitas dalam mengekspresikan identitas sebagai penggemar budaya Jepang (Manalu, 2017). Tindakan Deka merepresentasikan gaya hidup yang tidak semata-mata ditentukan oleh struktur atau nilai dominan di media sosial, tetapi oleh agensi individu dalam membentuk diferensiasi diri. Hal ini memperkuat argumen bahwa gaya hidup adalah bagian penting dari praktik sosial yang mencerminkan nilai, preferensi, dan posisi simbolik seseorang di tengah masyarakat.

2. Memperkuat Solidaritas

Memperkuat solidaritas sosial di era digital. Melalui platform media sosial, individu dengan minat yang sama dapat terhubung, berbagi pengalaman, dan membentuk ikatan yang erat meskipun terpisah secara geografis (Karina 2024). Solidaritas sosial terbagi menjadi dua bentuk: mekanik dan organik. Dalam konteks komunitas hobi, solidaritas mekanik muncul dari kesamaan minat dan nilai-nilai bersama, sementara solidaritas organik berkembang melalui pembagian peran dan fungsi yang berbeda dalam komunitas tersebut. Media sosial seperti Instagram dan Facebook telah menjadi alat yang efektif dalam membangun dan memperkuat solidaritas ini.

Melalui fitur-fitur seperti grup, halaman komunitas, dan forum diskusi, anggota komunitas dapat saling berinteraksi, berbagi informasi, dan mendukung satu sama lain. Hal ini menciptakan rasa kebersamaan dan identitas kolektif yang kuat di antara anggota

komunitas .media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai ruang untuk membangun dan memperkuat solidaritas dalam komunitas hobi. Melalui interaksi yang konsisten dan berbagi pengalaman, anggota komunitas dapat menciptakan ikatan yang kuat dan mendalam, yang berkontribusi pada kohesi sosial yang lebih luas (Verdana, 2024).

Gaya hidup tidak hanya bersifat personal, tetapi juga kolektif, karena ia menciptakan kesamaan simbolik yang memungkinkan individu merasa menjadi bagian dari suatu kelompok yang memiliki selera, nilai, dan ekspresi budaya yang serupa (Chaney 1996). Chaney menyebut bahwa gaya hidup dapat menjadi bentuk “komunitas simbolik”, yaitu komunitas yang tidak harus terikat secara geografis, tetapi dibangun melalui partisipasi dalam praktik budaya yang sama, seperti musik, fashion, olahraga, atau fandom budaya populer. Melalui aktivitas seperti berbagi konten di media sosial, menghadiri event komunitas, atau berkarya dalam ruang budaya tertentu, individu tidak hanya menegaskan identitas pribadinya, tetapi juga menciptakan dan memelihara jaringan sosial yang bersifat afektif dan kultural.

Solidaritas di sini tidak selalu dibentuk melalui struktur formal, tetapi melalui rasa kebersamaan yang muncul dari aktivitas bersama, selera yang serupa, dan partisipasi dalam dunia simbolik yang sama. Solidaritas antara anggota komunitas tidak hanya dibentuk karena mereka menyukai genre yang sama, tetapi karena mereka bersama-sama menjalani gaya hidup yang berkaitan dengan budaya *tokusatsu*: berdiskusi, membuat meme, melakukan cosplay, dan menghadiri nonton bareng. Aktivitas ini menjadi praktik gaya hidup yang memediasi hubungan antarindividu dan memperkuat jaringan sosial yang cair namun erat, karena dibangun atas dasar afeksi, simbolisme bersama, dan pengalaman kultural yang terus diulang. gaya hidup berperan besar dalam pembentukan jaringan sosial baru di era modern, terutama di tengah masyarakat yang semakin terfragmentasi dan individualistik (Chaney 1996).

Komunitas *tokusatsu* sebagai bagian dari gaya hidup modern memperlihatkan bahwa solidaritas sosial bisa terbentuk dan dipertahankan bukan hanya karena kesamaan ruang hidup, tetapi karena kesamaan nilai, simbol, dan aktivitas budaya yang dijalani bersama. Menurut Chaney (1996) gaya hidup tidak hanya soal konsumsi atau selera, tetapi juga mekanisme sosial yang efektif dalam membentuk jaringan solidaritas baru yang inklusif dan dinamis di tengah masyarakat kontemporer. Seperti yang dijelaskan oleh Tiara:

“Aku awalnya berpikir, ada gak ya yang suka *tokusatsu* di Semarang?, tapi karena media sosial dan teman kampus akhirnya aku jadi merasa tidak sendiri, apalagi aku juga tau tempat jual beli *merchandise tokusatsu*, terus aku sampai berkenalan dengan beberapa maker untuk membuat kostum ku” (Wawancara dengan Tiara sebagai anggota, 03/05/2025).

Pernyataan Tiara sebagai anggota komunitas penggemar *tokusatsu* menunjukkan bagaimana gaya hidup sebagai penggemar tidak lahir secara terisolasi, melainkan terhubung erat dengan jejaring sosial, akses terhadap media, serta aktivitas konsumsi kultural yang bermakna. Apa yang dijalani Tiara dapat dipahami sebagai bagian dari pembentukan identitas melalui pilihan simbolik yang dilakukan secara sadar dalam kehidupan sehari-hari. Chaney (1996) menyatakan bahwa gaya hidup merupakan cara individu mengonstruksi makna pribadi dan sosial melalui konsumsi budaya populer. Ketertarikan Tiara terhadap *tokusatsu* bukan hanya soal menonton tayangan tertentu, tetapi berkembang menjadi gaya hidup yang melibatkan eksplorasi komunitas, aktivitas kolektif, dan relasi dengan produsen barang budaya seperti maker kostum. Pola ini tidak hanya berfungsi sebagai kebiasaan sehari-hari, tetapi juga menciptakan simbol-simbol sosial yang digunakan individu untuk menyatakan siapa dirinya di tengah masyarakat (Manalu, 2017). Pilihan Tiara untuk bergabung dalam komunitas ANSATSU, mencari pembuat kostum, dan terlibat dalam aktivitas komunitas menunjukkan bahwa dia menjalankan gaya hidup yang aktif dan tidak pasif. Dia menjadi agen yang secara sadar mengorganisasi tindakannya, mulai dari konsumsi tayangan, membangun jejaring sosial, hingga mendekatkan diri dengan produsen budaya seperti pembuat kostum. Setiap tindakan tersebut memiliki makna simbolik yang memperkuat identitasnya di ruang sosial, dan hal ini sejalan dengan pemikiran Manalu bahwa gaya hidup membentuk perbedaan simbolik yang menjadi pembeda status dan peran sosial seseorang dalam lingkungannya..

Tiara menggambarkan proses transisi dari keterasingan menjadi keterhubungan. Awalnya ia meragukan apakah ada orang lain di sekitarnya yang memiliki minat yang sama. Namun, berkat media sosial dan interaksi di lingkungan kampus, ia menyadari adanya komunitas yang memperkuat identitasnya sebagai penggemar. Gaya hidup terbentuk dalam ruang sosial yang lebih luas dan bagaimana identitas kultural seseorang dipertajam melalui afiliasi terhadap simbol-simbol bersama (Chaney, 1996), termasuk akses terhadap produk budaya seperti merchandise dan kostum. Aktivitas mencari dan berinteraksi dengan maker juga menunjukkan bahwa gaya hidup Tiara mencakup aspek produksi simbolik, bukan hanya konsumsi pasif. Tiara terlibat dalam proses kultural yang kompleks yaitu membentuk

identitas visual melalui kostum, membangun jejaring dengan produsen, dan memperluas relasi sosial dalam komunitas. Gaya hidup adalah bentuk artikulasi sosial yang kompleks. Dia tidak hanya berfungsi sebagai gaya personal, tetapi juga mengandung nilai-nilai simbolik yang dapat dimaknai oleh orang lain (Manalu, 2017). Tiara menggunakan kostum, keaktifan dalam komunitas, serta interaksi dengan pembuat produk budaya sebagai bentuk dari pernyataan identitas, bukan hanya kepada dirinya sendiri, tetapi juga kepada komunitas dan publik yang lebih luas. Identitas ini menjadi semakin kuat seiring dengan meningkatnya partisipasi aktif Tiara dalam komunitas, memperlihatkan bahwa gaya hidupnya membentuk suatu posisi simbolik yang dapat dibaca oleh masyarakat sebagai tanda dari keunikan, komitmen, dan afiliasi budaya tertentu.

3. *Personal Branding*

Personal branding adalah proses konstruksi identitas sosial yang dilakukan secara sadar dan strategis oleh individu untuk membentuk persepsi publik terhadap dirinya. Lebih dari sekadar citra, *personal branding* mencerminkan bagaimana seseorang ingin dikenali, diingat, dan dinilai oleh orang lain berdasarkan nilai, keunikan, dan kompetensi yang dimilikinya. Menurut Putra dan Vipraprastha (2022), *personal branding* merupakan penjelasan tentang karakter, kompetensi, dan kekuatan seseorang. Dalam kerangka ini, *personal branding* adalah sebuah bentuk narasi diri, yakni bagaimana seseorang membingkai dirinya dalam benak masyarakat, dengan menonjolkan ciri khas yang berbeda dari individu lain. Proses ini melibatkan perpaduan antara aspek personal (kepribadian, nilai, dan kepercayaan) serta aspek performatif (penampilan, cara berkomunikasi, dan praktik budaya).

Dalam konteks sosial yang semakin terdigitalisasi dan penuh persaingan, *personal branding* menjadi instrumen penting dalam membangun kredibilitas, kepercayaan, serta jangkauan sosial yang lebih luas. Seperti dikemukakan oleh Putra dan Vipraprastha (2022), *personal branding* dapat didefinisikan sebagai usaha sadar untuk menampilkan kemampuan, keunikan, spesialisasi, dan citra diri yang dimiliki seseorang, guna membentuk persepsi positif dari publik. Hal ini sejalan dengan tujuan utama *personal branding*, yakni menciptakan daya tarik personal yang mampu membangun kepercayaan dan loyalitas, baik dalam lingkup profesional, komunitas, maupun sosial secara umum. Namun, *personal branding* tidak dapat dilepaskan dari dimensi kultural dan simbolik. Chaney (1996) dalam teorinya tentang gaya hidup menekankan bahwa ekspresi diri melalui praktik budaya

tertentu adalah cara individu membentuk dan memelihara identitas di ruang publik. Dalam hal ini, *personal branding* tidak hanya sekadar tampilan luar atau kemasan visual, tetapi merupakan bentuk komunikasi simbolik yang kompleks. Chaney (1996) menyatakan bahwa gaya hidup merupakan "cara untuk menyampaikan kepada orang lain siapa kita", yakni melalui pilihan-pilihan yang mencerminkan nilai, afiliasi, dan preferensi budaya seseorang. Dengan demikian, *personal branding* berperan sebagai kanal yang mengartikulasikan gaya hidup seseorang dalam bentuk narasi yang konsisten dan dapat dikenali.

Personal branding akan lebih efektif jika dilandasi oleh otentisitas. Di era digital, di mana masyarakat semakin kritis dan sadar terhadap manipulasi citra, keaslian menjadi aspek kunci dalam membangun hubungan yang jujur dan tahan lama dengan audiens. *Personal branding* yang terlalu dibuat-buat atau tidak sesuai dengan nilai-nilai pribadi justru dapat menciptakan disonansi dan krisis kepercayaan. Oleh karena itu, pesan yang dikomunikasikan dalam proses *personal branding* harus secara jelas dan tepat mencerminkan karakteristik yang ingin ditampilkan. Hal ini menjadi penting karena audiens modern bukan hanya menilai seseorang dari citranya, tetapi dari konsistensi antara perkataan, tindakan, dan nilai-nilai yang ditunjukkan.

Dalam komunitas penggemar budaya populer seperti *tokusatsu*, *personal branding* sering kali tampak dalam bentuk aktivitas seperti *cosplay*, pembuatan fan art, hingga produksi meme. Aktivitas ini bukan semata ekspresi estetika, tetapi merupakan strategi simbolik untuk menunjukkan identitas kultural dan memperkuat posisi sosial dalam komunitas. Praktik ini memperlihatkan bagaimana *personal branding* dijalankan dalam ruang kultural yang kolektif, bukan hanya individual. Chaney (1996) melihat bahwa partisipasi dalam aktivitas budaya semacam ini merupakan bagian dari konstruksi gaya hidup modern, di mana individu membentuk jaringan solidaritas dan pengakuan melalui partisipasi aktif dalam simbol-simbol budaya tertentu. *Personal branding* dalam bentuk ini tidak hanya menunjukkan "siapa saya" secara personal, tetapi juga memperlihatkan "di mana posisi saya" dalam komunitas yang lebih luas.

Personal branding dapat dipahami sebagai proses multidimensi yang mencakup aspek identitas personal, ekspresi simbolik, performa sosial, dan partisipasi kultural. Ia tidak hanya berfungsi sebagai alat pemasaran diri, tetapi juga sebagai mekanisme sosial yang memperkuat afiliasi budaya dan relasi antarindividu. Dalam masyarakat kontemporer yang cenderung terfragmentasi, *personal branding* berperan penting dalam menciptakan

keterhubungan yang lebih bermakna dan membentuk narasi kolektif yang memperkuat solidaritas di dalam komunitas.

Gaya hidup *tokusatsu* bukan sekadar bentuk konsumsi budaya pop, tetapi juga ruang yang memungkinkan individu menegosiasikan identitas, membentuk jaringan sosial, dan menciptakan peluang ekonomi melalui *personal branding*. Gaya hidup modern tidak lagi sekadar bersifat pasif dan konsumtif, melainkan aktif, kreatif, dan strategis dalam membangun posisi sosial dan pengaruh melalui praktik simbolik di dunia nyata maupun digital. Seperti yang dijelaskan oleh Candra:

“Aku biasanya menjual barang-barang koleksi untuk mengupgrade ke yang lebih mahal atau merubah foksuan lini ku, seperti sebelumnya aku memiliki figur *kamen rider* yang banyak, sekarang aku fokuskan ke beberapa *kamen rider* saja, dan yang sebelumnya aku jual untuk mengfokuskan ke *kamen rider* itu saja, terus aku membangun *personal branding* sebagai fans *kamen rider decade*, karena aku sering mengcosplaykan karakter utamanya.” (Wawancara dengan Candra sebagai ketua, 11/05/2025).

Pernyataan Candra sebagai ketua komunitas ANSATSU mencerminkan dinamika gaya hidup yang kompleks dan terstruktur dalam kerangka budaya populer kontemporer. Candra menunjukkan bagaimana gaya hidup bukan sekadar akumulasi kebiasaan atau aktivitas konsumtif, tetapi sebuah proses reflektif dan simbolik dalam membentuk identitas diri. Gaya hidup mencakup cara individu secara sadar memilih simbol-simbol budaya tertentu untuk membangun narasi personal dalam kehidupan sehari-hari (Chaney, 1996). Tindakan Candra menjual sebagian koleksinya untuk memfokuskan diri hanya pada beberapa karakter *Kamen Rider*, khususnya *Kamen Rider Decade*, menunjukkan proses seleksi simbolik yang terarah. Dia tidak hanya mengonsumsi budaya *tokusatsu* secara luas, melainkan memilih elemen yang dianggap paling merepresentasikan dirinya. Gaya hidup merupakan hasil dari dialektika antara tindakan personal dan struktur sosial yang saling mempengaruhi (Nuripah 2023). Candra memetakan karakter mana yang paling merepresentasikan dirinya, lalu menggunakan pilihan itu sebagai alat simbolik untuk menyampaikan identitas kepada komunitas maupun audiens luas.

Gambar 18 Candra membangun *Personal Branding* sebagai Fans *Kamen Rider Decade* dengan bercosplay



(Sumber : Diakses dari <https://www.facebook.com/share/p/12LQorLNp2y/> pada 3 Juni 2025).

Fokus Candra untuk membangun *personal branding* sebagai penggemar *Kamen Rider Decade* melalui aktivitas cosplay juga memperkuat gagasan Chaney (1996) bahwa gaya hidup bersifat performatif dan komunikatif. Gaya hidup menjadi media untuk menyampaikan citra diri kepada orang lain melalui simbol-simbol visual dan tindakan yang dapat dikenali. Dalam hal ini, cosplay bukan hanya bentuk hiburan atau hobi, melainkan strategi presentasi diri yang merefleksikan nilai, preferensi, dan pengetahuan kultural tertentu. *Personal branding* yang dilakukan Candra mengindikasikan bahwa gaya hidup penggemar dapat bergerak ke arah yang lebih profesional, terencana, dan berorientasi pada pencitraan publik yang konsisten. Ketika Candra secara sadar memilih cosplay sebagai bentuk ekspresi dan *branding* dirinya sebagai penggemar Decade, dia tidak hanya sedang berpartisipasi dalam hiburan atau budaya fandom, tetapi juga menata posisi sosialnya dalam medan budaya populer yang kompetitif dan penuh simbol. Hal semacam ini sebagai bentuk dari agen kultural yang sadar akan cara kerja simbol, persepsi publik, serta dinamika komunitas. Gaya hidup dalam konteks ini menjadi wacana identitas yang diproduksi, dinegosiasikan, dan dipresentasikan terus-menerus (Nuripah, 2023).

Candra juga menciptakan makna terhadap gaya hidupnya dengan mengintegrasikan nilai-nilai personal seperti konsistensi, loyalitas, dan kreativitas dalam membangun citra sebagai fans *Kamen Rider Decade*. Gaya hidup Candra tidak lagi bersifat individualistik,

tetapi menjadi medium yang kolektif karena ia memposisikan dirinya sebagai ikon dalam komunitas ANSATSU. Gaya hidup menjadi indikator keanggotaan simbolik dan bentuk partisipasi aktif terhadap nilai-nilai bersama

4. Penguatan Identitas Sosial

Identitas sosial (*social identity*) adalah bagian dari konsep diri (*self-concept*) yang bersumber dari pengetahuan dan pengalaman sosial individu tentang diri mereka. Pengalaman ini kemudian melebur atau mengalami penyesuaian sikap (*comformity*) dalam kelompok sosial, bersamaan dengan nilai, norma, emosi, dan perilaku individu dalam dinamika kelompok. Sementara pembentukan identitas kelompok adalah hasil adaptasi dan interaksi individu terkait nilai, norma, emosi, kognisi, dan perilaku kelompok saat individu masuk dalam kelompok. Dengan kata lain, *social identity* adalah bagian dari konsep diri anggota yang bersumber dari persepsi dirinya selaku bagian dari anggota kelompok yang terkait nilai, norma, dan perilaku serta kognisi dan ikatan emosional yang diperoleh individu sebagai hasil dari adaptasi dan interaksi dengan kelompoknya (hasil *comformity*). Dalam perspektif interaksi simbolik, makna identitas sosial dikonstruksi dalam proses interaksi kelompok, dan proses sosial dalam kehidupan kelompok-lah yang menciptakan identitas dan menegakkan aturan-aturan, bukan identitas dan aturan-aturan yang menciptakan dan menegakkan kehidupan kelompok (Mujiyanto, 2024).

Gaya hidup tidak semata-mata dipahami sebagai rutinitas sehari-hari atau pola konsumsi yang kasual, melainkan sebagai bentuk simbolik yang mengandung makna sosial dan kultural. Dalam hal ini, gaya hidup komunitas ANSATSU seperti yang tergabung dalam Angkringan *Tokusatsu* Semarang menjadi wadah penting dalam pembentukan identitas sosial dan solidaritas kolektif. Anggota komunitas tidak hanya berkumpul untuk membahas tokoh-tokoh favorit atau koleksi mainan, tetapi juga untuk menegaskan siapa mereka di tengah masyarakat melalui pilihan-pilihan simbolik, seperti karakter yang mereka cosplay-kan, jargon komunitas yang mereka gunakan, hingga gaya berinteraksi yang khas dalam dunia penggemar.

