Volume 3 Number 1 (2025)
January-June 2025
Page: 49-55

Tamilis Synex: Multidimensional Collaboration
https://edujavare.com/index.php/TLS/index
E-ISSN: 3026-3972

Peran Media Sosial Dalam Membentuk : Popularitas Budaya Pop Jepang Pada Komunitas Cosplay Yagaro Japanese Club

Sadid Rizqillah Turrahman, RR Roosita Cindrakasih, Rizky Hidayat
Universitas Bina Sarana Informatika
dikiabd21@gmail.com

Article history Submitted: 2024/12/01; Revised: 2024/12/11; Accepted: 2025/03/22

Abstract

This study aims to analyze how social media contributes to building the popularity of Japanese pop culture among the younger generation, particularly within the cosplay community of Yagaro Japanese Club. Using a qualitative research method with a descriptive approach, this research explores strategies for utilizing social media, its impact on community identity, and its contribution to the popularity of Japanese pop culture. The findings reveal that social media platforms, especially Instagram, TikTok, and YouTube, play a significant role as promotional and interaction tools for the cosplay community. Through features such as short videos, stories, and collaborations with influencers, this community has successfully expanded the reach of Japanese pop culture both nationally and internationally. Additionally, social media not only facilitates promotion but also strengthens social bonds among community members and supports individual creative expression.

Keywords Social Media, Japanese Pop Culture, Cosplay, Community, Yagaro Japanese Clu

© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY SA) license, https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/.

PENDAHULUAN

Jepang merupakan negara maju yang terletak di Asia Timur. Negara ini dikenal memiliki tatanan sosial yang sangat terstruktur dan sistem perekonomian yang sangat maju. Selain itu, Jepang juga terkenal dengan budayanya yang kaya dan beragam. Dalam hal ini, Jepang adalah contoh unik dimana kemajuan teknologi dan modernisasi berjalan seiring dengan pelestarian nilai-nilai tradisional. Negara ini berhasil melestarikan warisan budaya nenek moyang seperti Kabuki, Noh, Kyogen, dan Bunraku yang masih menjadi bagian dari budaya yang dihargai hingga saat ini.

Selain itu, upacara minum teh (sado atau chado) dan seni merangkai bunga (ikebana) juga dilestarikan dan dipraktikkan. Namun meskipun Jepang menjunjung tinggi tradisi, namun negara ini juga sangat terbuka terhadap perkembangan budaya modern yang berkembang pesat. Perkembangan kebudayaan Jepang

modern telah mempengaruhi banyak negara, tidak terkecuali Indonesia. Fenomena tersebut terlihat dari populernya anime, manga, musik pop Jepang, dan fashion Jepang di kalangan masyarakat khususnya generasi muda.

Pada awalnya budaya Jepang dikenal di Indonesia terutama melalui anime dan manga, Karena kepopuleran manga dan anime Jepang di akhir tahun 80an ke seluruh dunia, maka istilah "cosplay" ikut mendunia dan identik dengan kebudayaan pop Jepang yang ujungnya diperkuat oleh acara gathering cosplay tingkat dunia bernama World Cosplay Summit di Nagoya yang dirintis tahun 2003 oleh 5 cosplayer dari Jepang, Jerman, Perancis dan Italia yang berkelanjutan hingga 20 tahun kemudian mencapai lebih dari 40 negara peserta termasuk Indonesia.

Yang kemudian berkembang menjadi subkultur yang melahirkan komunitas penggemarnya. Salah satu budaya yang paling menonjol adalah cosplay, yang melibatkan penggemar mengenakan kostum dan bertindak sebagai karakter dari anime, manga, atau permainan komputer. Fenomena ini semakin populer di Indonesia dengan berbagai event cosplay yang diadakan hampir setiap bulan di kota-kota besar.

