



Konstruksi Budaya Pada Komunitas One Piece Tangerang Selatan

Naufal Fadhila Hervian¹, Faisal Tomi Saputra², Mochammad Mirza³

^{1,2,3}Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang

Received: 06 Maret 2024

Revised: 22 Maret 2024

Accepted: 30 Maret 2024

Abstract

This thesis examines Japanese culture as popular culture which can be a factor in the construction of identity among fans of Japanese culture within the One Piece community, South Tangerang. This thesis aims to identify how Japanese culture can be one of the triggering factors for someone to use his identity as a fan in his daily life by showing a lifestyle that is different from his environment. This thesis uses qualitative methods with data collection techniques of observation, interviews, and in-depth observations of five informants. The concept used to analyze this thesis is Cultural Identity in the perspective of Cultural studies from Hall Stuart and Cris Barker. In the view of cultural studies, cultural identity explains how individuals construct identities beyond their original identities by using signs and symbols. The conclusion of this thesis is that Japanese fan culture can unknowingly enter and become the dominant culture in an individual when the individual starts consuming it. The representations made by fans are different for each fan. This is due to the difference in interpreting the existing symbols. Like, wearing Japanese-themed clothes, interacting with Japanese, using attributes (key chains or pins), and even drawing manga characters. because cultural identity has a dynamic nature that makes cultural identity diverse and developing. An example is a fan who continued to draw manga and eventually he was able to make his own Anime series, which gave rise to a Cultural Imperialism

Keywords:

Japanese Culture, Fans, Imperialism, Cultural Identity.

(*) Corresponding Author: naufalhervian@gmail.com

How to Cite: Hervian, N. F., Saputra, F. T., & Mirza, M. (2024). Konstruksi Budaya Pada Komunitas One Piece Tangerang Selatan. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11114465>.

PENDAHULUAN

Kebudayaan merupakan sesuatu yang krusial didalam sebuah komunikasi karena dalam kebudayaan ada sebuah tradisi, nilai, moral sampai berbagai ritual yang bisa mempegaruhi sikap dan perilaku seseorang, tidak terkecuali kebudayaan luar negeri yang banyak mempengaruhi jati diri seseorang, khususnya dalam kebudayaan didalam dirinya, contohnya saja yaitu, kebudayaan populer atau Budaya Pop yang muncul pertama kali di Amerika pada abad ke-19. (Que 2017)

Munculnya budaya Pop Amerika Serikat tersebut telah mengubah tidak hanya pada penampilan masyarakat Amerika Serikat saja, tapi juga telah merubah gaya hidup, pola berpikir dan perilaku masing masing individunya. Perlahan tapi pasti budaya Pop yang ada di negara- negara maju, mulai masuk dan mempegaruhi negara-negara kecil atau negara berkembang. Lalu beberapa negara negara berkembang pun menunjukkan fakta dan bukti nyata bahwa adanya pengaruh kebudayaan global tersebut yang telah sampai kepada mereka sehingga merekapun mengimitasi kebudayaan tersebut dari ideologi, pola pikir, hingga perilakunya. (Que 2017)

Dapat dilihat bahwa negara barat benar-benar mempunyai kuasa dalam mendominasi negara negara kecil yang sedang berkembang bahkan hingga masuk global. Bisa dilihat dari restoran-restoran yang menyediakan makanan khas yang

berasal dari Italia seperti Spagetti dan Pizza, Amerika dengan KFC dan McDonald. Lalu banyaknya bioskop-bioskop di seluruh Indonesia yang menampilkan film-film Hollywood dan film yang berasal dari Eropa. Bahkan dari gaya fashion pun berkiblat ke dunia barat (Dwiana 2014).

Salah satu bukti dan fakta bahwa budaya bida mempegaruhi negara negara berkembang adalah dengan adanya Korean-Pop (K-Pop). Dalam keseharian kita dapat melihat dan merasakannya hingga saat ini, dan saat ini Korean pop sudah banyak dikonsumsi dan diimitasi oleh orang Indonesia khususnya pada generasi muda. Begitu juga yang terjadi dengan kebudayaan Jepang yang ada di Indonesia salah satunya di Kota Tangerang. (Yudipratomo 2020)