Dalam komunitas ANSATSU, misalnya, identifikasi sosial sebagai *tokufans* menjadi fondasi yang memperkuat hubungan antaranggota. Melalui kegiatan bersama seperti *cosplay*, diskusi serial, atau produksi karya penggemar (*fan art*), anggota komunitas tidak hanya menegaskan identitas sosial mereka, tetapi juga memperkuat ikatan solidaritas

melalui partisipasi aktif dan pengakuan sosial. Teori gaya hidup yang dikemukakan oleh David Chaney menekankan bahwa gaya hidup tidak hanya merupakan ekspresi individual dalam memilih cara hidup, melainkan juga memainkan peran penting dalam membentuk identitas sosial dan solidaritas antarindividu. Dalam masyarakat modern yang semakin terdiferensiasi dan terfragmentasi, pilihan gaya hidup menjadi sarana bagi individu untuk mengonstruksi identitas mereka di luar institusi-institusi tradisional seperti keluarga, agama, atau pekerjaan (Chaney, 1996). Dalam komunitas semacam ini, individu merasakan identitas kolektif karena mereka berbagi praktik dan simbol yang sama, misalnya mengenakan atribut tertentu, mengikuti kegiatan komunitas, hingga terlibat dalam produksi budaya bersama seperti cosplay atau fan art. Penguatan identitas sosial dalam pandangan Chaney terjadi ketika gaya hidup yang dijalani secara konsisten memberi individu rasa keanggotaan dan kedudukan dalam suatu komunitas budaya. Identitas ini tidak hanya terbentuk melalui apa yang dikonsumsi atau ditampilkan, tetapi juga dari partisipasi aktif dalam kegiatan komunitas dan interaksi sosial yang terus-menerus. Solidaritas kemudian tumbuh dari rasa saling memahami, pengalaman kolektif, dan tujuan bersama yang dijalani oleh para anggota dalam komunitas tersebut (Chaney, 1996).

Candra, selaku ketua komunitas, menjelaskan bahwa keberadaan ANSATSU telah memperluas makna identitas sebagai *tokufans*. Dia merasa bahwa dengan terbentuknya komunitas ini, identitas sebagai *tokufans* tidak lagi terbatas pada hobi individu yang bersifat tertutup, melainkan telah memiliki wadah yang konkret dan dikenal secara luas, khususnya di kota Semarang. “Dengan terbentuknya ANSATSU, menurutku sendiri identitas sebagai *tokufans* menjadi semakin luas dan memiliki wadah, apalagi di kota Semarang ini,” ujarnya. Candra menambahkan bahwa identitas *tokufans* kini mulai terlihat oleh masyarakat luas, terutama saat komunitas membuka stan dalam berbagai acara. Dalam kesempatan tersebut, banyak anak-anak yang menunjukkan ketertarikan mereka terhadap stan ANSATSU karena terpicu oleh berbagai barang dagangan *tokusatsu* yang dipajang. Candra melihat bahwa bentuk keterlibatan publik semacam ini turut memperkuat pengakuan sosial terhadap eksistensi komunitas dan mempertegas identitas kolektif para anggotanya sebagai bagian dari kultur populer yang semakin mendapat tempat di ruang publik (Wawancara dengan Candra, 11/05/2025).

Pernyataan Candra sebagai ketua komunitas ANSATSU menampilkan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana identitas sebagai *tokufans* tidak hanya dibentuk oleh

preferensi personal, tetapi juga dibentuk, ditegaskan, dan dipublikasikan melalui keberadaan komunitas serta interaksinya dengan ruang sosial yang lebih luas, hal ini menunjukkan bagaimana gaya hidup sebagai penggemar merupakan bentuk ekspresi identitas yang bersifat simbolik, kolektif, dan tampil secara publik melalui media dan aktivitas budaya populer. keterlibatan Candra dalam komunitas ANSATSU dan perannya sebagai ketua mencerminkan bagaimana gaya hidup sebagai *tokufans* tidak hanya dibentuk oleh preferensi individual, tetapi juga diperkuat dan dipertajam melalui hubungan sosial yang dia jalani. pilihan Candra untuk mendirikan dan mengembangkan komunitas ANSATSU merupakan hasil dari proses sosial yang mempengaruhi seluruh aspek dalam gaya hidupnya, mulai dari konsumsi media (seperti *tokusatsu*), preferensi visual (melalui cosplay dan koleksi), hingga bentuk harapan kolektif akan eksistensi komunitas yang diakui publik (Aprillia, 2021).

Chaney (1996) menekankan bahwa gaya hidup bukan hanya tentang pilihan individu, tetapi juga tentang cara individu dan kelompok menampilkan diri mereka kepada dunia melalui simbol-simbol budaya, konsumsi visual, dan partisipasi dalam kegiatan sosial. Dalam konteks ini, pembentukan ANSATSU sebagai komunitas *tokufans* menjadi sarana simbolik yang memperkuat representasi identitas para anggotanya. Identitas yang semula bersifat privat, seperti menonton atau mengoleksi *tokusatsu* secara individu, kini berubah menjadi identitas publik yang tampil di ruang-ruang sosial seperti acara festival, bazar, atau pameran. Ketika anak-anak maupun masyarakat umum tertarik dan berinteraksi dengan stan ANSATSU, proses simbolisasi itu menjadi nyata: eksistensi komunitas dilihat, diakui, dan diterima secara sosial. Melalui partisipasi aktif dalam kegiatan event, festival, dan interaksi langsung dengan publik, Candra tidak hanya menegaskan identitas dirinya, tetapi juga membentuk ruang simbolik di mana nilai-nilai, estetika, dan narasi *tokusatsu* dikomunikasikan secara kolektif (Aprillia, 2021). Gaya hidup yang ditampilkan di ruang sosial seperti ini bukan hanya bentuk penegasan personal, tetapi merupakan bagian dari pola sosial yang lebih luas, tempat di mana individu seperti Candra merefleksikan dan memperkuat identitas dirinya melalui dinamika komunitas. Apa yang dilakukan Candra menunjukkan bahwa gaya hidup penggemar merupakan hasil dari pertemuan antara identitas personal dan jaringan sosial yang memediasikan nilai, praktik, dan aspirasi yang dibagikan secara bersama.

5. Peluang Kolaborasi dan Dukungan Emosional

Kolaborasi dalam proyek bersama merupakan unsur fundamental dalam dinamika komunitas Angkringan *Tokusatsu* Semarang. Para anggota komunitas tidak hanya sekadar berkumpul secara pasif, melainkan secara aktif terlibat dalam berbagai bentuk interaksi yang menciptakan lingkungan sosial yang dinamis dan kondusif untuk pertumbuhan bersama. Terutama dalam konteks diskusi mendalam mengenai topik-topik khusus yang relevan dengan minat bersama, komunitas online menjadi ruang yang sangat penting untuk mengeksplorasi dan mendalami isu-isu yang diminati oleh anggota. Analisis data menunjukkan bahwa anggota komunitas cenderung memilih topik yang spesifik dan bermakna, sehingga diskusi tidak hanya bersifat permukaan, melainkan memberikan pemahaman yang lebih luas dan mendalam mengenai isu tersebut. Proses diskusi ini memperkaya wawasan anggota dengan menghadirkan beragam perspektif yang saling melengkapi, sehingga komunitas menjadi arena dialog intelektual yang produktif. Dalam konteks ini, kolaborasi yang terjadi tidak hanya menghasilkan produk atau hasil praktis, tetapi juga secara simultan memperkuat ikatan sosial antaranggota, menciptakan solidaritas yang kokoh.

Proyek bersama yang dijalankan oleh komunitas menjadi kesempatan strategis bagi anggota untuk berinteraksi secara intensif, bertukar pengalaman, serta berkolaborasi dalam konteks yang produktif. Diskusi mendalam, pertukaran pengalaman, dan keterlibatan aktif dalam proyek-proyek komunitas membangun fondasi yang kuat bagi perkembangan intelektual sekaligus mempererat hubungan personal antaranggota. Komunitas ini berfungsi sebagai ruang yang memungkinkan anggota terhubung dengan individu lain yang memiliki minat dan tujuan yang sejalan, sehingga terbentuk jaringan sosial yang saling mendukung. Jaringan sosial ini tidak hanya bersifat virtual, melainkan juga berimplikasi pada pertemuan dan kolaborasi di dunia nyata, membuka ruang bagi interaksi sosial yang lebih luas dan pertumbuhan kolektif yang berkelanjutan (Nur dkk, 2024).

Dukungan antaranggota juga menjadi aspek penting yang terwujud dalam respons positif terhadap pengalaman dan permasalahan individu. Atmosfer saling menghargai dan memperkuat pertumbuhan bersama tercipta melalui interaksi tersebut. Dukungan emosional, sebagai bentuk perhatian dan empati antaranggota, menjadi dampak positif yang nyata dan terasa dalam komunitas. Anggota merasa komunitas menjadi tempat aman untuk berbagi pengalaman pribadi sekaligus memperoleh masukan yang konstruktif dan

membangun. Keterlibatan emosional ini menciptakan lingkungan yang suportif, di mana setiap anggota merasa didengar, dipahami, dan diterima secara utuh. Dukungan emosional semacam ini memberikan kekuatan psikologis penting bagi individu dalam menghadapi tantangan atau perubahan hidup, sehingga komunitas berfungsi tidak hanya sebagai wadah hobi, tetapi juga sebagai sumber dukungan sosial dan emosional yang bermakna.

Gaya hidup, dalam konteks ini, tidak hanya berkaitan dengan preferensi konsumsi semata, melainkan merupakan representasi pembentukan identitas dan hubungan sosial yang terwujud melalui pilihan-pilihan simbolik dalam aktivitas sehari-hari. Gaya hidup menjadi arena interaksi sosial yang bermakna dan fungsional, memungkinkan terbentuknya komunitas berdasarkan kesamaan nilai, ekspresi budaya, dan praktik sosial yang khas (Chaney, 1996). Chaney menyatakan bahwa gaya hidup adalah “pola tindakan yang membedakan individu saat mereka mengekspresikan identitasnya dalam hubungan dengan orang lain.” Dalam konteks komunitas ANSATSU, pembentukan komunitas tidak semata berdasar pada kecintaan terhadap budaya populer, melainkan juga didorong oleh kebutuhan akan koneksi sosial, kolaborasi, serta dukungan emosional yang muncul dari kesamaan nilai dan tujuan simbolik bersama. Kolaborasi ini diwujudkan melalui proyek kreatif dan aktivitas kolektif yang memperkuat identitas kelompok sekaligus membangun solidaritas yang erat.

Komunitas gaya hidup semacam ini dapat berperan sebagai “chosen families” atau keluarga pilihan yang menggantikan peran emosional institusi tradisional seperti keluarga biologis atau komunitas agama. Hubungan dalam komunitas ini bersifat fleksibel namun bermakna, berkembang secara organik dan berkelanjutan, menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan sosial dan psikologis anggota komunitas (Chaney, 1996). Peluang kolaborasi dan dukungan emosional yang muncul dalam komunitas Angkringan *Tokusatsu* Semarang dapat dipahami sebagai hasil dari keterlibatan aktif dalam jaringan simbolik dan sosial yang terbentuk melalui praktik-praktik gaya hidup yang dipilih bersama.

Peluang kolaborasi dan dukungan emosional dalam komunitas penggemar seperti Angkringan *Tokusatsu* Semarang dapat dipahami sebagai hasil dari keterlibatan aktif dalam jaringan simbolik dan sosial yang dibentuk oleh praktik-praktik gaya hidup. Gaya hidup tidak hanya tentang selera, tetapi juga menciptakan struktur sosial yang memungkinkan tumbuhnya solidaritas, kerja sama, dan empati di antara sesama anggota komunitas. Seperti yang dijelaskan oleh Candra:

“Kita sempat beberapa kali berkolaborasi dengan beberapa EO di event, kita diundang untuk hadir dalam event tersebut, sampai memiliki sesi *henshin challenge* dalam rundown event tersebut serta mc nya juga dari anggota/admin komunitas kita, kita mendukung untuk para anggota yang mau ikut memeriahkan *henshin challenge* kita memberi dukungan agar mereka mau mencoba, dan memberi tau bahwa kalau tidak menang, tidak apa-apa yang penting sudah berani tampil maun mencoba” (Wawancara dengan Candra sebagai ketua, 11/05/2025).

Gambar 19 ANSATSU Semarang berkolaborasi dengan sebuah event pada 12 Januari 2025



(Sumber : Dokumentasi Pribadi).

Gaya hidup merupakan praktik simbolik yang memungkinkan individu dan kelompok mengekspresikan identitas, nilai, dan preferensi melalui aktivitas yang dipilih secara sadar dalam kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini, keterlibatan ANSATSU dalam berbagai event bersama event organizer (EO) menjadi bentuk ekspresi gaya hidup kolektif yang tampil melalui praktik budaya populer yang terorganisasi dan bersifat publik. Gaya hidup kontemporer bersifat reflektif dan komunikatif, di mana partisipasi dalam aktivitas budaya bukan sekadar hiburan, tetapi juga sarana untuk menyampaikan identitas dan membentuk solidaritas sosial (Chaney, 1996). Ketika ANSATSU diundang ke event dan menyelenggarakan sesi *henshin challenge* serta melibatkan anggota komunitas sebagai MC, hal itu menunjukkan bagaimana komunitas membangun representasi diri secara performatif di hadapan publik. Aktivitas ini tidak hanya memperkuat solidaritas internal melalui dukungan kepada anggota yang tampil, tetapi juga memperluas eksistensi komunitas sebagai bagian dari kultur populer yang aktif, inklusif, dan kreatif. Dukungan yang diberikan kepada anggota untuk berani tampil, tanpa menekankan kemenangan, mencerminkan nilai-nilai gaya hidup yang menekankan proses ekspresi diri, keberanian tampil di ruang sosial, dan kebersamaan sebagai esensi utama. gaya hidup merupakan ekspresi dan simbol untuk menampakkan identitas diri maupun kelompok sangat relevan dalam konteks aktivitas komunitas ANSATSU. Ketika anggota komunitas terlibat dalam

event bersama EO, tampil sebagai MC, atau mengikuti sesi henshin challenge, mereka tidak sekadar melakukan aktivitas hiburan, melainkan sedang membentuk dan menampilkan identitas kolektif komunitas secara simbolik kepada publik. Aktivitas-aktivitas tersebut mencerminkan nilai-nilai internal yang dimiliki komunitas, seperti solidaritas, ekspresi diri, keberanian tampil, dan inklusivitas, semua merupakan elemen simbolik dari gaya hidup (Antika, 2020).

Gaya hidup seperti yang diperlihatkan oleh komunitas ANSATSU dapat dilihat sebagai bentuk artikulasi identitas melalui budaya populer. Gaya hidup bukan hanya hasil dari preferensi individu, tetapi merupakan ekspresi sosial yang terstruktur secara simbolik. Dengan kata lain, komunitas ini tidak hanya menampilkan siapa mereka melalui kostum, media sosial, atau keterlibatan dalam festival, tetapi juga sedang membangun narasi kultural kolektif yang merefleksikan posisi mereka sebagai bagian dari lanskap budaya populer kontemporer (Chaney, 1996). Komunitas ANSATSU menjadi ruang di mana simbol-simbol budaya populer seperti kostum *tokusatsu*, jargon khas, serta adegan henshin diproduksi dan direproduksi secara sadar untuk membentuk identitas bersama. Hal ini menandakan bahwa gaya hidup yang dijalankan oleh komunitas ini telah bergerak dari konsumsi pasif terhadap produk budaya menjadi aktivitas yang penuh refleksi, simbolisasi, dan komunikasi antar anggota maupun terhadap publik luas. Gaya hidup ANSATSU sebagai komunitas tidak hanya mencerminkan preferensi terhadap *tokusatsu* semata, tetapi merupakan bentuk representasi sosial yang bermakna. Ketika mereka mengenakan kostum, menggunakan istilah khas dalam komunitas, atau tampil dalam kegiatan publik seperti event Jepang, hal itu tidak hanya dilakukan untuk kesenangan pribadi, tetapi juga untuk menunjukkan identitas kolektif mereka sebagai bagian dari suatu kelompok sosial tertentu (Antika, 2020). Ini menjadi penting karena identitas tersebut dibentuk dan dikonstruksi secara terus-menerus melalui interaksi dengan masyarakat dan simbol-simbol budaya yang mereka gunakan.

Tidak hanya sebagai penggemar, para anggota juga menjadi aktor budaya yang berkontribusi terhadap perluasan makna budaya populer di ruang sosialnya. Gaya hidup komunitas ANSATSU juga memperlihatkan adanya performativitas identitas. Apa yang mereka tampilkan di depan publik, baik melalui media sosial, pameran, hingga partisipasi event, adalah bentuk konstruksi simbolik yang dimaksudkan untuk dikenali, diterima, dan bahkan dirayakan oleh masyarakat. Gaya hidup komunitas ANSATSU bukanlah bentuk

aktivitas yang terpisah dari realitas sosial, melainkan merupakan cerminan dari sistem nilai yang diinternalisasi oleh anggotanya. Misalnya, ketika komunitas ini menekankan pentingnya solidaritas, keberanian tampil, dan semangat berbagi antar anggota, mereka sedang merefleksikan nilai-nilai sosial yang telah mereka hayati bersama. Hal ini sejalan dengan konsep gaya hidup menurut Antika sebagai proses sosial yang dinamis dan selalu berada dalam pengaruh struktur nilai budaya yang lebih luas.

6. Memperluas Jaringan Sosial dan Komunikasi

Memperluas jaringan sosial dan komunikasi melalui teknologi digital merupakan salah satu karakter utama dari dinamika kehidupan modern yang semakin cair, fleksibel, dan terdesentralisasi. Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara individu membentuk relasi sosial, dari yang sebelumnya terbatas pada ruang fisik menjadi melintasi batas-batas geografis dan temporal. Gaya hidup dalam konteks ini tidak lagi bersifat lokal dan statis, melainkan berkembang sebagai pola tindakan yang berlangsung dalam ruang-ruang sosial baru yang bersifat virtual dan lintas batas. Dalam kehidupan sehari-hari, aktivitas seperti bergabung dalam forum daring, grup diskusi komunitas, berbagi konten di media sosial, atau mengikuti streaming di platform seperti Discord bukan hanya menjadi bentuk konsumsi digital, tetapi juga bagian dari cara individu menegosiasikan identitasnya dan membangun jaringan sosial yang lebih luas serta lebih cair secara struktural.

Platform-platform digital menyediakan infrastruktur sosial yang memungkinkan individu untuk menjalin hubungan interpersonal dengan orang-orang yang memiliki minat dan nilai yang serupa, meskipun tidak saling mengenal secara langsung. Ruang-ruang ini menawarkan lebih dari sekadar alat komunikasi; mereka membentuk ekosistem sosial yang kompleks di mana interaksi, pertukaran ide, dan solidaritas emosional dapat terjadi secara simultan. Artinya, ekspresi diri dan komunikasi interpersonal tidak hanya berlangsung melalui tatap muka, tetapi juga melalui simbol, teks, dan interaksi digital yang mengandung makna simbolik. Dengan kata lain, gaya hidup digital merupakan bentuk artikulasi diri yang dimediasi oleh teknologi dan difasilitasi oleh platform-platform yang membentuk struktur sosial baru berbasis koneksi virtual.

Bergabung dalam komunitas hobi, baik secara langsung maupun daring, menjadi sarana yang tidak hanya berfungsi sebagai kanal penyaluran minat pribadi, tetapi juga membuka peluang luas untuk memperluas jaringan sosial dan emosional. Di tengah

kehidupan sosial yang cenderung terfragmentasi, komunitas hobi memainkan peran strategis dalam menciptakan rasa keterhubungan sosial (*social connectedness*) di antara individu yang mungkin secara geografis berjauhan. Interaksi rutin yang terjadi dalam komunitas ini, entah dalam bentuk diskusi, kolaborasi proyek, atau sekadar berbagi pengalaman, sangat berperan penting dalam memperkuat modal sosial anggota komunitas. Individu tidak hanya merasa menjadi bagian dari sebuah kelompok, tetapi juga mendapatkan dukungan sosial dan emosional yang memperkuat perasaan dihargai dan diakui.

