

Gaya Berpakaian sebagai Manifestasi Ekspresi Diri Wibu

Achmad Ilhan Pratama¹, Zainal Abidin², Tri Widya Budhiharti³

^{1,2,3} Ilmu Komunikasi, Universitas singaperbangsa Karawang

e-mail: 2010631190033@student.unsika.ac.id¹, zainal.abidin@fisip.unsika.ac.id²,
tri.widya@fisip.unsika.ac.id³

Abstrak

Begitu tingginya animo masyarakat membuat kita sering mendengar istilah wibu di sekitar kita, karena Wibu adalah istilah yang digunakan untuk menyebut para penggemar anime atau manga, terutama dikalangan remaja di Indonesia. Kata “wibu” sendiri berasal dari Bahasa Jepang “weeboo” yang awalnya memiliki konotasi negatif sebagai penggemar anime dan manga yang obsesi terhadap budaya populer Jepang. Budaya wibu, yang merujuk pada penggemar anime dan manga, merupakan subkultur yang berkembang pesat di Indonesia, termasuk di Karawang. Komunitas Anime Lovers Karawang menjadi salah satu contoh nyata di mana individu berkumpul untuk berbagi minat yang sama. Dalam komunitas ini, gaya berpakaian sering kali terinspirasi oleh karakter-karakter dalam anime, menjadikan pakaian sebagai sarana untuk mengekspresikan kecintaan terhadap budaya Jepang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana konstruksi identitas diri wibu dalam berpakaian, dan bagaimana ekspresi wibu anggota Anime Lovers Karawang dalam berpakaian. Dengan menggunakan teori self disclosure dan metode kualitatif, penelitian ini melibatkan lima informan utama dan satu informan pendukung.

Kata Kunci: *Anime, Komunitas, Pakaian, Wibu.*

Abstract

The high enthusiasm among people has made the term “wibu” frequently heard in our surroundings. “Wibu” is a term used to refer to fans of anime or manga, particularly among teenagers in Indonesia. The word “wibu” itself originates from the Japanese term “weeboo,” which initially carried a negative connotation for anime and manga fans who are overly obsessed with Japanese pop culture. The “wibu” culture, referring to anime and manga enthusiasts, has grown rapidly in Indonesia, including in Karawang. The Anime Lovers Karawang community serves as a concrete example where individuals gather to share similar interests. In this community, styles of dress are often inspired by characters in anime, making clothing a medium to express their love for Japanese culture. This study aims to analyze how “wibu” construct their self-identity through clothing and how members of the Anime Lovers Karawang community express themselves in their attire. Using the theory of self-disclosure and a qualitative method, the research involves five main informants and one supporting informant.

Keywords: *Anime, Community, Clothing, Weeboo..*

PENDAHULUAN

Kebudayaan Jepang memiliki ciri khas yang dapat menarik perhatian orang di seluruh dunia, tidak hanya di Jepang. Komik Jepang (manga), kartun, animasi (anime), dan makanan Jepang adalah beberapa contoh budaya Jepang yang sangat berpengaruh di negara lain. Jepang berhasil menyebarkan kebudayaannya di seluruh Asia Timur dan Tenggara, berkat keanekaragaman budayanya. Indonesia adalah salah satu negara Asia Tenggara yang terkena dampak kebudayaan Jepang. (Riyadie, 2022).

Timothy J. Craig (2000) dalam tulisannya yang berjudul Japan Pop! Inside the World of Japanese Popular Culture menyebutkan ada beberapa faktor yang menyebabkan budaya populer Jepang seperti manga dan anime dapat diterima dengan baik tidak hanya di Jepang, tetapi juga di luar Jepang (Nugroho, 2020).

Anime, manga, dan mode atau gaya berpakaian adalah tiga jenis kebudayaan populer modern Jepang yang paling diminati, menurut penelitian Venus dan Helmi (2010). Orang Jepang sering menggunakan kata "anime" untuk menyebut semua film animasi, tanpa memandang negara asal mereka. Namun, orang di luar Jepang, termasuk orang Indonesia, menggunakan kata "anime" untuk menyebut film animasi yang dibuat dan dipopulerkan di Jepang. (Nugroho, 2020).