Budaya Jepang ini mulai populer di kehidupan sehari-hari masyarakat di Indonesia pada rentang waktu dari akhir tahun 1990an dan awal tahun 2000-an . Sama halnya dengan budaya impor lainnya, budaya Jepang, dikategorikan sebagai budaya populer yang berhasil menembus dan berkembang dengan kebudayaan Indonesia, khususnya di Tangerang Selatan, dengan bantuan teknologi dan informasi sehingga menjadikan masuknya budaya Jepang ke Indonesia semakin mudah, walaupun produk produk budaya jepang ini sudah jarang terlihat di media tv dan radio, tetapi masyarakat Indonesia khususnya dikalangan remaja dapat mengakses produk produk budaya populer jepang itu melalui internet, dan televisi prabayar seperti netflix, Bstation dll. Dan dari sana berdampak pada keputusan untuk pembuatan komunitas komunitas yang berkaitan dengan budaya jepang, seperti komunitas cosplay, komunitas pecinta makanan jepang, komunitas pencinta anime. Dari begitu banyaknya komunitas muncullah event event dengan tema besar Kebudayaan Jepang, seperti Japan Matsuri, Japan Fest Indonesia, dan masih banyak event Jepang lainnya yang tersebar di berbagai kota kota besar di Indonesia (Lubis 2019).

Dari fenomena ini memunculkan ketertarikan dan perhatian peneliti, mengingat cepatnya perkembangan kebudayaan Jepang yang adopsi oleh masyarakat di Indonesia khususnya di Tangerang Selatan, dalam berbagai aspek kita dapat melihat begitu banyak produk kebudayaan jepang yang tersebar di masyarakat, berbagai produk kebudayaan Jepang seperti Anime, Manga dan Cosplay hingga makanan khas Jepang. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti adanya sebuah imperialisasi budaya Jepang di Indoneia (Dwiana 2014).

Anime, Manga, dan Cosplay pun mulai populer di Indonesia khususnya di kalangan generasi muda sejak tahun 1990-an, Sampai saat ini di seluruh Indonesia telah melahirkan ratusan komunitas-komunitas dan juga event-event yang berkaitan dengan kebudayaan Jepang atau biasa di sebut Jejepangan. Contohnya adalah Komunitas One Piece Tangerang Selatan (KOPTASID) yang memiliki ketertarikan kepada budaya populer jepang melalui anime One Piece, koptasid sendiri merupakan komunitas aliansi dari Komunitas One Piece Indonesia (OPID), KOPTASID Berdiri sejak tahun 2016, berawal dari seseorang yang menyukai Anime One Piece dan ikut event event seperti nonton bareng, dari indiidu ke individu lama lama menjadi sebuah organisasi atau sebuah komunitas pecinta Anime One Piece, Koptas terus berkembang dan mendominasi khususnya di kalangan penggemar anime one piece di Tangerang Selatan, koptasid juga masih aktif dan sering mengikuti event-event Kebudayaan Jepang khususnya di daerah Jabodetabek, dari event event itulah mereka berupaya untuk menarik siapapun yang

tertarik untuk bergabung di komunitasnya, terbukti bahwa dari event event seperti nobar dan lainnya koptasid terus memperbesar komunitasnya, terbukti saat koptasid melakukan kopdar atau kumpul komunitas yang datang bisa 20 hingga 40 orang, bukan hanya koptasid yang sering mengikuti event event jejepangan di berbagai tempat di jabodetabek, masih ada banyak lagi komunitas dan individu yang mengidolakan produk budaya populer Jepang seperti contohnya yaitu, Komunitas Sanggar komik anime dan teater (SKOATER), OPPA.ID, Komunitas Otaku Tangerang dan masih banyak lagi komunitas-komunitas penggemar budaya Jepang ini di seluruh Indonesia. Para komunitas tersebut kemudian berkembang hingga menjadi sebuah wadah penggemar budaya populer jepang itu khususnya dikalangan remaja di Indonesia, dari sini juga dapat terlihat jelas bahwa ada sebuah Imperialisme Budaya yang terjadi di dalamnya (Lubis 2019). Masuknya ekspansi kebudayaan Jepang tersebut cukup mempegaruhi kalangan muda di Makassar karena kebudayaan Jepang kemudian banyak di gemari oleh masyarakat, Khususnya pada sektor hiburan sehingga berdampak pada sektor hiburan di tanah air.

