
Representasi Budaya Pop Jepang Pada Komunitas *Cosplay* @Cosmora.Id Melalui Pendekatan Etnografi Virtual

Dwi Firmansyah Putra, Faris
¹²Universitas Yudharta Pasuruan
Email: *dwifp03@gmail.com, faris@yudharta.ac.id*

Abstract

This study aims to understand how Japanese pop culture is represented by the @cosmora.id cosplay community through visual practices on Instagram. The growing globalization of Japanese culture in Indonesia has given rise to local communities adapting elements of this culture, one of which is cosplay. This study uses a virtual ethnographic approach with the Cyber Media Analysis (AMS) method, encompassing four main elements: media space, media documents, media objects, and experiences. Data were collected through observation of Instagram content, documentation of community posts, and analysis of digital interactions between community members and audiences. The results show that the @cosmora.id community's representation of Japanese pop culture is shaped through a system of visual signs (costumes, poses, captions, and hashtags), a contextual and local process of meaning construction, and active interaction between the community and its followers. Instagram functions not only as a medium for showcasing work but also as a dynamic, emotional, and participatory space for the production of cultural meaning. This study concludes that Japanese pop culture is creatively and communicatively represented by the local cosplay community through digital practices involving symbolic visualization, social relations, and collective experiences. These findings reinforce the importance of studying popular culture in the context of digital media, and demonstrate that online communities can be active and reflective agents of transnational cultural representation.

Keyword: *Representation, Culture, Japanese Pop, Cosplay, @Cosmora.Id*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana budaya pop Jepang direpresentasikan oleh komunitas *cosplay* @cosmora.id melalui praktik visual di media sosial Instagram. Fenomena globalisasi budaya Jepang yang berkembang di Indonesia melahirkan komunitas-komunitas lokal yang mengadaptasi elemen budaya tersebut, salah satunya dalam bentuk *cosplay*. Penelitian ini menggunakan pendekatan etnografi virtual dengan metode Analisis Media Siber (AMS) yang mencakup empat elemen utama: ruang media, dokumen media, objek media, dan pengalaman. Data dikumpulkan melalui observasi konten Instagram, dokumentasi unggahan komunitas, dan analisis interaksi digital antaranggota komunitas dan audiens. Hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi budaya pop Jepang oleh komunitas @cosmora.id dibentuk melalui sistem tanda visual (kostum, pose, caption, dan hashtag), proses konstruksi makna yang kontekstual dan lokal, serta interaksi aktif antara komunitas dan pengikutnya. Instagram berfungsi tidak hanya sebagai media pameran karya, tetapi juga sebagai ruang produksi makna budaya yang dinamis, emosional, dan partisipatif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa budaya pop Jepang direpresentasikan secara kreatif dan komunikatif oleh komunitas *cosplay* lokal melalui praktik digital yang melibatkan visualisasi simbolik, relasi sosial, dan pengalaman kolektif. Temuan ini memperkuat pentingnya kajian budaya populer dalam konteks media digital, serta menunjukkan bahwa komunitas daring dapat menjadi agen representasi budaya lintas negara yang aktif dan reflektif.

Kata sandi: Representasi, Budaya, Pop Jepang, *Cosplay*, @Cosmora.Id

Pendahuluan

Budaya telah berubah dengan cepat sejak budaya pop menjadi sebuah fenomena. Budaya pop biasanya mengacu pada ide, pandangan, sikap, dan gaya yang disukai kebanyakan orang, mudah dipahami, dan sering kali disebarakan melalui teknologi, media, dan industri besar.¹ Budaya pop Jepang seperti anime, *manga*, J-pop, dan *cosplay* telah populer di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Orang-orang dari berbagai latar belakang menikmati produk budaya ini, terkadang tanpa menyadarinya. Ini mencakup hal-hal seperti musik J-pop, *manga* (komik Jepang), anime (kartun Jepang), *cosplay* (berdandan seperti karakter), film, *action figure*, konsol gim video, grup idola seperti AKB48, dan masih banyak lagi.² Dengan media yang kini dibagikan ke seluruh dunia, budaya pop Jepang telah menjadi cara penting bagi Jepang untuk memengaruhi negara lain tanpa menggunakan kekerasan seperti menggunakan hiburan untuk memenangkan hati orang.³ memperkenalkan konsep *soft power* sebagai kemampuan memengaruhi orang lain tanpa paksaan, dan budaya populer seperti anime dan *cosplay* telah menjadi alat utama Jepang dalam menyebarkan pengaruh budaya globalnya.

Studi oleh⁴ menunjukkan bahwa orang-orang tidak hanya menonton atau menikmati budaya pop Jepang mereka juga berkreasi dengannya. Komunitas lokal menghidupkannya melalui hal-hal seperti *cosplay*, *fan art*, dan membuat konten digital untuk dibagikan di media sosial. Hal ini memperkuat gagasan⁵ tentang budaya partisipatoris (*participatory culture*), di mana audiens tidak lagi sekadar penikmat, tetapi juga produsen makna dalam ekosistem media digital. Lebih lanjut, studi etnografi virtual oleh⁶ Ini menunjukkan bagaimana komunitas daring membantu membentuk identitas bersama dengan mengunggah dan berbagi budaya di media sosial. Hal-hal seperti *cosplay* bukan hanya tentang tampil keren ini juga merupakan cara bagi orang-orang untuk mengeksplorasi diri dan menunjukkan budaya mana yang mereka rasa terhubung. Ini sesuai dengan temuan⁷ bahwa Instagram sebagai *platform* visual membentuk narasi identitas visual yang sangat kuat dalam kalangan subkultur digital.

Merebaknya budaya pop Jepang telah menimbulkan kekhawatiran tentang dampaknya terhadap budaya Indonesia. Saat ini, banyak remaja bahkan orang dewasa tampaknya lebih menyukai budaya asing daripada budaya mereka sendiri. Perlu ada keseimbangan, di mana anak muda yang menyukai budaya Jepang juga dapat memadukannya dengan budaya Indonesia. Dengan demikian, kecintaan mereka terhadap hal-hal Jepang tidak membuat mereka melupakan atau kehilangan minat terhadap akar budaya mereka sendiri.⁸ Salah satu cara paling populer orang-orang menunjukkan kecintaan mereka terhadap budaya pop Jepang adalah melalui *cosplay*. *Cosplay* singkatan dari "*costume*"

¹ Muh Akbar, "Sirkulasi Budaya Populer Jepang: Praktik Prosumption Pada Aktivitas Cosplay (Studi Kasus Para Cosplayer Di Kota Makassar)," *Ayay* 15, no. 1 (2024): 37–48.

² Djohanes Glorify Paramita, Nasrun Sandiah, and Titiek Muliarti, "Cosplay Sebagai Representasi Budaya Pop Jepang Dari Pandangan Penggemar Pada Kalangan Gen Z Di Kota Manado" 2, no. 3 (2025): 3145–56.

³ Annisa Nur Islamiyah, Nafila Maulina Priyanto, and Ni Putu Dyana Prabhandari, "Diplomasi Budaya Jepang Dan Korea Selatan Di Indonesia Tahun 2020 : Studi Komparasi," no. 2 (2020): 257–78.

⁴ Ali Golmohammadi, Melika Khodabin, and Shah Sabbar, "Anime, Konsumsi, Dan Partisipasi: Partisipasi Pengguna Instagram Iran Dalam Aktivitas Fandom Anime," 2021, 163–76, <https://doi.org/10.22059/JCSS.2022.338904.1071>.

⁵ Fitri Murfianti, *Meme Di Era Digital Dan Budaya Siber*, 2017.

⁶ Brett Hack, "Subkultur Sebagai Pengetahuan Sosial: Sebuah Pembacaan Penuh Harapan Budaya Otaku," *Contemporary Japan* 28, no. 1 (2016): 33–57, <https://doi.org/10.1515/cj-2016-0003>.

⁷ Jennifer Stokes, "Media Sosial, Budaya Visual Dan Identitas Kontemporer," no. *Imsci* (2017): 159–63.