1. Yadika Roku No Matsuri
2. Natsu Matsuri Indonesia
3. Jak Japan Matsuri
4. Motion Ime Fest
5. Gelar Jepang UI
6. Comifuro
7. Clas: H

Cosplay telah dilombakan di berbagai tempat, contohnya seperti AFA (Anime Festival Asia) yaitu gelaran ajang perlombaan cosplay dunia yang diadakan di Nagoya, Jepang, dan belum lama ini akan digelar di indonesia, tepatnya motion ime fest di JIEXPO (Jakarta International EXPO). Di sana para cosplayer unjuk gigi mengadu kreatifitas mereka dalam melakukan cosplay. Di motion ime fest, tidak hanya ada para cosplayer, disana juga ada beberapa kreator manga, aktris, selebgram dan youtuber terkenal, mereka di sana menyapa para fans dan memberikan tanda tangan sebagai kenang kenangan.

Cosplay telah menjadi fenomena global, khususnya di kalangan penggemar budaya Jepang serta pecinta anime dan manga. Ajang internasional seperti World Cosplay Summit (WCS) rutin digelar setiap tahun sebagai kompetisi cosplay tingkat dunia. Pada 4 Agustus 2012, cosplayer Indonesia berhasil meraih prestasi membanggakan dengan memenangkan juara ketiga dalam WCS 2012 yang

diselenggarakan di Nagoya, Jepang. Mereka tampil memukau dengan kostum robot dari animasi Patlabor, mengalahkan lebih dari 20 negara peserta, termasuk Amerika Serikat, Malaysia, dan Rusia.

Gambar I.1 Cosplayer perwakilan indonesia di acara world cosplay summit
Sumber : Konten instagram @riancyd

World Cosplay Summit merupakan kompetisi bergengsi yang hanya dapat diikuti oleh negara-negara terpilih, sehingga tidak semua negara berkesempatan untuk ambil bagian. Pada tahun 2012, Indonesia, bersama Inggris dan Rusia, untuk pertama kalinya lolos sebagai peserta. Keberhasilan Indonesia meraih penghargaan dalam debutnya merupakan pencapaian luar biasa yang menunjukkan bahwa cosplay bukan sekadar hobi, melainkan media untuk mengekspresikan kreativitas yang menghasilkan prestasi membanggakan. Dengan pencapaian yang membanggakan di kancah internasional, para cosplayer Indonesia mendapatkan dorongan besar untuk terus berkreasi dalam dunia cosplay. Mereka berlomba-lomba menciptakan karya cosplay terbaik untuk ditampilkan. Bagi para cosplayer, aktivitas ini bukan sekadar kesempatan untuk memamerkan kostum dalam berbagai acara bertema Jepang, tetapi juga sarana untuk membuktikan bahwa cosplay adalah bentuk kreativitas yang layak dibanggakan. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya komunitas cosplay yang tersebar di berbagai daerah di Indonesia dan saling terhubung melalui media sosial.

Meski awalnya hanya dianggap sebagai kegiatan rekreasi, kini telah berkembang menjadi bagian penting dari budaya pop Jepang yang diperkenalkan ke dunia. Banyak komunitas cosplay yang dibentuk sebagai wadah bagi para penggemar untuk mengekspresikan diri, berbagi kreativitas, dan menjalin ikatan sosial dengan orang-orang yang memiliki minat yang sama. Dengan kemajuan teknologi informasi saat ini, media yang sebelumnya terbatas pada bentuk cetak kini telah berkembang menjadi media elektronik, seperti media sosial, yang dapat diakses dengan mudah oleh siapa saja. Media sosial memungkinkan orang untuk berinteraksi dengan banyak individu tanpa harus bertemu langsung. Para cosplayer memanfaatkan platform ini untuk membagikan hasil karya mereka kepada teman-

teman di dunia maya. Facebook, Twitter, Instagram, dan Tiktok adalah beberapa media sosial yang populer di Indonesia. Dengan beragam pilihan yang tersedia, cosplayer memiliki banyak cara untuk menyebarluaskan karya mereka, seperti foto-foto saat ber-cosplay di berbagai acara bertema Jepang.

Dengan adanya media sosial, para cosplayer dapat memanfaatkan platform ini untuk menunjukkan kreativitasnya dalam mengenakan kostum dan memerankan karakter favoritnya. Mereka dapat berbagi foto, video, dan cerita tentang pengalaman cosplay mereka yang tidak hanya menghibur tetapi juga memperkenalkan budaya Jepang kepada khalayak yang lebih luas. Media sosial juga memberikan ruang bagi para cosplayer untuk saling mendukung dan menginspirasi, serta memperkenalkan komunitas cosplay kepada orang-orang yang mungkin belum mengetahui fenomena ini sebelumnya.