Tingginya animo masyarakat Indonesia pun dapat dilihat dalam keseharian yang di tampilkan di layar kaca Indonesia setiap hari dan penggemarnya pun selalu menunggu akan hal-hal baru dari kelanjutan konten-konten Jepang tersebut. Ekspansi kebudayaan Jepang tersebut dapat menjadi sebuah imperialism kebudayaan karena telah mempegaruhi masyarakat khususnya kaum muda dimana mereka mencoba menirukan berbagai gaya pakaian, kemudian gaya makan, hingga gaya berbicara dari karakter-karakter konten Jepang yang meninggalkan kesana kepada siapa saja yang melihat produk kebudayaan tersebut (Permana and Suzan 2018). Demi keberlangsungan ekspansi produk kebudayaan Jepang, Peranan berbagai instansi-instansi pemerintah dan swasta Jepang pun penting dalam menyebarluaskan produk kebudayaan tersebut. Ini menandakan Jepang benar-benar hadir di Indonesia untuk melangengkan eksistensi kebudayaan Jepang yang nantinya dapat berdampak pada tujuan kepentingan Jepang dan meninggalkan dominasi budaya populer Jepang kepada masyarakat sendiri Indonesia sendiri. komunitas pecinta Anime dan Manga hingga Cosplay kemudian semakin marak dikalangan masyarakat Indonesia. hal ini terjadi karena masuknya berbagai produk kebudayaan Jepang yang telah mempegaruhi generasi muda di Tangerang selatan untuk meniru dan mempraktekkan bentuk-bentuk kebudayaan Jepang tersebut dalam kehidupannya sehari-hari, dari mulai cara berpakaian, cara berbahasa, hingga berdampak kepada pola pikir individunya (Venus 2017).

Masuknya budaya Jepang dan gencarnya promosi kebudayaan Jepang oleh pemerintah Jepang melalui media digital yang dengan mudah diakses oleh masyarakat, merupakan tujuan utama Jepang, karena Indonesia sendiri merupakan sebuah pasar yang memiliki potensi yang besar dalam ekspansi produk kebudayaannya. Merebaknya budaya populer tersebut lantas meninggalkan kesan dan nilai-nilai yang berkarakter Jepang terhadap anak muda Indonesia. Perluasan kebudayaan Jepang ini kemudian berpengaruh terhadap Industri kreatif Jepang pada sektor industri hiburan khususnya. Sehingga sebagai Negara multikultural, Indonesia perlu waspada akan adanya ekspansi tersebut, karena anak muda lebih tertarik pada kebudayaan Jepang dibanding dengan kebudayaan Indonesia (Venus 2017).

Masuknya kebudayaan Jepang tersebut cukup memengaruhi generasi muda di Indonesia karena kebudayaan Jepang banyak di senangi oleh anak muda, Khususnya pada sektor hiburan sehingga berdampak pada sektor hiburan di tanah air. Tingginya ketertarikan masyarakat Indonesia pun dapat dilihat dalam keseharian anak mudanya yang biasa di sebut otaku, atau lebih populer disebut wibu, yang hampir setiap hari menonton dan mengikuti tayangan anime di web-web yang tersedia diinternet dari sini kita bisa simpulkan bahwa produk kebudayaan jepang ini dengan sangat mudah memikat ketertarikan masyarakat indonesia khususnya mereka para generasi muda. Ekspansi kebudayaan Jepang tersebut dapat menjadi sebuah imperialisme kebudayaan dikarenakan telah memengaruhi masyarakat khususnya anak muda dimana mereka menirukan berbagai gaya pakaian, kemudian gaya makan, hingga gaya berbicara dari karakter-karakter Anime Jepang yang meninggalkan sebuah kesan kepada orang yang melihat produk kebudayaan tersebut (Lubis 2019). Demi keberlangsungan ekspansi produk kebudayaan Jepang, Peranan berbagai instansi-instansi pemerintah dan swasta Jepang pun penting dalam menyebarluaskan produk kebudayaan negara lain tersebut. Ini menandakan Jepang benar-benar menghadirkan kebudayaan di Indonesia untuk melanggengkan kepopuleran kebudayaan Jepang yang nantinya dapat berpengaruh pada kepentingan Jepang itu sendiri dan meninggalkan dominasi budaya populer Jepang kepada Indonesia itu sendiri. (Mahardika, Maryani, and Rizal 2022)