⁸ Rinin, "Interaksi Komunitas Nishikai Penyuka Budaya Populer Jepang Antar Anggota Dan Masyarakat Di Kota Serang," 2018, 1–195.

dan "play" adalah ketika orang-orang mengenakan kostum lengkap dan menggunakan aksesoris agar terlihat seperti karakter tertentu. Karakter-karakter ini bisa berasal dari film, kartun, anime, gim video, *manga*, atau jenis cerita lainnya.⁹

Cosplayer (orang yang melakukan *cosplay*) tidak hanya berdandan seperti karakter favorit mereka, mereka juga meniru cara bicara, bertindak, bergerak, dan berperilaku karakter tersebut. Intinya, mereka berusaha sedekat mungkin dengan karakter tersebut, tidak hanya dari penampilan mereka, tetapi juga dari cara mereka bertindak dan berinteraksi dengan orang lain.¹⁰ *Cosplayer* biasanya hanya berdandan pada waktu tertentu. Seperti seni pertunjukan lainnya, mereka sering melakukan *cosplay* di acara-acara seperti pertunjukan, parade, atau festival budaya pop Jepang. Di Jepang, bahkan ada teater khusus untuk ini yang disebut Musikal 2.5D, di mana pertunjukan langsung menghidupkan karakter anime dan *manga* di atas panggung.¹¹ Namun kini, dengan maraknya media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan lainnya, para *cosplayer* menggunakan *platform* ini untuk berbagi hal-hal seperti profil, kegiatan, dan opini mereka. Media sosial juga memberi mereka ruang untuk terhubung, berbincang, dan berinteraksi dengan orang lain secara daring.¹²

Salah satu *platform* media sosial utama yang digunakan para *cosplayer* adalah Instagram. Ini adalah aplikasi berbasis foto dan video tempat orang-orang dapat memamerkan penampilan, aktivitas, dan kisah mereka dengan cara yang *stylish* dan kreatif. Instagram terkenal dengan postingan-postingan trendi tentang hal-hal seperti makanan, desain, dan budaya pada dasarnya, hal-hal yang sering kali menciptakan tren baru atau memiliki nuansa "hipster" yang keren.¹³ Karena Instagram sangat berfokus pada visual dan ekspresi pribadi, Instagram menjadi tempat yang tepat untuk berbagi berbagai budaya populer termasuk budaya pop Jepang. Bagi para *cosplayer*, Instagram merupakan *platform* penting untuk memamerkan kostum mereka, membangun kehadiran online, dan terhubung dengan orang lain. Fitur-fitur seperti *feed*, *story*, *reels*, dan *tagar* membantu komunitas *cosplay* berbagi foto, video, dan kisah pribadi mereka tentang kecintaan mereka terhadap budaya pop Jepang. Kebanyakan *cosplayer* merupakan bagian dari sebuah komunitas. Komunitas ini bisa berupa grup khusus *cosplay* atau grup yang menjadikan *cosplay* sebagai salah satu kegiatan mereka. Mereka bergabung dengan komunitas ini karena ingin dikelilingi orang-orang yang memiliki minat dan perasaan yang sama.¹⁴

Komunitas *cosplay* bukan hanya tentang memamerkan kreativitas pribadi tetapi juga membantu membangun budaya daring yang unik di mana pengaruh lokal dan global berpadu. *Cosplay* juga membuka cara baru bagi orang-orang untuk mengekspresikan diri mereka. Misalnya, komunitas ini menyambut baik permainan silang (berpakaian sebagai karakter dengan gender berbeda) dan ekspresi gender yang berbeda melalui *cosplay*.¹⁵ Dalam hal keanggotaan komunitas *cosplay* secara keseluruhan, mereka melaporkan bahwa komunitas itu sangat besar, sampai-sampai tidak dapat mengenali semua

⁹ Laraiba Nasution et al., "Analisis Perkembangan Cosplay Sebagai Budaya Pop Jepang Di Kota Medan" 12, no. 3 (2024): 329–35.

¹⁰ Akbar, "Sirkulasi Budaya Populer Jepang: Praktik Prosumption Pada Aktivitas Cosplay (Studi Kasus Para Cosplayer Di Kota Makassar)."

¹¹ Akbar.

¹² Hack, "Subkultur Sebagai Pengetahuan Sosial: Sebuah Pembacaan Penuh Harapan Budaya Otaku."

¹³ Stokes, "Media Sosial, Budaya Visual Dan Identitas Kontemporer."

¹⁴ Ivana Nabila Putri, "Analisis Identitas Komunikasi Cosplayer Crossdress Di Yogyakarta," 2024, 147.

¹⁵ S. Abramova, O. Smirnova, and S. Tataurova, "Cosplay Sebagai Subkultur Anak Muda: Faktor Pilihan Dan Pembentukan Identitas," *KnE Social Sciences* 2020 (2021): 97–106, <https://doi.org/10.18502/kss.v5i2.8341>.

orang secara langsung, dan sejauh jangkauan dunia digital.¹⁶ Salah satu komunitas yang aktif menggunakan Instagram untuk mengekspresikan diri adalah @cosmora.id. Komunitas ini berdiri sejak 23 Februari 2023 dan beranggotakan 60 orang dari Kabupaten dan Kota Mojokerto. Mereka rutin mengunggah konten terkait *cosplay* seperti pemotretan karakter, cuplikan di balik layar pembuatan kostum, dan kolaborasi dengan *cosplayer* lain. Akun ini menunjukkan bagaimana komunitas lokal di Indonesia mengadopsi budaya pop Jepang, menjadikannya milik mereka, dan membagikannya melalui *platform* digital seperti Instagram. Komunitas @cosmora.id yang mengangkat gaya busana dan riasan para tokoh anime dan *manga* sangat aktif menyelenggarakan acara dan bekerja sama dengan pelaku usaha lokal di Kabupaten Mojokerto dan Kota Mojokerto.

Gambar 1. 1 Berita Cosplayer Cosmora



Sumber : KabarTerdepan, 2024

Pada gambar 1.1 diberitakan oleh salah satu media pemberitaan Kabar Terdepan bahwasannya para *cosplayer* dari komunitas @cosmora.id meramaikan Kampung Pecinan Mojokerto. Kampung Pecinan Sentanan, merupakan wisata kuliner baru di Kota Mojokerto. Ada kurang lebih 60 tenant UMKM dari warga Kelurahan Sentanan dan sekitarnya yang menjajakan produk makanan/minuman setiap akhir pekan. Diikuti sedikitnya 50 peserta, parade yang diwarnai dengan aneka kostum ini tidak hanya menampilkan karakter anime, tetapi juga karakter game. Momen itu pun nyatanya sukses mencuri perhatian para fans. Aktivitas komunitas ini tidak hanya berlangsung secara langsung dalam event lokal, tetapi juga terdokumentasi secara visual melalui akun-akun digital yang berjejaring, seperti @cosmora.id dan mitra dokumentasi visual mereka, @cosplay_mojokerto. Namun, belum banyak studi akademis yang mengkaji bagaimana budaya pop Jepang disebarkan melalui media sosial, terutama menggunakan metode yang disebut etnografi virtual. Kata "etnografi" berasal dari bahasa Yunani '*ethos*' berarti orang-orang dalam suatu masyarakat, dan '*graphein*' berarti menulis atau merekam sesuatu.¹⁷

Etnografi adalah istilah yang biasanya berkaitan erat dengan budaya, dan sebenarnya merupakan gagasan dasar dalam penelitian etnografi. Dalam konteks ini, budaya berarti seperangkat perilaku, kebiasaan, dan keyakinan bersama yang dianut orang-orang dalam suatu kelompok.¹⁸ Etnografi virtual adalah cara yang relatif baru untuk mempelajari budaya di dunia daring. Metode ini digunakan untuk mengamati aktivitas sosial dan budaya yang terjadi di internet. Metode ini membantu peneliti memahami bagaimana orang menggunakan perangkat dan berbagi konten, jenis media apa

¹⁶ Rachel Suet Kay Chan, "Rasionalitas Ekspresif: Habitus Dan Bidang Dalam Komunitas Cosplay Malaysia," 2018, 133–63.

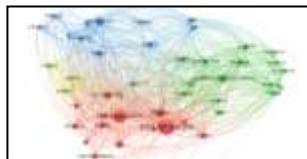
¹⁷ Novita Intan Sari, "Taaruf Digital (Studi Etnografi Virtual Komunikasi Termediasi Komputer Pada Rumah Taaruf MyQuran)," *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*, 2020, 203.