Menurut Iswaratama (2024), komunikasi dalam komunitas membentuk jaringan sosial, norma, dan kepercayaan yang berkembang secara organik dari interaksi antarindividu dalam platform digital. Interaksi semacam ini sering kali bersifat spontan, tidak terstruktur secara formal, namun justru memiliki kekuatan dalam menciptakan jejaring informal yang efektif. Jaringan, dalam konteks komunitas daring, merujuk pada hubungan-hubungan spesifik yang menghubungkan individu berdasarkan kepentingan bersama, aktivitas kolektif, dan pertukaran informasi. Pertukaran ini bukan semata soal data, tetapi juga melibatkan dimensi afektif dan simbolik, seperti dukungan emosional, empati, serta rasa memiliki (*sense of belonging*).

Anggota komunitas aktif berbagi informasi, baik diminta maupun tidak, yang memperlihatkan adanya pola komunikasi partisipatif yang mencerminkan solidaritas dan kolektivitas. Ketika seorang anggota mengalami masalah atau membutuhkan bantuan, respons cepat dari anggota lainnya menunjukkan bentuk solidaritas digital yang konkret. Dukungan timbal balik ini menjadi pondasi penting dalam komunitas virtual, apalagi dengan infrastruktur digital yang memungkinkan interaksi terjadi dengan cepat, murah, dan efisien. Dalam banyak kasus, hubungan-hubungan yang terbentuk dalam komunitas digital ini bahkan mampu menyaingi, atau bahkan menggantikan fungsi dari jaringan sosial tradisional, seperti hubungan antar tetangga atau antar keluarga biologis.

Dalam konteks gaya hidup, fenomena ini memperkuat pandangan David Chaney (1996) yang menyatakan bahwa gaya hidup merupakan pola tindakan simbolik yang digunakan individu untuk membedakan dirinya dalam hubungan sosial. Gaya hidup bukan hanya mencerminkan preferensi konsumsi, tetapi juga merupakan cara individu mengekspresikan siapa dirinya, dengan siapa ia merasa terhubung, serta bagaimana ia ingin dikenali oleh orang lain. Dalam era digital, gaya hidup semakin terkait erat dengan aktivitas online yang mencerminkan identitas, nilai, dan afiliasi kultural seseorang.

Chaney juga menekankan bahwa gaya hidup modern memberikan ruang bagi individu untuk mengombinasikan berbagai elemen budaya sebagai bentuk artikulasi diri. Artikulasi ini, dalam banyak hal, diwujudkan dalam bentuk afiliasi terhadap komunitas tertentu, misalnya komunitas *tokufans*, *cosplay*, *gaming*, atau *fandom* budaya populer lainnya, yang didasarkan pada kesamaan simbolik dan ekspresi budaya. Kesamaan ini menjadi fondasi utama bagi terbentuknya komunitas yang kohesif secara emosional dan sosial. Dengan demikian, memperluas jaringan sosial dan komunikasi bukan hanya berarti menambah jumlah koneksi sosial secara kuantitatif, tetapi juga menciptakan hubungan yang bermakna dan berkualitas, yang memperkuat solidaritas dan memperkaya identitas kolektif.

Dalam kaitannya dengan gaya hidup *tokufans* di komunitas Angkringan *Tokusatsu* Semarang, perluasan jaringan sosial ini sangat terlihat dalam bagaimana anggota komunitas membangun interaksi baik di dunia nyata maupun virtual. Penggunaan platform seperti Discord atau grup percakapan daring menjadi ruang utama untuk bertukar informasi, berdiskusi tentang episode terbaru, merencanakan acara komunitas, atau sekadar berbagi meme dan cerita keseharian. Aktivitas ini bukan sekadar interaksi kasual, melainkan bagian dari bentuk gaya hidup yang mendefinisikan identitas kolektif mereka sebagai penggemar. Seperti yang dijelaskan oleh Deka:

“Karena aku aktif banget di facebook, ketimbang sosmed yang lain dan suka memposting berbagai hal, aku jadi memiliki banyak kenalan di medsos facebook ini dan saling membalas di kolom komentar, sampai setaip aku pergi pergi ke berbagai tempat seperti Jakarta, Jogja dan Surabaya, selalu ada kesempatan untuk meet up atau bertemu secara langsung dengan friendlist facebook ku, kami beremu sambil membawa koleksi, aku juga kalo kemana-maan seenggaknya bawa satu koleksi merchandsie *tokusatsu*, menurutku dengan media sosial ini aku jadi punya temen diberbagai tempat dan latar belakang yang berbeda” (Wawancara dengan Deka sebagai Humas, 11/05/2025).

Pengalaman Deka menggambarkan bagaimana gaya hidup kontemporer terbentuk dari aktivitas pilihan yang mencerminkan identitas dan nilai-nilai pribadi, serta diwujudkan dalam hubungan sosial yang berlangsung di ruang digital maupun fisik. Chaney (1996) menyatakan bahwa gaya hidup adalah bentuk simbolik dari pilihan-pilihan yang dibuat secara sadar, dan menjadi sarana untuk mengekspresikan identitas kepada orang lain. Dalam hal ini, aktivitas Deka yang aktif di Facebook dan sering memposting hal-hal terkait *tokusatsu* mencerminkan praktik gaya hidup yang bersifat komunikatif dan representatif. Melalui interaksi di kolom komentar dan aktivitas daring lainnya, Deka membangun koneksi sosial yang akhirnya meluas ke dunia nyata. Pertemuan langsung yang terjadi saat

bepergian ke kota lain menandai bagaimana gaya hidup digital mampu menciptakan komunitas lintas geografis yang tetap terhubung oleh kesamaan minat terhadap *tokusatsu*. Gaya hidup Deka yang aktif dalam memproduksi konten digital, menjalin komunikasi melalui media sosial, hingga melakukan perjalanan sambil membawa simbol-simbol budaya populer, menunjukkan bahwa gaya hidupnya dibentuk oleh proses sosial yang tidak terpisah dari lingkungan pergaulan dan komunitas digital maupun fisik.

Deka tidak hanya memelihara hubungan sosial secara pasif, tetapi juga membawa simbol identitasnya ke mana pun ia pergi, seperti membawa koleksi *tokusatsu* dalam setiap perjalanan. Ini adalah bentuk performativitas gaya hidup (Chaney, 1996), di mana benda-benda kultural (*merchandise tokusatsu*) dijadikan alat untuk menunjukkan dan mempertahankan identitas sebagai penggemar. Ketika Deka menggunakan media sosial seperti Facebook untuk menampilkan minatnya terhadap *tokusatsu*, dia sedang melakukan proses representasi diri yang konsisten dengan gagasan bahwa gaya hidup mencerminkan sikap, minat, konsumsi, dan harapan individu (Aprillia, 2021). Aktivitas seperti membagikan konten, berdiskusi di kolom komentar, hingga memperluas jejaring sosial ke ranah pertemuan langsung, merupakan bagian dari gaya hidup yang tidak hanya menyangkut preferensi hiburan, tetapi juga menunjukkan bagaimana seseorang menegaskan eksistensinya di tengah masyarakat digital kontemporer. Gaya hidup kontemporer bersifat aktif, reflektif, dan komunikatif. Gaya hidup tersebut mencerminkan proses berkelanjutan dalam membangun identitas melalui pilihan simbolik yang disesuaikan dengan konteks sosial, baik secara daring maupun luring.

7. Peluang Ekonomi Baru

Peluang bisnis baru dalam komunitas penggemar, khususnya yang berfokus pada perdagangan mainan koleksi dan jasa kustomisasi mainan, tidak hanya memperkaya industri kreatif, tetapi juga memperkuat interaksi sosial di antara anggotanya. Aktivitas bisnis ini mendorong kreativitas para pelaku komunitas serta membuka kesempatan ekonomi yang signifikan, bahkan turut mempererat hubungan kekeluargaan di dalam komunitas kolektor. Komunitas yang adaptif terhadap tren dan inovasi berpotensi menjaga ekosistem koleksi yang sehat, inklusif, dan berkelanjutan, sehingga menciptakan sinergi positif antara aspek sosial dan ekonomi. Menurut Ramatun (2025), peluang ekonomi dapat muncul dari berbagai sektor dan aktivitas, terutama dalam konteks perdagangan barang dan jasa yang memanfaatkan teknologi informasi, khususnya internet. Platform e-commerce menjadi

katalisator utama yang memungkinkan transaksi dilakukan tanpa batasan geografis, memberikan akses mudah bagi konsumen sekaligus memperluas pangsa pasar bagi pelaku bisnis.

Kemudahan akses dan jangkauan pasar ini dapat mendorong pertumbuhan ekonomi yang signifikan melalui peningkatan permintaan barang dan jasa. Namun, Ramatun juga mengingatkan bahwa dinamika tersebut berpotensi menimbulkan dampak negatif, seperti peningkatan perilaku konsumtif yang tidak terkontrol, menurunnya kesejahteraan finansial individu, hingga dampak lingkungan yang muncul akibat produksi dan konsumsi yang berlebihan. Fenomena ini mencerminkan transformasi sistem ekonomi yang tidak lagi berbasis lokasi tetap atau struktur produksi klasik, melainkan pada mobilitas informasi, simbol, dan jaringan. Dalam konteks ini, jaringan digital seperti media sosial berperan sebagai infrastruktur sosial penting yang memungkinkan individu mengedarkan simbol, produk budaya, dan jasa kreatif lintas batas geografis.

Kondisi ini membuka ruang bagi monetisasi aktivitas berbasis komunitas dan hobi melalui platform digital yang menawarkan jangkauan audiens luas, fleksibilitas produksi, serta hubungan konsumen yang lebih personal dan autentik. Praktik-praktik seperti menjahit kostum, menjual merchandise, atau membuat konten oleh komunitas ANSATSU bukan hanya sekadar aktivitas kreatif, melainkan telah menjadi bagian integral dari ekonomi digital yang sarat makna. Ketika seseorang memposting hasil karyanya atau membuka jasa pembuatan kostum secara daring, mereka tidak hanya menawarkan produk fisik, tetapi juga menjual simbol keterlibatan budaya dan nilai emosional yang melekat pada produk tersebut.

Chaney (1996) menegaskan bahwa gaya hidup adalah pola tindakan yang dipilih secara sadar oleh individu sebagai bentuk ekspresi identitas dalam konteks sosial tertentu. Gaya hidup tidak hanya mencerminkan preferensi pribadi, tetapi juga berfungsi sebagai alat komunikasi sosial dan simbol status. Dalam masyarakat kontemporer, individu yang aktif membentuk dan menampilkan gaya hidupnya melalui berbagai praktik, seperti fesyen, konsumsi media, atau keterlibatan dalam komunitas hobi, menciptakan nilai simbolik yang dikenali dan dihargai oleh lingkungan sosialnya. Nilai simbolik ini kemudian dapat bertransformasi menjadi peluang ekonomi yang nyata, khususnya dalam ranah budaya populer, media digital, dan industri kreatif.

Komunitas ANSATSU tidak hanya berperan sebagai konsumen pasif, tetapi juga sebagai produsen karya kreatif seperti konten media sosial, kostum cosplay, dan merchandise yang dapat dipasarkan. Gaya hidup sebagai penggemar yang dahulu mungkin dianggap sebagai aktivitas rekreatif semata kini telah menjadi bentuk ekonomi simbolik yang bernilai. Aktivitas monetisasi seperti membuat konten review, menjual barang koleksi, atau membuka jasa kostum cosplay merupakan wujud nyata bagaimana ekspresi gaya hidup dapat dikonversi menjadi peluang ekonomi yang mendukung kelangsungan komunitas dan kreativitas anggotanya. Integrasi antara gaya hidup, teknologi digital, dan peluang ekonomi menciptakan ekosistem yang saling menguatkan. Komunitas penggemar tidak hanya menjadi ruang sosial yang kaya interaksi dan solidaritas, tetapi juga arena kreatif yang mendukung keberlanjutan ekonomi berbasis budaya dan simbolik. Adaptasi terhadap perkembangan teknologi dan tren pasar menjadi kunci utama dalam menjaga dinamika positif ini, sehingga komunitas dapat terus berkembang secara inklusif dan berkelanjutan.

Candra, selaku ketua komunitas, menjelaskan bahwa perkembangan minat terhadap *tokusatsu* di Indonesia turut berdampak pada dinamika pasar merchandise. Candra menyatakan bahwa peluang ekonomi dalam komunitas ini semakin terbuka, terutama ketika *serial tokusatsu* ditayangkan di stasiun televisi nasional. Dalam keterangannya, Candra menyebut, "Perluangannya makin besar, apalagi saat seri *tokusatsu* ditayangkan di stasiun televisi Indonesia, harga-harga merchandise pada seri yang sedang tayang juga ikut naik." Fenomena ini menunjukkan bahwa eksposur media memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai jual koleksi. Namun, Candra juga mengkritisi adanya praktik spekulatif dalam pasar merchandise. Ia mengatakan bahwa ada pihak-pihak yang "menggoreng demi cuan belaka karena harga sedang naik," yang berarti menaikkan harga secara tidak wajar demi keuntungan pribadi. Meski begitu, ia sendiri mengaku aktif memantau pergerakan pasar jual beli barang koleksi *tokusatsu*. Kadang ia membeli karena tertarik dengan suatu item, dan di waktu lain ia memilih menjual karena merasa bosan atau ingin mengganti lini koleksi pribadinya. Hal ini menunjukkan bahwa keterlibatannya bukan hanya sebagai kolektor pasif, tetapi juga pelaku aktif dalam ekosistem ekonomi penggemar yang dinamis (Wawancara dengan Candra sebagai Ketua, 12/05/2025).

Gambar 20 Grup Jual Beli di Facebook



(Sumber : Diakses dari

<https://www.facebook.com/groups/546222422170478/?ref=share&mibextid=NSMWBT>

pada 9 Juni 2025)

Grup jual beli tersebut merupakan salah satu grup jual beli yang berada di facebook, sebenarnya masih banyak grup jual beli lain, tapi grup ini usdah dibuat sejak 3 Agustus 2014, grup ini merupakan tempat jual beli *merchandise tokusatsu*, ataupun sekedar bertanya tentang *tokusatsu*, Candra awalnya tidak tau bahwa ada grup ini dan ada pasar bagi *merchandise tokusatsu* yang biasa disukai anak-anak, ternyata pemiantnya lebih banyak bapak-bapak ataupun usia muda pekerja. Candra biasanya menjual di waal facebooknya dan di grup tersebut dan di grup yang lainnya.

Pernyataan Candra mengenai dinamika pasar *merchandise tokusatsu* mencerminkan bahwa gaya hidup penggemar tidak hanya bersifat simbolik dan ekspresif, tetapi juga melibatkan dimensi ekonomi yang kompleks. Pilihan tersebut tidak terjadi di ruang kosong, melainkan dalam konteks sosial dan kultural tertentu, termasuk di dalamnya eksposur media dan interaksi pasar. Gaya hidup menjadi semacam narasi yang dibentuk melalui konsumsi simbolik, yang dalam kasus ini tergambarkan melalui praktik koleksi dan jual beli *merchandise tokusatsu* yang dilakukan Candra (Chaney, 1996). Gaya hidup yang dijalani seseorang sering kali tidak lepas dari perilaku konsumtif yang didorong oleh tiga motif utama: pencitraan diri, identitas sosial, dan penyesuaian sosial. Ketiganya terlihat dalam pola keterlibatan Candra di pasar *merchandise tokusatsu*. Ketika dia menyadari bahwa harga barang koleksi meningkat bersamaan dengan penayangan *tokusatsu* di televisi nasional, hal ini menunjukkan bahwa konsumsi dalam komunitas penggemar tidak hanya ditentukan oleh minat atau kesenangan pribadi, melainkan juga oleh konstruksi nilai yang dibentuk oleh eksposur media dan tren pasar. Ini menegaskan bahwa konsumsi menjadi bagian dari sistem makna, bukan sekadar pemenuhan kebutuhan (Sa'adah, 2017).

Ketika Candra mengamati bahwa harga merchandise meningkat seiring penayangan seri *tokusatsu* di televisi nasional, hal ini menunjukkan bahwa media massa memainkan peran penting dalam membentuk nilai simbolik dari objek budaya. Produk yang semula hanya berfungsi sebagai representasi karakter fiksi kini memiliki nilai tukar yang fluktuatif dan dipengaruhi oleh tren publik. Ini menunjukkan bahwa dalam gaya hidup kontemporer sebagaimana dijelaskan Chaney (1996) konsumsi bukan semata-mata soal kebutuhan atau kesukaan, tetapi tentang bagaimana individu memaknai, mengatur, dan mengaitkan konsumsi dengan identitas personal dan posisi sosial mereka dalam jaringan komunitas budaya populer. Individu tidak hanya mengonsumsi barang demi barang itu sendiri, tetapi juga karena dorongan untuk membangun citra diri. Dalam konteks komunitas ANSATSU, menjadi kolektor aktif bisa dipahami sebagai bentuk aktualisasi diri dan pencitraan sosial di mana kepemilikan atas item langka atau mahal menjadi simbol status dalam komunitas. Dalam hal ini, Candra berperan sebagai pelaku gaya hidup yang tidak hanya mengikuti tren, tetapi juga secara aktif membentuk dan menegosiasikan nilai-nilai konsumsi tersebut (Sa'adah, 2017).

Keterlibatan Candra dalam praktik jual beli menunjukkan bentuk partisipasi aktif dalam ekonomi budaya penggemar. Ia tidak hanya mengonsumsi tetapi juga menjadi bagian dari sirkulasi nilai dan makna dalam komunitas. Aktivitas seperti membeli item karena ketertarikan, menjual karena ingin mengganti koleksi, hingga memantau harga di pasar semuanya merupakan bentuk refleksivitas gaya hidup (Chaney, 1996). Candra tidak hanya membentuk citra diri sebagai *tokufans* yang loyal tetapi juga sebagai pelaku yang cermat dan strategis dalam mengelola lini koleksi. Ia menilai kapan waktu terbaik untuk membeli atau menjual bahkan memberikan kritik terhadap mereka yang memanfaatkan tren untuk “menggoreng” harga demi keuntungan pribadi. Ini menunjukkan bahwa gaya hidup penggemar bukan sekadar perilaku impulsif tetapi melibatkan penilaian moral, analisis ekonomi, dan refleksi atas nilai-nilai komunitas. Candra menyesuaikan gaya konsumsi dan koleksi agar tetap relevan dan dihargai dalam komunitas penggemarnya. Candra tidak hanya berperan sebagai penikmat pasif, tetapi juga sebagai aktor reflektif yang membaca tren, mempertimbangkan nilai simbolik barang, dan mengambil keputusan berdasarkan strategi identitas yang ingin ia tampilkan kepada komunitasnya (Sa'adah, 2017).

B. Dampak Sosial Budaya

1. Peningkatan Partisipasi Budaya

Firdausa dan rekan-rekannya (2024) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa peningkatan partisipasi budaya merupakan fenomena di mana individu maupun kelompok semakin aktif terlibat dalam berbagai aktivitas budaya. Keterlibatan ini tidak hanya terbatas pada konsumsi pasif, tetapi juga meliputi produksi dan distribusi makna simbolik yang terjadi dalam masyarakat. Perkembangan pesat teknologi digital dan media sosial menjadi faktor penting yang membuka akses lebih luas bagi masyarakat untuk berpartisipasi secara aktif dalam proses budaya. Dengan kemudahan ini, batas antara pencipta budaya (produsen) dan penikmat budaya (konsumen) menjadi semakin kabur, sehingga muncul konsep budaya partisipatif yang mengedepankan peran aktif setiap individu dalam menciptakan dan membagikan konten budaya secara kreatif.

Fenomena peningkatan partisipasi budaya ini memiliki implikasi yang signifikan dalam memperkuat identitas kolektif dan solidaritas dalam komunitas. Contohnya terlihat dalam komunitas ANSATSU, di mana kegiatan bersama seperti berdiskusi, menghadiri acara atau event, serta membuat kostum menjadi sarana efektif untuk membangun rasa memiliki dan mendapatkan pengakuan sosial di antara anggotanya. Selain memperkuat hubungan internal, partisipasi budaya yang semakin meningkat ini juga berperan sebagai bentuk resistensi terhadap dominasi budaya arus utama, dengan menyediakan ruang alternatif bagi kelompok-kelompok atau subkultur tertentu untuk mengekspresikan nilai-nilai dan identitas mereka secara bebas. Dengan demikian, aktivitas budaya tidak lagi hanya berfungsi sebagai hiburan atau konsumsi semata, melainkan juga sebagai medium transformasi sosial dan politik, di mana aspirasi kelompok disuarakan dan hubungan sosial diperkuat.

