

# Alter Ego dalam Budaya Fandom

## (Studi pada Komunitas Penggemar Film Star Wars)

**Ervando Baggio Riansyah**

Peminatan Broadcasting Prodi Ilmu Komunikasi

FISIP Universitas Al Azhar Indonesia

vandobaggio@gmail.com

**Abstract:** *Film is a part of mass media. Film is a medium for entertainment yet give information for the audiences. As a mass media, film also give effects for the audiences, one of which is fanaticism. Cosplay is a form of fanaticism that is done by fans of a certain movie. Cosplay is an action of imitating characters from cartoons, comic books, or movies. In order to cosplay, fans can create their own alter egos and show it at certain moments. Alter ego is the other-self. This research aimed to acknowledge how the alter ego of fans which are members of the Star Wars fan communities was formed. The conceptual frameworks which been used in this research were Mass Media, the Mass Media Functions, Types of Massa Media, Film, Film Characteristics, Types of Movie, Movie Genres, Types of Movie's Character, Culture, Fandom Culture, Alter Ego, Id, Ego & Superego, and Symbolic Interactionism. This research used constructivism paradigm with qualitative method. In-depth interview with purposive sampling as the method of selecting the informants. The informants are Star Wars fans and members of Star Wars fan communities. The informants also has their own alter egos. The result of this research shows that the fans wanted to feel as a part of Star Wars world with characters of their own creation. They are able to interact socially and comprehended the character of another human beings. The fans wanted to be a different character against their original. They created their own alter egos for their cosplay.*

**Key Words:** *film, Star Wars, Fandom, alter ego*

**P**erkembangan zaman dan perbaharuan teknologi yang tercipta seiring berjalannya waktu membuat media komunikasi pun bertambah banyak. Masyarakat kini sangat bergantung pada media massa yang ada, karena media komunikasi itu su-

dah seperti bagian dari hidup mereka. Media massa dapat menjadi alat penyebar dan penerima informasi sekaligus bagi masyarakat penggunanya. Film merupakan salah satu media massa yang cukup banyak dipakai dan memiliki isi yang dapat memberi-

kan informasi, mendidik, menghibur, maupun memengaruhi. Film telah mengalami perkembangan diberbagai aspek. Mula-mula film hanya dianggap sebagai tiruan mekanis dari kenyataan. Atau, paling-paling sebagai sarana untuk memproduksi karya-karya seni yang telah ada sebelumnya seperti teater.<sup>1</sup> Yang dimaksud dengan film adalah karya cipta seni dan budaya yang merupakan media komunikasi massa pandang-dengar yang dibuat berdasarkan asas sinematografi dengan direkam pada pita seluloid, pita *video*, piringan *video*, dan/atau bahan hasil penemuan teknologi lainnya dalam segala bentuk, jenis dan ukuran melalui proses kimiawi, proses elektronika, atau proses lainnya, dengan atau tanpa suara, yang dapat dipertunjukkan dan/atau ditayangkan dengan sistem mekanik, elektronik, dan/atau lainnya.<sup>2</sup>

Film tidak menceritakan peristiwa. Tetapi menggambarannya. Bahasa gambar lahir dari disiplin berpikir secara visual. Segala ungkapan lisan maupun tulisan harus bernilai gambaran. *Picture* adalah gambar, sedangkan *image* adalah gambaran. Gambar merupakan hasil rekaman dari sekadar apa yang kita lihat secara fisik. Objek sebagai objek. Gambaran merupakan hasil rekaman dari hasil pemikiran tentang benda/objek yang kita lihat. Bentuk *notatif* menjadi pengertian *konotatif*. Segala yang terlihat dan terdengar dalam layar film harus memiliki nilai gambaran/*image*.<sup>3</sup> Film atau *motion picture* ditemukan dari hasil pengembangan prinsip-prinsip fotografi dan proyektor.<sup>4</sup>

Dalam perkembangan dunia perfilman, tema cerita menjadi sangat penting. Bisa dikatakan genre dalam sebuah film menentukan sukses atau tidaknya sebuah film. Berbagai macam genre film telah diproduksi. Dari mulai genre *noir*, *horror*, komedi, *thriller*, drama, animasi, *science fiction* dan

lain-lain. Ditahun-tahun awal perkembangan film, teknologi yang digunakan dalam film seperti pada film bergenre *science fiction* belum banyak ditampilkan. Tidak seperti sekarang, yang sudah menampilkan teknologi-teknologi futuristik. Beberapa film awal yang memulai menampilkan teknologi canggih dan menjadi *popular culture* adalah; *Metropolis* (1927), *Flash Gordon* (1936), *The Wizard of Oz* (1939), *Star Trek* (1966), *Beneath the Planet of the Apes* (1970), dan *Star Wars* (1977). Film-film itu bergenre *science fiction* dengan unsur-unsur dari genre lain, seperti *action*, komedi, *adventure*, dan fantasi.

Genre *science fiction* atau fiksi ilmiah berhubungan dengan masa depan, perjalanan angkasa luar, percobaan ilmiah, penjelajahan waktu, invasi, atau kehancuran bumi. Fiksi ilmiah sering kali berhubungan dengan teknologi serta kekuatan yang berada di luar jangkauan teknologi masa kini. Film fiksi ilmiah biasanya berhubungan dengan karakter non-manusia atau artifisial, seperti makhluk asing, robot, monster, hewan purba, dan sebagainya.<sup>5</sup> Biasanya film bergenre fiksi ilmiah berkombinasi dengan genre lainnya, seperti fantasi dan petualangan. Film fantasi berhubungan dengan tempat, peristiwa, serta karakter yang tidak nyata. Film fantasi berhubungan dengan unsur magis, mitos, negeri dongeng, imajinasi, halusinasi, serta alam mimpi. Film-film fantasi juga terkadang berhubungan dengan pedang.<sup>6</sup>

Pada tahun 1977, sebuah perusahaan film *20th Century Fox* merilis film yang menampilkan teknologi canggih atau futuristik, dicampur dengan efek visual yang bagus pada era-nya, berjudul *Star Wars*. Film yang dibuat George Lucas ini mengusung genre *space opera*, subgenre dari *science fiction* yang dibumbui unsur fantasi, *romantic*, *melodramatic adventure*, dan *ber-setting*

di luar angkasa. Saat ini Star Wars sudah memiliki enam film (dua trilogi), trilogi pertama; *Star Wars Episode IV-A New Hope* (1977), *Star Wars Episode V-The Empire Strikes Back* (1980), dan *Star Wars Episode VI-Return of the Jedi* (1983). Trilogi kedua; *Star Wars Episode I-The Phantom Menace* (1999), *Star Wars Episode II-Attack of the Clones* (2002), dan *Star Wars Episode III-Revenge of the Sith* (2005). Film trilogi pertama memiliki rating di atas 8 berdasarkan *website* IMDB dan trilogi prekuel berikutnya di bawah 8 tapi masih di atas 7.

Trilogi Star Wars—kedua-duanya—mendapatkan berbagai penghargaan, seperti *Best Art Direction-Set Decoration*, *Best Costume Design*, *Best Sound*, *Best Film Editing*, *Best Effects* dan *Visual Effects*, pada ajang *Academy Awards*, USA tahun 1978 untuk Star Wars Episode IV-A New Hope, dan mendapatkan penghargaan diberbagai ajang lain untuk seri Star Wars yang lainnya.<sup>7</sup>

Tahun 1970-an, dijuluki sebagai dekade “*easy riders, raging bulls*” oleh jurnalis Peter Biskind dalam bukunya dengan judul tersebut, yang merupakan era *blockbuster* film fiksi ilmiah, akan tetapi *Star Wars* (George Lucas, 1977), dan *Star Trek-The Motion Picture* (Robert Wise, 1979) juga merupakan film yang penting dan dinamis hingga kini.<sup>8</sup> Berdasarkan *website* IMDB, dua film Star Wars, *Star Wars Episode V-The Empire Strikes Back* (1980) dan *Star Wars Episode IV-A New Hope* (1977), menempati urutan 3 (8.8/10) dan 4 (8.7/10) setelah film *Interstellar* (2014) di urutan pertama (8.9/10) dan *Inception* (2013) di urutan kedua (8.8/10), untuk kategori film fiksi ilmiah dengan *rating* tertinggi.<sup>9</sup>

Salah satu kunci utama kesuksesan film ini adalah “*the Force*”, dengan “*light*” dan “*dark side*”-nya. Dalam sensus di Inggris pada tahun 2001, banyak orang menjadi-

kan “*Jedi*” sebagai bentuk agama mereka, hal itu menunjukkan bahwa komponen film tersebut sangat persuasif.<sup>10</sup> Dalam sebuah wawancara oleh Charlie Rose, George Lucas menjelaskan bahwa ia ingin membuat film yang akan menanamkan nilai-nilai dari mitologi kepada khalayak modern di tahun 1970-an. Lucas mengumpamakan, ini seperti di era Yunani kuno, ketika para penyair mengunjungi rumah-rumah dan menceritakan kisah-kisah hebat untuk mencari nafkah. Mereka akan membawa kisah tersebut ke mana pun mereka pergi dan menyesuaikan agar khalayak tetap tertarik, dan cerita bisa diteruskan dari generasi ke generasi.<sup>11</sup> Kualitas film Star Wars memang tidak merata, tetapi alasan keberhasilan dan alasan mereka sangat revolusioner di tahun 1970-an karena George Lucas adalah pembuat film pertama yang secara sadar memahami dinamika dalam menceritakan mitos.<sup>12</sup>

Seorang guru di Inggris bercerita pada muridnya ketika menonton film Star Wars di bioskop, sebanyak 3000 penonton berdiri dan bersorak ketika melihat Luke Skywalker memenangkan perang. Bukan hanya karena

” Seorang guru di Inggris bercerita pada muridnya ketika menonton film Star Wars di bioskop, sebanyak 3000 penonton berdiri dan bersorak ketika melihat Luke Skywalker memenangkan perang.

sekadar menang, namun karena Luke memenangkan perang tersebut menggunakan “*the Force*”, bukan hanya dengan teknologi pesawat tempur yang dikendarainya. Itulah yang membuat penonton berdiri dan bersorak. Tidak pernah ada pemandangan seperti ini di bioskop.<sup>13</sup> Penulis buku *Borrowing Brilliance*, David Kord Murray, menulis dalam bukunya tersebut, bahwa dalam 2 hari pemutaran perdana film pertama Star Wars, banyak sekali orang yang sudah menonton tetapi tetap pergi ke bioskop untuk menonton film itu lagi. Ketika menonton, ia pun merasa tersedot ke sebuah dunia tentang *Wookiees*, *Jedi Knight*, dan *Imperial Stormtroopers*. Ia berkata, inilah film paling luar biasa dan paling kreatif yang pernah dibuat. Seorang profesor filsafat di Adams State University, Colorado, George Backen, 41, telah menonton Star Wars ratusan kali, dan akhirnya mendapat kesempatan untuk mempelajari film tersebut secara kritis. Pada tahun 2011, ia membuka kelas “*Star Wars & Philosophy*” untuk mengkaji 6 film Star Wars bersama 15 mahasiswa.<sup>14</sup>

Penggemar film Star Wars sangat banyak dan fanatik. Bagi sebagian orang awam, mungkin Star Wars hanyalah trilogi fiksi ilmiah seperti kebanyakan film, namun bagi komunitas pencintanya, Star Wars lebih dari itu. Mereka menyebutnya dengan Star Wars *Expanded Universe* (EU). Star Wars EU merupakan sebuah kontinuitas dan ekspansi dari trilogi orisinal maupun trilogi prekuel. Kisah-kisah EU ini menyediakan latar belakang mulai dari asal mula dari pihak protagonis, yaitu *Jedi Order* dan *Galactic Republic* serta pihak antagonis, yaitu *Sith Order*. Para fans yang menjadi penulis cerita memungkinkan untuk mengisi “celah” yang belum tersentuh, dengan tetap merujuk pada jalan cerita yang sudah ada.<sup>15</sup> Selain trilogi orisinal dan prekuel yang langsung

dikomandani oleh George Lucas, Star Wars memungkinkan pihak-pihak lain untuk mengembangkan kisah di galaksi Star Wars melalui media buku, komik, serial televisi, mainan, film animasi, hingga permainan komputer.<sup>16</sup> Dan jika memang bagus, akan disetujui oleh *Lucas Licensing*, untuk dijadikan sebagai bagian resmi dari Star Wars.

Kondisi di mana menjadi penggemar yang fanatik atas sesuatu atau seseorang lebih dikenal dengan istilah fandom. Fandom pada dasarnya berasal dari kata *fans* dan *kingdom*. Fandom berarti kelompok penggemar yang melingkupi sebuah acara televisi, film, buku, dan lain-lain. Orang yang menulis *fanfiction* (cerita fiksi yang ditulis oleh fans), seniman, puitis, dan orang yang meng-*cosplay* biasanya adalah anggota fandom tersebut.<sup>17</sup> Fandom secara otomatis lebih dari sekadar menjadi penggemar akan sesuatu: fandom adalah strategi yang kolektif, upaya untuk membentuk kelompok yang dalam kesatuan subkultur mereka menghindari apa yang dianggap bertentangan.<sup>18</sup> Jadi, pada dasarnya fandom merupakan kumpulan penggemar fanatik yang cenderung tidak menanggapi ide atau opini yang menurut mereka bertentangan.