¹⁸ Alamsyah Ryan, *Analisis Etnografi Virtual Meme Islami Di Instagram Memecomic.Islam*, *Universitas Islam Negri Syarif Hidayatullah Jakarta*, 2018.

yang diunggah, dan apa yang dapat dilihat dan dipahami dari apa yang dibagikan orang secara daring.¹⁹ Pendekatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana orang menggunakan internet dan apa artinya bagi mereka. Etnografi internet adalah metode penelitian baru yang mengambil beberapa bagian dari etnografi tradisional dan mengadaptasinya untuk mempelajari budaya dan perilaku yang tumbuh dari komunikasi berbasis teks daring, seperti mengobrol, mengirim postingan, dan berkomentar melalui komputer.²⁰

Itulah sebabnya etnografi virtual merupakan metode yang baik untuk mengeksplorasi topik ini lebih mendalam. Metode ini memungkinkan peneliti menyelami aktivitas sehari-hari komunitas daring dengan mengamati interaksi, simbol, dan makna mereka di ruang digital tanpa harus hadir secara langsung. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat melihat bagaimana komunitas seperti @cosmora.id menciptakan identitas bersama, merepresentasikan budaya dari negara lain, dan membangun ruang interaktif melalui media sosial. Penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi bagi kajian budaya populer dan media digital, tetapi juga bagi pengembangan ilmu komunikasi dalam memahami bentuk-bentuk baru komunikasi budaya di era jaringan. Kebaruan dapat dilihat pada gambar hasil analisis bibliometrik di bawah ini:

Gambar 1. 2 Analisis Bibliometrik



Sumber: Diolah peneliti, 2025

Pada gambar 1.2, hasil visualisasi tersebut menguatkan indikasi bahwa terdapat celah kajian (*research gap*) yang belum banyak dieksplorasi, yaitu pendekatan ‘Etnografi virtual’ muncul dan terkoneksi dengan kata ‘Representasi’, tetapi belum menunjukkan integrasi langsung dengan kata ‘Japan’ atau studi spesifik seperti akun Instagram komunitas @cosmora.id. Penelitian ini layak dikaji karena beberapa alasan utama: Kebangkitan budaya pop global: Budaya pop Jepang seperti *manga*, anime, dan *cosplay* terus berkembang baik di seluruh dunia maupun di Indonesia. Bagi banyak anak muda, budaya ini menjadi bagian penting dari cara mereka mengekspresikan diri secara daring. Perubahan kebiasaan media: Karena banyak budaya kini dibagikan di ruang digital seperti Instagram, kita perlu lebih memahami bagaimana identitas, budaya, dan komunitas diciptakan dan dipertahankan secara daring. Kurangnya studi lokal: Belum banyak studi lokal di Indonesia yang menggunakan etnografi digital untuk mengkaji komunitas *cosplay*. Hal ini menjadikan penelitian ini penting karena menambahkan sesuatu yang baru dalam studi budaya pop, media digital, dan metode penelitian modern. Oleh karena itu, penelitian ini berharap dapat memberikan kontribusi berharga bagi diskusi akademis di bidang komunikasi, budaya pop, dan etnografi digital. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi penelitian mendatang tentang budaya visual, media baru, dan identitas di dunia saat ini, di mana budaya Jepang sedang menyebar dan memengaruhi masyarakat global.

¹⁹ Wandha Saphira Octavia, “Budaya Partisipasi Penulisan Berita Pada Media Online: Etnografi Virtual Pada Komunitas Virtual Kompasiana,” *Uin Syarif Hidayatullah*, 2021, 1–218.

²⁰ Sari, “Taaruf Digital (Studi Etnografi Virtual Komunikasi Termediasi Komputer Pada Rumah Taaruf MyQuran).”

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam kajian mengenai representasi budaya pop Jepang pada komunitas cosplay @Cosmora.Id adalah pendekatan kualitatif dengan metode etnografi virtual. Pemilihan metode ini didasarkan pada karakteristik objek penelitian yang berfokus pada interaksi, ekspresi, dan konstruksi identitas budaya di ruang digital, khususnya melalui media sosial Instagram. Etnografi virtual dipandang relevan karena memungkinkan peneliti untuk memahami dinamika komunikasi, simbol, dan praktik kultural komunitas cosplay secara langsung di lingkungan daring. Proses penelitian dilakukan melalui observasi partisipatif di akun Instagram @Cosmora.Id, dengan cara mengikuti aktivitas unggahan, komentar, live streaming, dan interaksi antaranggota komunitas. Peneliti berperan sebagai pengamat aktif yang tidak hanya mencatat data, tetapi juga terlibat secara terbatas dalam diskusi untuk memperoleh pemahaman yang lebih autentik.

Selain observasi, data juga dikumpulkan melalui wawancara mendalam secara daring dengan admin akun, cosplayer aktif, dan beberapa anggota komunitas. Wawancara dilakukan melalui fitur pesan langsung (DM), panggilan video, maupun platform komunikasi lain yang digunakan komunitas. Dokumentasi digital seperti foto, video, caption, hashtag, dan simbol-simbol visual juga dianalisis untuk menyingkap bagaimana budaya pop Jepang direpresentasikan dan ditafsirkan. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Validitas data diperkuat melalui triangulasi sumber dan metode, yakni dengan membandingkan temuan dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dengan metode ini, penelitian diharapkan dapat menghasilkan gambaran yang komprehensif mengenai representasi budaya pop Jepang dalam komunitas cosplay @Cosmora.Id serta bagaimana ruang digital membentuk identitas dan praktik budaya mereka.

Hasil dan Pembahasan

A. Konsep Representasi

Dalam studi komunikasi dan budaya, representasi merupakan konsep kunci yang menjelaskan bagaimana makna budaya dibentuk, dikomunikasikan, dan ditafsirkan melalui media. Menurut John Fiske dalam ²¹ representasi adalah proses sosial di mana orang-orang menciptakan dan berbagi makna menggunakan hal-hal seperti tanda, simbol, bahasa, dan gambar. Menurut Fiske, makna tidak hanya ada dengan sendirinya dalam suatu objek, melainkan makna adalah sesuatu yang disepakati bersama melalui sistem tanda yang sama. Bagi Fiske dalam ²² Media bukan sekadar alat untuk berbagi informasi, media merupakan bagian aktif dari budaya yang menciptakan dan menyebarkan makna. Media memainkan peran penting dalam menunjukkan bagaimana kita memandang realitas sosial, tetapi pandangan tersebut tidak sepenuhnya netral. Apa yang ditampilkan media dibentuk oleh pilihan apa yang akan dimuat, bagaimana menyajikannya, dan pesan apa yang akan difokuskan semuanya berdasarkan nilai-nilai dan keyakinan yang umum dalam masyarakat.

²¹ Katarina Widhi Arnetta Sari, "Representasi Maskulinitas Pada Film (Analisis Semiotika John Fiske Dalam Drama Korea)," 2023, 1–30.

²² Oktavian Darozatulloh and Ririn Puspita Tutiasri, "Analisis Representasi Kriminalitas Dalam Film 'Agak Laen' Melalui Pendekatan Semiotika John Fiske" 8 (2025): 1017–31.

John Fiske dalam ²³ mengajukan pendekatan konstruktivis sebagai pendekatan utama dalam memahami representasi. Dalam pandangan ini, makna tidak ditentukan oleh realitas eksternal ataupun niat subjektif pembuat pesan, melainkan dibentuk secara sosial dan kultural oleh sistem tanda serta proses interaksi antara media dan audiens. Pendekatan konstruktivis memandang bahwa representasi adalah hasil dari kerja media dalam mengodekan (*encoding*) makna ke dalam bentuk-bentuk visual, teks, dan simbol, yang kemudian diinterpretasikan (*decoding*) oleh audiens dengan kerangka referensi mereka masing-masing. Dengan pendekatan ini, pentingnya memahami bahwa audiens memiliki peran aktif dalam proses representasi. Mereka tidak hanya menerima pesan begitu saja, melainkan mengolahnya berdasarkan pengalaman, nilai, dan identitas sosial yang dimiliki. Oleh karena itu, satu representasi media bisa dimaknai berbeda oleh kelompok audiens yang berbeda.