Manga (漫画) diartikan sebagai "komik" dan secara harfiah dalam bahasa Indonesia berarti gambar aneh dan sketsa spontan. Manga merupakan gambar komik yang dibuat menggunakan bahasa Jepang (Venus & Helmi, 2010), sedangkan Anime sendiri merupakan istilah serapan oleh orang Jepang seperti yang diungkapkan oleh Kurnia (2006:202) yang mengatakan bahwa istilah anime sendiri merupakan penjemputan kata animation dari bahasa Inggris, maka jika dalam bahasa Jepang adalah アニメーション (baca: anime-shon), kemudian disingkat menjadi アニメ (baca: anime).

Dalam beberapa dekade terakhir, budaya populer Jepang, khususnya anime dan manga, telah memberikan pengaruh besar terhadap pembentukan identitas generasi muda di Indonesia. Komunitas seperti Anime Lovers Karawang menjadi wadah bagi individu untuk mengekspresikan kecintaan mereka terhadap budaya ini, terutama melalui gaya berpakaian yang terinspirasi dari karakter anime. Proses pembentukan identitas ini melibatkan banyak faktor, termasuk lingkungan sosial, kelompok referensi, dan figur idola. Seperti yang diungkapkan oleh Barker (2004), "konstruksi identitas diri adalah proses yang menunjukkan siapa diri kita sebenarnya dan bagaimana kita membedakan diri dari orang lain melalui persepsi sosial yang dibentuk oleh lingkungan" (Sabila et al., 2023). Faktor-faktor tersebut sangat relevan dalam konteks komunitas penggemar anime, di mana anggota komunitas sering kali terlibat dalam interaksi sosial yang memperkuat identitas mereka sebagai penggemar budaya Jepang.

Pertengahan 1990-an menyaksikan peningkatan popularitas anime di Indonesia. Acara anime mulai ditayangkan secara gencar di stasiun televisi. Judul-judul seperti Saint Seiya, Sailor Moon, Dragon Ball, Naruto, dan lainnya pernah ditayangkan dan mendapat tanggapan positif dari penggemarnya, yang secara tidak langsung mendukung perkembangan anime di Indonesia hingga saat ini. (Yamane, 2020).

Keterlibatan masyarakat yang tinggi membuat kita sering mendengar istilah "wibu" di sekitar kita. Ini karena "wibu" adalah istilah yang digunakan untuk menyebut penggemar anime atau manga, terutama di kalangan remaja di Indonesia. Pada awalnya, istilah "wibu" berasal dari kata Bahasa Jepang "weeboo", yang memiliki konotasi negatif sebagai penggemar anime dan manga yang obsesif terhadap budaya populer Jepang. Namun, seiring waktu, para penggemar anime dan manga di Indonesia mulai menggunakannya sebagai identitas dan komunitas, dan mereka biasanya memiliki minat yang besar pada Bahasa Jepang, budaya populer Jepang, dan musik Jepang. (Afiuddin, 2019).

Wibu adalah orang yang sangat menyukai budaya Jepang tetapi bukan orang Jepang. Mereka selalu merasa dirinya orang Jepang dan lebih mengakui budaya Jepang daripada budayanya sendiri. Mereka juga sering menggunakan bahasa Jepang setiap hari, bahkan seperti orang Jepang. Selain itu, para wibu sering bertemu, biasanya di acara Jepang. Selain itu, mereka kerap kali mengadakan pertemuan sesama para wibu, biasanya tempat berkumpul mereka pada saat ada acara event Jepang (Afiuddin, 2019).

Remaja Wibu yang menyukai anime dan mode memiliki cara unik untuk menunjukkan bahwa mereka penggemar anime atau Wibu. Remaja wibu biasanya mengkomunikasikan identitas sosialnya secara non verbal melalui gaya hidup, pakaian, aksesoris, dan bahasa. Akibatnya, penampilan remaja wibu tampaknya menawarkan petunjuk transformasi sosial yang luas dalam masyarakat. Oleh karena itu, gaya berpakaian remaja wibu menunjukkan budaya yang mereka ikuti. (Afiuddin, 2019).