Cepatnya produk budaya Jepang yang masuk ke Indonesia, mau tidak mau mengharuskan masyarakat khususnya kaum muda Indonesia untuk mengonsumsi produk budaya tersebut yang kemudian telah menjadi gaya hidup. Dengan ini Imperialisme budaya berkaitan dengan budaya populer. Kehidupan budaya populer memberikan kepuasan dan kenyamanan. Dunia hiburan telah tersebar melalui Internet, Televisi, Film dan masih banyak media lainnya. Adanya media tersebut memberikan dampak negatif terhadap konsumennya karena dapat memproduksi kesenangan, dan juga memudahkan masyarakat satu dan lainnya saling berinteraksi. Adorno mengatakan bawah budaya populer bersifat memengaruhi dan beracun yang kemudian berefek terhadap kehidupan sosial (Mahardika et al. 2022). Budaya populer ini merupakan suatu bisnis yang sangat serius apa lagi salah satu yang berkontribusi dalam pendapatan suatu negara. Dalam produksinya pun memikirkan bagaimana cara untuk meracuni dan memengaruhi para konsumen. Adanya budaya populer jepang dan semakin berkembangnya budaya tersebut dipastikan bawah Imperialisme budaya tetap akan ada.

Dari apa yang telah penulis paparkan tersebut, yakni konsep Imperialisme budaya memiliki keterkaitan yang kuat. Dimana, ketika suatu budaya masuk ke suatu negara kemudian memengaruhi dan mengubah gaya hidup masyarakat atau publiknya maka terjadilah imperialisme budaya. Imperialisme budaya tidak akan terjadi jika dominasi suatu produk budaya tersebut tidak banyak terjadi. Media online kemudian berperan sangat penting dalam munculnya kebudayaan baru untuk menyebarkan informasi dan layanan hiburan sehingga konsumen yang melihat dan merasakan produk budaya dalam kesehariannya pun terpegaruh secara sadar dan tidak sadar. Anime mejadi tombak utama atau sentral masuknya kebudayaan tersebut, sehingga ketika kebudayaan tersebut marak untuk di komersialkan dan telah melahirkan respon masyarakat yang positif dan dari sana masyarakat pun

mulai ketergantungan, disitulah dominasi muncul yang kemudian menghadirkan imperialisme kebudayaan (Dwiana 2014).

Indonesia sendiri merupakan tujuan utama dalam mempromosikan kebudayaan Jepang secara massif karena Indonesia merupakan negara yang besar sehingga memberikan peluang yang besar bagi Jepang untuk melakukan ekspansi produk kebudayaannya yang berdampak pada image baik dan peningkatan perekonomian Jepang. imperialisme budaya Jepang dilakukan dalam bentuk persebaran produk hiburannya seperti Anime, Manga hingga Cosplay dan juga kuliner. Adanya persebaran tersebut telah memengaruhi gaya hidup dan pola konsumtif di Indonesia dan menjadikannya budaya Jepang merupakan budaya yang superior di kalangan anak muda zaman sekarang. (Dwiana 2014)

Cepatnya produk kebudayaan Jepang menyebar di Indonesia yang berbentuk Anime, Manga dan Cosplay di kalangan anak muda Indonesia ini, adalah salah satu bukti nyata terjadinya imperialisme budaya. Maka dari itu, peneliti sangat tertarik untuk meneliti tentang bagaimana dominasi dari produk budaya Jepang masuk ke kota Tangerang sehingga membentuk suatu komunitas-komunitas pecinta Anime hingga menyebarnya produk produk kebudayaan Jepang di Tangerang selatan. (Wahidati, Kharismawati, and Mahendra 2018).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Menurut Hikmat (Lubis 2019) metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan berperilaku yang dapat diamati. Metode kualitatif dipergunakan dengan beberapa pertimbangan: Pertama, menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan ganda. Kedua, metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dengan responden. Ketiga, metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama dan terhadap pola-pola nilai yang dihadapi. Dalam penelitian ini, menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu: Wawancara, observasi dan dokumentasi. Objek penelitian ini adalah anggota dari komunitas anime Komunitas One Piece Tangerang Selatan. Mereka adalah komunitas yang terbentuk karena dasar kesukaan mereka dengan anime One Piece tersebut. Komunitas ini dibentuk pada bulan Juni 2016 yang diawali oleh beberapa orang yang bertemu di sosial media sehingga timbul ide untuk membentuk sebuah komunitas anime. (Lubis 2019)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kemunculan budaya Jepang di Tangerang Selatan bersamaan dengan perkembangan teknologi dan pengetahuan. Pengaruh media terhadap komersialisasi produk budaya Jepang di Indonesia terlihat sangat jelas, terbukti dengan munculnya berbagai komunitas pecinta produk budaya Jepang di Tangerang Selatan, khususnya manga dan anime, dan sudah merambah ke industri kuliner. Suatu negara dikatakan imperial di suatu wilayah ketika negara tersebut mengejar tujuan tertentu, seperti kepentingan nasional, meningkatkan perekonomian negara melalui ekspansi dan diplomasi produk budayanya. Dalam hal ini, Jepang berusaha menyebarkan pemahaman Jepang, moral Jepang dan nilai-nilai budaya Jepang di Indonesia untuk menciptakan citra Jepang yang

positif dan menarik konsumsi masyarakat untuk menghasilkan pendapatan yang melimpah. Melihat besarnya pasar di Indonesia, Jepang mengambil kesempatan untuk menyebarkan pemahaman tentang Jepang.