Gaya hidup sebagai pola tindakan simbolik yang dipakai individu untuk mengekspresikan identitas sosialnya dalam interaksi sosial sehari-hari. Chaney (1996) menegaskan bahwa gaya hidup tidak hanya berkaitan dengan preferensi konsumsi, tetapi juga sebagai sarana penting dalam membangun jaringan sosial dan komunitas berdasarkan nilai dan minat yang sama. Ketika individu terlibat dalam praktik budaya yang mencerminkan gaya hidup mereka, hal tersebut memperkuat ikatan sosial serta identitas kolektif dalam komunitas. Chaney (1996) juga menekankan bahwa gaya hidup memungkinkan terbentuknya komunitas berbasis kesamaan nilai dan ekspresi simbolik,

yang menjadi ruang untuk interaksi sosial, kolaborasi, serta dukungan emosional antaranggota. Partisipasi budaya tidak lagi dipandang sebagai tindakan individual, melainkan aktivitas kolektif yang memperkuat solidaritas dan rasa memiliki. Bentuk konkret dari partisipasi budaya ini dapat berupa kehadiran dalam acara komunitas, kerja sama dalam proyek kreatif, maupun saling memberikan dukungan moral. Terlebih di era postmodern, komunitas gaya hidup kerap berperan sebagai “keluarga pilihan” yang menyediakan dukungan emosional dan membangun jaringan sosial alternatif di luar institusi tradisional. Oleh karena itu, kualitas hubungan sosial yang terjalin melalui partisipasi budaya menjadi sama pentingnya dengan frekuensi aktivitasnya. Dengan demikian, gaya hidup menjadi kunci dalam mendorong partisipasi budaya kolektif yang diwujudkan melalui ekspresi identitas, solidaritas sosial, dan saling dukung secara emosional.

Di komunitas ANSATSU, peningkatan partisipasi budaya dan kreativitas anggotanya tidak hanya merefleksikan kecintaan terhadap genre hiburan tersebut, tetapi juga menunjukkan bagaimana budaya populer dan gaya hidup digital membuka ruang bagi individu untuk merancang narasi diri, memperluas jaringan sosial, serta turut berkontribusi dalam ekosistem budaya yang lebih luas. Dalam kerangka pemikiran Chaney, kondisi ini merepresentasikan esensi gaya hidup modern yang bersifat cair, simbolik, komunikatif, dan terbuka terhadap berbagai bentuk ekspresi kreatif. Dengan demikian, partisipasi budaya yang meningkat menjadi tanda perubahan mendasar dalam cara individu dan kelompok berinteraksi dan menegaskan keberadaan mereka dalam masyarakat kontemporer yang kompleks.

Tiara sebagai anggota komunitas, menjelaskan ketertarikannya pada *tokusatsu* telah memengaruhi pilihan akademiknya untuk masuk jurusan Sastra Jepang di Universitas Dian Nuswantoro (Udinus). Tiara menjelaskan bahwa ketertarikan tersebut semakin berkembang seiring dengan kecintaannya terhadap budaya Jepang secara umum. Selain itu, dia juga mulai belajar menjahit untuk membuat kostum *cosplay tokusatsu* secara mandiri. Namun, untuk bagian-bagian yang sulit, Tiara terkadang meminta bantuan tukang jahit di dekat rumahnya. Tiara mengungkapkan bahwa menjahit sendiri lebih ekonomis dibandingkan membeli jasa pembuat kostum, meskipun jika malas, dia tetap mencari pembuat kostum yang tentunya memerlukan biaya lebih tinggi. Tiara menyatakan, “Kalau aku malas biasanya aku nyari maker untuk membuat kostum *tokusatsu* dan ya biaya lebih mahal

ketimbang aku membeli bahan-bahannya sendiri dan menjahit sendiri jauh lebih murah” (Wawancara dengan Tiara sebagai anggota, 11/05/2025).

Gambar 21 Tiara menjahit sendiri kostum Rita Kaniska dari Kingohger



(Sumber : Dokumentasi Pribadi Tiara)

Pilihan Tiara untuk masuk ke jurusan Sastra Jepang di Universitas Dian Nuswantoro bukan sekadar pilihan akademis, melainkan merupakan bagian dari konstruksi gaya hidup yang dibentuk melalui afiliasi simbolik terhadap budaya populer Jepang, khususnya *tokusatsu*. Gaya hidup dalam masyarakat kontemporer bukan hanya soal konsumsi benda, tetapi mencerminkan cara-cara simbolik yang digunakan individu untuk menampilkan identitas mereka di hadapan masyarakat (Chaney, 1996). Tiara menjadikan pendidikan sebagai ruang untuk memperdalam identitas kulturalnya. Ia tidak hanya menjadi penikmat *tokusatsu*, tetapi mengaitkan kecintaan tersebut ke dalam pilihan jangka panjang yang berpengaruh terhadap arah hidupnya secara keseluruhan. Pilihan akademik Tiara untuk masuk ke jurusan Sastra Jepang dan keterlibatannya dalam *cosplay tokusatsu* merupakan bentuk nyata dari bagaimana seseorang memproduksi dan merepresentasikan identitas melalui tindakan sehari-hari yang tampak sederhana namun sarat makna kultural dan sosial (Antika, 2020).

Tiara menunjukkan bentuk partisipasi aktif melalui kegiatan menjahit kostum untuk *cosplay*. Aktivitas ini bukan hanya bersifat hobi atau rekreasi, tetapi merupakan praktik simbolik yang mencerminkan gaya hidup yang diproduksi dan direproduksi secara sadar dan berulang. Fleksibilitas dalam menghadapi kendala praktis, seperti ketika merasa malas untuk menjahit sendiri dan memilih menggunakan jasa "maker" dengan biaya lebih tinggi. Di sini kita melihat adanya dinamika antara nilai ekonomi dan ekspresi diri, dua hal yang

menurut Chaney (1996) sering bersinggungan dalam pembentukan gaya hidup modern. Keputusan ini tidak hanya menunjukkan rasionalitas ekonomis, tetapi juga bahwa gaya hidup bersifat reflektif, yakni terus-menerus ditimbang ulang berdasarkan kondisi, kapasitas, dan prioritas personal. Gaya hidup dipengaruhi oleh nilai-nilai budaya dan sosial yang mengelilingi individu. Ketertarikan terhadap budaya Jepang, dan lebih spesifik lagi pada Tokusatsu, telah mendorong Tiara untuk menjalani praktik-praktik tertentu, seperti belajar menjahit kostum yang tidak hanya bersifat pribadi tetapi juga menjadi penanda identitas sosial dalam komunitasnya. Gaya hidup akan tampak dalam cara berpakaian, bekerja, dan mengisi keseharian, di mana semuanya merefleksikan nilai yang dianut dan ingin ditampilkan oleh individu dalam lingkup sosialnya (Antika, 2020).

Kostum *tokusatsu* yang dibuat Tiara bukan sekadar replika karakter fiksi. Ia merupakan simbol budaya yang menghubungkan Tiara dengan komunitas penggemar, baik dalam konteks ANSATSU maupun ruang publik lainnya seperti event atau ajang cosplay. Praktik ini memperlihatkan bagaimana benda-benda kultural digunakan untuk mengomunikasikan identitas kepada orang lain. gaya hidup dalam masyarakat posmodern adalah bentuk komunikasi sosial yang dilakukan melalui estetika visual dan simbol-simbol konsumsi. Keseluruhan praktik yang dijalani Tiara menunjukkan bahwa gaya hidup bukanlah sesuatu yang bersifat statis atau ditentukan oleh struktur kelas semata, melainkan sebuah proyek yang terus dirancang dan dinegosiasikan oleh individu. Ia melibatkan aspek budaya, ekonomi, sosial, dan emosional. Dalam hal ini, gaya hidup menjadi semacam narasi personal yang ditunen melalui pilihan-pilihan simbolik yang dilakukan sehari-hari.

2. Pendidikan Nilai Moral

Pendidikan nilai moral yang berasal dari budaya merupakan proses internalisasi nilai-nilai etika, norma, dan kebajikan yang hidup dan berkembang dalam suatu masyarakat atau kelompok budaya tertentu, yang kemudian diajarkan kepada generasi berikutnya sebagai pedoman dalam berpikir, bersikap, dan bertindak. Dalam pandangan ini, budaya dipahami bukan hanya sebagai warisan adat, bahasa, dan kesenian, tetapi juga sebagai sistem nilai yang mengatur perilaku sosial dan membentuk karakter individu dalam masyarakat. Oleh karena itu, pendidikan moral yang berakar dari budaya tidak dapat dipisahkan dari konteks sosial dan historis tempat nilai-nilai tersebut tumbuh dan dijalankan.

Mudrikah (2025) setiap masyarakat memiliki nilai-nilai moral khas yang dianggap penting, seperti kejujuran, rasa hormat, tanggung jawab, gotong royong, dan kesetiaan pada keluarga atau komunitas. Nilai-nilai ini diturunkan melalui berbagai sarana budaya seperti cerita rakyat, upacara adat, petuah orang tua, simbol-simbol budaya, hingga praktik kehidupan sehari-hari. Dalam konteks ini, budaya berperan sebagai sumber dan medium pendidikan moral yang bersifat kontekstual, artinya nilai-nilai yang diajarkan selaras dengan kebutuhan, tantangan, dan harapan masyarakat lokal.

Pendidikan nilai moral yang berbasis budaya juga memungkinkan penguatan identitas kolektif dan memperkuat kohesi sosial. Ketika individu belajar dan menghayati nilai-nilai moral yang berasal dari budayanya sendiri, mereka tidak hanya memperoleh pedoman perilaku, tetapi juga merasa menjadi bagian dari suatu komunitas yang memiliki sejarah, tradisi, dan makna bersama. Ini sangat penting terutama dalam konteks globalisasi yang cenderung mengaburkan identitas budaya lokal.

Namun demikian, penting pula untuk bersikap kritis terhadap nilai-nilai budaya yang diwariskan. Tidak semua nilai budaya selalu relevan atau adil dalam konteks zaman modern. Oleh karena itu, pendidikan moral berbasis budaya harus dilakukan dengan pendekatan reflektif dan dialogis, yakni mempertahankan nilai-nilai luhur yang membangun, sambil terbuka terhadap pembaruan nilai yang lebih inklusif dan sesuai dengan prinsip hak asasi manusia.

Dalam perspektif teori gaya hidup dari David Chaney, pendidikan nilai moral yang berasal dari budaya dapat dipahami sebagai bagian dari pola tindakan simbolik yang digunakan individu dan kelompok untuk membangun makna sosial serta memperkuat identitas kolektif. Chaney (1996) menyatakan bahwa gaya hidup bukan sekadar pola konsumsi atau kebiasaan harian, melainkan ekspresi simbolik yang berkaitan erat dengan nilai-nilai, pilihan budaya, dan bentuk representasi diri yang dijalani secara sadar dalam suatu komunitas.

Dengan demikian, ketika nilai-nilai moral diturunkan melalui budaya—misalnya melalui cerita rakyat, adat istiadat, atau praktik sehari-hari—maka proses tersebut tidak sekadar menjadi transfer etika, melainkan juga bagian dari pembentukan gaya hidup yang mengakar pada identitas budaya tertentu. Dalam hal ini, pendidikan moral berbasis budaya membentuk pola hidup simbolik yang menandai siapa individu itu dalam hubungannya

dengan komunitasnya. Misalnya, nilai-nilai seperti gotong royong, rasa hormat terhadap orang tua, atau kesetiaan terhadap komunitas lokal bukan hanya ajaran moral, tetapi juga menjadi simbol identitas budaya dan penanda posisi sosial seseorang dalam masyarakatnya.

Chaney juga menekankan bahwa gaya hidup berfungsi membangun jaringan sosial berdasarkan nilai bersama. Maka, pendidikan moral dari budaya berperan penting dalam menciptakan kohesi sosial, karena nilai-nilai tersebut menjadi acuan kolektif dalam bertindak dan berinteraksi. Nilai budaya seperti musyawarah, tenggang rasa, dan solidaritas sosial menjadi elemen pengikat komunitas, sehingga tidak hanya membentuk individu yang bermoral secara pribadi, tetapi juga memperkuat jaringan sosial yang memiliki kesamaan nilai simbolik.

Chaney melihat gaya hidup sebagai medan di mana nilai-nilai dinegosiasikan dan dipertahankan. Maka, pendidikan moral dari budaya tidak bersifat kaku atau statis, melainkan senantiasa berada dalam proses reinterpretasi dan aktualisasi. Masyarakat dapat memilih untuk mempertahankan nilai-nilai lama yang relevan atau mereformulasikan nilai budaya secara kritis agar sesuai dengan kondisi sosial masa kini. Inilah yang menjadikan pendidikan nilai moral dari budaya tetap hidup dan dinamis sebagai bagian dari gaya hidup kolektif yang terus berkembang.

Dengan kata lain, dalam teori gaya hidup David Chaney, pendidikan nilai moral dari budaya adalah wujud konkret dari tindakan simbolik yang merefleksikan dan memperkuat identitas, solidaritas, serta kontinuitas sosial suatu komunitas. Melalui pendidikan tersebut, budaya bukan hanya diwariskan, tetapi juga dihidupkan kembali dalam bentuk praktik hidup yang bermakna secara simbolik dan sosial.

Bowo menjelaskan bagaimana *serial tokusatsu* berperan dalam membentuk nilai moral dan cara pandangnya terhadap kehidupan sehari-hari. Dia menyampaikan bahwa menonton *tokusatsu* telah membantunya menginternalisasi nilai-nilai keadilan dan kebaikan. Bowo mengaku, “Aku merasa dari *serial tokusatsu* membuatku menjadi memiliki nilai keadilan yang tinggi, dan bahkan aku sempat berpikir, apakah aku harus menjadi hero dulu? Untuk bisa menolong sesama manusia.” Dalam pengalamannya, tokoh-tokoh dalam *tokusatsu* yang mengalami musibah dan dikucilkan dari lingkungan sosial membangkitkan refleksi mendalam: “Apakah aku akan tetap bisa jadi orang baik? Dan selalu menolong?” Secara tidak langsung, Bowo menjelaskan bahwa *tokusatsu* bukan hanya tontonan fiksi

semata, melainkan juga medium edukatif dan inspiratif yang membantu seseorang merenungi konsep moralitas dalam dunia nyata. Bowo menyadari bahwa menjadi orang baik tidak harus identik dengan menjadi seorang pahlawan seperti yang digambarkan dalam serial. Bahkan dalam kondisi sulit dan ketika merasa tersingkir, seseorang tetap memiliki pilihan untuk berbuat baik. Bowo menyimpulkan, “Gak harus jadi apapun untuk menjadi baik, dan kalau memang keadaan tidak mendukung dan membuat terpuruk bukan berarti aku bisa menjadi orang jahat kayak di *serial tokusatsu* atau di dunia nyata.” (Wawancara dengan Bowo sebagai anggota, 07/06/2025).

Pernyataan Bowo bahwa dirinya menginternalisasi nilai keadilan dari serial *tokusatsu* dan bahkan sempat berpikir apakah dia harus menjadi “hero” demi menolong sesama, menunjukkan bahwa budaya populer memiliki kekuatan transformatif terhadap kesadaran moral individu. Di sinilah gaya hidup bukan lagi sekadar soal tampilan atau konsumsi benda, melainkan sebagai sistem makna yang mengatur tindakan dan aspirasi personal. Tokoh-tokoh dalam *tokusatsu*, yang menurut Bowo sering digambarkan sebagai korban sosial atau orang yang tertindas namun tetap berbuat baik, menjadi cermin bagi Bowo untuk memaknai posisinya sendiri dalam kehidupan nyata. Ia mempertanyakan apakah dirinya juga akan tetap menjadi pribadi yang baik di tengah keterpurukan sosial, yang mencerminkan adanya proses kontemplatif dan reflektif dalam membentuk gaya hidupnya. Keterikatan Bowo pada *serial tokusatsu*, bukan hanya menjadi tontonan hiburan sesaat, tetapi telah dikonsumsi secara berulang dan intens, sehingga membentuk kerangka berpikir, sistem nilai, dan moralitas Bowo dalam gaya hidup sehari-hari (Nurhayati, 2021). Konsumsi yang berkelanjutan ini melahirkan internalisasi nilai-nilai seperti keadilan, empati, dan keinginan untuk berbuat baik meski dalam situasi sulit.

Nilai-nilai moral dan struktur identitas tidak lagi hanya diwariskan secara tradisional melalui keluarga atau institusi formal, melainkan juga melalui budaya populer dan media (Chaney, 1996). Dalam hal ini, pengalaman menonton *tokusatsu* bagi Bowo menjadi bentuk pendidikan moral alternatif yang bersifat emosional, visual, dan naratif. *Serial tokusatsu* menjadi semacam “pedoman simbolik” yang digunakan untuk menavigasi dunia nyata, terutama ketika menghadapi pertanyaan-pertanyaan eksistensial seperti, “Bagaimana aku tetap bisa jadi orang baik dalam kondisi buruk?” atau “Apakah aku harus menjadi sesuatu untuk bisa berguna bagi orang lain?” Ini menunjukkan bahwa gaya hidup yang diadopsi Bowo tidak hanya bersifat pasif, tetapi penuh dengan pertimbangan etis, spiritual, dan sosial.

Media seperti *tokusatsu* menjadi bagian dari produksi gaya hidup karena memengaruhi orientasi moral dan tujuan hidup seseorang. Konsumsi bukan lagi sekadar kegiatan ekonomi atau hiburan, tetapi merupakan gaya hidup yang membentuk sistem nilai internal (Nurhayati, 2021). Melalui proses konsumsi yang berulang ini, gaya hidup Bowo berkembang dari preferensi hiburan menjadi pola hidup yang berakar pada komitmen terhadap kebaikan dan keadilan.

Bowo juga menyampaikan bahwa menjadi baik tidak selalu berarti menjadi pahlawan secara literal. Ia menyadari bahwa peran moral seseorang tidak harus diwujudkan dalam bentuk aksi heroik, melainkan melalui keputusan-keputusan kecil dalam kehidupan sehari-hari. Gaya hidup modern bersifat reflektif, di mana individu senantiasa menilai, merevisi, dan mengarahkan gaya hidupnya sesuai dengan pengalaman dan pemahamannya sendiri. Dalam konteks ini, konsumsi budaya populer seperti *tokusatsu* tidak hanya memengaruhi selera hiburan, tetapi juga menyusun peta nilai dan moral seseorang.

Pengalaman Bowo mencerminkan bagaimana gaya hidup dalam masyarakat kontemporer tidak hanya terwujud dalam bentuk material seperti pakaian atau aktivitas komunitas, tetapi juga dalam bentuk moralitas yang dibentuk melalui narasi budaya populer. *Tokusatsu* berfungsi sebagai arena simbolik yang memungkinkan individu seperti Bowo mengartikulasikan identitasnya, merenungi posisi moralnya, dan membangun visi hidup yang selaras dengan nilai-nilai kebaikan dan keadilan. Maka, gaya hidup menurut Chaney (1996) tidak hanya menjadi tanda siapa kita, tetapi juga bagaimana kita memahami diri sendiri dan memperlakukan orang lain dalam masyarakat. Gaya hidup yang dikembangkan Bowo dapat dipahami sebagai proyek moral yang terbangun dari makna-makna yang diambil dari budaya populer. Tokoh-tokoh *tokusatsu* yang digambarkan tetap baik meskipun dipinggirkan sosial, menjadi referensi moral bagi Bowo dalam menghadapi realitas hidupnya sendiri. Dalam hal ini, gaya hidup bukan hanya terbentuk oleh struktur kelas atau status, tetapi dari pilihan simbolik yang dibuat berdasarkan pengalaman konsumsi jangka panjang (Nurhayati, 2021).

3. Penguatan Literasi Visual

Penguatan literasi visual merupakan upaya untuk meningkatkan kemampuan individu dalam memahami, menafsirkan, dan menciptakan makna dari berbagai bentuk komunikasi visual. Dalam konteks masyarakat modern yang dipenuhi oleh representasi

visual, baik melalui media cetak, televisi, internet, maupun media sosial, literasi visual menjadi keterampilan penting yang membantu seseorang tidak hanya menjadi penikmat visual pasif, tetapi juga menjadi penafsir dan pencipta visual yang aktif dan kritis.