Budaya wibu, yang merujuk pada penggemar anime dan manga, merupakan subkultur yang berkembang pesat di Indonesia, termasuk di Karawang. Komunitas Anime Lovers Karawang menjadi salah satu contoh nyata di mana individu berkumpul untuk berbagi minat yang sama. Dalam komunitas ini, gaya berpakaian sering kali terinspirasi oleh karakter-karakter dalam anime, menjadikan pakaian sebagai sarana untuk mengekspresikan kecintaan terhadap budaya Jepang.

Selain itu, fenomena fandom dalam budaya populer, seperti yang dijelaskan oleh Juwita et al. (2022), menunjukkan bahwa penggemar tidak hanya mengonsumsi budaya populer, tetapi juga membangun identitas budaya melalui komunitas fandom mereka. Sebagaimana ditemukan dalam penelitian Juwita et al. (2022), "fandom merupakan sebuah subkultur di mana penggemar bersatu, berbagi kepentingan yang sama, dan menciptakan identitas kolektif yang unik." Hal ini juga terjadi pada komunitas Anime Lovers Karawang, di mana interaksi antaranggota memperkuat identitas mereka sebagai bagian dari subkultur wibu.

Berdasarkan stigma yang ada di masyarakat Indonesia, seorang wibu biasanya dapat dikenali lewat cara berpakaianya. Mayoritas wibu yang ada di Indonesia memiliki gaya berpakaian yang serupa, pakaian yang biasa digunakan oleh wibu adalah kaos yang memiliki desain karakter dari anime favoritnya, dilapisi dengan jaket, celana oversized, sepatu sneakers, dilengkapi dengan masker di wajahnya, dan aksesoris yang terpasang di kepalanya.

Berbusana sangat melekat sebagai ciri siapa pemakainya, sebagaimana dikatakan Umberto Eco 2014 dalam bukunya *Tamasya dalam Hiper-realitas* yang menyatakan "I speak through my clothes" (aku berbicara lewat busanaku). Seorang Wibu pun memiliki gaya berpakaianya sendiri yang akan dijadikan tujuan utama dalam penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Oleh karena itu, penulis ingin meneliti bagaimana dan motif apa yang mendasari gaya berpakaian seseorang sehingga dia bisa dikatakan sebagai seorang wibu.

Berdasarkan paragraf diatas peneliti menemukan bahwa banyak sekali Masyarakat yang ada di sekitar kita memiliki stigma negatif terhadap gaya berpakaian wibu yang dimana sebenarnya itu hanyalah sebuah pengekspresian diri untuk apa yang disukainya, hal ini juga yang membuat peneliti tertarik untuk penelitian dengan judul "Ekspresi Diri Melalui Gaya Berpakaian: Studi Kasus Komunitas Anime Lovers Karawang" karena peneliti ingin mengangkat apa yang membuat mereka sampai mempunyai gaya berpakaian yang khas dalam komunitas wibu/anime tersebut.

METODE

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif karena data dan informasi yang dikumpulkan dan diperoleh peneliti berupa informasi kata-kata dan tekstual, bukan nilai numerik. Jenis penelitian ini menghasilkan temuan yang tidak dapat dicapai dengan metode statistik atau kuantitatif (Utami, 2022).

Penelitian kualitatif lebih menekankan proses dan makna, dan biasanya menggunakan analisis. Selain memberikan gambaran tentang lingkungan penelitian dan berfungsi sebagai bahan untuk diskusi tentang hasil penelitian, landasan teori berfungsi sebagai pedoman untuk memastikan bahwa fokus penelitian sesuai dengan informasi yang ada di lapangan.