Menurut (Martin and Nakayama 1999) didalam (Mirrless 2015). Imperialisme ini disebabkan oleh adanya fakta bahwa negara-negara maju ini memiliki uang dan perkembangan teknologi yang pesat. Artinya, negara maju bisa menguasai negara negara kecil karena punya uang untuk mengkomersialkan budayanya dan menjual barang ke seluruh dunia. Hal yang sama juga dilakukan Jepang di Indonesia. Jepang tidak takut menghabiskan banyak uang untuk sukseskan berbagai acara budaya Jepang di Indonesia. Hal ini kemudian melanjutkan ekspansi produk budaya Jepang di Indonesia. Lalu ada sistem kapitalis.

dimana perusahaan Jepang bekerja sama dengan pemerintah kemudian menjual produk budayanya, seperti mainan budaya populer yang laris manis di masyarakat, berbagai penyedia animasi dan manga, J-pop hingga kuliner.

Dalam penelitian ini peneliti menganalisis semua data, kemudian memaparkan hasil lapangan dan membahas tentang adanya imperialisme budaya jepang padaa komunitas one piece Tangerang Selatan. Seperti yang telah dijelaskan peneliti pada pembahasan sebelumnya, Imperialisme budaya merupakan sebuah jajahan yang dilakukan negara besar untuk mengantongi berbagai keuntungan, peneliti bertujuan untuk mengetahui adanya sebuah imperialisme didalam komunitas one pice Tangerang Selatan.

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan bahan dari hasil wawancara dengan informan yang diperlukan yang menjawab beberapa pertanyaan, memberikan peneliti data yang valid dan gambaran yang akan menjawab masalah sampai kesimpulan tercapai dan kemudian dokumentasi disertakan. Selain itu, bab ini menganalisis dari berbagai sudut pandang tujuan penelitian yaitu mengkaji dan menganalisis adanya sebuah imperialisme budaya jepang padaa komunitas one piece Tangerang Selatan.

Untuk lebih mendalami, Teori yang akan di gunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan konsep yang berhubungan dengan fakta dan kenyataan yang ada dilapangan, yakni Teori Imperialisme Budaya. Pengalihan Ideologi jadi indikator yang merujuk pada teori yang dikemukakan oleh Schiller. (Schiller 1991) berpendapat imperialisme budaya mengatakan bahwa dunia Barat mendominasi media di seluruh dunia ini. Ini pula, media massa negara Barat juga mendominasi media massa diseluruh dunia. Alasannya adalah, media Barat meemiliki efek yang sangat berpengaruh terhadap mempengaruhi media dunia, melalui berbagai indikator dan yang terbesar adalah perubahan ideologi disatu bangsa.

1) Awal mula penyebaran budaya Jepang didalam Komunitas One Piece Tangerang Selatan

Awal mula masuknya kebudayaan Jepang keIndonesia ditahun 90-an melalui banyaknya tayangan anime yang di tayangkan di televisi mulai dari Hunter x Hunter, Dragon Ball, Naruto, One Piece dan masih banyak sekali anime yang populer dikala itu, belum lagi penjualan komik yang sangat banyak dan menarik minat para pembaca yang tentunya masyarakat Indonesia khususnya generasi muda saat itu, hingga kini budaya populer itu masi disukai.

2) Besarnya Rasa Penasaran dan Ketertarikan pada Anime

Kerja Desain karakter Anime kebanyakan adalah karakter yang lucu dan itu membuat karakter ini mudah diingat dan disukai oleh banyak orang, terutama penggemar. Contohnya antara lain Pikachu, Doraemon, bahkan beberapa karakter cewek yang hanya figuran di manga.

tidak seperti gaya gambar Kartun barat, Anime memiliki gaya gambar tersendiri yang tidak kaku mengikuti anatomi dasar tubuh manusia. Karena gaya menggambar manga

yang unik ini, banyak orang yang tertarik untuk meniru karakter favoritnya kemudian mencoba membuat gambar karakternya sendiri dengan gaya gambar di Anime.

karakter yang dibuat di awal setiap seri manga juga bisa disebut pemula yang tumbuh dengan dirilisnya seri selanjutnya, seperti di manga Naruto, yang awalnya hanyalah seorang anak kecil yang bercita-cita menjadi Hokage (pemimpin desa) dan terlepas dari semua perjuangannya, dia akhirnya berhasil mencapai mimpi tersebut. Hal ini membuat pembaca merasa memiliki koneksi yang kuat dengan manga yang sedang mereka garap untuk membaca.