Secara umum, literasi visual melibatkan kemampuan untuk membaca gambar, simbol, grafik, dan bentuk komunikasi non-verbal lainnya dengan cara yang kritis. Ini berarti seseorang perlu memahami tidak hanya apa yang terlihat, tetapi juga bagaimana visual tersebut disusun, apa yang coba disampaikan, serta dalam konteks sosial dan budaya apa visual itu beroperasi. Misalnya, memahami simbol warna merah sebagai lambang bahaya atau keberanian tergantung pada konteks budaya yang melingkupinya. Kemampuan ini mencakup juga kesadaran akan teknik manipulasi visual seperti sudut kamera, pencahayaan, komposisi, dan pengeditan yang bisa membentuk persepsi atau pesan tertentu.

Hobi yang memiliki dimensi visual kuat seperti *tokusatsu*, *cosplay*, fotografi figur, menggambar karakter, atau membuat konten ulasan video, literasi visual menjadi alat penting yang memperkuat ekspresi dan partisipasi kreatif penggemar. Dalam komunitas ANSATSU, penguatan literasi visual dapat terlihat dari cara penggemar merekam ulang adegan ikonik dengan kostum buatan sendiri, atau bagaimana mereka menyunting klip video dan membagikannya di media sosial seperti Instagram atau TikTok. Kemampuan untuk memahami pencahayaan, warna, komposisi, dan bahkan simbolisme visual dari *genre tokusatsu* memungkinkan mereka tidak hanya menjadi penikmat pasif, tetapi juga pencipta aktif dalam ranah kebudayaan visual. Literasi visual dalam hal ini memfasilitasi mereka untuk menyampaikan emosi, ide, dan nostalgia mereka terhadap *tokusatsu* secara efektif kepada khalayak luas.

Menurut Chaney (1996), gaya hidup tidak hanya dipahami sebagai pola konsumsi atau rutinitas, melainkan sebagai pilihan simbolik yang mencerminkan identitas sosial dan kultural individu. Dalam masyarakat modern, individu menampilkan dan merayakan identitas mereka melalui bentuk-bentuk ekspresi budaya yang dipilih secara sadar, termasuk melalui media visual. Dalam hal ini, *tokusatsu* sebagai genre visual yang sangat kaya akan simbol, warna, kostum, dan narasi heroik menjadi lahan subur bagi pembentukan dan penguatan literasi visual di kalangan penggemarnya. Dalam komunitas penggemar *tokusatsu*, seperti Angkringan Tokusatsu Semarang, para anggota seringkali memproduksi ulang adegan, menciptakan kostum karakter favorit, membuat video ulasan, hingga mendesain ilustrasi atau meme bertema *tokusatsu* yang dibagikan melalui media sosial.

Aktivitas semacam ini mencerminkan penguasaan atas bahasa visual tertentu. Mereka memahami dan menggunakan elemen-elemen visual khas *tokusatsu* seperti warna merah pada karakter pemimpin, cahaya led sebagai simbol kekuatan, atau latar kota futuristik untuk menyampaikan identitas dan keterlibatan mereka dalam komunitas. Chaney menyebut ini sebagai bentuk ekspresi gaya hidup simbolik, yaitu ketika individu memilih untuk menjadi bagian dari jaringan makna melalui media visual dan simbolik.

Literasi visual dalam komunitas *tokusatsu* juga berfungsi sebagai alat negosiasi dan komunikasi antaranggota komunitas. Ketika seorang anggota mengunggah foto cosplay atau video *tokusatsu* di Facebook atau Instagram, mereka tidak hanya menunjukkan kecintaan terhadap genre tersebut, tetapi juga mengundang interpretasi, apresiasi, dan dialog dari sesama anggota komunitas. Ini memperkuat kohesi sosial melalui media simbolik. Chaney menekankan bahwa dalam masyarakat kontemporer, komunitas tidak lagi terbentuk hanya melalui lokasi geografis atau hubungan darah, tetapi juga melalui pilihan gaya hidup yang dimediasi oleh budaya visual. Oleh karena itu, kemampuan untuk membaca, memproduksi, dan menafsirkan pesan visual dari *tokusatsu* menjadi sarana penting untuk membangun solidaritas, identitas kolektif, dan keberlanjutan komunitas.

Penguatan literasi visual dalam komunitas *tokusatsu* bukan hanya mencerminkan kecakapan teknis dalam mengolah media visual, tetapi juga merupakan bagian dari konstruksi identitas gaya hidup yang simbolik. Seperti yang dikemukakan Chaney, individu dalam masyarakat modern aktif memilih dan menampilkan diri mereka melalui simbol-simbol budaya. Dalam hal ini, visual *tokusatsu* menjadi medium utama untuk menegosiasikan makna, merayakan identitas, dan menjalin koneksi sosial.

Deka, selaku Humas dalam komunitas, mengungkapkan bahwa ketertarikannya terhadap manga atau komik Jepang meningkat seiring dengan ketertarikannya pada *tokusatsu*. Dia menyatakan bahwa awalnya dia hanya menonton *serial tokusatsu*, tetapi kemudian menemukan bahwa beberapa judul juga memiliki versi manga, yang akhirnya mendorongnya untuk mulai membeli dan membaca manga. “Daya tarikku terhadap manga atau komik Jepang semakin naik berkat *tokusatsu*, karena setelah aku menonton serinya, ternyata ada juga versi manga, akhirnya aku membelinya.”. Ketertarikannya terhadap manga tidak hanya terbatas pada *genre tokusatsu*. Ia menjelaskan bahwa dirinya juga menikmati berbagai jenis manga lain seperti *Detective Conan* dan *Bocchi the Rock*, serta membaca komik dari luar Jepang seperti *Marvel* dan *DC Comics*. Ia menambahkan bahwa

kebiasaan membaca ini sebagian besar dipengaruhi oleh eksposurnya terhadap budaya populer secara umum. Menurutnya, budaya populer telah membentuk minat baru dalam membaca dan mengoleksi berbagai karya visual, baik dari Jepang maupun Amerika. Meskipun sebagian besar konten komik kini dapat diakses secara digital, Deka mengaku lebih senang membeli versi fisiknya. Ia merasa bahwa manga cetak bukan hanya untuk dibaca, tetapi juga bisa menjadi bagian dari koleksi pribadi. Dalam wawancara, ia mengatakan, “Aku lebih senang membeli barang fisiknya dan membaca secara langsung, terlepas bisa dibaca secara online, ketika membeli manga fisik itu bisa jadi merchandise koleksi juga, karena covernya bagus dan menarik.” Hal ini menunjukkan adanya aspek emosional dan estetika dalam praktik konsumsi budaya yang dilakukannya. Melalui pengalamannya, terlihat bahwa media visual seperti *tokusatsu* dapat menjadi pintu masuk bagi eksplorasi budaya populer yang lebih luas, termasuk minat terhadap literatur visual seperti manga dan komik internasional. Praktik ini juga mencerminkan pola konsumsi gaya hidup simbolik, di mana preferensi terhadap bentuk fisik manga menjadi bagian dari ekspresi identitas kultural dan kolektif dalam komunitas (Wawancara dengan Deka sebagai Humas, 07/06/2025).

Gambar 22 Koleksi Manga Deka



(Sumber : Dokumentasi Pribadi Deka)

Pilihan Deka untuk memperluas minatnya dari *serial tokusatsu* ke manga Jepang hingga komik barat seperti Marvel dan DC menunjukkan bahwa gaya hidup yang dia jalani bersifat reflektif dan terbuka. Deka tidak sekadar mengikuti arus konsumsi, tetapi secara sadar membentuk pola konsumsi lintas budaya yang mendukung citra dirinya sebagai individu yang peka terhadap simbol, cerita, dan nilai-nilai moral yang diangkat dalam komik dan manga.

Kecenderungan Deka untuk memilih manga fisik ketimbang versi digital juga mengandung makna penting dalam gaya hidup. Deka mengatakan bahwa manga fisik bisa menjadi bagian dari koleksi pribadi karena cover-nya menarik. Ini menegaskan bahwa dalam gaya hidup simbolik, objek budaya memiliki nilai estetika dan emosional yang melampaui fungsi dasarnya sebagai media baca. Objek konsumsi dalam masyarakat modern sering kali berfungsi sebagai simbol identitas (Chaney, 1996). Dalam hal ini, manga menjadi simbol dari kecintaan Deka pada narasi visual dan bagian dari cara dia memperlihatkan identitasnya dalam komunitas penggemar. Konsumsi yang terus-menerus terhadap manga menjadikan aktivitas ini sebagai bagian dari pola hidup yang terinternalisasi. Deka tidak hanya membaca manga sebagai aktivitas sesekali, tetapi mengintegrasikannya ke dalam rutinitas dan identitas sosialnya (Nurhayati, 2021). Dengan begitu, pilihan untuk membeli versi fisik meski tersedia versi digital memperlihatkan adanya makna emosional yang melekat, yaitu pengalaman membaca secara langsung, kepuasan visual dari cover, dan kebanggaan akan koleksi yang dimiliki.

Praktik Deka membeli dan menyimpan manga juga mencerminkan bahwa konsumsi adalah bagian dari komunikasi sosial. Gaya hidup dijalani sebagai cara untuk menunjukkan kepada orang lain siapa diri kita, apa yang kita hargai, dan di mana kita menempatkan diri dalam jejaring sosial-kultural yang kita masuki (Chaney, 1996). Koleksi manga menjadi sarana ekspresi diri, dan preferensi terhadap komik Jepang maupun barat menjadi refleksi dari selera dan afiliasi simbolik yang mencerminkan keberadaannya dalam dunia budaya global.

Deka bukan hanya konsumen pasif, melainkan aktor budaya yang secara aktif memilih, menafsirkan, dan mengolah pengalaman budayanya ke dalam narasi pribadi. Chaney (1996) menganggap gaya hidup sebagai “proyek” di mana individu mengolah pengalaman dan pilihan budaya ke dalam bentuk-bentuk ekspresi yang berkelanjutan. Hal ini juga tampak dari bagaimana Deka mengintegrasikan berbagai genre dan asal komik ke dalam preferensi pribadinya. Pilihan tersebut menunjukkan fleksibilitas gaya hidup dalam masyarakat kontemporer, di mana batas antara budaya lokal dan global menjadi semakin kabur, dan individu bebas mencampurkan elemen-elemen tersebut untuk menyusun identitasnya sendiri. Konsumsi manga tidak hanya menjadi kebiasaan sesaat, tetapi juga menjadi praktik berulang yang memperkuat identitas kultural dan sosialnya. Deka tidak hanya membentuk selera terhadap narasi visual Jepang maupun barat, tetapi juga

membentuk struktur simbolik tentang siapa dirinya, bagaimana ia ingin dilihat, dan nilai-nilai apa yang ia junjung. Hal ini mencerminkan gagasan Nurhayati bahwa konsumsi yang berkelanjutan membentuk gaya hidup yang pada akhirnya melekat dalam cara individu menilai dan menjalani hidup sehari-hari (Nurhayati, 2021).

Preferensi terhadap bentuk fisik manga, dengan penekanan pada keindahan visual cover, menunjukkan bahwa gaya hidup Deka sangat dipengaruhi oleh estetika visual. Budaya konsumen posmodern, gaya hidup cenderung menjadi “visual display” (pertunjukan visual) di mana selera estetis menjadi bagian penting dari ekspresi diri. Koleksi manga Deka berfungsi tidak hanya sebagai bacaan, tetapi sebagai penanda simbolik dari kedalaman ketertarikan, dedikasi, dan posisi estetis dalam komunitas. Konsumsi berulang sebagai bentuk penegasan identitas. Koleksi manga Deka bukan hanya sekumpulan benda, melainkan artefak yang merepresentasikan selera, dedikasi, dan posisinya dalam komunitas penggemar. Ini menjadikan konsumsi sebagai bentuk komunikasi simbolik yang secara aktif membangun identitas dan keanggotaan dalam jejaring sosial-kultural yang lebih luas (Nurhayati, 2021).

C. Dampak Psikologis

1. Ketergantungan Sosial terhadap Komunitas

Gaya hidup sebagai praktik budaya yang membentuk identitas, makna, dan relasi sosial menunjukkan bahwa ketergantungan sosial terhadap komunitas merupakan fenomena yang kompleks dan bermakna. Chaney menjelaskan bahwa gaya hidup bukan sekadar preferensi konsumsi, melainkan praktik sosial yang sarat simbolisme dan representasi diri. Dalam konteks komunitas *tokufans* seperti Angkringan *Tokusatsu* Semarang, komunitas berfungsi sebagai ruang untuk berbagi ketertarikan sekaligus menjadi bagian sentral dalam keseharian anggotanya, di mana individu dapat merayakan identitas, menegosiasikan makna, serta memperoleh dukungan emosional dan sosial. Ketergantungan sosial ini tumbuh seiring dengan fungsi komunitas sebagai “keluarga kedua”, tempat di mana seseorang merasa diterima, dihargai, dan dipahami, terutama ketika pengalaman tersebut tidak sepenuhnya diperoleh dalam lingkaran sosial lain seperti keluarga inti, kampus, atau tempat kerja. Gaya hidup sebagai praktik budaya tidak hanya mencerminkan preferensi pribadi dalam konsumsi atau hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai perangkat simbolik untuk membentuk identitas, makna, dan relasi sosial. Dalam pandangan David Chaney, gaya hidup mencerminkan bagaimana individu secara sadar membangun jati diri mereka melalui

pola konsumsi dan aktivitas yang bermuatan simbolik dalam kehidupan sehari-hari. Artinya, pilihan-pilihan yang tampak remeh seperti jenis tontonan, hobi, atau komunitas tempat seseorang bergabung, sebenarnya memiliki makna sosial yang dalam karena turut serta dalam pembentukan identitas sosial dan kultural seseorang. Pilihan tersebut bukanlah sesuatu yang netral, tetapi menjadi pernyataan tentang siapa diri mereka, nilai apa yang mereka anut, dan kelompok sosial mana yang mereka identifikasi sebagai bagian dari diri mereka.

Gaya hidup sebagai bentuk praktik simbolik ini sangat tampak dalam cara para anggotanya menjadikan komunitas bukan hanya sebagai tempat berbagi ketertarikan terhadap tokoh-tokoh pahlawan Jepang, melainkan juga sebagai arena relasi sosial yang intens dan bermakna. Komunitas ini menjadi ruang partisipatif di mana individu dapat mengekspresikan diri secara autentik, menjalin komunikasi yang terbuka, dan berbagi pengalaman hidup yang berkaitan dengan minat bersama. Ketergantungan sosial terhadap komunitas pun terbentuk bukan karena paksaan, tetapi karena adanya kebutuhan eksistensial untuk menjadi bagian dari jaringan sosial yang menerima dan menguatkan. Dalam ruang ini, setiap individu dapat merayakan identitas mereka, menegosiasikan nilai, serta memperoleh bentuk dukungan yang mungkin tidak tersedia dalam lingkaran sosial lain seperti keluarga inti, sekolah, kampus, atau tempat kerja.

Ketergantungan sosial ini menjadi semakin relevan dalam masyarakat modern di mana hubungan sosial tradisional seperti keluarga besar atau lingkungan RT/RW tidak lagi menjadi satu-satunya sumber dukungan emosional. Komunitas seperti Angkringan *Tokusatsu* Semarang kemudian berperan sebagai “keluarga pilihan” atau “keluarga kedua”, di mana nilai-nilai seperti solidaritas, kebersamaan, dan pemahaman antaranggota dibangun atas dasar kesamaan minat dan pengalaman simbolik yang terus direproduksi melalui interaksi rutin. Aktivitas seperti menonton bersama, berdiskusi tentang *serial tokusatsu* lama dan baru, membuat konten kreatif, hingga berbagi koleksi mainan atau kostum, semuanya bukan hanya praktik hiburan, tetapi juga bagian dari proses simbolik dalam membentuk dan memperkuat jaringan sosial tersebut.

Menurut Saputra (2019), ketergantungan sosial terhadap komunitas merupakan komponen penting dalam konstruksi gaya hidup karena memungkinkan individu untuk mengekspresikan identitas sembari mendapatkan dukungan emosional dan sosial dari lingkungan sebayanya. Dalam hal ini, gaya hidup tidak hanya mengatur apa yang dilakukan individu, tetapi juga dengan siapa mereka melakukannya dan bagaimana hubungan itu

dipelihara dalam jangka panjang. Dalam kerangka teori Chaney (1996), keterlibatan dalam komunitas semacam ini mencerminkan gaya hidup reflektif yang bersifat simbolik dan kolektif, di mana individu menempatkan diri mereka dalam relasi sosial tertentu melalui pilihan budaya yang mereka konsumsi dan produksi bersama.

Media sosial dan interaksi tatap muka memainkan peran penting dalam memperkuat keterikatan ini. Media sosial memungkinkan distribusi identitas visual dan narasi personal dalam ruang digital, sementara pertemuan fisik dalam kegiatan komunitas memberikan pengalaman afektif yang mendalam dan mempererat solidaritas antar anggota. Pola komunikasi dan interaksi berulang ini, baik secara daring maupun luring, membentuk kohesi sosial yang khas dan memperkuat keberadaan gaya hidup kolektif. Dengan demikian, gaya hidup dalam komunitas *tokufans* tidak hanya bersifat simbolik secara budaya, tetapi juga praktis secara sosial karena membentuk jejaring dukungan yang memiliki makna emosional dan identitas yang kuat.

Berhoph menyampaikan bahwa sebagai seseorang yang berasal dari luar Pulau Jawa dan tidak memiliki banyak kenalan di Semarang, ia merasa cukup ketergantungan pada komunitas tersebut. Berhoph menjelaskan bahwa “aku yang orang luar pulau jawa dan gak punya kenalan di Semarang, jadi agak ketergantungan sama komunitas ini,” menunjukkan bagaimana komunitas menjadi sumber utama jejaring sosialnya. Berhoph juga menyampaikan bahwa teman-teman kampusnya tidak begitu dekat, sehingga hubungan yang terjalin di komunitas terasa lebih nyaman dan menyenangkan, terutama karena mereka memiliki kesamaan hobi dan obrolan yang terus mengalir. Ia menambahkan bahwa “temen kampus juga gak terlalu deket, kalo sama komunitas rasanya seneng aja gitu, karena sehobi dan ada aja obrolan,” yang mengindikasikan bahwa komunitas memberikan ruang sosial yang lebih memuaskan dibandingkan lingkungan akademisnya. Namun, Berhoph juga menyadari adanya risiko ketergantungan yang berlebihan terhadap komunitas tersebut. Berhoph mengakui, “cuma aku tau ini gak bagus, jadi aku perlahan mencoba keluar dari zona nyaman aku,” yang mencerminkan kesadaran untuk mengurangi ketergantungan sosial yang terlalu kuat demi perkembangan pribadi dan sosial yang lebih seimbang. Selain itu, Berhoph selalu berusaha hadir tidak hanya saat komunitas mengadakan acara resmi, tetapi juga ketika anggota komunitas lain mengadakan event, sebagai bentuk komitmen dan partisipasi sosial dalam komunitas (Wawancara dengan Berhoph sebagai anggota, 11/05/2025).

Berhoph yang berasal dari luar Pulau Jawa dan tidak memiliki banyak kenalan di Semarang menggambarkan realitas sosial perantauan yang cukup umum. Namun, ketergantungannya pada komunitas ANSATSU sebagai ruang sosial alternatif mengindikasikan bahwa komunitas telah mengambil peran signifikan dalam membentuk struktur sosial dan identitasnya. Dalam hal ini, gaya hidup Berhoph terbentuk bukan hanya berdasarkan pilihan hiburan semata, tetapi melalui proses negosiasi sosial yang lebih luas. Chaney (1996) menyebut gaya hidup sebagai cara-cara di mana individu “mendefinisikan siapa mereka melalui afiliasi dan partisipasi simbolik dalam kelompok atau komunitas tertentu.”. Ketergantungannya terhadap komunitas ANSATSU tidak bisa hanya dipahami sebagai bentuk keikutsertaan biasa. Justru, dia sedang melakukan proses internalisasi gaya hidup melalui konsumsi relasi sosial yang dihadirkan oleh komunitas. Ini artinya, komunitas telah menjadi konsumsi harian yang memberinya makna, kenyamanan, dan orientasi dalam menjalani hidup sebagai perantau (Nurhayati, 2021).