Dalam pemahaman fandom, fandom terbagi menjadi dua, olahraga dan media. Fandom olahraga masih menjadi model fandom yang paling diterima dalam masyarakat. Meskipun begitu, beberapa peneliti telah mempelajari kedua topik, fandom olahraga dan fandom media adalah objek yang sangat berbeda untuk dipelajari.<sup>19</sup> Namun, Duffett dalam bukunya menambahkan, bahwa perbedaan antara fandom olahraga dan fandom media semakin berkurang. Karena olahraga telah memperpanjang dirinya sebagai tontonan massa dan para pemainnya semakin menjadi bintang di media.<sup>20</sup> Dalam hal ini, fandom Star Wars termasuk dalam fandom

media. Mengingat Star Wars adalah film dan film merupakan bagian dari media massa.

Para penggemar Star Wars di seluruh penjuru dunia bisa dikatakan sebagai fandom Star Wars, namun di dalamnya ternyata memungkinkan untuk membentuk sebuah kelompok yang lebih kecil lagi untuk menyatukan penggemar Star Wars dalam satu daerah. Kelompok ini juga bisa disebut dengan komunitas. Komunitas merupakan kumpulan dari orang-orang yang memiliki ketertarikan ataupun hobi yang sama. Komunitas adalah sekumpulan individu yang mendiami lokasi tertentu dan biasanya terkait dengan kepentingan yang sama.<sup>21</sup> Menurut Wenger-Trayner, komunitas adalah sekumpulan orang yang saling berbagi masalah, perhatian atau kegemaran akan suatu topik dan memperdalam pengetahuan serta keahlian mereka dengan saling berinteraksi secara terus menerus.<sup>22</sup>

Di Indonesia, komunitas penggemar film Star Wars terbesar adalah *Order 66 SITH (Star Wars Indonesian Troopers Homebase)*. Komunitas ini berdiri pada tahun 2006 dan memiliki *homebase* di Jakarta dan Bandung. Komunitas ini tidak hanya sebuah komunitas untuk membahas topik yang berkaitan dengan film yang mereka cintai, tapi mereka juga mengadakan kegiatan-kegiatan untuk bersosialisasi antar anggota maupun dengan orang lain.<sup>23</sup> Salah satu kegiatan yang mereka gelar adalah sebuah *event* tahunan, *Star Wars Day* (Bandung, 2012 & Jakarta, 2013) dan *Star Wars Weekend* (Jakarta, 2014), di mana pengunjung dapat melihat dunia Star Wars secara langsung. *Event* ini diberi tema “*May the Fourth Be With You*”. Ungkapan tersebut adalah alterasi dari ungkapan khas film Star Wars, “*May the Force Be With You*”. Ungkapan tersebut digunakan oleh para penggemar Star Wars yang dilatarbelakangi oleh penetapan tanggal 4 Mei sebagai hari Star Wars.<sup>24</sup> Dalam *event*

ini, pengunjung dapat melihat replika-replika bangunan atau patung karakter dalam film Star Wars. Pengunjung juga bisa membeli mainan koleksi, baju, serta pernak-pernik yang dijual di sana.

Fans Star Wars merupakan fans yang cukup fanatik. Bahkan diantara mereka sampai menciptakan karakter buatan mereka sendiri. Ada yang memang menggunakan karakter buatan tersebut disaat-saat tertentu, namun ada juga yang secara tidak sadar telah menyatukan karakter buatan tersebut ke dalam dunia asli. Karakter buatan ini bisa secara sengaja dibentuk maupun tidak. Hal ini disebut dengan istilah *alter ego*. *Alter ego* adalah kepribadian ganda yang dimiliki oleh seseorang. Pada dasarnya, orang yang memiliki *alter ego* adalah orang yang mengalami gangguan identitas disosiatif. Namun, seiring dengan perkembangan literatur, *alter ego* sudah tidak lagi dipandang sebagai kelainan psikologis, melainkan suatu hal yang dapat dibentuk dan dihilangkan kembali.

Gangguan identitas disosiatif, terkadang disebut sebagai “kepribadian terpecah”, dua atau lebih kepribadian yang masing-masing dengan *trait* dan ingatan yang terdefiniskan secara baik, menempati tubuh satu orang. Mereka bisa sadar atau tidak sadar akan keberadaan satu dan yang lainnya. Dalam sejumlah kasus yang tidak dipublikasikan, kepribadian pengganti (disebut juga *kepribadian alter*) bahkan dapat menunjukkan rekaman EEG (elektroensefalografi), reaksi alergi, respons terhadap pengobatan yang berbeda, juga bahkan hasil pemeriksaan mata dan besar pupil yang berbeda.<sup>25</sup>

Sebuah arti berbeda untuk *alter ego* dapat ditemukan dalam analisis sastra, yang digunakan untuk menggambarkan karakter dalam karya-karya yang berbeda dengan sisi psikologis yang sama, atau karakter fiksi dan

perilakunya, pembicaraan atau sengaja mewakili pikiran penulis. Demikian pula, alter ego dapat diterapkan pada peran atau persona yang diambil oleh seorang aktor atau dengan jenis lainnya, performer.<sup>26</sup>

Dalam dunia fandom, seperti fandom *manga*, *anime*, film fantasi, hingga *science fiction*, alter ego bukanlah hal yang tabu. Seperti misalnya dalam komunitas penggemar Star Wars, Order 66 SITH, Jaksaber, dan Urban Jedi, beberapa anggota komunitas ini telah menciptakan alter ego untuk dirinya masing-masing. Entah itu hanya untuk menghibur, maupun benar-benar menjadikan karakter ciptaannya bagian dari dirinya sendiri.

Dengan ini, peneliti akan melihat latar belakang pengetahuan beberapa anggota komunitas akan Star Wars, dan menilik hal apa saja yang mendorong mereka dalam membentuk alter ego. Mengingat karakter dalam film Star Wars sangat beragam, memungkinkan mereka dengan mudah memilih dari planet mana mereka berasal, dan seperti apa bentuk fisik mereka, atau mungkin mereka malah mengalami kesulitan, karena terlalu banyak pilihan.

Alter ego adalah gangguan identitas disosiatif (kepribadian ganda) yang merupakan gangguan pada memori dan identitas karena adanya alternasi (pergantian) pada memori dan identitas.

## Rumusan Masalah

Atas dasar uraian latar belakang di atas maka yang akan diteliti adalah bagaimana proses pembentukan alter ego pada anggota komunitas penggemar film Star Wars?

## Media Massa Film

Kemampuan untuk menjangkau ribuan, atau bahkan jutaan, orang merupakan ciri dari komunikasi massa (*mass communication*), yang dilakukan melalui medium massa seperti televisi atau koran. Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses penggunaan sebuah medium massa untuk mengirim pesan kepada audien yang luas untuk tujuan memberi informasi, menghibur, atau membujuk. Jantung komunikasi massa adalah orang-orang yang memproduksi pesan yang disampaikan lewat media massa. Orang-orang ini mencakup jurnalis, penulis naskah film, penulis lagu, penyiar televisi, *disc jockey* radio, praktisi *public relation*, dan orang-orang periklanan seperti *copywriter*.<sup>27</sup>

Berdasarkan Kamus Pintar *Broadcasting*, film adalah selaput seluloid gambar negatif film; bioskop; klise; bahan tipis dan bening berbentuk cairan yang dilapisi emulsi yang peka cahaya untuk merekam gambar dari suatu objek dengan kamera; media komunikasi yang bersifat *visual* atau *audio-visual* untuk menyampaikan suatu pesan kepada kelompok orang yang berkumpul pada suatu tempat tertentu; media untuk merekam gambar yang menggunakan seluloid sebagai bahan dasarnya. Memiliki berbagai macam ukuran lebar pita, seperti 16mm dan 35mm. Film juga berarti karya seni budaya yang merupakan pranata sosial dan media komunikasi massa yang dibuat berdasarkan kaidah sinematografi dengan atau tanpa suara dan dapat dipertunjukkan.<sup>28</sup>

Film adalah medium komunikasi massa yang ampuh, bukan saja untuk hiburan, tetapi

untuk penerangan dan pendidikan. Dalam ilmu jiwa sosial terdapat gejala yang disebut identifikasi psikologis. Dalam menghayati sebuah film, kerap kali penonton menyamakan (mengidentifikasi) seluruh pribadinya dengan salah seorang pemegang peranan dalam film itu. Ia bukan saja dapat “memahami” atau “merasakan” apa yang dipikirkan atau dialami pemain itu dalam menjalankan perannya, tetapi lebih lagi daripada itu. Pengaruh film itu besar sekali terhadap jiwa manusia. Penonton tidak hanya terpengaruh sewaktu atau selama duduk di dalam gedung bioskop, tetapi terus sampai waktu yang cukup lama.<sup>29</sup>

Dalam revolusi *digital*, komputer mengambil alih segi *special effects*. Film *Star Wars* menggunakan kamera yang dikontrol lewat komputer untuk menciptakan ruang pertempuran berlapis-lapis. *Special effects* itu mewah, namun, revolusi komputer yang sebenarnya di Hollywood ada dibalik layar, selama proses pasca produksi ketika film diberikan sentuhan terakhir. Film seluloid menjadi ketinggalan zaman dengan kedatangan kamera *digital* yang merekam gambar dengan kualitas tinggi, tanpa menggunakan teknologi kimia. *Star Wars Attack of the Clones* (2002) milik George Lucas adalah produksi terbesar pertama yang menggunakan video *digital* untuk merekam.<sup>30</sup>

### **Budaya dan Budaya Fandom**

Kebudayaan—dalam arti yang luas—adalah perilaku yang telah tertanam, ia merupakan totalitas dari sesuatu yang dipelajari manusia, akumulasi dari pengalaman yang dialihkan secara sosial (disosialisasikan) -tidak sekadar sebuah catatan ringkas—tetapi dalam bentuk perilaku melalui pembelajaran sosial (*social learning*). Kebudayaan merupakan pandangan hidup dari sekelompok orang dalam bentuk perilaku, kepercayaan, nilai, dan simbol-simbol—yang me-

reka terima tanpa sadar/tanpa dipikirkan—yang semuanya diwariskan melalui proses komunikasi dan peniruan dari satu generasi kepada generasi berikutnya.<sup>31</sup>

Fandom adalah sebuah fenomena sosio-kultural yang secara besar diasosiasikan oleh masyarakat kapitalis modern, media elektronik, budaya massa, dan pertunjukan publik. Istilah ‘fan’ pertama kali muncul pada akhir abad 17 di Inggris, yang merupakan kependekan dari ‘fanatik’ (orang yang fanatik terhadap agama). Istilah ini pun berkembang di Amerika Serikat satu abad kemudian, dan turut digunakan oleh para jurnalis untuk menggambarkan kegembiraan terhadap olahraga *baseball*. Penggunaan istilah ini kemudian juga digunakan untuk mendeskripsikan audiens film dan musik yang berdedikasi.<sup>32</sup>

Para penggemar (fandom) adalah bagian paling tampak dari khalayak teks dan praktik budaya pop. Penggemar selalu dicirikan sebagai suatu kefanatikan yang potensial. Hal ini berarti bahwa kelompok penggemar dilihat sebagai perilaku yang berlebihan dan berdekatan dengan kegilaan. Joli Jenson berpendapat bahwa ‘individu yang terobsesi’ (biasanya laki-laki) dan ‘kerumunan histeris’ (biasanya perempuan) lahir dari pembacaan tertentu dan ‘kritik atas modernitas yang tak diakui’ di mana para penggemar dipandang ‘sebagai simptom psikologis dari dugaan disfungsi sosial’. Para penggemar ditampilkan sebagai salah satu dari ‘liyan’ yang berbahaya dalam kehidupan modern. ‘Kita’ ini waras dan terhormat; ‘mereka’ itu terobsesi dan histeris.<sup>33</sup>

Budaya penggemar adalah suatu budaya konsumsi dan produksi. Kelompok penggemar tidak hanya soal konsumsi, ia juga berkenaan dengan produksi teks—lagu, puisi, novel, *fanzine* (majalah yang dikelola secara amatir dan ditujukan bagi subkultur yang

antusias pada minat tertentu), video, dan lain-lain—yang dibuat sebagai repons atas teks media profesional mengenai kelompok penggemar.<sup>34</sup> Budaya penggemar disokong oleh sejumlah praktik rekaman dan *video-tape*, koleksi suvenir, dan konsumsi berlebihan dari materi pendukung pada pembuatan *shows* dan film. Sama halnya dengan mengonsumsi teks utama, penggemar juga memproduksi materi mereka sendiri dalam bentuk kelompok diskusi internet, surat kabar, bahkan literatur dan lagu.<sup>35</sup>

Menurut Henry Jenkins, ada tiga ciri utama yang menandai moda pemberian (makna) budaya penggemar dalam teks-teks media.<sup>36</sup>

1. Pembacaan penggemar dicirikan oleh sebuah intensitas keterlibatan intelektual dan emosional. Pembaca tidak ditarik ke dalam dunia fiksi yang belum ditetapkan, tetapi sebaliknya ditarik ke dalam suatu dunia yang telah ia ciptakan dari materi-materi tekstual. Perbedaan antara pembaca penggemar dan pembaca lainnya adalah persoalan intensitas keterlibatan intelektual dan emosional yang menetapkan nilai-nilai pembaca yang ditentukan sebelumnya. Pembaca awam membaca dalam konteks kepentingan/minat yang bergeser; sedangkan penggemar membaca dari dalam ranah 'pengalaman hidup' kelompok penggemar.
2. Penggemar tidak sekadar membaca teks, mereka senantiasa membaca kembali teks-teks itu. Pembacaan kembali meruntuhkan operasi 'kode hermeneutik' (cara di mana suatu teks mengajukan pertanyaan-pertanyaan untuk mendorong hasrat untuk terus membaca). Pembacaan kembali dengan begitu menggeser perhatian pembaca dari 'apa yang akan terjadi' menuju 'bagaimana sesuatu itu terjadi', mempertanyakan hubungan antartokoh, tema narasi, produksi pengetahuan, dan wacana sosial.