Dalam konteks budaya populer Jepang dan komunitas *cosplay*, representasi yang ditampilkan melalui kostum, pose, caption, hingga estetika visual yang dipublikasikan di Instagram oleh komunitas seperti @cosmora.id merupakan contoh dari konstruksi budaya yang berlangsung secara digital. Komunitas ini secara aktif mereproduksi simbol-simbol budaya Jepang melalui proses kreatif yang disebut Fiske sebagai *semiotic productivity*, yaitu kemampuan audiens untuk menciptakan makna sendiri dari teks media yang mereka konsumsi. ²⁴ Melalui pendekatan konstruktivis ala Fiske, representasi *cosplay* tidak hanya dilihat sebagai bentuk peniruan karakter anime atau *manga*, tetapi juga sebagai bentuk produksi makna budaya yang bersifat partisipatif, kontekstual, dan dinamis. Representasi budaya pop Jepang oleh komunitas @cosmora.id merupakan hasil dari negosiasi antara nilai-nilai budaya Jepang yang diimpor melalui media dan nilai-nilai lokal yang hidup dalam komunitas tersebut. ²⁵ Gagasan John Fiske memberi kita cara yang solid untuk memahami bagaimana budaya ditampilkan dan dibagikan di ruang digital. Dalam studi ini, pendekatannya digunakan untuk melihat bagaimana komunitas *cosplay* menggunakan media sosial terutama Instagram untuk membentuk, mengubah, dan memaknai makna budaya Jepang.

B. Konsep Pop Culture

Budaya populer (*popular culture* atau *pop culture*) merujuk pada bentuk-bentuk budaya yang berkembang dan tersebar luas di masyarakat melalui media massa, serta diterima secara luas oleh khalayak umum. Secara konseptual, budaya populer mencakup segala hal yang dikonsumsi secara masif, mulai dari musik, film, fashion, permainan digital, hingga fenomena media sosial. *Pop culture* dianggap sebagai budaya arus utama yang dinikmati masyarakat luas dan merupakan hasil dari proses industrialisasi budaya. ²⁶ ²⁷ menjelaskan bahwa budaya populer tidak bisa dilepaskan dari relasi kuasa dan ideologi karena ia diproduksi dalam struktur sosial yang hegemonik. Budaya populer bukan hanya hasil ekspresi masyarakat, tetapi juga medan pertempuran antara budaya dominan dan budaya tandingan, termasuk dalam bagaimana identitas, nilai, dan makna direpresentasikan dan dikonsumsi.

²³ Rolla Sancha Pranaya and Dimas Satrio Wijaksono, "Analisis Semiotika John Fiske Mengenai Representasi Maskulinitas Perempuan Dalam Film Disney Cruella" 2 (2023): 1–10.

²⁴ Timurrana Dilematik et al., "Analisis Semiotika John Fiske Mengenai Representasi Kekeluargaan Pada Film 2037" 4 (2024): 3748–65.

²⁵ Islamiyah, Priyanto, and Dyana Prabhandari, "Diplomasi Budaya Jepang Dan Korea Selatan Di Indonesia Tahun 2020 : Studi Komparasi."

²⁶ Akbar, "Sirkulasi Budaya Populer Jepang: Praktik Prosumption Pada Aktivitas Cosplay (Studi Kasus Para Cosplayer Di Kota Makassar)."

²⁷ Saida Azmi Damanik et al., "Cosplay Adalah 'Jalan Ninjaku'" 6, no. 2 (2022): 163–70.

Menurut²⁸ budaya populer saat ini telah bertransformasi menjadi budaya partisipatoris (*participatory culture*), di mana penggemar atau konsumen tidak lagi pasif, melainkan ikut berperan dalam memproduksi, menyebarkan, dan menginterpretasi ulang simbol-simbol budaya. Hal ini terlihat jelas dalam fenomena fandom dan komunitas *cosplay*, di mana para anggota tidak hanya menjadi penikmat anime atau *manga* Jepang, tetapi juga aktif dalam menciptakan konten turunan seperti *cosplay*, *fanart*, video kreatif, dan narasi digital. *Pop culture* juga kerap dipahami dalam konteks glocalisasi (*glocalization*), yaitu pertemuan antara budaya global dan adaptasi lokal. Budaya populer Jepang yang masuk ke Indonesia melalui anime, *manga*, dan *cosplay* menunjukkan bagaimana produk budaya global bisa diinterpretasi secara lokal oleh komunitas seperti @cosmora.id, dengan sentuhan nilai-nilai dan estetika lokal.²⁹ Dalam konteks digital, budaya pop semakin berkuasa karena mediasi algoritma dan platform seperti Instagram atau TikTok.³⁰ mencatat bahwa budaya populer digital berkembang melalui estetika visual yang sangat kuratif, keterlibatan komunitas, dan logika viralitas. Representasi budaya populer tidak lagi bergantung pada media arus utama, melainkan melalui distribusi konten berbasis komunitas dan jaringan sosial.

Cosplay sebagai salah satu manifestasi budaya pop Jepang adalah bentuk ekspresi kreatif dan identitas subkultural. Ia menjadi ruang di mana para pelakunya mengekspresikan aspirasi budaya, kebebasan identitas, hingga penyaluran ketertarikan terhadap budaya asing dalam ruang yang aman dan kolektif³¹. Fenomena *cosplay* tidak bisa dilepaskan dari logika budaya pop, di mana fantasi, konsumsi, dan ekspresi diri menjadi satu kesatuan dalam praktik sosial dan budaya. Dengan demikian, kajian budaya populer dalam penelitian ini penting untuk memahami bagaimana komunitas *cosplay* @cosmora.id tidak hanya merepresentasikan budaya Jepang, tetapi juga menjadi bagian dari dinamika budaya digital kontemporer. Mereka membentuk makna melalui praktik visual, interaksi daring, dan produksi konten yang mencerminkan keterlibatan aktif dalam lanskap pop culture global.

C. Budaya *Cosplay* Jepang

Cosplay, sebagai singkatan dari *costume play*, merupakan praktik budaya di mana individu mengenakan kostum dan berperan sebagai karakter fiksi dari anime, *manga*, video game, film, maupun media populer lainnya. Budaya *cosplay* berasal dari Jepang dan telah menyebar secara global sebagai bagian dari ekspansi budaya populer Jepang (*Cool Japan*) yang menjangkau berbagai belahan dunia, termasuk Indonesia.³² Budaya *cosplay* lebih dari sekadar bentuk ekspresi visual atau fashion; ia merupakan praktik performatif yang memungkinkan pelakunya (*cosplayer*) untuk mengonstruksi identitas baru melalui peran karakter yang diperankan. Dalam konteks ini, *cosplay* dapat dipahami sebagai bentuk embodied fandom yaitu fandom yang diwujudkan melalui tubuh, kostum, dan gestur.³³ Menurut Lamerichs dalam³⁴ *Cosplay* tidak hanya berkaitan dengan peniruan karakter, tetapi juga dengan aspek komunitas, kreativitas, dan keintiman budaya. Praktik *cosplay* melibatkan berbagai

²⁸ Murfianti, *Meme Di Era Digital Dan Budaya Siber*.

²⁹ Putri, "Analisis Identitas Komunikasi Cosplayer Crossdress Di Yogyakarta."

³⁰ Karoline Marko, "Performa Identitas Digital Melalui Emoji Di Platform Media Sosial Instagram," *Frontiers in Communication* 8, no. tahun 1959 (2023): 1–12, <https://doi.org/10.3389/fcomm.2023.1148517>.

³¹ Manuel Andres Ramirez, "Dari Panel Ke Margin : Identitas , Marjinalisasi , Dan Subversi Dalam Cosplay," 2017, 82.

³² Akbar, "Sirkulasi Budaya Populer Jepang: Praktik Prosumption Pada Aktivitas Cosplay (Studi Kasus Para Cosplayer Di Kota Makassar)."

³³ Ramirez, "Dari Panel Ke Margin : Identitas , Marjinalisasi , Dan Subversi Dalam Cosplay."

³⁴ Stephen Reysen et al., "Motivasi Cosplayer Untuk Berpartisipasi Dalam Fandom Anime" 4, no. 1 (2018): 29–40.

aktivitas kreatif seperti pembuatan kostum, pemotretan tematik, video kreatif, hingga kehadiran dalam event dan festival yang berkaitan dengan budaya Jepang. *Cosplay* menjadi sarana penting dalam menghayati dan merepresentasikan budaya Jepang secara interaktif dan partisipatif. Lebih jauh lagi, *cosplay* juga mencerminkan hubungan yang kompleks antara budaya global dan lokal.