Keterlibatan aktif Berhoph dalam komunitas mencerminkan pergeseran dari identitas yang berbasis pada struktur formal seperti institusi pendidikan (kampus) ke arah identitas yang berbasis pada komunitas sukarela dan berbasis hobi. Ini memperlihatkan karakteristik gaya hidup kontemporer yang lebih cair dan fleksibel, di mana individu membentuk keterikatan sosial tidak lagi atas dasar kewajiban struktural, tetapi atas dasar preferensi, afiliasi simbolik, dan pengalaman afektif.

Pernyataan Berhoph bahwa dia merasa “ketergantungan” pada komunitas tersebut memperlihatkan pentingnya komunitas dalam memenuhi kebutuhan dasar akan interaksi sosial, dukungan emosional, dan rasa memiliki (*sense of belonging*). Namun, pengakuannya bahwa ketergantungan ini bisa menjadi hal yang kurang sehat juga menunjukkan adanya *refleksivitas* (Chaney, 1996). Dalam masyarakat kontemporer, individu tidak hanya menjalaninya secara otomatis, melainkan terus-menerus mengevaluasi keputusan gaya hidupnya berdasarkan aspirasi personal, harapan masa depan, dan nilai yang dipegang. Ketergantungan terhadap komunitas, ini bukan sekadar ungkapan emosional, tetapi sekaligus mencerminkan bahwa komunitas telah menjadi objek konsumsi yang bersifat simbolik dan afektif, yang terus direproduksi melalui kehadiran, interaksi, dan pengalaman kolektif. Maka, gaya hidup Berhoph tidak bersifat pasif atau netral, melainkan aktif dan terbentuk oleh intensitas partisipasi sosial yang ia konsumsi secara terus-menerus (Nurhayati, 2021).

Partisipasi Berhoph dalam berbagai kegiatan komunitas, bahkan di luar acara resmi, menandakan bahwa komunitas tersebut bukan sekadar tempat berkumpul, tetapi menjadi medan ekspresi gaya hidup yang aktif (Chaney, 1996). Kehadiran fisik Berhoph dalam berbagai aktivitas komunitas mencerminkan bentuk komitmen simbolik yang menguatkan identitas dirinya sebagai bagian dari komunitas dan sebagai *tokufans*. Ia tidak hanya menyukai *tokusatsu* secara individual, tetapi secara aktif membangun jaringan sosial berdasarkan kecintaan tersebut. Gaya hidup tidak hanya berbasis pada preferensi individu terhadap media atau budaya populer seperti *tokusatsu*, tetapi juga pada proses sosial dan keterlibatan emosional yang dikonsumsi secara rutin dan berulang, yang pada akhirnya menjadi bagian penting dari narasi identitas seseorang (Nurhayati, 2021).

2. Kecanduan Menonton Tokusatsu

Kecanduan menonton, atau yang dalam wacana media sering disebut sebagai *binge-watching disorder*, merupakan fenomena konsumsi visual yang berlangsung secara terus-menerus dan berlebihan, hingga berdampak pada kehidupan sehari-hari individu. Istilah ini semakin populer seiring dengan berkembangnya layanan streaming digital seperti Netflix, YouTube, Disney+, dan berbagai platform lainnya yang memungkinkan seseorang untuk mengakses konten hiburan secara tanpa batas. Kecanduan menonton tidak hanya berkaitan dengan durasi waktu yang dihabiskan, tetapi juga dengan dorongan psikologis dan emosional yang mendasari perilaku tersebut.

Seseorang yang mengalami kecanduan menonton umumnya menunjukkan beberapa gejala utama, gejala kecanduan, berawal dari menghabiskan waktu berjam-jam untuk menonton tanpa jeda, kehilangan kontrol terhadap waktu, serta mengabaikan tanggung jawab atau rutinitas sehari-hari seperti pekerjaan, studi, tidur, bahkan interaksi sosial. Dalam banyak kasus, individu menyadari bahwa perilaku ini merugikan, tetapi tetap merasa sulit untuk berhenti. Hal ini menunjukkan adanya keterkaitan antara kegiatan menonton dengan aspek kompulsif dalam perilaku manusia, di mana media hiburan menjadi pelarian dari tekanan psikologis, kebosanan, atau kecemasan sosial.

Selain efek terhadap ritme kehidupan harian, kecanduan menonton juga dapat memunculkan dampak psikologis seperti perasaan bersalah, stres, gangguan tidur, hingga kecemasan yang berkepanjangan. Dalam konteks tertentu, hal ini bahkan bisa berkembang menjadi bentuk isolasi sosial, di mana individu memilih dunia fiksi dari media dibandingkan menjalin interaksi langsung di dunia nyata. Meski belum dikategorikan sebagai gangguan

psikologis resmi dalam DSM-5 (Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders), berbagai studi telah menunjukkan bahwa *binge-watching* memiliki dampak negatif yang serupa dengan kecanduan media lain seperti gim daring atau media sosial.

Tidak semua aktivitas menonton dalam durasi panjang dapat dikategorikan sebagai kecanduan. Penting untuk membedakan antara konsumsi yang intens namun masih dalam kendali, dengan perilaku kompulsif yang merusak fungsi sosial dan emosional seseorang. Kesadaran akan pola konsumsi visual, pengelolaan waktu, dan pembentukan kebiasaan menonton yang sehat menjadi strategi utama untuk mencegah kecanduan ini berkembang. Dalam dunia yang semakin dipenuhi oleh konten visual, literasi media dan kemampuan mengelola diri menjadi kunci untuk menjaga keseimbangan antara hiburan dan kehidupan nyata.

Chaney (1996) menekankan bahwa gaya hidup bukan hanya soal kebiasaan konsumsi, tetapi merupakan bentuk ekspresi simbolik yang menunjukkan siapa seseorang di hadapan orang lain dalam konteks sosial dan kultural. Dalam hal ini, kebiasaan menonton *tokusatsu* secara intens bukan hanya sebatas aktivitas hiburan, tetapi juga merupakan bagian dari pembentukan gaya hidup yang penuh makna.

Kecanduan menonton *tokusatsu* dapat dilihat sebagai bentuk keterikatan emosional dan kultural terhadap narasi, karakter, dan nilai-nilai yang dibawa dalam genre ini. Chaney menjelaskan bahwa dalam masyarakat modern, media populer berperan penting dalam menyusun pengalaman sehari-hari dan membentuk orientasi hidup. *tokusatsu*, sebagai produk budaya populer Jepang, menawarkan visual yang atraktif, cerita kepahlawanan, serta nilai-nilai seperti persahabatan, keberanian, dan pengorbanan. Ketika individu menonton *tokusatsu* secara terus-menerus dan menjadikannya bagian dari keseharian, maka aktivitas ini bertransformasi menjadi suatu pola gaya hidup yang merefleksikan identitas pribadi maupun kolektif mereka sebagai fans.

Chaney (1996) menekankan bahwa gaya hidup adalah proses representasi diri yang dilakukan secara berulang dalam ruang sosial. Dalam konteks *tokufans*, kecanduan menonton dapat menjadi sarana untuk menunjukkan afiliasi kultural, memperkuat rasa memiliki terhadap komunitas, serta menciptakan ruang aman untuk melarikan diri dari tekanan hidup sehari-hari. Artinya, kegiatan menonton secara intens ini memiliki fungsi sosial dan psikologis, bukan hanya sebagai konsumsi pasif, tetapi sebagai pengalaman aktif yang membentuk jati diri dan relasi sosial. Chaney (1996) juga mengingatkan bahwa gaya hidup bersifat reflektif dan tidak selalu bebas dari problematika. Ketika aktivitas menonton

menjadi terlalu dominan dan mengganggu keseimbangan hidup, seperti menghambat interaksi sosial di luar komunitas atau mengurangi produktivitas pribadi, maka kecanduan ini menjadi contoh dari praktik gaya hidup yang perlu ditinjau kembali secara kritis. Dalam hal ini, kesadaran akan dampak negatif dari intensitas menonton *tokusatsu* menjadi penting agar individu dapat menavigasi antara ekspresi diri melalui budaya populer dan kebutuhan akan keseimbangan sosial dan emosional dalam kehidupan sehari-hari.

Gaya hidup yang terlalu homogen dan intens dapat menyebabkan risiko isolasi sosial, stres, dan gangguan mental ketika individu bergantung sepenuhnya pada komunitas atau praktik simbolik tertentu sebagai satu-satunya sumber identitas dan dukungan. Oleh karena itu, keterlibatan berlebihan dalam *tokusatsu* bisa menciptakan kondisi di mana kecanduan dan gangguan kesehatan mental muncul sebagai konsekuensi dari gaya hidup yang tidak seimbang dan kurangnya *coping mechanism* yang adaptif. Kecanduan dan gangguan kesehatan mental akibat *tokusatsu* merupakan sisi gelap dari gaya hidup fandom yang terlalu dominan, di mana praktik simbolik yang awalnya memperkaya identitas dan hubungan sosial malah menjadi sumber stres dan ketergantungan psikologis. Seperti yang dijelaskan oleh Berhoph:

“Aku kadang terlalu asik sama tontonan *tokusatsu*, kadang suka dibawa kehidupan nyata, seperti berbicara sendiri menggunakan dialog yang berasal dari serial *tokusatsu* ataupun menirukan pose bahkan perubahan superhero ataupun monster dari seri *tokusatsu*, aku tau ini terlihat aneh, kadang memang susah sekali untuk di remmnya, tapi mulai mencoba untuk menahan dan tidak melakukannya di depan umum saat bersama komunitas ataupun saat tidak bersama komunitas” (Wawancara dengan Berhoph sebagai anggota, 11/05/2025).

Pernyataan Berhoph bahwa dia “terlalu asik sama tontonan *tokusatsu*” hingga menirukan dialog, pose, bahkan transformasi karakter *tokusatsu* di kehidupan nyata merupakan gambaran konkret bagaimana konsumsi budaya populer membentuk ekspresi identitas melalui gaya hidup simbolik. Gaya hidup tidak hanya dilihat sebagai kumpulan aktivitas rutin, tetapi sebagai *strategi ekspresif* untuk menunjukkan identitas dan preferensi individu dalam masyarakat modern yang plural dan terbuka terhadap berbagai sumber makna (Chaney, 1996). Konsumsi tidak berhenti pada objek (seperti tontonan *tokusatsu*), tetapi meluas menjadi kebiasaan yang secara konsisten membentuk kerangka berpikir dan bertindak seseorang. Dalam kasus Berhoph, konsumsi *serial tokusatsu* telah menanamkan pola afektif tertentu yang mendorongnya untuk merepresentasikan kembali nilai-nilai yang terkandung dalam cerita atau karakter, bahkan sampai ke level performatif dalam keseharian. Di sinilah letak internalisasi gaya hidup, yakni ketika makna yang terkandung dalam budaya populer menjadi bagian dari struktur batin individu (Nurhayati, 2021).

Chaney (1996) menyebut gaya hidup sebagai *cultural signifying practices*, atau praktik-praktik bermakna budaya yang dipilih individu untuk membedakan dirinya dari yang lain. Dalam konteks ini, tindakan Berhoph yang menghidupkan kembali elemen-elemen fiktif *tokusatsu* ke dalam kehidupan sehari-hari tidak bisa dipandang sebagai perilaku ‘aneh’ secara negatif, melainkan sebagai bentuk simbolisasi yang mencerminkan kedalaman afiliasinya terhadap dunia yang ia konsumsi secara emosional dan simbolik. Gaya hidup merupakan arena tempat individu berkreasi dan bernegosiasi dengan identitasnya melalui pemilihan simbol, aktivitas, dan narasi budaya yang dianggap bermakna. Tindakan Berhoph yang menirukan dialog dan pose dari *serial tokusatsu* menunjukkan bahwa konsumsi tersebut bukan hanya bersifat hiburan sesaat, melainkan telah menjadi bagian dari struktur kesehariannya. Aktivitas seperti berbicara sendiri dengan gaya karakter *tokusatsu* merupakan refleksi dari internalisasi konten budaya secara mendalam yang secara perlahan membentuk ekspresi diri dan membentuk identitas gaya hidupnya (Nurhayati, 2021)..

Ketika Berhoph mengakui bahwa ia mencoba “*menahan dan tidak melakukannya di depan umum*”, gaya hidup adalah proses reflektif yang berjalan secara terus-menerus. Dalam masyarakat kontemporer, individu tidak hanya menjalani gaya hidup sebagai kebiasaan mekanis, tetapi dengan kesadaran diri atas bagaimana ia terlihat oleh orang lain dan bagaimana tindakannya diterima secara sosial (Chaney, 1996). Ini menunjukkan bahwa Berhoph tidak hanya menjadi pelaku gaya hidup secara naif, tetapi juga memiliki kapasitas untuk menyesuaikan bentuk ekspresi dirinya terhadap konteks sosial tertentu, misalnya saat berada di ruang komunitas atau ruang publik. Ketika Berhoph mencoba menahan perilaku tersebut di ruang publik, hal ini memperlihatkan bahwa konsumsi yang telah menjadi kebiasaan masih tunduk pada norma sosial dan nilai-nilai kesopanan yang berlaku. Dengan kata lain, Berhoph menjalani gaya hidupnya dengan kesadaran penuh terhadap bagaimana dirinya dilihat dan dinilai oleh lingkungan sekitarnya (Nurhayati, 2021).

Praktik gaya hidup Berhoph merupakan contoh dari bagaimana budaya populer (*tokusatsu*) tidak hanya dikonsumsi sebagai hiburan, tetapi juga *diinternalisasi* secara emosional, dipraktikkan secara simbolik, dan dipertimbangkan secara sosial. Ia menunjukkan bahwa gaya hidup modern bukan hanya tentang apa yang dikonsumsi, melainkan bagaimana konsumsi itu membentuk tindakan, identitas, dan relasi individu dengan lingkungannya.

3. Halusinasi

Halusinasi merupakan suatu kondisi persepsi di mana individu merasakan atau mengalami sesuatu yang sesungguhnya tidak ada atau tidak berasal dari rangsangan eksternal nyata. Dalam konteks neurologi dan psikologi, halusinasi mencerminkan gangguan persepsi sensorik, di mana otak menciptakan sensasi tertentu tanpa adanya stimulus dari luar. Dengan kata lain, seseorang yang mengalami halusinasi dapat mendengar suara, melihat bayangan, mencium bau, merasakan sentuhan, atau mencicipi rasa, padahal seluruh pengalaman tersebut tidak berasal dari kenyataan objektif. Halusinasi dapat menyerang berbagai indra manusia, namun yang paling sering terjadi adalah halusinasi pendengaran (auditori) dan halusinasi penglihatan (visual).

Menurut Tacoy (2020), halusinasi berbeda dari imajinasi atau mimpi biasa, karena orang yang mengalami halusinasi meyakini pengalaman tersebut sebagai sesuatu yang nyata. Mereka tidak sekadar membayangkan, tetapi benar-benar merasakan bahwa suara, sosok, atau sensasi yang muncul itu nyata, meskipun tidak dapat diverifikasi oleh orang lain. Contohnya, seseorang yang mengalami halusinasi auditori mungkin mendengar suara-suara yang memberikan perintah atau mencela dirinya, sementara seseorang dengan halusinasi visual mungkin melihat tokoh atau bayangan yang tidak disadari oleh orang lain di sekitarnya. Halusinasi dapat muncul sebagai bagian dari gejala berbagai gangguan mental seperti skizofrenia, gangguan bipolar (terutama dalam fase mania atau depresi berat), delirium, atau demensia. Selain itu, halusinasi juga dapat muncul karena gangguan fisik atau fisiologis tertentu seperti epilepsi, migrain berat, kerusakan pada otak, atau sebagai efek samping dari penggunaan zat seperti alkohol, ganja, LSD, dan obat-obatan psikoaktif lainnya. Kurang tidur ekstrem atau tekanan psikologis yang berat juga dapat memicu pengalaman halusinatif pada individu tertentu.

kondisi halusinasi ringan yang dialami oleh penggemar tayangan tertentu seperti *tokusatsu* bisa dilihat sebagai bentuk keterlibatan emosional dan simbolik yang sangat mendalam terhadap media yang dikonsumsi. Chaney menyatakan bahwa gaya hidup dalam masyarakat modern tidak hanya merupakan ekspresi dari preferensi konsumsi, tetapi juga representasi diri yang dibentuk oleh makna simbolik yang diinternalisasi melalui media dan interaksi sosial. Dalam hal ini, ketika seseorang mengalami keterikatan kuat terhadap narasi dan karakter dalam *tokusatsu*, seperti menirukan dialog, pose, atau bahkan merasa menjadi bagian dari dunia fiksi tersebut, ia sedang menjalani suatu proses simbolisasi yang memperlihatkan integrasi antara pengalaman media dan konstruksi identitas personal.

Karakter dalam *tokusatsu* biasanya dirancang dengan kekuatan visual dan narasi yang sangat kuat: heroik, dramatis, penuh moralitas, dan berisi perjuangan melawan kejahatan. Pengulangan narasi ini dalam format visual yang menarik, serta kedekatan emosional penonton dengan karakter, menjadikan serial ini bukan hanya tontonan biasa, melainkan juga ruang imajinatif di mana identitas, emosi, dan harapan dapat diekspresikan. Ketika paparan media ini berlangsung terus-menerus, dan individu menginternalisasi simbol-simbol tersebut dalam kehidupan nyata, maka batas antara realitas dan fiksi menjadi kabur. Individu mulai mempraktikkan gaya hidup yang terinspirasi oleh dunia fiksi, dan dalam beberapa kasus, hal ini dapat menyebabkan gejala menyerupai halusinasi ringan, seperti merasa sedang berbicara dengan karakter atau menirukan gestur mereka dalam konteks yang tidak sesuai dengan realitas sosial sehari-hari.

Gejala seperti berbicara sendiri dengan gaya karakter *tokusatsu* atau menirukan gerakan mereka bukan semata gangguan, tetapi dapat dipahami sebagai bentuk performatif dari identitas simbolik yang dipelihara oleh media. Seseorang yang terlibat dalam dunia fiksi *tokusatsu* tidak hanya menjadi penonton, tetapi juga aktor dalam ruang sosial yang lebih luas di mana ia menegosiasikan makna, identitas, dan hubungan emosional. Chaney (1996) juga menegaskan bahwa praktik gaya hidup selalu berada dalam ketegangan antara ekspresi personal dan norma sosial. Ketika individu menyadari bahwa kebiasaannya tidak diterima secara sosial, misalnya menirukan gerakan *tokusatsu* di ruang publik, maka ia sedang menavigasi antara kebebasan simbolik yang dimungkinkan oleh media dan batasan sosial yang ditetapkan oleh masyarakat. Oleh karena itu, pengalaman yang mendekati halusinasi atau fantasi personal ini bukan semata-mata gejala penyakit, tetapi bagian dari cara individu membangun makna hidup di tengah derasannya arus simbol dan representasi visual dalam budaya populer modern.