Meski sudah banyak penelitian yang membahas tentang budaya pop Jepang dan komunitas cosplay, penelitian yang secara spesifik menganalisis peran media sosial dalam membentuk popularitas budaya pop Jepang pada komunitas cosplay tertentu, seperti Yagaro Japanese Club, masih relatif terbatas. Hal ini menunjukkan adanya celah pengetahuan yang perlu diisi. Judul penelitian "Peran Media Sosial dalam Membentuk : Popularitas Budaya Pop Jepang Pada Komunitas Cosplay Yagaro Japanese Club" dipilih karena secara jelas mencerminkan fokus penelitian. Judul ini juga cukup spesifik untuk membedakan penelitian ini dengan penelitian lain yang serupa.

METODE

Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan observasi, wawancara, dokumentasi). (Iii, 2021)

Pendekatan yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif menekankan pada makna, penalaran, definisi suatu situasi tertentu (dalam konteks tertentu), lebih banyak meneliti hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari. Pendekatan kualitatif, lebih lanjut, mementingkan pada proses dibandingkan dengan hasil akhir; oleh karena itu urut-urutan kegiatan dapat berubah-ubah tergantung pada kondisi dan banyaknya gejala-gejala yang ditemukan. (Bado, 2022).

Pada penelitian ini dilakukan wawancara dengan orang yang dipandang tahu

berhubungan dengan tujuan penelitian, disebut sebagai informan penelitian. Penentuan sumber data pada orang yang diwawancarai atau informan, penelitian dilakukan secara purposive sampling, yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu.(Syofiah et al., 2019)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Yagaro Japanese Club berdiri pada tahun 2015 yang saat ini terletak di SMK YADIKA 6, Jl. Wadas Raya No.38, RT.005/RW.003, Jaticempaka, Kec. Pondok Gede, Kota Bekasi. Dengan tujuan memperkenalkan dan mempromosikan budaya pop Jepang, khususnya di kalangan pelajar. Komunitas ini berkembang menjadi wadah bagi para penggemar anime, manga, dan cosplay untuk berkreasi, berbagi pengalaman, serta memperluas jaringan sosial melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok.

Gambar IV.1 Logo yagaro japanese club
Sumber : Instagram @yagaro.japaneseclub

Visi dan Misi Yagaro Japanese Club

1. Visi
   Menjadi sumber inspirasi yang tak terhingga dan membuka pintu kreativitas

2. Misi
   a. Menyajikan materi bermakna dan menarik untuk ekstrakurikuler Yagaro.
   b. Menjembatani pemahaman lintas budaya dengan menggali kekayaan ragam budaya Jepang melalui narasi yang memukau.
   c. Memberikan wadah untuk berbagi cerita, pengalaman, dan pengetahuan guna membangun komunitas yang peduli dan terhubung.
   d. Mengedepankan komunikasi, masukan teman teman, dan keberlanjutan dalam setiap interaksi dan materi yang disampaikan.
   e. Terus mengembangkan komunikasi dan metode agar teman teman dapat merasakan pengalaman mengenal budaya Jepang yang semakin memuaskan dan memikat.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepaa narasumber, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh Yagaro Japanese Club dalam memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan budaya pop Jepang sejalan dengan teori komunikasi massa (McQuail, 2005). Teori ini menjelaskan bagaimana pesan dapat disampaikan kepada audiens dalam skala besar melalui media massa, termasuk media sosial, dengan tujuan untuk menginformasikan, mendidik, dan menghibur.

Adapun temuan yang telah diperoleh meliputi:

1. Media Sosial sebagai Sarana Promosi

Dari hasil analisis, media sosial terbukti menjadi saluran utama untuk mempromosikan budaya pop Jepang dan Menggunakan media sosial (sebagai bentuk media massa modern) memungkinkan komunitas cosplay menyebarkan konten budaya pop Jepang, bahwa media massa memiliki fungsi informasi, hiburan, dan persuasi.