Dalam konteks Indonesia, *cosplay* Jepang tidak selalu ditiru secara literal, tetapi sering diadaptasi dengan sentuhan lokal, sehingga menciptakan bentuk representasi yang bersifat glocal³⁵. Komunitas *cosplay* seperti @cosmora.id merupakan contoh dari adaptasi budaya Jepang yang berlangsung di ruang digital dan fisik, yang mencerminkan proses negosiasi identitas budaya, nilai, dan estetika. Budaya *cosplay* juga mencerminkan dinamika identitas gender dan ekspresi diri yang fleksibel. Banyak *cosplayer* melakukan *crossplay*, yaitu mengenakan kostum karakter dari gender berbeda, yang menunjukkan bahwa *cosplay* adalah ruang yang relatif terbuka untuk ekspresi identitas non-konvensional³⁶. Hal ini menjadikan *cosplay* sebagai ruang yang subur untuk kajian tentang gender, performativitas, dan resistensi terhadap norma sosial arus utama. Dalam perkembangan digital, *cosplay* telah bertransformasi menjadi praktik budaya yang semakin terdokumentasi dan dipertontonkan melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, atau YouTube. Media sosial menjadi ruang utama distribusi, kurasi, dan interaksi visual *cosplay* yang memungkinkan terbentuknya identitas kolektif dan jejaring sosial antar-*cosplayer* lintas daerah dan negara.³⁷ Dengan demikian, budaya *cosplay* Jepang bukan hanya bagian dari gaya hidup atau hobi, melainkan bentuk komunikasi budaya yang kompleks, di mana nilai-nilai, identitas, simbol, dan estetika budaya Jepang direpresentasikan, dinegosiasikan, dan direproduksi ulang dalam konteks lokal dan digital.

D. Makna dan Simbol Budaya

Dalam studi komunikasi budaya, makna dan simbol merupakan dua konsep mendasar yang tidak dapat dipisahkan. Simbol adalah sesuatu yang digunakan untuk mewakili sesuatu yang lain secara arbitrer namun disepakati bersama dalam suatu budaya. Makna dari simbol ini terbentuk melalui proses sosial dan kultural yang berlangsung dalam suatu masyarakat.³⁸ menyatakan bahwa budaya adalah sistem makna yang diekspresikan melalui simbol-simbol; simbol menjadi medium utama dalam menyampaikan nilai, identitas, dan keyakinan kolektif suatu masyarakat. Dalam konteks budaya populer, seperti *cosplay*, makna dan simbol beroperasi dalam tingkat semiotik. Menurut Roland Barthes dalam³⁹ menjelaskan bahwa tanda-tanda budaya baik dalam bentuk visual, tekstual, maupun gestural membawa denotasi (makna literal) dan konotasi (makna implisit atau ideologis). Ketika seorang *cosplayer* mengenakan kostum karakter anime tertentu, ia tidak hanya merepresentasikan tokoh tersebut secara fisik, tetapi juga membawa simbol-simbol nilai, gender, kekuatan, atau identitas yang melekat pada karakter tersebut.

³⁵ Kay Chan, "Rasionalitas Ekspresif: Habitus Dan Bidang Dalam Komunitas Cosplay Malaysia."

³⁶ Cindi Purnama Sari, "Budaya Penggemar Di Dunia Virtual (Studi Etnografi Virtual Pada Penggemar NCT Di Instagram)" 10, no. 8 (2023): 4109–14.

³⁷ Prakash Krishnan, "Arsip Komunitas Instagram Asia Selatan: Sebuah Platform Untuk Pertunjukan, Kurasi, Dan Identitas," no. November (2021): 70.

³⁸ Paramita, Sandiah, and Mulianti, "Cosplay Sebagai Representasi Budaya Pop Jepang Dari Pandangan Penggemar Pada Kalangan Gen Z Di Kota Manado."

³⁹ Budianto, "Representasi Nilai Bushido Dalam Budaya Jepang Yang Tercermin Pada Serial Anime One Piece Bagian Wano Melalui Karakter Roronoa Zoro," 2015, 1–41.

Makna yang dibentuk oleh simbol budaya dalam *cosplay* bersifat dinamis dan bisa berbeda tergantung pada konteks sosial, ruang digital, dan audiensnya. Sebagai contoh, simbol pedang dalam karakter anime dapat dimaknai sebagai kekuatan dan kehormatan, namun dalam komunitas *cosplay* lokal seperti @cosmora.id, simbol itu bisa juga dimaknai sebagai ekspresi seni, nostalgia masa kecil, atau alat komunikasi visual di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa simbol dalam budaya populer memiliki kemampuan untuk dimaknai ulang (*re-signification*) oleh komunitas pengguna.⁴⁰ Studi oleh⁴¹ menyebutkan bahwa simbol budaya tidak hanya hadir dalam bentuk verbal, tetapi juga dalam bentuk visual, ruang, gerakan, dan warna. Di media sosial seperti Instagram, simbol-simbol ini sangat dominan dan menjadi kunci utama dalam penyampaian representasi budaya. Foto *cosplay*, caption, filter, hingga pose tubuh semua memiliki makna yang dikonstruksi secara visual dan sosial.

Di ruang digital, simbol budaya juga mengalami transformasi melalui proses remix dan mediasi. Menurut⁴² budaya digital saat ini sangat bergantung pada visualisasi estetik yang dibentuk oleh algoritma media sosial. Oleh karena itu, simbol budaya tidak hanya bersifat naratif atau fungsional, tetapi juga sangat estetik dan strategis. Dalam komunitas *cosplay*, simbol karakter Jepang yang diposting secara visual di Instagram menjadi alat komunikasi untuk membentuk identitas, memperkuat afiliasi komunitas, dan menunjukkan keahlian visual. Dengan demikian, analisis terhadap makna dan simbol dalam komunitas *cosplay* seperti @cosmora.id menjadi penting untuk memahami bagaimana budaya Jepang tidak sekadar ditiru, tetapi direpresentasikan, diinterpretasi ulang, dan dikomunikasikan melalui simbol-simbol visual yang kompleks dalam praktik digital dan sosial.

E. Etnografi Komunikasi

Etnografi komunikasi merupakan pendekatan metodologis yang digunakan untuk memahami praktik komunikasi dalam konteks budaya tertentu. Pendekatan ini tidak hanya meneliti apa yang dikomunikasikan, tetapi juga bagaimana, kepada siapa, kapan, dan dalam konteks apa komunikasi itu terjadi menurut Hymes dalam⁴³. Dengan kata lain, etnografi komunikasi menekankan pentingnya konteks budaya dalam menganalisis interaksi simbolik antar anggota komunitas. Konsep etnografi komunikasi pertama kali diperkenalkan oleh Dell Hymes sebagai tanggapan terhadap pendekatan linguistik struktural yang dianggap terlalu terfokus pada bentuk bahasa dan mengabaikan fungsi sosialnya. Hymes kemudian mengembangkan model *SPEAKING*, sebuah akronim dari *Setting, Participants, Ends, Act sequence, Key, Instrumentalities, Norms*, dan *Genre* yang menjadi kerangka kerja dalam mengkaji bagaimana komunikasi berlangsung dalam komunitas tertentu.

Dalam studi komunikasi budaya, pendekatan etnografi komunikasi menjadi relevan untuk memahami cara komunitas berkomunikasi sebagai bagian dari proses pembentukan identitas, nilai, dan makna kolektif. Khususnya dalam komunitas digital seperti *cosplay*, komunikasi tidak hanya berlangsung secara verbal, tetapi juga melalui ekspresi visual (kostum, gestur), caption media sosial,

⁴⁰ Yogi Septia Prayoga, Eka Vidya Putra, and Lia Amelia, "Representasi Budaya Populer Jepang Dalam Komunitas Mirai No Yume Di Kota Bukittinggi" 6 (2023): 227–36.

⁴¹ Marko, "Performa Identitas Digital Melalui Emoji Di Platform Media Sosial Instagram."

⁴² Lilly Kauffman et al., "YouTube Dan Radiologi: Kelayakan, Perangkap, Dan Potensi Yang Belum Dimanfaatkan Platform Video Media Sosial Utama Untuk Pendidikan Berbasis Gambar," *Academic Radiology* 29 (2022): S1–8, <https://doi.org/10.1016/j.acra.2020.12.018>.