Keterlibatan Bowo emosional yang kuat terhadap karakter-karakter dalam serial tersebut. Bowo mengungkapkan bahwa dirinya “kadang suka menghayal menjadi pahlawan dan ingin menjadi tokoh tersebut,” yang menunjukkan bagaimana fantasi dan identifikasi terhadap tokoh fiksi menjadi bagian penting dalam pengalamannya menonton *tokusatsu*. Hal ini menjadi semakin intens ketika ia menyadari bahwa keberadaan *merchandise*, terutama alat transformasi khas dalam serial, memperkuat keinginannya untuk menjadi seperti tokoh tersebut. Dalam pengakuannya, dia menyatakan bahwa “*tokusatsu* punya *merchandise* seperti alat perubahan yang membuatku semakin ingin menjadi *hero tokusatsu*.” Keterikatan tersebut tidak hanya bersifat internal atau psikologis, tetapi juga

terwujud dalam tindakan nyata. Bowo menyampaikan bahwa dirinya pernah memesan kostum (costume commission) dari karakter tertentu dan dengan bangga menirukan pose atau gaya bicara mereka. Bowo menjelaskan bahwa “aku sampai comish kostum dan kadang juga suka menirukan pose atau cara bicara karakter tersebut karena aku merasa keren saat menirukannya.” Meskipun Bowo merasa percaya diri dengan ekspresinya, ia tidak menutup mata terhadap pandangan sosial di sekitarnya. Ia mengakui bahwa kadang-kadang ia merasa dipandang aneh oleh lingkungan sekitar. “Ada kalanya aku dipandang aneh oleh sekitarku,” ujarnya. Meski demikian, Bowo tetap bersikap terbuka terhadap pandangan tersebut selama tindakannya tidak mengganggu orang lain, “yang aku yakini adalah selama tidak mengganggu mereka aku sih oke-oke aja ya.” Pernyataan ini menegaskan adanya batas simbolik antara ruang ekspresi personal dan norma sosial yang diinternalisasi oleh pelaku budaya pop. (Wawancara dengan Bowo sebagai Anggota, 07/06/2025).

Gambar 23 Bowo Bercosplay Menajdi *Kamen Rider Buffa* dari *Kamen Rider Geats*



(Sumber: Dokumentasi Pribadi Bowo)

Pengalaman Bowo dalam mengidentifikasi dirinya dengan karakter-karakter *tokusatsu* merupakan bentuk konkret dari bagaimana budaya populer tidak hanya dikonsumsi secara pasif, melainkan diinternalisasi dan dihidupkan dalam kehidupan sehari-hari. Ketika Bowo mengatakan “kadang suka menghayal menjadi pahlawan dan ingin menjadi tokoh tersebut,” ini tidak hanya menunjukkan ketertarikan pada aspek visual dan naratif *tokusatsu*, melainkan mencerminkan proses penciptaan identitas melalui imajinasi simbolik yang sangat khas dalam masyarakat modern.

Gaya hidup dalam masyarakat kontemporer tidak hanya mencakup pilihan aktivitas, tetapi juga melibatkan afiliasi simbolik yang memberi makna pada tindakan sehari-hari. Tindakan Bowo yang memesan kostum karakter *tokusatsu*, menirukan pose dan cara bicara karakter, serta membeli alat transformasi bukan sekadar bentuk konsumsi hiburan, tetapi menjadi upaya nyata dalam menyusun narasi identitasnya sebagai bagian dari komunitas yang mengapresiasi nilai-nilai kepahlawanan, keberanian, dan transformasi diri. Gaya hidup

seperti ini memperlihatkan bagaimana individu secara sadar membentuk ruang personal yang bermakna melalui pilihan-pilihan budaya yang mereka anggap relevan secara emosional dan simbolik (Chaney, 1996). Bowo yang secara sadar mengidentifikasi dirinya dengan karakter *tokusatsu*, bahkan hingga menirukan pose, cara bicara, dan memesan kostum karakter, memperlihatkan bahwa apa yang ia konsumsi bukanlah hiburan yang pasif. Sebaliknya, ia telah menjadikan budaya *tokusatsu* sebagai bagian dari identitas dirinya. Konsumsi budaya populer tidak hanya memengaruhi gaya hidup secara permukaan, tetapi juga memiliki peran yang sangat dalam dalam membentuk persepsi diri, pilihan-pilihan simbolik, serta cara individu menempatkan diri di tengah masyarakat (Nurhayati, 2021).

Keterlibatan emosional Bowo yang diwujudkan dalam tindakan performatif seperti “menirukan pose atau cara bicara karakter” menunjukkan bentuk *embodied lifestyle*, yaitu gaya hidup yang tidak hanya dipikirkan atau diyakini, tetapi diwujudkan secara fisik melalui tubuh. Gaya hidup sering kali menjadi semacam “proyek naratif diri” yang diwujudkan melalui konsumsi simbol, perwujudan fisik, dan afiliasi komunitas. Dalam hal ini, tubuh Bowo menjadi media ekspresi gaya hidup simbolik yang tidak dapat dipisahkan dari identitasnya sebagai penggemar *Tokusatsu*.

Gaya hidup juga selalu dijalani dalam relasi sosial. Ketika Bowo mengungkapkan bahwa “ada kalanya aku dipandang aneh oleh sekitarku,” hal itu mencerminkan ketegangan yang diidentifikasi Chaney (1996) antara ekspresi diri dan norma sosial. Gaya hidup bukanlah ruang yang bebas sepenuhnya dari batas-batas sosial, melainkan medan negosiasi antara kebebasan individu untuk mengekspresikan diri dan kontrol sosial yang dibentuk oleh persepsi kolektif masyarakat. Dalam hal ini, Bowo menunjukkan kesadaran reflektif saat ia menambahkan bahwa “selama tidak mengganggu mereka aku sih oke-oke aja ya,” yang mengindikasikan bahwa dia memahami konteks sosial sebagai batas ekspresi gaya hidup yang tetap harus diperhitungkan. Gaya hidup selalu dijalankan dalam ruang sosial yang tidak netral, selalu ada norma, ekspektasi, dan batasan yang memengaruhi cara seseorang mengekspresikan diri. Ketika Bowo menyatakan bahwa ia merasa tidak masalah selama tidak mengganggu orang lain, ini menunjukkan bahwa ia memiliki kesadaran sosial yang reflektif. Ia memahami bahwa gaya hidup yang ia pilih tidak dapat sepenuhnya dilepaskan dari respons sosial, dan karena itu ia menyesuaikan batas ekspresinya agar tetap berada dalam koridor yang bisa diterima oleh lingkungan (Nurhayati, 2021).

Gaya hidup modern. Individu tidak hanya sekadar menjalani hidup berdasarkan rutinitas atau aturan konvensional, tetapi terus-menerus mengevaluasi dan menyesuaikan

praktik hidup mereka berdasarkan nilai personal, interaksi sosial, serta respons lingkungan. Refleksi Bowo tentang bagaimana dia dipandang menunjukkan bahwa dia tidak menjalani gaya hidup sebagai bentuk pelarian dari realitas, melainkan sebagai bentuk pemaknaan personal yang tetap mempertimbangkan eksistensinya di tengah masyarakat. Di sinilah gaya hidup menjadi proses aktif dan dinamis, bukan hanya status sosial, tetapi sebuah perjalanan membentuk makna dan identitas melalui konsumsi simbolik dan interaksi sosial.

4. Peningkatan Kecerdasan Emosional

Peningkatan kecerdasan emosional secara umum merujuk pada proses pengembangan kemampuan seseorang dalam mengenali, memahami, mengelola, dan mengekspresikan emosi secara sehat, baik terhadap dirinya sendiri maupun terhadap orang lain. Kecerdasan emosional atau *emotional intelligence* merupakan aspek penting dalam kehidupan personal maupun sosial, karena sangat memengaruhi cara seseorang menjalani interaksi sosial, mengambil keputusan, serta merespons tekanan atau konflik sehari-hari. Dalam banyak kasus, kecerdasan emosional juga menjadi penentu utama dari keberhasilan individu dalam membina hubungan interpersonal dan menjalani kehidupan dengan lebih seimbang secara psikologis.

Yani dan Indrawati (2024) menjelaskan bahwa kecerdasan emosional mencakup lima komponen utama, yaitu: kesadaran diri (*self-awareness*), pengendalian diri (*self-regulation*), motivasi, empati, dan keterampilan sosial. Kesadaran diri mengacu pada kemampuan untuk mengenali emosi yang sedang dirasakan serta memahami pengaruh emosi tersebut terhadap pola pikir dan perilaku. Pengendalian diri berkaitan dengan kapasitas individu dalam mengatur impuls-impuls emosi agar tidak meledak-ledak dan tetap dalam koridor yang konstruktif. Sementara itu, motivasi berperan sebagai dorongan internal yang memungkinkan seseorang untuk tetap berupaya mencapai tujuan hidup meskipun menghadapi rintangan. Komponen empati memungkinkan individu untuk mengenali serta memahami emosi orang lain, dan keterampilan sosial mengarahkan seseorang pada cara-cara efektif membangun relasi interpersonal yang sehat dan suportif (Yani dan Indrawati, 2024).

Proses peningkatan kecerdasan emosional tidak terjadi secara instan, melainkan melalui proses panjang yang mencakup latihan refleksi diri, kemampuan mengelola stres, serta kesadaran atas respons emosional dalam situasi tertentu. Individu dapat mulai dengan mengidentifikasi pemicu-pemicu emosionalnya dan belajar memilih reaksi yang lebih sehat ketimbang respons impulsif. Dalam praktiknya, hal ini mencakup kemampuan untuk

berhenti sejenak, mengevaluasi perasaan, dan kemudian bertindak secara sadar. Selain itu, upaya untuk meningkatkan empati juga penting, misalnya melalui keterampilan mendengarkan secara aktif dan memahami perspektif orang lain tanpa menghakimi. Aktivitas seperti ini memberi kontribusi besar terhadap pertumbuhan emosional seseorang dalam konteks relasi sosial.

Peningkatan kecerdasan emosional juga tidak dapat dilepaskan dari pilihan-pilihan simbolik yang dijalani seseorang dalam keseharian. Chaney menekankan bahwa gaya hidup merupakan cara individu dalam membentuk identitas serta memaknai kehidupan melalui praktik-praktik yang dipilih secara sadar dalam ruang sosial dan budaya kontemporer (Chaney, 2002). Dalam hal ini, tindakan-tindakan seperti mengikuti sesi meditasi, membaca buku-buku psikologi populer, menyimak konten motivasi di media digital, atau bahkan bergabung dengan komunitas pengembangan diri bukan hanya merupakan bentuk upaya peningkatan diri, tetapi juga sarana simbolik yang menandakan nilai dan identitas tertentu yang ingin ditunjukkan seseorang kepada lingkungan sosialnya.

Cara seseorang meningkatkan kecerdasan emosional bukan hanya berdimensi personal atau psikologis, tetapi juga sosial dan kultural. Misalnya, ketika seseorang rutin mengikuti kelas mindfulness atau yoga, aktivitas tersebut tidak semata-mata dilakukan demi kesehatan mental, melainkan juga karena kegiatan tersebut merepresentasikan nilai-nilai seperti ketenangan batin, kontrol diri, serta kedewasaan emosional yang dikaitkan dengan gaya hidup modern dan berkelas. Chaney menjelaskan bahwa dalam masyarakat kontemporer, konsumsi atas aktivitas semacam ini memiliki makna simbolik yang turut berperan dalam pembentukan citra diri dan status sosial seseorang (Chaney, 2002).

Waktu luang memainkan peran penting dalam proses peningkatan kecerdasan emosional. Melalui waktu luang, individu memiliki kesempatan untuk melakukan refleksi mendalam, mengevaluasi kondisi emosi, serta mengakses berbagai bentuk media atau komunitas yang mendukung perkembangan emosional. Kegiatan seperti menulis jurnal, mendengarkan podcast psikologi, atau berbicara dalam forum diskusi kesehatan mental merupakan bagian dari pengisian waktu luang yang tidak hanya bersifat rekreatif, tetapi juga produktif secara emosional. Pilihan-pilihan ini mencerminkan bahwa kecerdasan emosional seseorang dibentuk dan diperkuat dalam ruang-ruang praktik simbolik yang melekat pada gaya hidup.

Peningkatan kecerdasan emosional tidak dapat dipisahkan dari konteks sosial-budaya yang lebih luas. Pengelolaan emosi, empati, dan kesadaran diri bukanlah proses

psikologis yang berlangsung dalam ruang hampa, melainkan bagian dari narasi identitas yang dikonstruksikan melalui berbagai aktivitas keseharian. Dalam masyarakat yang semakin menilai tinggi kemampuan sosial dan emosional, cara individu membangun kecerdasan emosional berfungsi ganda: sebagai sarana peningkatan kualitas hidup pribadi sekaligus sebagai bentuk komunikasi simbolik yang menunjukkan siapa dirinya dan bagaimana ia ingin dipersepsikan oleh orang lain. Seperti yang dijelaskan oleh Candra:

“Aku baru sadar bahwa dengan menonton seri *tokusatsu* membawa dampak yang cukup banyak, aku kira film *tokusatsu* yang dikhususkan untuk anak-anak ternyata jalan ceritanya dan perkembangan karakternya bisa dinikmati oleh orang dewasa juga, dengan jalan cerita yang kadang cukup rumit dan tokoh karakter yang berkembang dengan seiring jalan cerita berjalan serta selalu dihadapkan distuasi yang sulit, membuatku menjadi banyak belajar dari sana, aku jadi bisa memahami kalau ada kondisi dia bagaimana, terus apalagi cara interaksi dan menghadapi masalah juga mulai aku pahami secara gak langsung, dan setiap aku nonton secara gak sadar aku mulai menebak-nebak arah cerita dan karakternya mau dibawa kemana” (Wawancara dengan Candra sebagai Ketua, 07/06/2025).

Pernyataan Candra mencerminkan bagaimana konsumsi *tokusatsu* telah melampaui fungsi hiburan dan menjadi bagian penting dari proses internalisasi nilai dan pembentukan cara pandang terhadap kehidupan. Ketika Candra menyadari bahwa *tokusatsu* yang semula dianggap sebagai tontonan anak-anak justru memiliki jalan cerita rumit, karakter yang berkembang, serta konflik sosial yang kompleks, ini menandakan keterlibatan intelektual dan emosional terhadap media tersebut. Pengalaman ini menunjukkan bagaimana gaya hidup dapat dipahami sebagai proses simbolik yang membentuk narasi diri, bukan sekadar rutinitas atau aktivitas konsumtif biasa.

Pilihan Candra untuk terus menonton *tokusatsu* dan mengapresiasi kedalaman ceritanya menunjukkan bahwa dia telah menjadikan *tokusatsu* sebagai medan simbolik untuk memahami dunia sosial (Chnaey, 1996). Candra belajar memahami konflik, menelaah pengembangan karakter, hingga memproyeksikan pengalaman tokoh ke dalam dunia kehidupan yang sebenarnya. Pilihan Candra untuk tetap menonton *tokusatsu* dan menelaah cerita-ceritanya mencerminkan keterikatan yang mendalam secara kognitif dan emosional terhadap media tersebut (Nurhayati, 2021).

Pernyataan seperti “aku jadi bisa memahami kalau ada di kondisi dia bagaimana” adalah bentuk dari kemampuan empatik yang muncul dari identifikasi terhadap tokoh-tokoh fiktif. Ini merupakan bagian dari proses reflektif gaya hidup, di mana individu secara aktif menghubungkan konten budaya dengan pengalaman eksistensial mereka. Gaya hidup tidak dijalani secara otomatis, tetapi dibentuk oleh kesadaran akan makna simbolik yang melekat

pada pilihan-pilihan budaya yang mereka konsumsi (Chaney, 1996). Gaya hidup Candra sebagai *tokufans* bukan semata-mata soal preferensi tontonan, tetapi juga mencerminkan suatu proses pembentukan cara berpikir dan berperasaan melalui paparan budaya populer. Candra tidak hanya menyerap konten, tetapi juga mengolahnya menjadi bagian dari pemahaman sosial dan emosionalnya (Nurhayati, 2021).

Ketika Candra menyatakan bahwa ia sering “menebak-nebak arah cerita dan karakternya mau dibawa ke mana,” ini memperlihatkan adanya keterlibatan kognitif aktif yang menjadikan konsumsi media sebagai proses produksi makna. Konsumen tidak pasif, tetapi merupakan “produsen makna” yang menafsirkan ulang pengalaman media sesuai dengan kerangka nilai, harapan, dan imajinasi mereka sendiri. Dalam konteks ini, *tokusatsu* menjadi semacam teks budaya yang dibaca, ditafsirkan, dan dimaknai ulang oleh Candra untuk memahami kehidupan (Chaney, 1996). Keterlibatan aktif Candra dalam menonton *tokusatsu*, seperti ketika dia “*sering menebak-nebak arah cerita dan karakternya mau dibawa ke mana*” menunjukkan bahwa konsumsi media yang dilakukan tidak bersifat pasif, melainkan reflektif dan kognitif (Nurhayati, 2021).

Gaya hidup Candra sebagai *tokufans* bukan hanya tentang kesukaan terhadap serial tertentu, tetapi merupakan bentuk gaya hidup reflektif yang menyatukan dimensi kognitif (analisis cerita), emosional (identifikasi dengan karakter), dan sosial (pembentukan perspektif hidup). Gaya hidup semacam ini menegaskan bahwa budaya populer memiliki kekuatan untuk membentuk kesadaran sosial dan afektif individu, serta menjadi alat untuk menyusun identitas diri dalam masyarakat modern yang semakin kompleks dan plural.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan peneliti di lapangan dalam penelitian “Gaya Hidup Fans *Tokusatsu* (Studi Pada *Tokufans* Angkringan *Tokusatsu* Semarang)” diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Gaya hidup yang dijalani para *tokufans* ini sangat unik dan beragam, mulai dari perilaku konsumtif untuk membeli merchandise, fashion bahkan sampai konsol game, mereka membeli itu hanya sekedar untuk kepuasan pribadi, dan ada juga untuk mendapatkan perhatian orang lain. Kesenangan pribadi dengan membeli hal-hal yang berbau *tokusatsu* punya rasa kepuasan tersendiri, dari rasa kenangan masa kecil, tertarik bahkan suka dengan seri tersebut, dan bahkan sampai menjadi maniak seri *tokusatsu* tersebut. Kehidupan *tokufans* juga tidak luput dari perkumpulan komunitas yang sangat beragam dari program yang ada dari ANSATSU, setiap anggota memiliki pengalaman sendiri dan kesan dalam setiap kegiatan yang diselenggarakan oleh komunitas. Berkembangan zaman membuat komunitas ini juga memiliki media sosial seperti Facebook awal mula bertemunya para pengurus dan terbentuknya komunitas ini, sampai sekarang juga masih aktif setiap anggotanya bermain Facebook, mulai dari jual beli atau sekedar mengunggah hal seputar *tokusatsu*, sedangkan Instagram menjadi media untuk memperlihatkan citra yang agak berbeda sedikit dengan Facebook, untuk komunikasi lebih dekat selain WhatsApp yang biasanya hanya diskusi atau menginformasikan dalam bentuk tulisan saja, komunitas ini juga memiliki channel Discord komunitas untuk berdiskusi lebih aktif dan mengobrol lebih seru dan asik karena dapat bersuara secara tidak langsung menggunakan fitur Discord..
2. Setiap gaya hidup pasti memiliki dampak, mau itu positif atau negatif, sama seperti *tokufans* yang berada dalam komunitas ANSATSU, mereka merasakan dampak sosial ekonomi seperti ketidakstabilan uang yang disebabkan karena tidak bisa menahan untuk membeli merchandise, akan tetapi secara tidak langsung membuat mereka memiliki jaringan yang luas dan pengetahuan tambahan tentang ekonomi dan pasar dari merchandise yang mereka beli, mereka juga menjadi ekspresif dan kreatif dalam hal ini, karena kesenangannya dalam hobi ini, dengan membuat fan art, ataupun dengan membuat video *henshin* atau video perubahan superhero. Tidak hanya dari aspek itu saja, mereka menjadi memiliki nilai sosial budaya juga, seperti lebih melekat dengan

ketidakadilan ataupun dihadapkan dengan situasi yang sulit, dan mereka bisa mengatasinya berkat seri *tokusatsu* yang mereka tonton, ada juga yang sampai menemukan passionnya untuk belajar sastra jepang dan emmahami tentang budaya Jepang lebih dalam. Paling parah adalah dampak psikologis, mereka juga terkena dari hal itu, yang emmbuat mereka menjadi agak aneh dan suka berimajinasi dan halusinasi, yang paling parah adalah sampai ingin menjadi tokoh akrakter fiksi *tokusatsu* tersebut, walaupun banyak dampak yang mereka terima, mau positif dan engatif, mereka tetap suka dan akan terus menonton seri *tokusatsu*.