KESIMPULAN

Berdasarkan Konstruksi budaya yang terjadi di dalam komunitas One Piece Tangerang Selatan disebabkan oleh rasa ketertarikan terhadap kehidupan dan aktivitas sehari-hari masyarakat Jepang. Munculnya imperialisme ini juga dikarenakan gaya gambar yang lucu dan menarik yang berbeda dengan kartun negara lain, topik yang disajikan dalam manga menarik dan bervariasi. Mempelajari, menonton, dan mengonsumsi Anime dapat menyebabkan penggemar secara tidak sadar berubah dan perlahan membangun identitas budayanya. Untuk membentuk identitasnya, para penggemar telah mengungkapkan identitas tersebut melalui atribut yang mereka gunakan, bahasa yang mereka gunakan untuk berinteraksi, pakaian yang mereka kenakan, nama panggilan yang terdengar seperti nama Jepang, atau menggunakan nama karakter Anime Jepang favorit mereka, baik di antara teman-teman komunitas, jaringan sosial, Representasi identitas yang dihasilkan oleh penggemar tidak akan sama antara satu individu dengan individu lainnya.

Identitas itu memiliki sifat yang dinamis. Penggemar Anime tidak hanya akan mewakili identitas mereka dengan ini, tetapi mereka akan berusaha untuk lebih mengembangkan dan menonjolkan keberadaan identitas budaya mereka sebagai penggemar. Salah satu caranya adalah dengan terus mengasah wawasannya mengenai Anime, kemampuan berkomunikasi dan menggunakan kemampuan tersebut sebagai cara untuk menunjukkan eksistensinya sebagai seorang penggemar produk kebudayaan Jepang.

DAFTAR PUSTAKA

473-Article Text-748-1-10-20200626. (N.D.).

Dwiana, Ressi. 2014. "Korean Wave, Imperialisme Budaya, Dan Komersialisasi Media." *Jurnal Komunikasi* 6 (1): 41–51. <http://journal.untar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/23>.

Dwiana, Ressi. 2014. "Korean Wave, Imperialisme Budaya, Dan Komersialisasi Media." *Jurnal Komunikasi* 6(1):41–51.

Lubis, Muhammad Irfan Syukhori. 2019. "Komodifikasi Anime Sebagai Budaya Populer Pada Komunitas Anime One Piece Di Kota Medan." *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 3(2):129–41. doi: 10.30596/interaksi.v3i2.3351.

Mahardika, E. Maryani, and E. Rizal. 2022. "Budaya Korean Wave Sebagai Komoditas Industri Media Indonesia." *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique* 5(1):121–33.

Mirrless. 2015. "No Title."

Permana, Rangga Saptya Mohamad, and Nessa Suzan. 2018. "Pengalaman Komunikasi Dan Konstruksi Makna 'Otaku' Bagi Penggemar Budaya Jepang (Otaku)." *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi* 8(1). doi: 10.34010/jipsi.v8i1.887.

Que, Stella Rose. 2017. "Masyarakat Multikultural Dalam Cerminan Budaya Populer Amerika Dan Indonesia." *Jurnal Tahuri* 14(1):13–18.

Schiller. 1991. "No Title." 30.

Venus, Antar. 2017. "Budaya Populer Jepang Di Indonesia : Catatan Studi Fenomenologis

- Tentang Konsep Diri Anggota Cosplay Party Bandung.” *Jurnal ASPIKOM* 1(1):71. doi: 10.24329/aspikom.v1i1.9.
- Wahidati, Lufi, Mery Kharismawati, and Alvin Octo Mahendra. 2018. “PENGARUH KONSUMSI ANIME DAN MANGA TERHADAP PEMBELAJARAN BUDAYA DAN BAHASA JEPANG.” 7(1).
- Yudipratomo, Okeu. 2020. “Benturan Imperialisme Budaya Barat Dan Budaya Timur Dalam Media Sosial.” *Jurnal Audience* 3(2):170–86. doi: 10.33633/ja.v3i2.3718.