2. Popularitas Budaya Pop Jepang

Budaya pop Jepang mendapat perhatian besar di kalangan generasi muda, terutama melalui media sosial untuk menjelaskan bagaimana media sosial mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap budaya Jepang. Misalnya, elemen visual dari cosplay di TikTok/Instagram membantu membentuk "pandangan dunia" audiens tentang Jepang sebagai negara kreatif dan inovatif

3. Identitas dan Aktivitas Komunitas

Hasilnya menunjukkan bahwa cosplay tidak hanya sebagai hobi, tetapi juga cara untuk mengekspresikan identitas. Media sosial memperkuat hubungan antar anggota komunitas, sesuai dengan teori Social Identity yang menyatakan bahwa interaksi dalam kelompok meningkatkan rasa identitas bersama.

4. Dampak Media Sosial terhadap Komunitas

Media sosial membawa dampak positif dalam memperluas jangkauan komunitas dan menarik anggota baru. Namun, tantangan seperti persaingan konten menunjukkan perlunya strategi yang lebih inovatif, bahwa media sosial adalah platform dinamis yang memerlukan adaptasi.

5. Strategi Komunitas dalam Mengelola Media Sosial

Strategi seperti kolaborasi dengan tokoh terkenal dan penggunaan fitur populer seperti TikTok Trends terbukti efektif, yang menekankan pentingnya pemasaran melalui media sosial untuk komunitas cosplay.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai peran media sosial dalam membentuk popularitas budaya pop Jepang pada komunitas cosplay Yagaro Japanese Club, dapat disimpulkan bahwa media sosial berperan penting dalam mempromosikan dan mempertahankan popularitas budaya pop Jepang, khususnya di kalangan generasi muda. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube menjadi sarana utama komunitas untuk berbagi konten visual, seperti foto dan video cosplay, yang menarik perhatian penonton dan membangun interaksi lintas komunitas.

Penelitian ini juga menemukan sejumlah kendala yang dihadapi komunitas, seperti persaingan konten di media sosial, terbatasnya sumber daya untuk produksi konten, serta

algoritma platform yang kerap mengurangi visibilitas unggahan komunitas. Namun komunitas mampu mengatasinya melalui kolaborasi dengan cosplayer ternama, memanfaatkan tren yang sedang viral, dan meningkatkan kualitas konten yang dihasilkan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan komunitas cosplay Yagaro Japanese Club dalam membangun popularitas budaya pop Jepang sangat dipengaruhi oleh strategi media sosial yang adaptif, kreatif, dan berkelanjutan. Perpaduan antara kreativitas anggota komunitas dan kemampuannya memanfaatkan media sosial secara strategis telah memberikan dampak positif, tidak hanya bagi komunitas itu sendiri, tetapi juga bagi masuknya budaya Jepang di Indonesia.

REFERENCES

Boyd, danah m., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *13*(1), 210–230. Castells, M. (2009). *The power of identity*. Wiley.

Dijkmans, C., Kerkhof, P., & Beukeboom, C. J. (2015). A stage to engage: Social media use and corporate reputation. *Tourism Management*, *47*, 58–67.

Hu, Y., Manikonda, L., & Kambhampati, S. (2014). What we instagram: A first analysis of instagram photo content and user types. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, *8*(1), 595–598.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, *53*(1), 59–68.

Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, *37*(4).

McQuail, D., Golding, P., & de Bens, E. (2005). *Communication theory and research*. SAGE Publications Ltd.

Graf, H. (2024). Claude Shannon and Warren Weaver (1949) The Mathematical Theory of Communication. In *Classics in Media Theory* (pp. 70–83). Routledge.

Gerbner, G. (1967). Teori Komunikasi Massa dan Sistem Sosial. Dalam F. Siebert, T. Peterson, & W. Schramm (Eds.), *Empat Teori Pers* (hlm. 113–141). University of Illinois Press.

Iwabuchi, K. (2002). *Memusatkan Kembali Globalisasi: Budaya Populer dan Transnasionalisme Jepang* . Duke University Press.