Penelitian studi kasus adalah jenis penelitian kualitatif yang melihat dan mendengar tentang bagaimana seseorang menjelaskan dan memahami pengalamannya sendiri. Tujuan dari penelitian studi kasus adalah untuk menginterpretasikan dan menjelaskan pengalaman seseorang sepanjang hidup mereka, termasuk interaksi dengan orang lain dan lingkungannya.

Dalam penelitian kualitatif, kehadiran fenomena dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang sudah ada dan muncul dalam pikiran peneliti dengan cara dan penjelasan tertentu tentang bagaimana proses menjadi jelas dan nyata.

Metode utama penelitian kualitatif adalah peneliti sendiri. Peneliti membuat desain, prosedur, dan prosedur penelitian; mereka juga menentukan proses dan hasil penelitian. Oleh karena itu, penelitian kualitatif dapat didefinisikan sebagai penelitian lapangan yang bertujuan untuk mengembangkan atau mendeskripsikan fenomena tertentu sesuai dengan apa yang ditemukan di lapangan sekaligus mengungkap gejala suatu objek tertentu

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ekspresi diri wibu melalui gaya berpakaian di komunitas Anime Lovers Karawang dapat dianalisis melalui lima aspek dalam teori self-disclosure: ketepatan, motivasi, keintensifan, waktu, serta kedalaman dan keluasan. Selain itu, pengungkapan identitas melalui pakaian ini juga memperkuat rasa kebersamaan di dalam kelompok, sesuai dengan teori identitas sosial, dan

mencerminkan adaptasi mereka terhadap norma sosial dalam kehidupan sehari-hari, sebagaimana dijelaskan dalam teori dramaturgi.

1. Ketepatan

Anggota komunitas Anime Lovers Karawang menunjukkan pemahaman yang baik tentang ketepatan dalam mengekspresikan identitas mereka melalui gaya berpakaian. Saat berada di komunitas atau acara jejepangan, mereka merasa bahwa mengenakan pakaian bertema anime secara mencolok, seperti kostum cosplay atau jaket dengan gambar karakter favorit, adalah hal yang wajar dan diterima. Dalam konteks ini, pengungkapan diri mereka dianggap relevan karena sesuai dengan norma sosial komunitas yang mendukung.

Sebaliknya, dalam kehidupan sehari-hari atau di ruang publik, mereka membatasi pengungkapan diri dengan memilih elemen fashion yang lebih sederhana, seperti kaos berdesain minimalis atau aksesoris kecil bertema anime. Strategi ini menunjukkan kesadaran mereka terhadap norma sosial yang berlaku di lingkungan umum. Pendekatan ini juga dapat dijelaskan melalui teori dramaturgi oleh Goffman (1959), di mana mereka menyesuaikan penampilan di "panggung belakang" (kehidupan sehari-hari) untuk menjaga keseimbangan antara ekspresi diri dan penerimaan sosial.

2. Motivasi

Motivasi dalam teori self-disclosure menjelaskan alasan individu mengungkapkan diri, yang meliputi motivasi identitas diri, motivasi relasional, dan motivasi ekspresif (Altman & Taylor, 1973). Anggota komunitas Anime Lovers Karawang menunjukkan motivasi yang kuat dalam mengekspresikan diri melalui pakaian bertema anime:

- a. Motivasi Identitas Diri: Pakaian bertema anime digunakan untuk menegaskan identitas mereka sebagai penggemar anime dan budaya Jepang. Item fashion seperti jaket atau kostum cosplay menjadi simbol visual yang mencerminkan minat dan kepribadian mereka.
- b. Motivasi Relasional: Pakaian berfungsi sebagai alat untuk membangun hubungan sosial. Dengan mengenakan pakaian bertema anime, mereka dapat menarik perhatian individu lain yang memiliki minat serupa dan mempermudah interaksi sosial di dalam komunitas.
- c. Motivasi Ekspresif: Pakaian digunakan untuk mengekspresikan apresiasi mereka terhadap karya anime, karakter favorit, atau budaya Jepang secara keseluruhan.