3. Sementara kebanyakan pembaca adalah suatu proses soliter, yang dilakukan secara pribadi, para penggemar mengonsumsi teks-teks sebagai bagian dari suatu komunitas. Budaya penggemar berkenaan dengan penampilan publik dan sirkulasi produksi makna dan praktik-praktik pembacaan. Para penggemar menciptakan makna-makna untuk berkomunikasi dengan penggemar lain. Tanpa penampilan publik dan sirkulasi makna-makna ini, kelompok penggemar tidak akan menjadi kelompok penggemar.

### **Alter Ego**

Kepribadian adalah sesuatu yang memberi tata tertib dan keharmonisan terhadap segala macam tingkah laku berbeda-beda yang dilakukan oleh si individu. Dalam definisi-definisi lain, kepribadian disamakan dengan aspek-aspek unik atau khas dari tingkah laku. Kepribadian merupakan istilah untuk menunjukkan hal-hal khusus tentang individu dan yang membedakannya dari semua orang lain. Sejumlah teoritikus berpendapat bahwa kepribadian merupakan hakikat keadaan manusiawi.<sup>37</sup>

Sifat imajiner bagi Jacques Lacan tepatnya adalah alam imaji-imaji yang di situ kita membuat identifikasi, namun dalam tindakan melakukan itu sendiri menghasilkan salah paham dan salah mengenali diri kita sendiri. Ketika seorang anak tumbuh, ia akan terus membuat identifikasi-identifikasi imajiner dengan objek-objek tersebut, dan ini adalah cara bagaimana ego akan dibangun. Bagi Lacan, ego hanyalah proses narsistik yang dengan jalan itu kita menopang pemahaman fiktif akan kedirian yang utuh dengan menemukan sesuatu di dunia yang dengannya kita bisa melakukan identifikasi.<sup>38</sup>

Konsep dua pikiran dalam satu badan oleh profesor Roger Sperry bukanlah hal yang baru. ‘Dualisme’—konsep dua pikiran—cukup dikenal pada peradaban Yunani, dan mereka memiliki bahasa tersendiri untuk itu, yang jika diartikan menjadi “diri yang lain”. Kemudian, ketika kekaisaran Romawi meresapi peradaban Yunani dan segala hal yang berbau Yunani, “diri yang lain” ini menjadi alter ego Romawi. Sebagai contoh, dalam syair kuno *Deteriora sequor* milik penyair Romawi, Ovid, yang melihat dirinya yang lain dengan penolakan, kritikan moral oleh otak kiri pada tuntutan perilaku otak kanan memang sangat mirip.<sup>39</sup> Alter ego adalah gangguan identitas disosiatif (kepribadian ganda) yang merupakan gangguan pada memori dan identitas karena adanya alternasi (pergantian) pada memori dan identitas. Ketika satu ego memegang kendali pikiran dan tindakan, memori tinggal bersama ego tersebut. Namun, ketika ego lain yang memegang kendali, kepribadian baru ini bisa saja tidak memiliki akses untuk memori pada ego terdahulu.<sup>40</sup>

### **Id, Ego, dan Superego**

Kepribadian menurut Sigmund Freud tersusun dari tiga sistem pokok, yakni: *id*, *ego*, dan *superego*.<sup>41</sup>

1. *Id*; merupakan sistem kepribadian yang asli; id merupakan rahim tempat ego dan superego berkembang. Id berisikan segala sesuatu yang secara psikologis diwariskan dan telah ada sejak lahir, termasuk insting-insting. Id merupakan *reservoir* (penampungan) energi psikis dan menyediakan seluruh daya untuk menjalankan kedua sistem yang lain. Id berhubungan erat dengan proses-proses jasmaniah dari mana id mendapatkan energinya. Id disebut sebagai “kenyataan psikis yang sebenarnya”, karena id

merepresentasikan dunia batin pengalaman subjektif dan tidak mengenal kenyataan objektif.

2. *Ego*; timbul karena kebutuhan-kebutuhan organisme memerlukan transaksi-transaksi yang sesuai dengan dunia kenyataan objektif. Perbedaan pokok antara id dan ego ialah bahwa id hanya mengenal kenyataan subjektif-jiwa, sedangkan ego membedakan antara hal-hal yang terdapat dalam batin dan hal-hal yang terdapat dalam dunia luar. Ego beroperasi menurut proses sekunder, yaitu berpikir realistik. Ego menyusun rencana untuk memuaskan kebutuhan dan kemudian menguji rencana ini, biasanya melalui suatu tindakan, untuk melihat apakah rencana itu berhasil atau tidak. Ego disebut eksekutif kepribadian, karena ego mengontrol pintu-pintu ke arah tindakan, memilih segi-segi lingkungan ke mana ia akan memberikan respon, dan memutuskan insting manakah yang akan dipuaskan dan bagaimana caranya.
3. *Superego*; perwujudan internal dari nilai-nilai dan cita-cita tradisional masyarakat sebagaimana diterangkan orang tua kepada anak, dan dilaksanakan dengan cara memberinya hadiah-hadiah atau hukuman-hukuman. Superego adalah wewenang moral dari kepribadian; ia mencerminkan yang ideal dan bukan yang *real*; dan memperjuangkan kesempurnaan dan bukan kenikmatan. Fungsi-fungsi pokok superego adalah; (1) merintang impuls-impuls id, terutama impuls-impuls seksual dan agresif; (2) mendorong ego untuk menggantikan tujuan-tujuan realistik dengan tujuan-tujuan moralistik; (3) mengajar kesempurnaan. Jadi, superego cenderung untuk menentang baik id maupun ego, dan membuat dunia menurut gambarannya sendiri.

### Interaksionisme Simbolik

Teori interaksi simbolik (*symbolic interactionism*) memfokuskan perhatiannya pada cara-cara yang digunakan manusia untuk membentuk makna dan struktur masyarakat melalui percakapan. Interaksi simbolis mendasarkan gagasannya atas enam hal, yaitu:<sup>42</sup>

1. Manusia membuat keputusan dan bertindak pada situasi yang dihadapinya sesuai dengan pengertian subjektifnya.
2. Kehidupan sosial merupakan proses interaksi, kehidupan sosial bukanlah struktur atau bersifat struktural dan arena itu akan terus berubah.
3. Manusia memahami pengalamannya melalui makna dari simbol yang digunakan di lingkungan terdekatnya (*primary group*), dan bahasa merupakan bagian yang sangat penting dalam kehidupan sosial.
4. Dunia terdiri dari berbagai objek sosial yang memiliki nama dan makna yang ditentukan secara sosial.
5. Manusia mendasarkan tindakannya atas interpretasi mereka, dengan mempertimbangkan dan mendefinisikan objek-objek dan tindakan yang relevan pada situasi saat itu.
6. Diri seseorang adalah objek signifikan dan sebagaimana objek sosial lainnya diri didefinisikan melalui interaksi sosial dengan orang lain.

Interaksionisme simbolis merupakan sebuah cara berpikir mengenai pikiran, diri sendiri, dan masyarakat yang telah memberi kontribusi yang besar tradisi sosiokultural dalam teori komunikasi.<sup>43</sup> Tentang relevansi dan urgensi makna, Blumer (1969) memiliki asumsi bahwa:<sup>44</sup>

1. Manusia bertindak terhadap manusia lainnya berdasarkan makna yang diberikan orang lain pada mereka.

2. Makna diciptakan dalam interaksi antar-manusia.
3. Makna dimodifikasi dalam proses interaktif.

Blumer juga mengemukakan tiga prinsip dasar interaksionisme simbolik yang berhubungan dengan *meaning*, *language*, dan *thought*. Premis ini kemudian mengarah pada kesimpulan tentang pembentukan diri seseorang (*person's self*) dan sosialisasinya dalam komunitas (*community*) yang lebih besar.<sup>45</sup>

1. *Meaning* (Makna): Konstruksi Realitas Sosial

Blumer mengawali teorinya dengan premis bahwa perilaku seseorang terhadap sebuah objek atau orang lain ditentukan oleh makna yang ia pahami tentang objek atau orang tersebut.

2. *Language* (Bahasa): *The Source of Meaning*

Seseorang memperoleh makna atas sesuatu hal melalui interaksi. Makna tidak melekat pada objek, melainkan dinegosiasikan melalui penggunaan bahasa. Bahasa adalah bentuk dari simbol. Berdasarkan makna yang dipahaminya, seseorang kemudian dapat memberi nama yang berguna untuk membedakan satu objek, sifat, atau tindakan dengan objek, sifat, atau tindakan lainnya. Premis Blumer yang kedua adalah manusia memiliki kemampuan untuk menamai sesuatu. Simbol, termasuk nama, adalah tanda yang arbitrer. Percakapan adalah sebuah media penciptaan makna dan pengembangan wacana. Pemberian nama secara simbolik adalah basis terbentuknya masyarakat.

3. *Thought* (Pemikiran): *Process of Taking the Role of the Other*

Premis ketiga Blumer adalah bahwa, "*an individual's interpretation of symbol is modified by his or her own thought*

*processes.*” Interaksionisme simbolik menjelaskan proses berpikir sebagai *inner conversation*, Mead menyebutnya sebagai *minding*. Secara sederhana proses menjelaskan bahwa seseorang melakukan dialog dengan dirinya sendiri ketika berhadapan dengan sebuah situasi dan berusaha untuk memaknai situasi tersebut. Untuk bisa berpikir maka seseorang memerlukan bahasa dan harus mampu untuk berinteraksi secara simbolik. Bahasa adalah *software* untuk bisa mengaktifkan *mind*.

Merujuk pada pendapat Mead, *self* (diri) adalah proses mengkombinasikan *I* dan *me*. *I* adalah kekuatan spontan yang tidak dapat diprediksi. Sementara *me* adalah gambaran diri yang tampak dalam *the looking-glass* dari reaksi orang lain. *Me* tidak pernah dilahirkan, *me* hanya dapat dibentuk melalui interaksi simbolik yang terus menerus.<sup>46</sup>

## Metodologi Penelitian

### *Paradigma Penelitian*

Penelitian ini dikembangkan dengan paradigma konstruktivisme. Dengan paradigma konstruktivisme, peneliti ingin memahami interaksi sosial dari penggemar film. Dengan demikian, peneliti dapat memahami proses pembentukan alter ego dari penggemar film sebagai interaksi sosial mereka.

Dalam paradigma konstruktivisme sosial menyatakan bahwa para individu secara berkala menciptakan struktur sosial melalui aksi dan interaksi mereka, karenanya, tidak terdapat kebenaran abstrak atau realita, karena realita ada hanya ketika orang yang menciptakannya secara bersama-sama (Yerby, 1995).<sup>47</sup>

### *Pendekatan dan Sifat Penelitian*

Metode penelitian adalah proses, prinsip, dan prosedur yang digunakan untuk mengkaji masalah atau topik penelitian dan mencari

jawaban.<sup>48</sup> Dalam penulisan penelitian ini, digunakan pendekatan kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor, penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa data-data tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.<sup>49</sup> Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling bahkan populasi atau samplingnya sangat terbatas.<sup>50</sup> Peneliti menggunakan sifat penelitian deskriptif karena peneliti ingin menjabarkan bagaimana proses alter ego seseorang dibentuk.

### *Karakteristik dan Metode Pemilihan Informan*

Antropolog menggunakan istilah “informan” untuk anggota sebuah budaya atau kelompok yang dengan sukarela “memberi informasi” pada peneliti ihwal dunia mereka, dan memainkan peran aktif dalam riset.<sup>51</sup> Peneliti memiliki kriteria informan yang akan dipilih untuk diwawancara. Kriteria tersebut adalah informan yang menjadi anggota komunitas Order 66 SITH dan memiliki alter ego. Dengan demikian, tujuan penelitian dapat tercapai. Dalam memilih informan, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode ini termasuk dalam metode yang bersifat *non-probability sampling*, yang berarti teknik penarikan sampel yang tidak menggunakan hukum probabilitas. Anggota populasi tidak mempunyai kesempatan dan peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Anggota populasi terpilih sebagai sampel bisa jadi karena pertimbangan atau subjektivitas dari peneliti dan tidak didasarkan semata-mata pada hukum probabilitas.<sup>52</sup>

Guna mendapatkan informan yang tepat, peneliti memilih tiga orang informan dengan karakteristik tertentu, sebagai berikut:

1. Mengetahui dan memahami film *Star Wars*.
2. Informan merupakan anggota komunitas penggemar *Star Wars*.
3. Informan merupakan seorang *cosplayer*.