⁴³ Ririn, "Interaksi Komunitas Nishikai Penyuka Budaya Populer Jepang Antar Anggota Dan Masyarakat Di Kota Serang."

penggunaan hashtag, hingga bentuk interaksi nonverbal di ruang daring.⁴⁴ Etnografi komunikasi juga menekankan pentingnya partisipasi peneliti sebagai pengamat terlibat (*participant observer*), yang memungkinkan pemahaman terhadap praktik komunikasi dari perspektif orang dalam. Dalam konteks komunitas *cosplay* seperti @cosmora.id, pendekatan ini berguna untuk menggali bagaimana *cosplayer* membangun narasi budaya, menyampaikan identitas melalui media sosial, serta bagaimana nilai-nilai budaya pop Jepang direpresentasikan melalui praktik digital sehari-hari.

Pendekatan ini juga membantu menganalisis bagaimana komunitas mengonstruksi makna bersama melalui simbol-simbol budaya Jepang, dan bagaimana komunikasi visual berperan dalam membentuk dinamika sosial dan afiliasi kelompok di ruang digital. Studi etnografi komunikasi kontemporer bahkan telah berkembang untuk mengakomodasi bentuk-bentuk komunikasi multimodal dan transnasional di media digital.⁴⁵ Dengan demikian, etnografi komunikasi dalam penelitian ini digunakan sebagai dasar teoritik untuk memahami praktik representasi budaya pop Jepang dalam komunitas *cosplay* @cosmora.id melalui cara mereka berkomunikasi di Instagram. Ini mencakup aspek komunikasi visual, simbolik, dan interaksional sebagai bagian dari budaya komunitas daring yang lebih luas.

F. Representasi Budaya Pop Jepang Pada Komunitas *Cosplay* @Cosmora.Id Melalui Pendekatan Etnografi Virtual

Interaksi antaranggota komunitas @cosmora.id melalui media digital seperti tagging sesama *cosplayer*, penggunaan hashtag komunitas lokal (#*cosplay*mojokerto), serta kolaborasi visual dengan akun lain seperti @*cosplay*_mojokerto menunjukkan bahwa objek media tidak hanya bersifat komunikasi verbal, melainkan juga tanda-tanda sosial. Tindakan-tindakan digital seperti menyebut akun rekan, menyematkan lokasi pemotretan, hingga memberikan emoji di komentar adalah bagian dari sistem tanda yang merepresentasikan relasi, dukungan, dan afiliasi antar individu dalam komunitas. Simbol lain seperti filter visual seragam dalam beberapa unggahan grup, pose formasi saat pemotretan, atau penggunaan watermark komunitas juga menjadi penanda kohesi sosial dalam komunitas. Dengan demikian, interaksi dalam objek media bukan sekadar teknis, melainkan penuh makna simbolik.

Temuan ini selaras dengan penelitian⁴⁶, di mana penggunaan tagar, *mention*, dan kolaborasi antar akun menjadi strategi visual yang sekaligus berfungsi sebagai tanda sosial. Dalam komunitas @cosmora.id, praktik *tagging* antaranggota, penyematan lokasi, penggunaan *hashtag* lokal, serta penerapan filter dan *watermark* komunitas berfungsi sebagai simbol kohesi kelompok. Perbedaannya, jika pada komunitas fotografi tanda-tanda tersebut lebih menekankan pada kredibilitas karya dan jejaring profesional, pada komunitas *cosplay* tanda visual mengandung unsur representasi karakter fiksi dan identitas budaya pop Jepang. Hal ini memperkuat analisis bahwa media digital dalam etnografi virtual bukan sekadar kanal komunikasi, tetapi juga sistem tanda yang memuat makna kultural.

Melalui interaksi yang berlangsung di Instagram, makna komunitas dibentuk secara kolektif. Aktivitas seperti mengomentari unggahan anggota lain, mengadakan sesi foto bersama, menyusun kolaborasi konten tematik (misalnya *cosplay* tokoh dari anime yang sama), dan berbagi proses

⁴⁴ Sumbo Tinarbuko, "Membaca Tanda Dan Makna Dalam Desain Komunikasi Visual," *Yogyakarta: Badan Penerbit ISI Yogyakarta*, 2017.

⁴⁵ Stokes, "Media Sosial, Budaya Visual Dan Identitas Kontemporer."

⁴⁶ Darozatulloh and Tutiasri, "Analisis Representasi Kriminalitas Dalam Film 'Agak Laen' Melalui Pendekatan Semiotika John Fiske."

pembuatan kostum di balik layar merupakan bagian dari praktik sosial yang merefleksikan nilai kolaboratif dan partisipatif komunitas. Objek media di sini tidak hanya menghubungkan individu, tetapi juga mengkonstruksi makna tentang “siapa kami” sebagai komunitas *cosplay*. Terbentuklah identitas kolektif komunitas sebagai kelompok yang saling mendukung, menghargai kreativitas, dan menjunjung nilai-nilai kebersamaan. Nilai-nilai ini tampak dalam interaksi digital yang bersifat suportif, seperti ucapan *semangat* menjelang *event*, apresiasi terhadap proses kreatif, dan penyematan *tag* akun pada hasil akhir proyek kolaboratif.

Hasil ini sejalan dengan temuan⁴⁷ tentang etnografi virtual dalam komunitas *Free Fire*, di mana interaksi daring membentuk narasi kolektif yang memperkuat identitas kelompok. Pada @cosmora.id, narasi ini terwujud melalui kolaborasi konten tematik, sesi foto bersama, dan pembagian proses kreatif di balik layar yang membentuk citra sebagai komunitas kreatif dan suportif. Perbedaannya, jika pada *Free Fire* makna dibangun melalui strategi permainan dan koordinasi tim, pada komunitas *cosplay* makna dibangun melalui proses kreatif yang menekankan estetika visual dan kesetiaan pada karakter. Korelasi ini menunjukkan bahwa konstruksi sosial makna dalam komunitas daring dapat berbasis nilai kolaboratif yang berbeda sesuai dengan konteks budaya yang diusung.

Objek media juga mencerminkan partisipasi aktif audiens dalam membentuk dinamika komunikasi komunitas. Pengikut akun @cosmora.id secara aktif memberikan komentar, like, dan bahkan mengajak berdiskusi di kolom komentar tentang karakter, teknik kostum, hingga ide konten selanjutnya. Beberapa pengikut juga terlihat menawarkan tempat untuk pemotretan atau menyarankan kolaborasi dengan komunitas *cosplay* dari daerah lain. Bahkan dalam beberapa unggahan, terdapat komentar yang menunjukkan identifikasi audiens dengan karakter yang ditampilkan, seperti “aku suka banget sama Diluc, keren banget *cosplay*-nya,” atau “siapa yang bikin armor Stygian Zinogre-nya? Detail banget!” Komentar-komentar ini menunjukkan bahwa audiens tidak hanya menonton secara pasif, tetapi menafsirkan, merespons, dan membangun relasi simbolik dan sosial dengan komunitas dan konten yang diunggah.

Objek media dalam komunitas @cosmora.id mencerminkan praktik komunikasi digital yang bersifat simbolik, sosial, dan partisipatif. Melalui interaksi antaranggota dan keterlibatan audiens, terbentuklah jaringan makna dan relasi yang memperkuat identitas komunitas serta memperluas jangkauan budaya pop Jepang dalam ruang digital. Objek media menjadi elemen penting dalam memahami bagaimana representasi budaya tidak hanya ditampilkan, tetapi juga dihidupkan melalui interaksi sosial yang berlangsung secara daring. Temuan ini berkaitan dengan penelitian⁴⁸ tentang komunitas *fanbase* K-pop, di mana audiens tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga ikut memengaruhi arah komunitas melalui saran, partisipasi, dan dukungan terhadap proyek kreatif. Fenomena serupa terlihat pada pengikut @cosmora.id yang memberikan komentar apresiatif, menawarkan ide kolaborasi, hingga menyediakan lokasi untuk pemotretan. Perbedaannya, jika pada komunitas K-pop partisipasi audiens banyak diarahkan pada dukungan terhadap idola, pada komunitas *cosplay* interaksi tersebut lebih fokus pada penciptaan dan apresiasi karya visual. Hal ini memperkuat

⁴⁷ Nia Anggraini and Dyah Rachmawati Sugiyanto, “Etnografi Virtual Dalam Permainan Free Fire,” *Communications* 3, no. 1 (2021): 1–17.