B. Saran

Bedasarkan kesimpulan di atas, saran yang bisa peneliti sampaikan sebagai dasar bagi pihak-pihak yang memiliki kepentingan terhadap laporan hasil penilitan yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Penelitan selanjutnya diharapkan untuk melakukan studi komperatif antara gaya hidup komunitas hobi lain, seperti Daicast, Model Kit, Figure, Game atau Cosplay. Hal ini dapat membantu mengidenfikasi persamaan dan perbedaan dalam alasan pemilihan komunitas hobi serta makna simbolik dalam komunitas tersebut.
2. Bagi Peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang serupa, diharapkan mampu mengembangkan kembali penelitian mengenai komunitas hobi pada gaya hidup fans *tokusatsu* studi pada angkringan *tokusatsu* Semarang, mengingat masuh sedikit ditemukan penelitian yang mengangkat tema gaya hidup fans di Kota Semarang.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Adler, A. (1931). *What Life Should Mean to You*. Boston: Little, Brown.
- Allison, A. (2006). *Millennial Monsters: Japanese Toys and the Global Imagination*. University of California Press.
- Amirin, T.M. (2011). *Pokoknya Metodologi: Dasar-Dasar Merancang dan Melakukan Penelitian*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Baudrillard, J. (1998). *The consumer society: Myths and structures*. Sage Publications.
- Bauman, Z. (2007). *Consuming Life*. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge: Harvard University Press.
- Bugin, A. (2016). *Metode penelitian kualitatif: Teori dan praktek*. Yogyakarta: Penerbit Sains.
- Chaney, D. (1996). *Lifestyles: Key ideas*. Routledge.
- Chaney, D. (2002). *Cultural change and everyday life*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Cohen, A. P. (1985). *The symbolic construction of community*. Tavistock.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.
- Delanty, G. (2003). *Community*. Routledge.
- Featherstone, M. (1991). *Consumer culture and postmodernism*. Sage Publications.
- Giddens, A. (1990). *The consequences of modernity*. Polity Press.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford: Stanford University Press.
- Hills, M. (2002). *Fan Cultures*. Routledge.
- Jenkins, H. (1992). *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. Routledge.
- Jenkins, H. (2006). *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture*. NYU Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Mahmudah, N. (2015). *Studi tentang perilaku penggemar dalam membentuk fanbase*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Maslow, A. H. (1954). *Motivation and Personality*. New York: Harper & Row.

- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1984a & 2014b). *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Methods*. Beverly Hills, CA: SAGE Publications
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif (Edisi revisi)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rokeach, M. (1973). *The Nature of Human Values*. New York: Free Press.
- Sugimoto, Y. (2010). *An Introduction to Japanese Society* (3rd ed.). Cambridge University Press
- Sugiyono, M. (2009a & 2017b). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supono. (2016). *Sejarah Kota Semarang: Dari Masa Kerajaan Hingga Modern*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Susilowati, T. (2012). *Sosiologi komunitas: Interaksi, kohesi sosial, dan nilai-nilai bersama*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2000). *Manajemen pemasaran: Analisis perilaku konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Tönnies, F. (2001). *Community and Civil Society*. Cambridge: Cambridge University.
- Tsutsui, W. M. (2004). *Godzilla on My Mind: Fifty Years of the King of Monsters*. Palgrave Macmillan.

SKRIPSI

- Afifah, E. O., & Kusuma, T. (2019). Analisis komunikasi antar penggemar “Seventeen” sebagai “cyberfandom” di Twitter. *MediaTor*, 12.. Diakses dari <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/view/4624> pada 19 Desember.2024.
- Aprillia, S. N. T., Damaiyanti, V. P., & Hidayah, S. (2021). Gaya hidup mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat. *Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development*, 3(2), Diakses dari <https://ijsed.ap3si.org/index.php/journal/article/view/58> pada 5 Juni 2025
- Asse, R. A. (2018). Strategi Pemasaran Online (Studi Kasus Facebook Marketing Warunk Bakso Mas Cingkrank Di Makassar). *Jurnal Komunikasi KAREBA*. Diakses dari <https://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/6907/3819> pada 3 Juni 2025

Damasta, G. A., & Dewi, D. K. (2020). Hubungan antara fanatisme dengan perilaku konsumtif pada fans JKT48 di Surabaya. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 7(4). Diakses dari <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/36343> pada 19 Desember 2024.

Firdausa, dkk. (2024). Transformasi organisasi: Membangun budaya inovasi untuk kesuksesan reformasi birokrasi di Kabupaten Bima. *JSIM: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 4(6) Diakses dari <https://www.jurnal.syntaximperatif.co.id/index.php/syntax-imperatif/article/view/325> pada 9 Juni 2025

JURNAL

Etzioni, A. (1993). *The spirit of community: Rights, responsibilities and the communitarian agenda*. Crown. Diakses dari https://www.researchgate.net/publication/270234781_The_Spirit_of_Community_Rights_Responsibilities_and_the_Communitarian_Agenda pada 6 April 2025

Hillery, G. A. (1955). Definitions of community: Areas of agreement. *Rural Sociology*. Diakses dari <https://www.scirp.org/reference/ReferencesPapers?ReferenceID=2059508> pada 6 April 2025

Juwito, Z. S. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Jejaring Sosial Facebook Sebagai Media E-Commerce Pada Masyarakat Surabaya (Studi Deskriptif-Kualitatif Pada Produk Peralatan Olahraga). *Jurnal MEBIS (Manajemen dan Bisnis) - Vol. 5, No. .*, Diakses dari <https://mebis.upnjatim.ac.id/index.php/mebis/article/view/143> pada 3 Juni 2025

Kartika, V. C. (2018). Gaya hidup penggemar EXO di Surabaya terhadap produk merchandise boyband EXO (Skripsi, Universitas Airlangga). Diakses dari <https://repository.unair.ac.id/79401/> Pada 5 Juni 2025

Kurnia, D. I. (2025). Ekspresi estetika dalam dunia virtual: Analisis visual game Zepeto melalui lensa semiotika sebagai manifestasi eskapisme. *Syntax Admiration: Jurnal Ilmiah Indonesia*, Vol 6 Diakses dari <https://www.journalsyntaxadmiration.com/index.php/jurnal/article/view/2087> Pada 3 Juni 2025

Madaniya, N. E. (2024). Perilaku konsumtif K-pop fans berdasarkan teori konsumsi Al-Ghazali. *Jurnal Istiqro: Jurnal Hukum Islam, Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), Diakses dari <https://ejournal.iaida.ac.id/index.php/istiqro/article/view/2276> pada 13 Desember 2024.

- Manalu, M. (2017). Korelasi status sosial ekonomi keluarga terhadap gaya hidup remaja di Kota Pekanbaru (Studi kasus siswa SMA Negeri 12 Pekanbaru). *JOM FISIP*, 4(2). Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/209363-korelasi-status-sosial-ekonomi-keluarga.pdf> pada 9 Juni 2025
- Marbun, D. C., & Hutama, N. A. (2025). Media baru dan fandom lama: Pengaruh platform digital terhadap praktik komunikasi kolektor Gundam. *ArtComm: Jurnal Komunikasi dan Desain*, 8, Diakses dari <https://jurnalunibi.unibi.ac.id/ojs/index.php/ArtComm/article/view/1242> pada 3 Juni 2025
- Mudrikah, R. A., dkk. (2025). Perubahan nilai dan norma pada masyarakat: Studi sosial di era globalisasi. *Jurnal Cakrawala Akademika (JCA)*, 1(6), Diakses dari <https://jurnalpustakacendekia.com/index.php/jca/article/view/348> pada 8 Juni 2025
- Nasution, D. A. (2021). Peran Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jual-Beli Online Pada Facebook. *Jurnal Bisnis Corporate :Vol. 6 No.2*. Diakses dari <https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/jubisco/article/view/1843> pada 3 Juni 2025
- Nisa, F. K., Wahono, B., & Bastomi, M. (2023). Pengaruh gaya hidup hedonis, *celebrity worship*, dan *Korean Wave* terhadap keputusan pembelian album fisik GOT7 (Studi kasus penggemar GOT7 di Jawa Timur). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 12(2). Diakses dari <https://repository.unisma.ac.id/handle/123456789/9875> pada 13 Desember 2024.
- Nur, A., Lumbaa, Y., & Marsuki, N. R. (2024). Eksplorasi kualitatif dinamika komunitas online: Pola interaksi dan pengaruhnya dalam era digital. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 2(1). Diakses dari <https://e-journal.nalanda.ac.id/index.php/TUTURAN/article/view/798> Pada 3 Juni 2025 <https://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/3530> Pada 3 Juni 2025
- Nurhayati, S., Nurbayani, S., & Dahliyana, A. (2021). Pengaruh fitur go-food pada aplikasi gojek terhadap gaya hidup mahasiswa di era digital. *SOSIO RELIGI: Jurnal Kajian Pendidikan Umum*, 19(1), Diakses dari <https://ejournal.upi.edu/index.php/sosioreligi/article/view/35958> pada 8 Juni 2025
- Pritantia, N. R., Kosasih, A., & Supriyono. (2021). Pola hubungan sosial masyarakat multikultural dalam gaya hidup beragama (Studi kasus Kampung Kencana Kabupaten Kuningan). *IDEAS: Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Humaniora*, 7(3). Diakses dari <https://jurnal.ideaspublishing.co.id/index.php/ideas/article/view/442> pada 5 Juni 2025

- Putra, B. N. K., & Vipraprastha, T. (2022). Personal branding, social media marketing, dan word of mouth dalam meningkatkan buying decision pada konsumen e-commerce Shopee. *MODUS: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol 34 no 1 Diakses dari <https://ojs.uaajy.ac.id/index.php/modus/article/view/5061> pada 3 Juni 2025
- Ramatun, S., Anwari, M. K., & Anshori, A. (2025). Dampak e-commerce TikTok Shop terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Kalbar berdasarkan perspektif ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 11(1). Diakses dari <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/16801> pada 9 Juni 2025
- Rosyada, A., & Rohimi, P. (2022). Kultivasi *Korean Wave* pada gaya hidup K-fans mahasiswa IAIN Kudus melalui media online. *International Conference of Da'wa and Islamic Communication*, 1. Diakses dari Thaler, R. H., & Benartzi, S. (2004). Save More Tomorrow™: Using Behavioral Economics to Increase Employee Saving. *Journal of Political Economy*, Diakses dari https://www.researchgate.net/publication/24104390_Save_More_Tomorrow_TM_Using_Behavioral_Economics_to_Increase_Employee_Saving pada 2 Junii 2025
- Rukiah, Y. (2016). Fesyen sebagai gaya hidup masyarakat kota: Studi kasus gaya Hijabers Community. *Dimensi DKV*, 1. Diakses dari <https://e-journal.trisakti.ac.id/index.php/seni/article/view/1358> pada 9 Juni 2025
- Sa'adah, M., & Utami, D. (2022). Hutang sebagai penopang gaya hidup buruh perempuan di Desa Sugihwaras. *Paradigma: Jurnal Kajian Budaya dan Sosiologi*, 10(2). Diakses dari <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/paradigma/article/view/46534> pada 9 Juni 2025
- Sa'diya, L. (2017). Strategi promosi di media sosial Instagram terhadap kesadaran merek di era Generasi Z. *Kompetensi: Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(2). Universitas Trunojoyo Madura. Diakses dari <https://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/3530> 1 Juni 2025
- Saputra, D. P. (2019). Gaya hidup vapor di kalangan masyarakat modern (Studi tentang masyarakat modern di Kota Gresik) (Skripsi Sarjana, Universitas Airlangga). Diakses dari <https://repository.unair.ac.id/84322/5/FIS%20S%2022%2019%20Sap%20g%20JURNAL.pdf> pada 10 Juni 2025
- Sinyor, A. W. S., & Widiyanti, N. W. (2023). Studi fenomenologi investasi mainan Tokusatsu pada komunitas Tokuheroes. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, 14(4). Diakses dari <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/S1ak/article/view/69011> pada 13 Desember

2024 <https://proceeding.iainkudus.ac.id/index.php/ICODIC/article/view/427> pada 13 Desember 2024

Tacoy, S. M. (2020). Pelayanan dalam konteks masyarakat perkotaan. *Jurnal Teologi Kontekstual Indonesia*, 1(1) Diakses dari <https://core.ac.uk/download/pdf/337598462.pdf> pada 10 Juni 2025

Theliana, E. A., Suwena, I. W., & Suarsana, I. N. (2023). Eksistensi komunitas pengguna Vespa klasik Kanan Bersuara di Kota Denpasar. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(3). Diakses dari <http://ejournal.warunayama.org/index.php/triwikrama/article/view/177> pada 19 Desember 2024

Yani, I. E., & Indrawati. (2024). Persepsi orangtua tentang PAUD (Studi Yayasan Bina Insan Mandiri Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru). *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau*. Diakses dari <https://www.neliti.com/publications/31347/persepsi-orangtua-tentang-paud-studi-yayasan-bina-insan-mandiri-kelurahan-simpan> pada 10 Juni 2025

Nurdianto, N., Aarsal, T., & Suhandini, P. (2017). Gaya hidup pekerja industri galangan kapal di Kelurahan Karangasem Utara Kecamatan Batang. *Journal of Educational Social Studies*. Diakses dari <https://journal.unnes.ac.id/sju/jess/article/view/16260/8503> pada 25 Juni 2025

WEBSITE

Badan Pusat Statistik Kota Semarang. (2020). Semarang dalam Angka 2020. Semarang: BPS Kota Semarang.. Diakses dari <https://semarangkota.bps.go.id/id/statistics-table/3/V1ZSbFRUY3lTbFpEYTNsVWNGcDZjek53YkhsNFFUMDkjMw==/penduduk--laju-pertumbuhan-penduduk--distribusi-persentase-penduduk--kepadatan-penduduk--rasio-jenis-kelamin-penduduk-menurut-kecamatan-di-kota-semarang--2023.html?year=2023> pada 7 Maret 2025

Celebrithink. (2024, October 17). Mengenal serial Tokusatsu yang populer di Indonesia. Diakses dari <https://celebrithink.com/2024/10/17/mengenal-serial-tokusatsu-yang-populer-di-indonesia/> pada 13 Desember 2024.

Faozan, M. A. (2023, Agustus 4). Ansatsu Semarang, komunitas Tokusatsu dari Ultraman hingga Power Rangers. *Suara Merdeka*. Diakses dari

<https://kedu.suaramerdeka.com/jawa-tengah/219700376/ansatsu-semarang-komunitas-tokusatsu-dari-ultraman-hingga-power-rangers> pada 23 Desember 2024

Hamdi, T. (2024, September 13). *Inilah daftar 5 Ultraman terpopuler di Indonesia, cek jagoanmu.* BeritaNasional.com. Diakses dari <https://beritanasional.com/detail/80461/inilah-daftar-5-ultraman-terpopuler-di-indonesia-cek-jagoanmu> pada 19 Desember 2024.

Instamashii. (2023, November 21). (TAMASHII NATIONS X HEROES STATION TOKUSATSU HEROES). Instagram. diakses dari <https://www.instagram.com/instamashii/p/Cz3aZvNRnBb/> pada tanggal 13 febuari 2025

Karina, S. N. (2024). Sosial media: Dampak dan peranannya dalam kehidupan modern. Pemerintah Kota Tebing Tinggi. Diakses dari <https://www.tebingtinggikota.go.id/berita/artikel/sosial-media-dampak-dan-peranannya-dalam-kehidupan-modern> 3 Juni 2025

Liputan6.com. *Surah Al-An'am Ayat 32.* Diakses dari <https://www.liputan6.com/quran/al-anam/32> pada 26 Februari 2025

Nurdiyanto, A. (2022, Mei 31). *Sejarah budaya Jepang: Tokusatsu.* Kumparan. Diakses dari <https://kumparan.com/achmad-nurdiyanto/sejarah-budaya-jepang-tokusatsu-1y3NXZauBiL> pada 19 Desember 2024

RCTI Plus. (2023, Mei 17). *10 serial Super Sentai terbaik, dari era pertama hingga yang terbaru.* Diakses dari <https://www.rctiplus.com/news/detail/seleb/3640773/10-serial-super-sentai-terbaik-dari-era-pertama-hingga-yang-terbaru> pada tanggal 19 Desember 2024

Tawakal, C. U. (2022, September 23). *10 Kamen Rider yang tayang di Indonesia, bikin nostalgia!.* Hitekno.com. Diakses dari <https://www.hitekno.com/geek/2022/09/23/150000/10-kamen-rider-yang-tayang-di-indonesia-bikin-nostalgia> pada 19 Desember 2024.

Tensai Indonesia. (2020, Maret 8). *Kupas tuntas dunia Tokusatsu di Jepang.* Diakses dari <https://tensai-indonesia.com/kupas-tuntas-dunia-tokusatsu-di-jepang/> pada 19 Desember 2024

- Utami, E. (2017, Oktober 17). Komunitas Tokusatsu; Anggotanya dari Indonesia Hingga Mancanegara. Komunita.id. Diakses dari <https://komunita.id/2017/10/17/komunitas-tokusatsu-anggotanya-dari-indonesia-hingga-mancanegara/> pada 13 Desember 2024
- Verdana, K . (2024). Solidaritas komunitas Visto. Diakses dari <https://epaper.suaramerdeka.com/travel/detail/1488/Solidaritas-Komunitas-Visto> pada 3 Juni 2025

LAMPIRAN



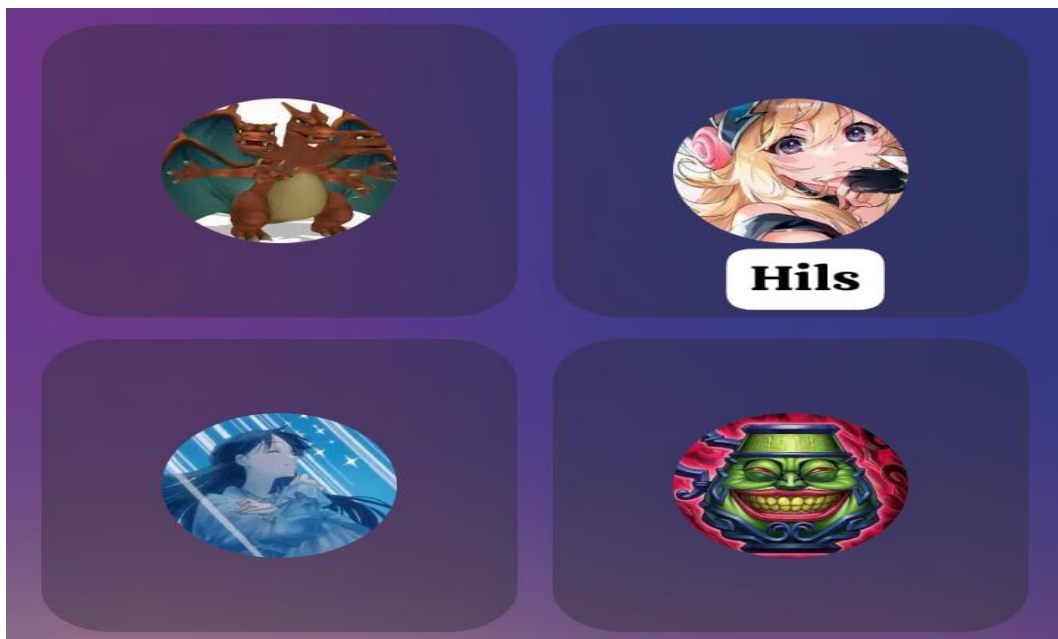
Wawancara dengan ketua dan pengurus/admin
(Candra, Genta, Ryan dan Emir)



(Wawancara dengan Tiara dan Berhoph sebagai anggota)



(Wawancara dengan Deka sebagai humas dan Bowo sebagai anggota)



(Wawancara dengan Hils sebagai anggota melalui Discord)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. Data Pribadi

Nama : Mohammad Rangga Patmanegara
Tempat/Tanggal Lahir : Malang, 6 Juni 2003
Jenis Kelamin : Laki-laki
Alamat : RT.15/RW. 12, Ragajaya, Kecamatan Bojonggede, Kabupaten. Bogor,
Jawa Barat.
E-mail : mora.negara@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. TK Atisiri Permain : 2008-2009
2. SD Pelita Atsiri Permai : 2009-2015
3. SMP Pelita Atsiri Permai : 2015-2018
4. SMA Citra Nusa : 2018-2021