#### *Teknik Pengumpulan dan Analisis Data*

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam/*in-depth interview* sebagai metode pengumpulan data. Adapun analisis data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, yang berarti menganalisis data untuk permasalahan variabel-variabel mandiri. Peneliti tidak bermaksud untuk menganalisis hubungan atau keterkaitan antarvariabel.<sup>53</sup>

#### *Deskripsi Film Star Wars*

*Star Wars* adalah film yang dibuat oleh George Lucas. Secara keseluruhan, film ini terbagi menjadi enam film berbeda (dua trilogi) yang memiliki kesinambungan cerita. Film pertama dalam trilogi awal atau biasa disebut dengan *original trilogy* adalah *Star Wars Episode IV* yang dirilis pada tanggal 25 Mei 1977. Sedangkan *Episode V* dirilis pada tanggal 21 Mei 1980, dan *Episode VI* tanggal 25 Mei 1983. 16 tahun kemudian, *prequel trilogy* pun dirilis dengan *Star Wars Episode I*, tepatnya pada tanggal 19 Mei 1999. Tiga tahun kemudian, 16 Mei 2002, *Episode II* dirilis untuk melanjutkan saga *Star Wars*. Yang terakhir, pada tanggal 19 Mei 2005, *Episode III* dirilis. Berbeda dengan episode-episode film pada umumnya, George Lucas telah merancang cerita dalam tiga episode *Star Wars* sebelumnya yang mengisahkan tentang petualangan Luke Skywalker. Mulai dari *Star Wars Episode I—The Phantom Menace*, dapat disaksikan kilas balik dari semua cerita yang ada dalam ketiga episode tersebut. Di sinilah cerita lebih jauh Anakin Skywalker yang merupa-

kan ayah kandung Luke, atau tidak lain adalah *Darth Vader* itu sendiri.<sup>54</sup>

Pada permulaan semua film *Star Wars*, penonton selalu disuguhkan *opening crawl*<sup>55</sup> yang bertuliskan cerita untuk membuka film. Secara garis besar, *Star Wars* menceritakan kisah dua aliran “*Force*”, yaitu “*light side*” dan “*dark side*”. *Jedi* adalah sebutan bagi orang yang telah bergabung dengan *light side*, sedangkan sebutan untuk orang yang bergabung dengan *dark side* adalah *Sith*. Selain itu, *Star Wars* juga menceritakan rivalitas politik antara *Republic* dan *Empire* (kekaisaran).

Sangat jelas *Star Wars* tidak lahir dari benak George Lucas seorang. Tidak hanya menulis ulang, ia juga memasukkan cerita dan ide dari tangan-tangan lain. Sebagai contoh, Lucas mengambil mitologi tentang *Republic* dan *Empire* Romawi kuno, sebagai dasar dari cerita *Star Wars*.<sup>56</sup> Contoh lain mengapa *Star Wars* sangat dekat dengan budaya nyata ialah kediktatoran sang *Emperor*. Di mana ia sebagai pemimpin, bersama dengan wakilnya, memerintah dan menantang mereka yang berlawanan, melalui aksi dan ideologinya. Seperti perintah sang *Emperor* kepada Vader untuk memanipulasi Luke agar bergabung dengan *Empire*.<sup>57</sup> Dalam istilah sehari-hari, dalam *Star Wars* (1977), yang jahat itu jahat, dan yang baik itu baik. Lucas mengekspresikan ke dalam layar sesuatu yang ia sukai ketika kecil. Serial petualangan luar angkasa seperti *Flash Gordon* dan *Buck Rogers*, sama halnya dengan cerita *Western*, jagoan, dan film perang.<sup>58</sup>

Kesarjanaan sinema terlihat dipermalukan oleh *Star Wars*. Malu karena sebuah film seri begitu populer, sukses, dan berpengaruh padahal sangat simpel dan kekanakan, terutama pembahasan hubungan film ini dengan audiensnya, *special effects*, *merchandising*, kepemilikan atau pengaruh pada sistem studio, daripada narasi, performa,

sinematografi, penyutradaraan atau *editing*.<sup>59</sup> Beberapa profesor literatur Inggris dapat menghitung sebagian besar siswanya yang mengetahui buku *Old* dan *New Testament*, akan tetapi, satu-satunya cerita yang hampir semua siswanya tahu hari ini adalah *Star Wars*. Mereka menjelaskan, tidak akan bisa

memahami atau menghargai masa lalu literatur Inggris tanpa pemahaman latar belakang Alkitab. Sebuah film trilogi aksi petualangan fiksi ilmiah dengan *special effects* berlebihan dan pemasaran yang cerdas telah menggantikan Alkitab sebagai sesuatu yang seharusnya orang berbagi.<sup>60</sup>

Gambar 1.  
Poster film Star Wars Original Trilogy



Sumber: <http://www.starwars.com/films/>

Gambar 2.  
Poster film Star Wars Prequel Trilogy



Sumber: <http://www.starwars.com/films/>

### **Komunitas Penggemar *Star Wars***

Penonton dapat menyelidiki karakter dan peristiwa dari film seri sebagaimana karakter dan peristiwa ‘nyata’, dengan dibantu internet yang sudah menyerupai realita alternatif. Seperti yang dikatakan Jason Mittel, tujuannya adalah untuk menyamakan batasan-batasan yang muncul antara alur cerita dan kehidupan nyata ke dalam ‘*paranoid mist*’. Potensi kenikmatan yang ditawarkan dalam keadaan demikian, justru menggabungkan realita dan fiksi sebagaimana penonton membenamkan diri mereka dalam ‘*paranoid mist*’, memungkinkan keterlibatan mereka dengan dunia cerita menyebar jauh dari film.<sup>61</sup> Dengan menggerakkan karakter dan *setting* *Star Wars* di luar film, fans mampu menduplikasi apa yang di sebut dengan ‘*paranoid mist*’ ini, di mana fiksi menyatu dengan realita, dan sebuah sumber teks menjadi cukup penting bagi individu untuk dijadikan sebuah permasalahan di luar medium aslinya.<sup>62</sup>

Para penggemar itu sendiri juga berkontribusi untuk *Star Wars*, tidak hanya sebagai konsumen, tetapi juga berpartisipasi dalam membuat dan memproduksi budaya *Star Wars*. Sementara *Lucas Film* melanjutkan pengembangan dan mempromosikan sejumlah produk *Star Wars*, penggemar membuat komunitas mereka sendiri melalui perbedaan cara keterlibatan setiap orang dengan *Star Wars*, serta peran dan hubungan film tersebut dalam hidup mereka. Bagaimanapun, selain kemampuan *Star Wars* dan karakter-karakternya menyusup ke dalam kesadaran publik, dan secara luas disesuaikan, juga bergantung pada pengaruh yang dipegang penonton semenjak film pertama, serta keantusiasan dan keterikatan yang tetap dipertahankan dan dikembangkan oleh para penggemarnya, merupakan dasar keterlibatan mereka.<sup>63</sup>

Sehubungan dengan bertambahnya karakter perempuan dalam film *Star Wars*, hal ini merefleksikan variasi penggemar mereka. Mayoritas komunitas *online* penggemar *Star Wars* dioperasikan oleh laki-laki, tapi dengan perempuan sebagai staf dan moderator. Namun, tetap ada beberapa komunitas yang dibentuk oleh perempuan dan diperuntukkan bagi perempuan, seperti “*Club Jade*”, “*The Moons of Lego*”, dan “*Star Wars Chicks*”.<sup>64</sup> Salah satu komunitas penggemar *Star Wars* di Indonesia adalah Order 66 SITH (*Star Wars Indonesian Troopers Homepage*).

Pada awalnya, para penggemar *Star Wars* hanya bertemu setahun sekali dalam *event Jakarta Toys Fair* sejak tahun 2005, untuk sekadar mencari dan bertukar barang koleksi (*collectible items*). Komunitas Order 66 SITH pertama kali berdiri pada tahun 2006 oleh salah satu pendirinya, Riza Satyagraha dengan nama *Jedi Council Indonesia*. Singkatnya, seorang anak muda yang memulai kecintaannya terhadap *Star Wars* sejak kelas tiga SD bernama Riza, berkuliah di Melbourne, Australia, pada tahun 2002. Di sana, ia menemukan *figure* dan mainan *Star Wars* yang langka, yang tidak pernah ia temukan di Indonesia. Sekembalinya ke Indonesia, ia bergabung dengan beberapa kelompok dan forum *online* untuk menemukan mainan langka *Star Wars*. Tak lama kemudian, ia berhasil membuka toko mainannya sendiri dan muncullah ide untuk mengadakan sebuah pameran. Pada tahun 2005, secara mengejutkan pameran yang ia buat berjalan sukses, dengan lebih dari 50 *toy stands* terdaftar dan ribuan orang menghadiri acara itu.<sup>65</sup>

Order 66 SITH merupakan komunitas penggemar *Star Wars* yang pertama dan terbesar di Indonesia. Sekitar 400 orang lebih telah menjadi *member* komunitas ini dan sekitar 1500 orang sudah bergabung dalam

grup *Facebook* Order 66 SITH.<sup>66</sup> Komunitas ini rutin mengadakan kegiatan-kegiatan yang tentunya berhubungan dengan Star Wars. Biasanya kegiatan-kegiatan tersebut diadakan sebanyak dua kali dalam tiga bulan.

Gambar 3.  
Logo Komunitas Order 66 SITH



Sumber: <http://www.duniaku.net/2014/01/12/profil-komunitas-order-66-sith/>

Komunitas Order 66 memiliki ‘anak’ atau berafiliasi dengan komunitas yang lebih khusus, seperti Jaksaber (*lightsaber* di Jakarta) dan Urban Jedi (komunitas *lightsaber* Bandung). Kedua komunitas tersebut telah berpartisipasi dalam berbagai *event*, seperti Star Wars Day dan Star Wars Weekend, di mana keduanya membuat *performance* yang menghibur pengunjung dengan kostum *a la* karakter Star Wars dan atraksi mereka mengayunkan pedang *lightsaber*, dengan koreografi yang sudah dilatih terlebih dahulu.

Gambar 4.  
Logo Komunitas Jaksaber



Sumber: <http://www.jakartasaber.com/>

Gambar 5.  
Logo Komunitas Urban Jedi



Sumber: <http://www.jakartasaber.com/>

### Deskripsi Informan

Dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan informan dengan latar belakang berbeda, seperti berikut:

1. Informan RM, adalah wanita berusia 29 tahun dan bekerja sebagai *copywriter*. Wanita asal Bandung yang hobi membaca, menonton, *crafting*, dan juga bermain pedang *lightsaber* menyukai karakter yang memiliki sifat misterius. RM bergabung dengan tiga komunitas, yaitu Order 66 SITH, Urban Jedi, dan Kolektif 39 sejak akhir tahun 2011.
2. Informan BC, pria berusia 27 tahun saat ini kuliah D3 jurusan Public Relation di Universitas Moestopo. Hobi musik, menggambar, melukis, design, dan seni teatral. BC cenderung pendiam dan canggung. Namun, lingkungan memaksanya untuk mengubah sifat tersebut untuk kemudian menjadi lebih supel. BC sudah menyukai film Star Wars sejak kecil. BC bergabung dengan komunitas *lightsaber* di Jakarta, yaitu komunitas Jakarta Saber (Jaksaber).
3. Informan JO, pria berusia 26 tahun yang sudah menyelesaikan jenjang pendidikan S1, namun belum memiliki pekerjaan tetap. Saat ini, JO telah bergabung dengan dua komunitas, yaitu Jaksaber dan Indonesian Rockz. Pria yang berdomisili di Kebayoran Lama, Jakarta Selatan ini mengaku menyukai Star Wars sejak SMA. Ia menyukai *cosplay*, namun, ia tidak meng-*cosplay* tokoh karakter dalam film Star Wars, ia lebih memilih menciptakan karakter baru untuk *cosplay*-nya.

### Hasil Penelitian dan Diskusi

Menurut Effendy (2003), film adalah medium komunikasi massa yang ampuh sekali, bukan saja untuk hiburan, tetapi untuk penerangan dan pendidikan. Dalam ilmu jiwa

sosial terdapat gejala yang disebut identifikasi psikologis. Dalam menghayati sebuah film, kerap kali penonton menyamakan (mengidentifikasi) seluruh pribadinya dengan salah seorang pemegang peranan dalam film itu. Ia bukan saja dapat “memahami” atau “merasakan” apa yang dipikirkan atau dialami pemain itu dalam menjalankan peranannya, tetapi lebih lagi daripada itu. Pengaruh film itu besar sekali terhadap jiwa manusia. Penonton tidak hanya terpengaruh sewaktu atau selama duduk di dalam gedung bioskop, tetapi terus sampai waktu yang cukup lama.