⁴⁸ Sari, “Budaya Penggemar Di Dunia Virtual (Studi Etnografi Virtual Pada Penggemar NCT Di Instagram).”

analisis bahwa audiens berperan aktif dalam membentuk ekosistem kreatif, sehingga objek media menjadi ruang partisipatif yang menghubungkan kreator dan penggemar dalam hubungan timbal balik.

Dalam pendekatan etnografi virtual, elemen pengalaman (*experiential stories*) merujuk pada realitas yang dirasakan dan dialami oleh para anggota komunitas secara personal maupun kolektif, baik dalam ruang digital (*online*) maupun dalam kehidupan nyata (*offline*). Elemen ini menjadi penting untuk memahami motivasi, makna emosional, serta peran budaya pop Jepang dalam membentuk identitas dan keterlibatan komunitas *cosplay* seperti @cosmora.id.

Pengalaman para *cosplayer* dalam komunitas @cosmora.id tidak hanya ditampilkan melalui kostum atau konten visual semata, tetapi juga melalui simbol-simbol emosional yang tersirat dalam caption, ekspresi dalam foto, serta narasi yang menyertai setiap unggahan. Misalnya, beberapa caption menggunakan kalimat reflektif seperti “menjadi karakter ini membuatku merasa lebih kuat” atau “terima kasih tim, kita berhasil menampilkan karakter impian!” yang menunjukkan bahwa media sosial menjadi ruang ekspresi pengalaman batin anggota komunitas. Dalam hal ini, pengalaman pribadi anggota komunitas diterjemahkan menjadi sistem tanda budaya, di mana emosi, kerja keras, dan pencapaian diekspresikan melalui visual dan teks yang memiliki makna mendalam. Instagram berperan sebagai medium dokumentasi sekaligus representasi nilai yang diyakini komunitas. Temuan ini sejalan dengan penelitian⁴⁹ yang menemukan bahwa simbol visual dalam komunitas hobi dapat menjadi sarana penyampaian pesan budaya dan nilai identitas kelompok melalui media digital.

Pengalaman para anggota komunitas tidak berdiri sendiri, tetapi terbentuk dalam proses sosial bersama. Misalnya, kegiatan photoshoot bersama, kolaborasi konten, dan keterlibatan dalam event-event *cosplay* lokal menciptakan pengalaman kolektif yang memperkuat rasa kebersamaan. Dalam beberapa unggahan, tercantum cerita di balik layar seperti proses pembuatan kostum, tantangan teknis saat pengambilan gambar, hingga rasa bangga ketika unggahan mendapat respon positif. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman tidak hanya bersifat individu, tetapi merupakan hasil konstruksi sosial dalam komunitas. Representasi budaya pop Jepang melalui *cosplay* menjadi sarana untuk membangun makna hidup, mempererat ikatan komunitas, serta memberikan ruang aktualisasi diri di tengah keterbatasan ruang fisik.

Selain itu, pengalaman offline seperti keikutsertaan dalam parade *cosplay* di Kampung Pecinan Mojokerto yang kemudian didokumentasikan dan dipublikasikan secara online menunjukkan adanya keterhubungan langsung antara dunia nyata dan ruang digital, sehingga pengalaman virtual tidak dapat dilepaskan dari praktik budaya yang nyata. Temuan ini sejalan dengan penelitian⁵⁰ yang menunjukkan bahwa interaksi sosial di komunitas hobi berbasis media digital mampu membentuk identitas kolektif dan solidaritas anggota melalui aktivitas bersama.

Tidak hanya komunitas internal, tetapi audiens eksternal juga terlibat dalam membentuk dan merespon pengalaman yang dibagikan. Banyak komentar dari pengikut yang tidak hanya bersifat apresiatif, tetapi juga empatik dan partisipatif, seperti “wah pasti ribet banget bikin kostumnya, salut kak,” atau “aku jadi termotivasi *cosplay* juga karena lihat kalian.” Komentar semacam ini menunjukkan

⁴⁹ Abdul Gani Siregar, “Studi Netnografi Terhadap Tayangan Anime One Piece Pada Perubahan Gaya Hidup Anggota Komunitas One Piece ID Medan,” *Studi Netnografi Terhadap Tayangan Anime One Piece Pada Perubahan Gaya Hidup Anggota Komunitas One Piece ID Medan*, 2021, 1–64.

⁵⁰ Octavia, “Budaya Partisipasi Penulisan Berita Pada Media Online: Etnografi Virtual Pada Komunitas Virtual Kompasiana.”

bahwa pengalaman personal yang dibagikan secara publik dapat menciptakan resonansi emosional dengan audiens, yang kemudian memunculkan hubungan intersubjektif. Audiens menjadi bagian dari pengalaman komunitas, baik sebagai saksi, *penyemangat*, maupun sebagai calon partisipan baru dalam budaya *cosplay* itu sendiri. Hal ini sejalan dengan penelitian⁵¹ yang menemukan bahwa interaksi audiens melalui komentar di media sosial dapat menjadi bagian integral dari konstruksi identitas komunitas, serta mempengaruhi motivasi partisipasi di ruang digital.

Pengalaman sebagai elemen dalam etnografi virtual memberikan pemahaman mendalam bahwa representasi budaya pop Jepang oleh komunitas @cosmora.id tidak hanya terjadi pada level simbolik atau visual, tetapi juga menyentuh aspek emosional, sosial, dan identitas personal. Melalui narasi, interaksi, dan dokumentasi digital, pengalaman komunitas dan audiens membentuk ekosistem budaya yang hidup dan bermakna, di mana budaya populer Jepang diadaptasi secara kontekstual dalam ruang digital lokal. Dengan demikian, keempat elemen etnografi virtual: ruang media, dokumen media, objek media, dan pengalaman saling berkaitan dalam menjelaskan bagaimana budaya pop Jepang direpresentasikan oleh komunitas @cosmora.id melalui praktik visual, interaksi sosial, dan konstruksi identitas digital di Instagram.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai representasi budaya pop Jepang pada komunitas *cosplay* @cosmora.id melalui pendekatan etnografi virtual, dapat disimpulkan bahwa representasi budaya tersebut ditampilkan melalui berbagai bentuk simbolik dan visual. Kostum dan tata rias karakter dari anime, *manga*, maupun game Jepang menjadi penanda utama representasi, yang kemudian diperkuat dengan gestur, pose, serta gaya tubuh para cosplayer dalam menirukan tokoh-tokoh Jepang. Selain itu, caption, hashtag, dan narasi digital dalam setiap unggahan di Instagram berfungsi sebagai medium interpretasi makna yang menghubungkan komunitas dengan *fandom* global, sementara kolaborasi dan interaksi antaranggota maupun dengan audiens membentuk identitas kolektif sebagai pecinta budaya Jepang. Melalui pendekatan etnografi virtual yang dielaborasi dengan matriks Analisis Media Siber (AMS), ditemukan bahwa representasi budaya pop Jepang dalam komunitas @cosmora.id berlangsung pada empat level utama. Pada level ruang media, Instagram menjadi arena budaya digital yang memungkinkan komunitas menampilkan praktik *cosplay* secara visual melalui fitur-fitur seperti *feed*, dan *reels*. Pada level dokumen media, foto, video, caption, dan hashtag yang diunggah berfungsi sebagai arsip budaya yang memperlihatkan sistem tanda visual khas Jepang. Selanjutnya, pada level objek media, interaksi yang terbangun melalui komentar, *likes*, dan kolaborasi antaranggota komunitas menunjukkan adanya produksi makna baru yang tidak hanya merepresentasikan budaya Jepang, tetapi juga mengontekstualisasikannya dengan budaya lokal Mojokerto. Terakhir, pada level pengalaman, anggota komunitas memperoleh manfaat berupa pengakuan identitas, solidaritas kelompok, serta ruang untuk mengekspresikan diri melalui budaya pop Jepang. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa representasi budaya pop Jepang dalam komunitas *cosplay* @cosmora.id bukan sekadar peniruan atas budaya asing, melainkan sebuah proses kreatif, partisipatif, dan dinamis yang memadukan budaya populer global dengan konteks lokal. Melalui praktik visual, simbolik, dan interaksi digital, komunitas ini berhasil mereproduksi budaya pop

⁵¹ Surya Handika Rakhmat, "NILAI BUDAYA KHALAYAK DIGITAL DALAM KOMENTAR PADA KONTEN DAKWAH DI INSTAGRAM HANAN_ATTAKI," 2020.