Dalam hal ini, informan menyatakan bahwa mereka melihat dan menyamakan pribadinya dengan tokoh karakter dalam film Star Wars. Pengaruh tokoh tersebut memengaruhi tidak hanya ketika menonton, tetapi juga dalam waktu yang cukup lama. Mereka mengambil sifat-sifat yang dianggap patut untuk diambil dan diaplikasikan ke dalam kehidupan pribadi maupun sosial mereka. Sebagai media hiburan, film juga memiliki fungsi sebagai pendidikan. Film dapat memberikan informasi akan sesuatu yang belum diketahui sebelumnya. Memberikan pelajaran tentang moral dalam kehidupan.

Diakui penggemar Star Wars, genre film fiksi ilmiah bukan apa-apa tanpa adanya teknologi. Perkembangan zaman dan teknologi yang semakin modern, turut memengaruhi perkembangan film fiksi ilmiah. Langford (2005) mengatakan, fiksi ilmiah muncul pertama kali sebagai genre Hollywood yang benar-benar signifikan pada awal 1950-an, dengan peningkatan dramatis dalam produksi film fiksi ilmiah oleh produser independen. Para informan, dengan pengetahuannya, mengatakan film fiksi ilmiah era modern seperti sekarang ini sangat berbeda dengan era ‘70-an. Ketiga informan sepakat

bahwa film fiksi ilmiah seperti Star Wars era '70-an kalah canggih dengan Star Wars era '90-an. Penggunaan teknologi komputerisasi dianggap semakin memudahkan mereka dalam membuat film yang tidak masuk akal, tapi terlihat nyata. Perbandingan bentuk tokoh karakter non-manusia dalam Star Wars '70-an yang masih menggunakan boneka dengan Star Wars '90-an yang sudah menggunakan teknologi *CGI* (*computer-generated imagery*) menjadikan tokoh tersebut lebih nyata pergerakannya. Akan tetapi, bagi sebagian kalangan penggemar, penggunaan boneka dianggap lebih natural dan mendapatkan apresiasi yang lebih besar dibandingkan yang menggunakan teknologi *CGI*. Hal itu dikarenakan rasa untuk menghargai dedikasi dalam menciptakan sebuah karya seni. Keterbatasan teknologi membuat manusia berusaha lebih jauh dan semakin kreatif. Di situlah penggemar, terlebih yang fanatik, menghargai dedikasi pembuatan film Star Wars era '70-an.

Temuan menunjukkan bahwa penggemar fanatik dikatakan sebagai sebuah budaya. Meski ketiga informan memiliki pendapat yang berbeda-beda tentang pengertian budaya, tapi mereka mengarah pada satu jawaban tentang terbentuknya budaya, yaitu dari kebiasaan (*habit*). Budaya merupakan cara hidup yang didasari oleh sebuah pemahaman, peraturan, dan pola pikir yang ditanamkan dan dipelihara dari waktu ke waktu hingga menjadi jati diri suatu golongan atau kelompok tertentu. Bagaimana pemahaman, peraturan, dan pola pikir tersebut akhirnya menjadi sebuah kebiasaan yang dilakukan, bahkan hingga lintas generasi. Sejalan dengan itu, Liliweri (2003) mengatakan bahwa kebudayaan -dalam arti yang luas- adalah perilaku yang telah tertanam, ia merupakan totalitas dari sesuatu yang dipelajari manusia, akumulasi dari pengalaman yang dialih-

kan secara sosial (disosialisasikan)—tidak sekadar sebuah catatan ringkas—tetapi dalam bentuk perilaku melalui pembelajaran sosial (*social learning*). Kebudayaan merupakan pandangan hidup dari sekelompok orang dalam bentuk perilaku, kepercayaan, nilai, dan simbol-simbol—yang mereka terima tanpa sadar/tanpa dipikirkan—yang semuanya diwariskan melalui proses komunikasi dan peniruan dari satu generasi kepada generasi berikutnya.

Fanatisme merupakan bentuk kecintaan yang berlebihan terhadap sesuatu. Seperti diungkapkan Storey (2006), kelompok penggemar atau biasa disebut dengan istilah *fandom*, adalah bagian paling tampak dari khalayak teks dan praktik budaya pop. Penggemar selalu dicirikan sebagai suatu kefanatikan yang potensial. Hal ini berarti bahwa kelompok penggemar dilihat sebagai perilaku yang berlebihan dan berdekatan dengan kegilaan. Seorang ahli lain, Lewis (2002) memaparkan bahwa *fandom* merupakan hal yang umum dari budaya populer

” Ia mungkin tidak percaya bahwa ia membawa aspek-aspek tertentu dari identitas karakter ke dalam kehidupan sehari-hari, namun aspek-aspek tersebut tersedia untuk identitasnya...

dalam masyarakat industri. Secara intensif menandakan budaya populer yang bersifat mirip, namun secara signifikan berbeda, dari budaya penonton yang lebih ‘normal’. Fandom biasanya berkaitan dengan bentuk-bentuk budaya yang nilai dominannya mencerminkan musik pop, novel percintaan, komik, hingga bintang *Hollywood*. Seluruh khalayak populer terlibat dalam berbagai tingkat produktivitas semiotik, memproduksi makna dan kenikmatan yang berhubungan dengan situasi sosial mereka keluar dari produk industri budaya. Namun, penggemar seringkali mengubah produktivitas semiotik menjadi sebuah bentuk produksi tekstual yang dapat beredar di antara komunitas penggemar.

Storey (2006) juga menjelaskan, budaya penggemar adalah suatu budaya konsumsi dan produksi. Kelompok penggemar tidak hanya soal konsumsi, ia juga berkenaan dengan produksi teks -lagu, puisi, novel, *fan-zine* (majalah yang dikelola secara amatir dan ditujukan bagi subkultur yang antusias pada minat tertentu), video, dan lain-lain yang dibuat sebagai repons atas teks media profesional mengenai kelompok penggemar. Kartajaya (2010) mengindahkan penjelasan Storey, ia mengatakan selain trilogi orisinal dan prekuel yang langsung dikomandani oleh George Lucas, Star Wars memungkinkan pihak-pihak lain untuk mengembangkan kisah di galaksi Star Wars melalui media buku, komik, serial televisi, mainan, film animasi, hingga permainan komputer. Mereka menyebutnya dengan Star Wars *Expanded Universe* (EU). Star Wars EU merupakan sebuah kontinuitas dan ekspansi dari trilogi orisinal maupun trilogi prekuel. Kisah-kisah EU ini menyediakan latar belakang mulai dari asal mula dari pihak protagonis, yaitu *Jedi Order* dan *Galactic Republic* serta pihak antagonis, yaitu *Sith Order*. Para fans

yang menjadi penulis cerita memungkinkan untuk mengisi “celah” yang belum tersentuh, dengan tetap merujuk pada jalan cerita yang sudah ada. Dalam hal ini, temuan menunjukkan bahwa salah satu informan dapat dikatakan lebih mengikuti cerita dalam EU. Berdasarkan temuan, cerita film Star Wars yang akan datang sangat jauh berbeda dan bukan seperti kelanjutan film sebelumnya. Ceritanya tidak mengurut dari kedua trilogi dan EU.

Berdasarkan Henry Jenkins dalam Storey (2006), terdapat tiga moda pemberian (makna) budaya penggemar dalam teks-teks media. Pertama, pembacaan penggemar dicirikan oleh sebuah intensitas keterlibatan intelektual dan emosional. Pembaca tidak ditarik ke dalam dunia fiksi yang belum ditetapkan, tetapi sebaliknya ditarik ke dalam suatu dunia yang telah ia ciptakan dari materi-materi tekstual. Perbedaan antara pembaca penggemar dan pembaca lainnya adalah persoalan intensitas keterlibatan intelektual dan emosional yang menetapkan nilai-nilai pembaca yang ditentukan sebelumnya. Pembaca awam membaca dalam konteks kepentingan/minat yang bergeser; sedangkan penggemar membaca dari dalam ranah ‘pengalaman hidup’ kelompok penggemar. Terkait dengan ini, temuan menunjukkan bahwa salah satu faktor pembentuk fanatisme adalah adanya ikatan emosional penggemar dengan objek yang digemarinya. Para penggemar menafsirkan apa yang ia lihat, apa yang ia tonton sebagaimana mereka melihat hidup mereka sendiri. Dari situ, mereka menciptakan dunia bersama penggemar lain. Dunia di mana mereka dapat merasa sebagai bagian dari objek yang digemarinya, atau dalam hal ini Star Wars.

Kedua, penggemar tidak sekadar membaca teks, mereka senantiasa membaca kembali teks-teks itu. Pembacaan kamba-

li meruntuhkan operasi 'kode hermeneutik' (cara di mana suatu teks mengajukan pertanyaan-pertanyaan untuk mendorong hasrat untuk terus membaca). Pembacaan kembali dengan begitu menggeser perhatian pembaca dari 'apa yang akan terjadi' menuju 'bagaimana sesuatu itu terjadi', mempertanyakan hubungan antartokoh, tema narasi, produksi pengetahuan, dan wacana sosial. Temuan menunjukkan, penggemar senantiasa untuk menonton lagi dan lagi film Star Wars. Mereka sudah mengetahui plot ceritanya, akan tetapi terus menonton film tersebut berulang-ulang kali. Rasa penasaran akan hubungan antar satu tokoh dengan tokoh lainnya. Perdebatan tentang 'kenapa hanya Luke yang bertemu Yoda dalam Star Wars episode V dan VI?', 'bagaimana bisa seperti itu?' sudah menjadi perdebatan yang sering dilakukan para penggemar Star Wars.

Dan ketiga, sementara kebanyakan pembaca adalah suatu proses soliter, yang dilakukan secara pribadi, para penggemar mengonsumsi teks-teks sebagai bagian dari suatu komunitas. Budaya penggemar berkenaan dengan penampilan publik dan sirkulasi produksi makna dan praktik-praktik pembacaan. Para penggemar menciptakan makna-makna untuk berkomunikasi dengan penggemar lain. Tanpa penampilan publik dan sirkulasi makna-makna ini, kelompok penggemar tidak akan menjadi kelompok penggemar. Berdasarkan temuan, penggemar bukan dengan sengaja menciptakan makna-makna untuk berkomunikasi dengan penggemar lain. Mereka melakukannya secara spontan dan tanpa disadari menjadi makna-makna yang hanya berarti dalam kelompok penggemar itu sendiri. Produksi makna tetap didasari oleh materi tekstual. Temuan menunjukkan, kelompok penggemar Star Wars telah dibedakan dalam masyarakat. Dibedakan dalam arti, mereka

memiliki penampilan publik yang berbeda dengan masyarakat umum. Mudah-mudahan, mereka memiliki ciri khas tersendiri yang membedakan mereka dengan orang lain. Baik itu penampilan publik hingga penciptaan makna-makna.

Duffet (2013) mengatakan, fandom dapat menyerupai impersonasi dalam satu wilayah. Dalam praktik *cosplay*, para penggemar berpakaian sebagaimana karakter *anime* (kartun Jepang) favorit mereka. *Cosplayer* barat harus bernegosiasi dengan kebangsaan ketika melakukan ini. Perbedaan identitas nasional mereka secara taktis dinonaktifkan ketika mereka berpartisipasi dalam *cosplay*. Sebenarnya, penggemar mengadaptasi pakaian karakter fiksi sebagaimana mereka berpartisipasi, mengeksplorasi identitas mereka, dan berinteraksi dengan orang lain. Para *cosplayer* juga mengenakan kostum yang mereka buat sendiri untuk mengekspresikan kegemaran mereka. Sesuai dengan temuan, para informan melakukan *cosplay* sebagai bentuk fanatisme mereka. Para informan meng-*cosplay* karakter fiksi dalam Star Wars sebagaimana karakter tersebut. Mereka membuat kostum sendiri untuk *cosplay* dan menunjukkan identitas mereka sebagai karakter fiksi dan berinteraksi dengan orang lain.

Temuan menunjukkan bahwa, ketika *cosplay*, mereka tidak hanya mengenakan kostum karakter fiksi, tapi juga berperan sebagai karakter itu. Mereka berakting dan berinteraksi dengan orang lain sebagaimana karakter fiksi tersebut. Duffet (2013) menambahkan, aspek-aspek dari karakter secara khusus terikat pada yang mengenakan kostum. Ia mungkin tidak percaya bahwa ia membawa aspek-aspek tertentu dari identitas karakter ke dalam kehidupan sehari-hari, namun aspek-aspek tersebut tersedia untuk identitasnya ketika dengan

kostum. *Cosplay* adalah praktik yang beragam yang berada dari bermain kostum hingga ke realisasi identitas sosial yang lebih mendalam dari pada yang mungkin diterima dalam budaya yang lebih luas.

Berdasarkan temuan, *cosplay* dapat menciptakan seorang diri yang lain, yang berbeda dengan diri atau karakter asli, disebut dengan alter ego. Alter ego adalah diri yang lain. Dapat dikatakan sebagai kepribadian yang lain. Kepribadian alternatif yang muncul secara sadar ataupun tidak disadari. Wildensyah (2010) menyatakan, alter ego dapat digunakan untuk menggambarkan karakter dalam karya-karya yang berbeda dengan sisi psikologis yang sama, atau karakter fiksi dan perilakunya, pembicaraan atau sengaja mewakili pikiran penulis. Demikian pula, alter ego dapat diterapkan pada peran atau persona yang diambil oleh seorang aktor atau dengan jenis lainnya, performer. Dengan kata lain, alter ego pada informan telah di-

...*cosplay* dapat menciptakan seorang diri yang lain, yang berbeda dengan diri atau karakter asli, disebut dengan alter ego. Alter ego adalah diri yang lain. Dapat dikatakan sebagai kepribadian yang lain. Kepribadian alternatif yang muncul secara sadar ataupun tidak disadari.

terapkan pada peran dalam *cosplay*. Mereka menciptakan karakternya sendiri. Karakter yang berbeda dengan karakter asli mereka. Sebuah karakter baru yang hanya dimunculkan ketika mereka *cosplay*. Mereka tetap terinspirasi oleh karakter-karakter fiksi yang diidolakan, akan tetapi mereka dapat memadukannya dengan karakter mereka sendiri. Para informan memainkan peran sebagai karakter baru yang berbeda dengan karakter asli mereka. Membuat mereka berinteraksi bukan sebagai diri mereka melainkan sebagai karakter baru yang mereka ciptakan itu.

Para informan dapat membuat keputusan dan bertindak sesuai dengan apa yang mereka pahami. Mereka juga cenderung dapat berinteraksi dengan lingkungan yang berbeda-beda. Mereka menyadari kehidupan sosial bukan bersifat struktural, maka dari itu mereka menyesuaikan diri dengan lingkungan yang berbeda. Interaksi kelompok penggemar atau komunitas, terdiri dari berbagai makna yang disimbolkan oleh mereka dan kemudian dipahami oleh penggemar lain yang dapat memaknai simbol tersebut dengan sendirinya atau juga memperoleh makna tersebut melalui interaksinya dengan anggota lain. Temuan juga menunjukkan bahwa seseorang dapat bertindak sesuai dengan apa yang orang lain definisikan melalui interaksi. Penciptaan karakter baru didasari oleh masukan-masukan oleh orang lain kepada dirinya. Seperti dikatakan Morissan (2013), interaksionisme simbolik merupakan cara yang digunakan manusia membentuk makna dan struktur masyarakat melalui percakapan. Masyarakat kecil, dalam hal ini kelompok penggemar, menciptakan makna melalui interaksi mereka. Bahasa-bahasa yang cenderung hanya dapat dipahami maknanya oleh masyarakat itu sendiri.

Akan tetapi, temuan juga menunjukkan bahwa selain bertindak berdasarkan makna yang diberikan orang lain, mereka juga memodifikasi makna tersebut. Blumer dalam Santoso dan Setiansyah (2010) mengatakan tentang relevansi dan urgensi makna, yaitu manusia bertindak terhadap manusia lainnya berdasarkan makna yang diberikan orang lain pada mereka. Makna juga diciptakan dalam interaksi antarmanusia. Dan makna dimodifikasi dalam proses interpretif. Manusia tentu memiliki pikirannya masing-masing dan memiliki sudut pandang yang berbeda-beda. Berdasarkan temuan, penggemar Star Wars tidak hanya menangkap mentah-mentah apa yang diberikan padanya, mereka dapat memilah-milah apa yang sekiranya pantas untuk diambil. Mereka pun bertindak berdasarkan makna yang diberikan, namun telah melalui proses interpretif. Makna telah dimodifikasi.

Blumer juga mengemukakan tiga prinsip dasar interaksionisme simbolik yang mengarah pada kesimpulan tentang pembentukan diri seseorang dan sosialnya dalam komunitas yang lebih besar. Pertama, *meaning* (makna) yang mengatakan bahwa perilaku seseorang terhadap sebuah objek atau orang lain ditentukan oleh makna yang ia pahami tentang objek atau orang tersebut. Hal ini benar adanya. Faktanya, perilaku para penggemar Star Wars didasari oleh pemahaman tentang Star Wars itu sendiri. Apa yang mereka lihat dan bagaimana kelanjutannya, mereka memahami makna yang diberikan melalui bentuk visual.

Lalu *language* (bahasa), seseorang memperoleh makna atas sesuatu hal melalui interaksi. Makna tidak melekat pada objek, melainkan dinegosiasikan melalui penggunaan bahasa. Bahasa adalah bentuk dari simbol. Berdasarkan makna yang dipahaminya, seseorang kemudian dapat mem-

beri nama yang berguna untuk membedakan satu objek, sifat, atau tindakan dengan objek, sifat, atau tindakan lainnya. Premis Blumer yang kedua adalah manusia memiliki kemampuan untuk menamai sesuatu. Simbol, termasuk nama, adalah tanda yang arbitrer. Percakapan adalah sebuah media penciptaan makna dan pengembangan wacana. Pemberian nama secara simbolik adalah basis terbentuknya masyarakat. Fakta yang ditemukan di lapangan, penggemar Star Wars menggunakan bahasa untuk percakapan dan pengembangan wacana. Mereka kemudian memberikan nama sebagai simbol keberadaan mereka. Mereka membentuk suatu masyarakat kecil yang diberi nama Order 66 SITH, Jaksaber, dan Urban Jedi. Pembentukan komunitas tersebut bertujuan untuk menyatukan para penggemar Star Wars yang ada di Indonesia. Dengan demikian, komunitas beserta namanya membedakan mereka dengan masyarakat lain.

Terakhir *thought* (pemikiran), di mana interaksionisme simbolik menjelaskan proses berpikir sebagai *inner conversation*, Mead menyebutnya sebagai *mind*. Secara sederhana proses menjelaskan bahwa seseorang melakukan dialog dengan dirinya sendiri ketika berhadapan dengan sebuah situasi dan berusaha untuk memaknai situasi tersebut. Untuk bisa berpikir maka seseorang memerlukan bahasa dan harus mampu untuk berinteraksi secara simbolik. Bahasa adalah *software* untuk bisa mengaktifkan *mind*. Ketika memutuskan untuk bergabung dengan komunitas dan melakukan *cosplay*, para penggemar telah melakukan *mind* terlebih dahulu. Mereka melakukan dialog dengan dirinya sendiri untuk memaknai situasi tersebut. Dapat dikatakan bahwa penggemar memahami makna lewat apa yang dilihat dalam Star Wars, kemu-

dian dengan bahasa mereka membedakan diri dengan masyarakat lain dan membentuk masyarakat baru dengan tujuan-tujuan yang disesuaikan dari apa yang telah mereka pikirkan.

Santoso dan Setiansyah (2010) menambahkan, merujuk pada pendapat Mead, *self* (diri) adalah proses mengombinasikan *I* dan *me*. *I* adalah kekuatan spontan yang tidak dapat diprediksi. Sementara *me* adalah gambaran diri yang tampak dalam *the looking-glass* dari reaksi orang lain. *Me* tidak pernah dilahirkan, *me* hanya dapat dibentuk melalui interaksi simbolik yang terus menerus. Dengan temuan yang menunjukkan bahwa penggemar Star Wars mengombinasikan *I* dan *me*, mereka telah membentuk apa yang disebut Mead dengan *self*. Mereka memiliki gambaran diri yang tampak dari reaksi orang lain. Mereka dapat menga-

takan bahwa diri mereka adalah orang yang humoris, supel, dan sebagainya berdasarkan apa yang dikatakan orang lain. Mereka juga dapat mengatakan bahwa mereka adalah seorang yang fanatik dan aneh karena melakukan *cosplay* berdasarkan perkataan orang lain.

Jacques Lacan dalam Storey (2006) menjelaskan sifat imajiner adalah untuk identifikasi. Baginya, sifat imajiner tepatnya adalah alam imaji-imaji yang di situ kita membuat identifikasi, namun dalam tindakan melakukan itu sendiri menghasilkan salah paham dan salah mengenali diri kita sendiri. Ketika seorang anak tumbuh, ia akan terus membuat identifikasi-identifikasi imajiner dengan objek-objek tersebut, dan ini adalah cara bagaimana ego akan dibangun. Bagi Lacan, ego hanyalah proses naristik yang dengan jalan itu kita menopang pemahaman fiktif akan kedirian yang utuh dengan menemukan sesuatu di dunia yang dengannya kita bisa melakukan identifikasi. Temuan menunjukkan bahwa para penggemar Star Wars melakukan identifikasi-identifikasi imaji. Mereka berkhayal, mereka berimajinasi bahwa bagaimana jika mereka adalah orang lain, tokoh karakter dalam sebuah film. Mengimajinasikan dunia Star Wars.

### Kesimpulan

1. Alter ego merupakan diri yang lain yang dikeluarkan secara sengaja maupun tidak. Biasanya alter ego hanya diketahui oleh dirinya sendiri. Alter ego yang dikeluarkan secara sengaja adalah kepribadian kedua yang ingin diperlihatkan pelaku kepada orang lain. Pemaknaan penggemar Star Wars akan film tersebut membuat mereka berimajinasi bagaimana jika mereka berada dalam dunia Star Wars. Dengan adanya *cosplay* sebagai bentuk

Cosplay adalah praktik yang beragam yang berada dari bermain kostum hingga ke realisasi identitas sosial yang lebih mendalam daripada yang mungkin diterima dalam budaya yang lebih luas.

fanatisme, para penggemar dapat merasakan sensasi menjadi bagian dari Star Wars. Mereka meng-*cosplay* karakter fiksi dalam Star Wars. *Cosplay* bukanlah sekadar mengenakan kostum sebagaimana karakter fiksi dalam film, tapi ia juga berkenaan dengan akting atau berperan. Penggemar Star Wars tidak hanya mengenakan kostum Darth Vader, Leia Organa, Luke Skywalker, ataupun Padme Amidala, mereka juga berperan sebagai tokoh karakter tersebut. Mereka berinteraksi dengan orang lain sebagaimana karakter fiksi itu.

2. Setelah memahami makna dari Star Wars, para penggemar berkumpul dan membuat masyarakat kecil dan memberi label komunitas penggemar Star Wars seperti Order 66, Jaksaber, dan Urban Jedi. Mereka memberikan nama kelompok sebagai simbol untuk membedakan kelompok mereka dengan kelompok lainnya. Mereka pun membuat penampilan yang juga membedakan mereka dengan kelompok yang lain.
3. Data yang didapat dari ketiga informan menunjukkan bahwa kepribadian mereka cenderung serupa. Berdasarkan pemahaman orang lain terhadap diri mereka sendiri, mereka menyimpulkan bahwa mereka adalah orang supel dan mudah bergaul/berbaur dengan orang lain. Akan tetapi, mereka menyadari kehidupan sosial bukan bersifat struktural, mereka menyesuaikan diri di tiap-tiap lingkungan agar dapat membaur. Selain memahami diri mereka sendiri, mereka juga mendapatkan pemahaman tentang karakter orang lain lewat apa yang mereka lihat dan juga lewat interaksi. Mereka menyukai karakter orang lain yang tidak ada pada dirinya. Pada akhirnya, mereka ingin menjadi seperti orang lain, tanpa

menghilangkan karakter dirinya sendiri. Mereka pun memilih untuk menciptakan karakter baru yang berbeda dengan diri mereka sendiri. Para penggemar yang sadar akan arti *cosplay* mencoba memainkan peran sebagai karakter baru yang mereka inginkan.