Jepang menjadi bentuk representasi baru yang sesuai dengan lingkungan sosial budaya Indonesia. Temuan ini menjawab rumusan masalah penelitian bahwa representasi budaya pop Jepang pada komunitas cosplay @cosmora.id terbentuk melalui konstruksi visual dan interaksi digital di Instagram, yang dipahami secara mendalam melalui pendekatan etnografi virtual dan matriks AMS.

Daftar Pustaka

- Abramova, S., O. Smirnova, and S. Tataurova. "Cosplay Sebagai Subkultur Anak Muda: Faktor Pilihan Dan Pembentukan Identitas." *KnE Social Sciences* 2020 (2021): 97–106. <https://doi.org/10.18502/kss.v5i2.8341>.
- Akbar, Muh. "Sirkulasi Budaya Populer Jepang: Praktik Prosumption Pada Aktivitas Cosplay (Studi Kasus Para Cosplayer Di Kota Makassar)." *Ayan* 15, no. 1 (2024): 37–48.
- Anggraini, Nia, and Dyah Rachmawati Sugiyanto. "Etnografi Virtual Dalam Permainan Free Fire." *Communications* 3, no. 1 (2021): 1–17.
- Budianto. "Representasi Nilai Bushido Dalam Budaya Jepang Yang Tercermin Pada Serial Anime One Piece Bagian Wano Melalui Karakter Roronoa Zoro," 2015, 1–41.
- Damanik, Saida Azmi, Rohliana, Siti Gomo, and Miftahul Khairah Anwar. "Cosplay Adalah 'Jalan Ninjaku'" 6, no. 2 (2022): 163–70.
- Darozatulloh, Oktavian, and Ririn Puspita Tutiasri. "Analisis Representasi Kriminalitas Dalam Film 'Agak Laen' Melalui Pendekatan Semiotika John Fiske" 8 (2025): 1017–31.
- Dilematik, Timurrana, Desy Yantene Sukinarti, Rohma Wati Ningsih, Ananda Putri, and Rani Jayanti. "Analisis Semiotika John Fiske Mengenai Representasi Kekeluargaan Pada Film 2037" 4 (2024): 3748–65.
- Golmohammadi, Ali, Melika Khodabin, and Shah Sabbar. "Anime, Konsumsi, Dan Partisipasi: Partisipasi Pengguna Instagram Iran Dalam Aktivitas Fandom Anime," 2021, 163–76. <https://doi.org/10.22059/JCSS.2022.338904.1071>.
- Hack, Brett. "Subkultur Sebagai Pengetahuan Sosial: Sebuah Pembacaan Penuh Harapan Budaya Otaku." *Contemporary Japan* 28, no. 1 (2016): 33–57. <https://doi.org/10.1515/cj-2016-0003>.
- Islamiyah, Annisa Nur, Nafila Maulina Priyanto, and Ni Putu Dyana Prabhandari. "Diplomasi Budaya Jepang Dan Korea Selatan Di Indonesia Tahun 2020 : Studi Komparasi," no. 2 (2020): 257–78.
- Kauffman, Lilly, Edmund M. Weisberg, John Eng, and Elliot K. Fishman. "YouTube Dan Radiologi: Kelayakan, Perangkap, Dan Potensi Yang Belum Dimanfaatkan Platform Video Media Sosial Utama Untuk Pendidikan Berbasis Gambar." *Academic Radiology* 29 (2022): S1–8. <https://doi.org/10.1016/j.acra.2020.12.018>.
- Kay Chan, Rachel Suet. "Rasionalitas Ekspresif: Habitus Dan Bidang Dalam Komunitas Cosplay Malaysia," 2018, 133–63.
- Krishnan, Prakash. "Arsip Komunitas Instagram Asia Selatan: Sebuah Platform Untuk Pertunjukan, Kurasi, Dan Identitas," no. November (2021): 70.
- Marko, Karoline. "Performa Identitas Digital Melalui Emoji Di Platform Media Sosial Instagram." *Frontiers in Communication* 8, no. tahun 1959 (2023): 1–12. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2023.1148517>.
- Murfianti, Fitri. *Meme Di Era Digital Dan Budaya Siber*, 2017.
- Nasution, Laraiba, Alvy Mawaddah, Muhammad Yusuf Siregar, Abdul Gapur, Universitas Harapan Medan, Informasi Artikel, Budaya Pop Jepang, and Jurnal Education. "Analisis Perkembangan Cosplay Sebagai Budaya Pop Jepang Di Kota Medan" 12, no. 3 (2024): 329–35.
- Octavia, Wandha Saphira. "Budaya Partisipasi Penulisan Berita Pada Media Online: Etnografi Virtual Pada Komunitas Virtual Kompasiana." *Uin Syarif Hidayatullah*, 2021, 1–218.
- Paramita, Djohanes Glorify, Nasrun Sandiah, and Titiek Mulianti. "Cosplay Sebagai Representasi Budaya Pop Jepang Dari Pandangan Penggemar Pada Kalangan Gen Z Di Kota Manado" 2, no.

- 3 (2025): 3145–56.
- Pranaya, Rolla Sancha, and Dimas Satrio Wijaksono. “Analisis Semiotika John Fiske Mengenai Representasi Maskulinitas Perempuan Dalam Film Disney Cruella” 2 (2023): 1–10.
- Prayoga, Yogi Septia, Eka Vidya Putra, and Lia Amelia. “Representasi Budaya Populer Jepang Dalam Komunitas Mirai No Yume Di Kota Bukittinggi” 6 (2023): 227–36.
- Putri, Ivana Nabila. “Analisis Identitas Komunikasi Cosplayer Crossdress Di Yogyakarta,” 2024, 147.
- Rakhmat, Surya Handika. “NILAI BUDAYA KHALAYAK DIGITAL DALAM KOMENTAR PADA KONTEN DAKWAH DI INSTAGRAM HANAN_ATTAKI,” 2020.
- Ramirez, Manuel Andres. “Dari Panel Ke Margin : Identitas , Marjinalisasi , Dan Subversi Dalam Cosplay,” 2017, 82.
- Reysen, Stephen, Courtney N Plante, Sharon E Roberts, and Kathleen C. Gerbasi. “Motivasi Cosplayer Untuk Berpartisipasi Dalam Fandom Anime” 4, no. 1 (2018): 29–40.
- Ririn. “Interaksi Komunitas Nishikai Penyuka Budaya Populer Jepang Antar Anggota Dan Masyarakat Di Kota Serang,” 2018, 1–195.
- Ryan, Alamsyah. *Analisis Etnografi Virtual Meme Islami Di Instagram Memecomic.Islam. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*, 2018.
- Sari, Cindi Purnama. “Budaya Penggemar Di Dunia Virtual (Studi Etnografi Virtual Pada Penggemar NCT Di Instagram)” 10, no. 8 (2023): 4109–14.
- Sari, Katarina Widhi Arneta. “Representasi Maskulinitas Pada Film (Analisis Semiotika John Fiske Dalam Drama Korea),” 2023, 1–30.
- Sari, Novita Intan. “Taaruf Digital (Studi Etnografi Virtual Komunikasi Termediasi Komputer Pada Rumah Taaruf MyQuran).” *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*, 2020, 203.
- Siregar, Abdul Gani. “Studi Netnografi Terpaan Tayangan Anime One Piece Pada Perubahan Gaya Hidup Anggota Komunitas One Piece ID Medan.” *Studi Netnografi Terpaan Tayangan Anime One Piece Pada Perubahan Gaya Hidup Anggota Komunitas One Piece ID Medan*, 2021, 1–64.
- Stokes, Jennifer. “Media Sosial , Budaya Visual Dan Identitas Kontemporer,” no. Imsci (2017): 159–63.
- Tinarbuko, Sumbo. “Membaca Tanda Dan Makna Dalam Desain Komunikasi Visual.” *Yogyakarta: Badan Penerbit ISI Yogyakarta*, 2017.