#### Daftar Pustaka

##### Buku

- Adams, Henry E. & Sutker, Patricia B. 2007. *Comprehensive Handbook of Psychopathology*. New York: Springer Science & Business Media.
- Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rektama Media.
- Ardianto, Elvinaro & Komala, Lukiati & Karlinah, Siti. 2007. *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rektama Media.
- Bagus, M. Ghojali. 2010. *Buku Ajar Psikologi Komunikasi*. Surabaya: Fakultas Psikologi Unair.
- Beamer, Linda & Varner, Iris. 2008. *Intercultural Communication in the Global Workplace*. New York: McGraw-Hill.
- Brode, Douglas & Deyneka, Leah. 2012. *Myth, Media, and Culture in Star Wars: An Anthology*. Maryland: Scarecrow Press.
- Brooker, Will. 2009. *Star Wars*. London: Palgrave MacMillan.
- Bryman, Alan. 2012. *Social Research Methods*. New York: Oxford University Press.
- Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Com, J. 2010. *Petualangan Star Wars*. Yogyakarta: Multicom.
- Daymon, Christine & Holloway, Immy. 2002. *Metode-Metode Riset Kualitatif dalam Public Relation dan Marketing Communications*. Yogyakarta: Bentang.
- Duffett, Mark. 2013. *Understanding Fandom: An Introduction to the Study of Media Fan Culture*. New York: Bloomsbury Publishing USA.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchjana. 2011. *Ilmu Komunikasi Teori & Praktek*. Bandung: Rosda.
- Elovaara, Mika. 2013. *Fan Phenomena: Star Wars*. Bristol: Intellect Books.
- Endraswara, Suwardi. 2006. *Metode, Teori, Teknik Penelitian Kebudayaan: Ideologi, Epistemologi, dan Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Widyatama.
- Endraswara, Suwardi. 2009. *Metodologi Penelitian Folklor*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Eriyanto. 2011. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Evans, Elizabeth. 2011. *Transmedia Television: Audiences, New Media, and Daily Life*. New York: Routledge.
- Gray, Jonathan & Sandvoss, Cornel & Harrington, C. Lee. 2007. *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*. New York: NYU Press.
- Hall, Calvin S. & Lindzey, Gardner. 1993. *Psikologi Kepribadian 1 Teori-Teori Psikodinamik (Klinis)*. Yogyakarta: Kanisius.
- Iriantara, Yosol. 2004. *Community Relations*. Bandung: Simbiosia Rektama Media.
- Ishak, Aswad. 2011. *Mix Methodology dalam Penelitian Komunikasi*. Yogyakarta: Mata Padi Pressindo.
- Juliandi, Azuar & Irfan & Manurung, Saprial. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep, dan Aplikasi*. Medan: UMSU Press.
- Kapell, Matthew W. & Lawrence, John S. 2006. *Finding the Force of the Star Wars Franchise*. New York: Peter Lang.
- Kartajaya, Hermawan. 2010. *Connect! Surfing New Wave Marketing*. Jakarta: Gramedia.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana. Prenada Group.
- Langford, Barry. 2005. *Film Genre: Hollywood and Beyond*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Latief, Rusman & Utude, Yusiati. 2013. *Kamus Pintar Broadcasting*. Bandung: Yrama Widya.
- Lewis, Lisa A. 2002. *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. London: Routledge.
- Liliweri, Alo. 2003. *Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta: PT LKiS Pelangi Aksara.
- Littlejohn, Stephen W. & Foss, Karen A. 2009. *Theories of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Masa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- McQuail, Denis. 2000. *McQuail's Mass Communication Theory*. London: SAGE Publications.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy & Solatun. 2008. *Metode Penelitian komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Murray, David Kord. 2011. *Borrowing Brilliance* (Terjemahan). Bandung: Penerbit Kaifa.
- Nevid, Jeffrey S. & Rathus, Spencer A. & Greene, Beverly. 2003. *Psikologi Abnormal*(terjemahan). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Nova, Firsan. 2009. *Crisis Public Relation: Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*. Jakarta: Grasindo.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Nurudin. 2011. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Pedersen, David L. 2002. *Cameral Analysis: A Method of Treating the Psychoneuroses Using Hypnosis*. London: Routledge.
- Pratista, Hilmawan. 2008. *Memahami Film*. Yogyakarta: Homerian Pustaka.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1998. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ruddock, Andy. 2001. *Understanding Audiences*. London: SAGE Publications.
- Salim, Agus. 2006. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Sanders, Steven. 2007. *The Philosophy of Science Fiction Film*. Kentucky: University Press of Kentucky.
- Santana K, Septiawan. 2007. *Menulis Ilmiah: Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Santoso, Edi & Setiansah, Mite. 2010. *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Semiawan, Conny R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo.
- Silvio, Carl & Vinci, Tiny M. 2007. *Culture, Identities and Technology in the Star Wars Films*. North Carolina: McFarland.
- Simon, Richard K. 1999. *Trash Culture: Popular Culture and the Great Tradition*. Los Angeles: University of California Press.
- Straubhaar, Josep & LaRose, Robert. 2004. *Media Now*. Boston: Wadsworth.
- Storey, John. 2006. *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Sumarno, Marselli. 1996. *Dasar-Dasar Apresiasi Film*. Jakarta: Gramedia.
- Suparno, Paul. 2008. *Action Riset: Riset Tindakan untuk Pendidik*. Jakarta: Grasindo.
- Sutrisno, Mudji & Putranto, Hendar. 2005. *Teori-Teori Kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius.
- Tamburaka, Apriadi. 2012. *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Turner, Lynn H. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi 1*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Kencana.
- Wang, Min. 2013. *The Alter Ego Perspective of Literary Historiography*. Cambridge: Springer Science & Business Media.
- Wibowo, Wahyu. 2011. *Cara Cerdas Menulis*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- Wiryanto. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo.

#### Lain-lain

- Undang-Undang No. 8. Tahun 1992. Tentang Perfilman. BAB 1. Pasal 1, butir ke-1

**Web**

- Admin. 3 Mei 2014. *Ayo Foto Bareng Darth Vader di Star Wars Weekend Jakarta*. <https://lifestyle.liputan6.com/read/2045069/ayo-foto-bareng-darth-vader-di-star-wars-weekend-jakarta>. Diakses pada hari Kamis, tanggal 8 Januari 2015, pukul 21.40 WIB.
- Box Office Mojo. Tanpa Tahun. *Star Wars*. <http://boxofficemojo.com/movies/?id=starwars4.htm>. Diakses pada hari Minggu, tanggal 20 Maret 2015, pukul 20.40 WIB.
- Box Office Mojo. Tanpa Tahun. *The Empire Strikes Back*. <http://boxofficemojo.com/movies/?id=starwars5.htm>. Diakses pada hari Minggu, tanggal 20 Maret, pukul 22.16 WIB.
- Box Office Mojo. Tanpa Tahun. *Return of the Jedi*. <http://boxofficemojo.com/movies/?id=starwars6.htm>. Diakses pada hari Minggu, tanggal 20 Maret, pukul 23.12 WIB.
- Box Office Mojo. Tanpa Tahun. *Star Wars Episode I – The Phantom Menace*. <http://www.boxofficemojo.com/movies/?id=starwars.htm>. Diakses pada hari Senin, tanggal 21 Maret 2015, pukul 16.07 WIB.
- Box Office Mojo. Tanpa Tahun. *Star Wars Episode II – Attack of the Clones*. <http://www.boxofficemojo.com/movies/?id=starwars2.htm>. Diakses pada hari Senin, tanggal 21 Maret 2015, pukul 16.56 WIB.
- Box Office Mojo. Tanpa Tahun. *Star Wars Episode III-Revenge of the Sith*. <http://www.boxofficemojo.com/movies/?id=starwars3.htm>. Diakses pada hari Senin, tanggal 21 Maret 2015, pukul 17.26 WIB.
- Coppens, Philip. Tanpa Tahun. *Star Wars: Beyond the Force*. <http://www.philipcoppens.com/starwars.html>. Diakses pada hari Selasa, tanggal 10 Maret 2015, pukul 11.15 WIB.
- Crowe, Michael. 2012. *Studying 'Star Wars': Professor Offers Philosophy Course in the Force*. <http://college.usatoday.com/2012/11/01/studying-star-wars-professor-offers-philosophy-course-in-the-force>. Diakses pada hari Selasa, tanggal 10 Maret 2015, pukul 16.23 WIB.
- Film Affinity. Tanpa Tahun. *35th Golden Globes Awards*. [https://www.filmaffinity.com/en/awards.php?award\\_id=goldenglobes&year=1978](https://www.filmaffinity.com/en/awards.php?award_id=goldenglobes&year=1978). Diakses pada hari Minggu, tanggal 20 Maret, pukul 21.03 WIB.
- Grammy. Tanpa Tahun. *1977 20th Annual Grammy Awards*. <http://www.grammy.com/nominees/search?artist=&title=&year=1977&genre=All>. Diakses pada hari Minggu, tanggal 20 Maret, pukul 21.10 WIB.
- Guru. 2011. *Pengertian Sinematografi – Film*. <http://www.perpustakaan.com/pengertian-sinematografi/126>. Diakses pada hari Senin, tanggal 21 Maret 2015, pukul 14.07 WIB.
- IMDB. Tanpa Tahun. *Star Wars Episode VI – Return of the Jedi Full Cast & Crew*. [http://www.imdb.com/title/tt0086190/fullcredits?ref\\_=tt\\_ov\\_st\\_sm](http://www.imdb.com/title/tt0086190/fullcredits?ref_=tt_ov_st_sm). Diakses pada hari Minggu, 20 Maret, pukul 22.31 WIB.
- Longenecker, Fr. Dwight. 2014. *The Secret of Star Wars' Success*. <http://www.patheos.com/blogs/standingonmyhead/2014/12/the-secret-of-star-wars-success.html>. Diakses pada hari Selasa, tanggal 10 Maret 2015, pukul 14.17 WIB.
- Marvin Ciputra. 2014. *Profil Komunitas: Order 66 SITH*. <http://www.duniaku.net/2014/01/12/profil-komunitas-order-66-sith/>. Diakses pada hari Sabtu, tanggal 6 Juni 2015, pukul 19.30 WIB.
- MTV Movie Awards. Tanpa Tahun. *2000 MTV Movie Awards*. <http://www.mtv.com/onair/ma01/pastwinners/2000.jhtml?PageName=pastwinners&Year=2000>. Diakses pada hari Senin, tanggal 21 Maret, pukul 16.31 WIB.
- MTV Movie Awards. Tanpa Tahun. *2003 MTV Movie Awards*. <http://www.mtv.com/ontv/movieawards/2003>. Diakses pada hari Senin, tanggal 21 Maret 2015, pukul 17.03 WIB.
- MTV Movie Awards. Tanpa Tahun. *2006 MTV Movie Awards*. <http://www.mtv.com/ontv/movieawards/2006>. Diakses pada hari Senin, tanggal 21 Maret 2015, pukul 17.44 WIB.
- Oscars. Tanpa Tahun. *The 50th Academy Awards*. <http://www.oscars.org/oscars/ceremonies/1978>. Diakses pada hari Minggu, tanggal 20 Maret 2015, pukul 20.56 WIB.
- Oscars. Tanpa Tahun. *The 53rd Academy Awards*. <http://www.oscars.org/oscars/ceremonies/1981/E?qt-honorees=1#block-quick-tabs-honorees>. Diakses pada hari Selasa, tanggal 22 Maret 2015, pukul 13.15 WIB.
- Oscars. Tanpa Tahun. *The 56th Academy Awards*. <http://www.oscars.org/oscars/ceremonies/1984>. Diakses pada hari Selasa, tanggal 22 Maret 2015, pukul 14.06 WIB.
- People's Choice. Tanpa Tahun. *Past Winners 1984*. <http://web.archive.org/web/20081114083603/http://www.pcavote.com/pca/history.jsp?year=1984>. Diakses pada hari Selasa, tanggal 22 Maret 2015, pukul 13.55 WIB.
- People's Choice. Tanpa Tahun. *Past Winners 1981*. <http://web.archive.org/web/20081114082713/http://www.pcavote.com/pca/history.jsp?year=1981>. Diakses pada hari Selasa, tanggal 22 Maret 2015, pukul 13.37 WIB.
- People's Choice. Tanpa Tahun. *Past Winners 2006*. <http://web.archive.org/web/20080622141234/http://www.pcavote.com/pca/history.jsp?year=2006>. Diakses pada hari Senin, tanggal 21 Maret, pukul 17.33 WIB.
- Perpustakaan Online. <http://www.perpustakaan.depkeu.go.id/DefaultPrg.asp?in=Detailresensi&IdResensi=454>. Diakses pada hari Senin, tanggal 21 Maret 2015, pukul 16.15 WIB.
- Rahardjo, Slamet. Tanpa Tahun. *Apa Itu Film?*

- <http://www.scribd.com/doc/29025055/Apa-Itu-Film>. Diakses pada hari Senin, tanggal 5 Januari 2015, pukul 15.34 WIB.
- Urban Dictionary. Tanpa Tahun. *Definisi fandom*. <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=fandom>. Diakses pada hari Selasa, tanggal 6 Januari 2015, pukul 16.45
- Wenger-Trayner. Tanpa Tahun. *Communities of Practice: A Brief Introduction*. <http://wenger-trayner.com/theory>. Diakses pada hari Kamis, tanggal 8 Januari 2015, pukul 19.21 WIB
- Wildensyah, Iden. 29 Oktober 2010. *Keluar Dari Alter Ego*. <http://m.kompasiana.com/post/read/298039/1/keluar-dari-alter-ego.html>. Diakses pada hari Jumat, tanggal 9 Januari 2015, pukul 15.07 WIB
- Serrano, Zulai. 2014. *'Star Wars' Creator George Lucas Explains Mythology was Behind Franchise Success*. <http://www.hngn.com/articles/47227/20141027/star-wars-creator-george-lucas-explains-mythology-was-behind-franchise-success-video.htm>. Diakses pada hari Selasa, tanggal 10 Maret 2015, pukul 13.07 WIB
- Rotten Tomatoes. Tanpa Tahun. *Return of the Jedi*. [http://www.rottentomatoes.com/m/return\\_of\\_the\\_jedi](http://www.rottentomatoes.com/m/return_of_the_jedi). Diakses pada hari Minggu, tanggal 20 Maret 2015, pukul 23.03 WIB.
- Rotten Tomatoes. Tanpa Tahun. *Star Wars Episode I – V*. [http://www.rottentomatoes.com/m/star\\_wars\\_episode\\_i\\_the\\_phantom\\_menace](http://www.rottentomatoes.com/m/star_wars_episode_i_the_phantom_menace). Diakses pada hari Senin, tanggal 21 Maret, pukul 15.58 WIB.
- Sarah Sechan Net. 2014. *Sarah Sechan – Komunitas Order 66*. <https://www.youtube.com/watch?v=nbOsPOy6bcA>. Diakses pada hari Sabtu, tanggal 6 Juni 2015, pukul 19.15 WIB
- Saturn Awards. Tanpa Tahun. *Past Awards Winners*. <http://web.archive.org/web/20140409003407/http://www.saturnawards.org/past.html>. Diakses pada hari Selasa, tanggal 22 Maret, pukul 13.07 WIB.
- Star Wars. Tanpa Tahun. *List of Planets*. [http://starwars.wikia.com/wiki/List\\_of\\_planets](http://starwars.wikia.com/wiki/List_of_planets). Diakses pada hari Jumat, tanggal 5 Juni 2015, pukul 17.07 WIB.
- Star Wars. Tanpa Tahun. *Musical Score*. [http://starwars.wikia.com/wiki/Musical\\_score](http://starwars.wikia.com/wiki/Musical_score). Diakses pada hari Jumat, tanggal 5 Juni 2015, pukul 19.25 WIB.
- Star Wars. Tanpa Tahun. *Sentient Species by Name*. [http://starwars.wikia.com/wiki/Category:Sentient\\_species\\_by\\_name](http://starwars.wikia.com/wiki/Category:Sentient_species_by_name). Diakses pada hari Jumat, tanggal 5 Juni 2015, pukul 17.35 WIB.
- Star Wars. Tanpa Tahun. *Star Wars Creatures*. <http://www.starwars.com/databank>. Diakses pada hari Jumat, tanggal 5 Juni 2015, pukul 18.06 WIB.
- Star Wars. Tanpa Tahun. *Star Wars Vehicles*. <http://www.starwars.com/databank>. Diakses pada hari Jumat, tanggal 5 Juni 2015, pukul 18.15 WIB.
- Teen Choice Award. Tanpa Tahun. *The Teen Choice Awards 2005*. <http://web.archive.org/web/20080308035958/http://www.fox.com/tca2005/nominees.htm>. Diakses pada hari
- Senin, tanggal 21 Maret 2015, pukul 17.49 WIB.
- Young Artist Awards. Tanpa Tahun. *Twentyfirst Annual Young Artist Awards 1998-1999*. <http://www.youngartistawards.org/noms21.htm>. Diakses pada hari Senin, tanggal 21 Maret 2015, pukul 16.26 WIB.
- Yudianti, Nariswari D. 2011. *May the Force Be with Order 66: The Star Wars Life in Indonesia*. <http://thejakartaglobe.beritasatu.com/archive/may-the-force-be-with-order-66-the-star-wars-life-in-indonesia/>. Diakses pada hari Sabtu, tanggal 6 Juni 2015, pukul 18.31 WIB

### Catatan Akhir

<sup>1</sup>Marselli Sumarno. 1996. *Dasar-Dasar Apresiasi Film*. Jakarta: Gramedia, hal. 9

<sup>2</sup>Undang-Undang No. 8. Tahun 1992. Tentang Perfilman. BAB 1. Pasal 1, butir ke-1

<sup>3</sup>Slamet Rahardjo. Tanpa Tahun. *Apa Itu Film?* <http://www.scribd.com/doc/29025055/Apa-Itu-Film>. Diakses pada hari Senin, tanggal 5 Januari 2015, pukul 15.34 WIB

<sup>4</sup>Elvinaro Ardianto & Lukiati Komala & Siti Karlinah. 2007. *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rektama Media, hal. 143

<sup>5</sup>Hilmawan Pratista. 2008. *Memahami Film*. Yogyakarta: Homerian Pustaka, hal. 19

<sup>6</sup>*Ibid*, hal.15

<sup>7</sup>IMDB. Tanpa Tahun. *Star Wars: Episode IV – A New Hope Awards*. <http://www.imdb.com/title/tt0076759/awards>. Diakses pada hari Senin, 5 Januari 2015, pukul 16.17 WIB

<sup>8</sup>Steven Sanders. 2007. *The Philosophy of Science Fiction Film*. Kentucky: University Press of Kentucky, hal. 2

<sup>9</sup>IMDB. Tanpa Tahun. *Highest Rated Sci-Fi Films with at least 1.000 Votes*. [http://www.imdb.com/search/title?genres=sci-fi&title\\_type=feature&num\\_votes=1000,&sort=user\\_rating,desc](http://www.imdb.com/search/title?genres=sci-fi&title_type=feature&num_votes=1000,&sort=user_rating,desc). Diakses pada hari Senin, 5 Januari 2015, pukul 19.25 WIB

<sup>10</sup>Philip Coppens. Tanpa Tahun. *Star Wars: Beyond the Force*. <http://www.philipcoppens.com/starwars.html>. Diakses pada hari Selasa, 10 Maret 2015, pukul 11.15 WIB

<sup>11</sup>Zulai Serrano. 2014. *'Star Wars' Creator George Lucas Explains Mythology was Behind Franchise Success*. <http://www.hngn.com/articles/47227/20141027/star-wars-creator-george-lucas-explains-mythology-was-behind-franchise-success-video.htm>. Diakses pada hari Selasa, 10 Maret 2015, pukul 13.07 WIB

<sup>12</sup>Fr. Dwight Longenecker. 2014. *The Secret of Star Wars' Success*. <http://www.patheos.com/blogs/standingonmyhead/2014/12/the-secret-of-star-wars-success.html>. Diakses pada hari Selasa, 10 Maret 2015, pukul 14.17 WIB

<sup>13</sup>*Ibid*.

<sup>14</sup>Michael Crowe. 2012. *Studying 'Star Wars':*

- Professor Offers Philosophy Course in the Force*. <http://college.usatoday.com/2012/11/01/studying-star-wars-professor-offers-philosophy-course-in-the-force>. Diakses pada hari Selasa, 10 Maret 2015, pukul 16.23 WIB
- <sup>15</sup>Hermawan Kartajaya. 2010. *Connect! Surfing New Wave Marketing*. Jakarta: Gramedia, hal.138-139
- <sup>16</sup>*Ibid*, hal.138
- <sup>17</sup>Brianne. 2004. *Fandom*. <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=fandom>. Diakses pada hari Selasa, 6 Januari 2015, pukul 16.45 WIB
- <sup>18</sup>Jonathan Gray & Cornel Sandvoss & C. Lee Harrington. 2007. *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*. New York: NYU Press, hal.3
- <sup>19</sup>Mark Duffett. 2013. *Understanding Fandom: An Introduction to the Study of Media Fan Culture*. New York: Bloomsbury Publishing USA, hal. 3
- <sup>20</sup>*Ibid*.
- <sup>21</sup>Yosal Iriantara. 2004. *Community Relations*. Bandung: Simbiosis Rektama Media, hal.22
- <sup>22</sup>Wenger-Trayner. Tanpa Tahun. *Communities of Practice: A Brief Introduction*. <http://wenger-trayner.com/theory>. Diakses pada hari Kamis, 8 Januari 2015, pukul 19.21 WIB
- <sup>23</sup>Ratna Mardiani. Anggota Komunitas Order 66 SITH. Wawancara pada hari Minggu, 16 Agustus 2015
- <sup>24</sup>Admin. 2014. *Ayo Foto Bareng Darth Vader di Star Wars Weekend Jakarta*. <https://lifestyle.liputan6.com/read/2045069/ayofoto-bareng-darth-vader-di-star-wars-weekend-jakarta>. Diakses pada hari Kamis, 8 Januari 2015, pukul 21.40 WIB
- <sup>25</sup>Jeffrey S. Nevid & Spencer A. Rathus & Beverly Greene. 2003. *Psikologi Abnormal/Edisi Kelima (terjemahan)*. Jakarta: Penerbit Erlangga, hal. 202-203
- <sup>26</sup>Iden Wildensyah. 2010. *Keluar Dari Alter Ego*. <http://m.kompasiana.com/post/read/298039/1/keluar-dari-alter-ego.html>. Diakses pada hari Jumat, 9 Januari 2015, pukul 15.07 WIB
- <sup>27</sup>John Vivian. 2008. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Kencana, hal. 450-452
- <sup>28</sup>Rusman Latief & Yusiati Utude. 2013. *Kamus Pintar Broadcasting*. Bandung: Yrama Widya, hal. 83
- <sup>29</sup>Onong Uchjana Effendy. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti, hal. 207-209
- <sup>30</sup>Josep Straubhaar & Robert LaRose. 2004. *Media Now*. Boston: Wadsworth, hal. 172
- <sup>31</sup>Alo Liliweri. 2003. *Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta: PT LKiS Pelangi Aksara, hal. 8
- <sup>32</sup>Mark Duffet. 2013. *Op.Cit*, hal. 5
- <sup>33</sup>John Storey. 2006. *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Yogyakarta: Jalasutra, hal. 157-158
- <sup>34</sup>*Ibid*, hal. 162
- <sup>35</sup>Andy Ruddock. 2001. *Understanding Audiences*. London: SAGE Publications, hal. 155
- <sup>36</sup>John Storey. 2006. *Op.Cit*, hal. 162-164
- <sup>37</sup>Calvin S. Hall & Gardner Lindzey. 1993. *Psikologi Kepribadian 1 Teori-Teori Psikodinamik (Klinis)*. Yogyakarta: Kanisius, hal. 27
- <sup>38</sup>John Storey. 2006. *Op.Cit*, hal. 76
- <sup>39</sup>David L. Pedersen. 2002. *Cameral Analysis: A Method of Treating the Psychoneuroses Using Hypnosis*. London: Routledge, hal. 20
- <sup>40</sup>Henry E. Adams & Patricia B. Sutker. 2007. *Comprehensive Handbook of Psychopathology*. New York: Springer Science & Business Media, hal. 263
- <sup>41</sup>Calvin S. Hall & Gardener Lindzey. 1993. *Op. Cit*, hal. 63-68
- <sup>42</sup>Morissan. 2013. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Masa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, hal. 224-225
- <sup>43</sup>Stephen W. Littlejohn & Karen A. Foss. 2009. *Theories of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika, hal. 121
- <sup>44</sup>Edi Santoso & Mite Setiansah. 2010. *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu, hal. 21
- <sup>45</sup>*Ibid*, hal. 22-23
- <sup>46</sup>*Ibid*, hal. 23-24
- <sup>47</sup>Lynn H. Turner. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi 1*. Jakarta: Salemba Humanika, hal. 55
- <sup>48</sup>Deddy Mulyana. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, hal. 28
- <sup>49</sup>Lexy Moleong. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, hal. 3
- <sup>50</sup>Rachmat Kriyantono. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Group, hal. 56
- <sup>51</sup>Christine Daymon & Immy Holloway. 2002. *Metode-Metode Riset Kualitatif dalam Public Relation dan Marketing Communications*. Yogyakarta: Bentang, hal. 257
- <sup>52</sup>Eriyanto. 2011. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, hal. 115
- <sup>53</sup>Azuar Juliandi & Irfan & Saprinal Manurung. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep, dan Aplikasi*. Medan: UMSU Press, hal. 86
- <sup>54</sup>J. Com. 2010. *Petualangan Star Wars*. Yogyakarta: Multicom, hal. 18-19
- <sup>55</sup>*Opening Crawl*. Teks pembuka yang seakan merangkak menjauh khas film Star Wars.
- <sup>56</sup>Matthew W. Kapell & John S. Lawrence. 2006. *Finding the Force of the Star Wars Franchise*. New York: Peter Lang, hal. 283-284
- <sup>57</sup>Carl Silvio & Tony M. Vinci. 2007. *Op.Cit*, hal. 13
- <sup>58</sup>Douglas Brode & Leah Deyneka. 2012. *Myth, Media, and Culture in Star Wars: An Anthology*. Maryland: Scarecrow Press, hal. 66

<sup>59</sup>Will Brooker. 2009. *Star Wars*. London:Palgrave MacMillan, hal. 8

<sup>60</sup>Richard K. Simon. 1999. *Trash Culture: Popular Culture and the Great Tradition*. Los Angeles: University of California Press, hal. 29

<sup>61</sup>Elizabeth Evans. 2011. *Transmedia Television: Audiences, New Media, and Daily Life*. New York: Routledge, hal. 25

<sup>62</sup>Mika Elovaara. 2013. *Fan Phenomena: Star Wars*. Bristol: Intellect Books, hal. 31

<sup>63</sup>*Ibid*, hal. 11

<sup>64</sup>*Ibid*, hal. 52

<sup>65</sup>Nariswari D. Yudianti. 2011. *May the Force Be with Order 66: The Star Wars Life in Indonesia*. <http://thejakartaglobe.beritasatu.com/archive/may-the-force-be-with-order-66-the-star-wars-life-in-indonesia/>. Diakses pada hari Sabtu, tanggal 6 Juni 2015, pukul 18.31 WIB

<sup>66</sup>Sarah Sechan Net. 2014. *Sarah Sechan – Komunitas Order 66*. <https://www.youtube.com/watch?v=nbOsPOy6bcA>. Diakses pada hari Sabtu, tanggal 6 Juni 2015, pukul 19.15 WIB