3. Keintensifan

Dalam teori dramaturgi, Goffman menjelaskan bahwa individu menyesuaikan intensitas pengungkapan identitas mereka berdasarkan audiens yang dihadapi. Pada komunitas Anime Lovers Karawang, intensitas pengungkapan identitas melalui gaya berpakaian cenderung tinggi saat mereka berada di lingkungan komunitas atau acara jejepangan. Dalam situasi ini, mereka merasa aman dan percaya diri untuk mengenakan pakaian bertema anime yang mencolok, seperti kostum cosplay atau jaket dengan desain karakter favorit.

Namun, di luar komunitas, intensitas pengungkapan berkurang. Mereka tetap konsisten mengekspresikan identitas mereka sebagai wibu, tetapi dengan cara yang lebih subtil, seperti mengenakan kaos minimalis atau aksesoris kecil. Dalam teori dramaturgi, hal ini mencerminkan bagaimana individu memainkan peran mereka sesuai dengan audiens. Di "panggung depan," seperti dalam komunitas, mereka menampilkan peran wibu secara maksimal, sementara di "panggung belakang," mereka menjaga pengungkapan lebih terbatas untuk menyesuaikan dengan norma sosial.

4. Waktu

Aspek waktu dalam teori self-disclosure berkaitan dengan kapan individu merasa nyaman untuk mengungkapkan identitas mereka. Anggota komunitas Anime Lovers Karawang menunjukkan pengungkapan diri yang lebih intens saat berada di lingkungan yang mendukung, seperti acara komunitas atau event jejepangan. Namun, dalam kehidupan sehari-hari, mereka memilih waktu yang lebih tepat untuk mengenakan elemen fashion yang lebih sederhana agar tetap relevan dengan norma sosial di lingkungan tersebut.

5. Ketepatan dan Keluasan

Dalam konteks komunitas Anime Lovers Karawang, anggota komunitas menunjukkan ekspresi diri yang beragam melalui gaya berpakaian yang mencerminkan kedalaman dan keluasan identitas mereka sebagai wibu.

Kedalaman terlihat dari bagaimana mereka menggunakan item fashion bertema anime yang memiliki makna simbolis mendalam, seperti kaos dengan gambar karakter favorit, jaket bertema Attack on Titan, atau bahkan kostum cosplay yang menunjukkan keterikatan emosional dengan anime tertentu. Pakaian ini menjadi medium untuk menampilkan aspek identitas pribadi mereka yang paling penting dan signifikan. Menurut Goffman (1959) dalam teori dramaturgi, individu memainkan peran yang berbeda sesuai dengan audiens dan konteks sosial. Di "panggung depan," seperti dalam komunitas atau event jejepangan, individu menampilkan identitas mereka secara maksimal karena merasa berada di lingkungan yang mendukung dan aman.

Pembahasan

Dalam konteks teori dramaturgi oleh Goffman, (1959), anggota komunitas Anime Lovers Karawang menggunakan gaya berpakaian bertema anime sebagai "kostum" untuk menampilkan peran mereka sebagai wibu di "panggung depan." Misalnya, mereka mengenakan jaket dengan gambar karakter, kaos bergambar anime, atau aksesoris seperti pin dan gantungan kunci untuk menunjukkan kecintaan mereka terhadap budaya Jepang. Pakaian ini menjadi cara untuk menegaskan identitas mereka, baik di dalam komunitas maupun di luar komunitas, tergantung pada situasi dan audiens.

Namun, ekspresi diri ini sangat bergantung pada konteks sosial dan norma yang berlaku. Dalam acara komunitas atau event jejepangan, anggota komunitas merasa lebih bebas dan percaya diri untuk mengenakan pakaian bertema anime secara penuh. Hal ini sesuai dengan teori self-disclosure dari Altman dan Taylor (1973), yang menyatakan bahwa pengungkapan diri cenderung lebih terbuka dan intensif ketika berada di lingkungan yang mendukung. Dalam situasi ini, pakaian yang dikenakan tidak hanya mencerminkan minat pribadi, tetapi juga menjadi simbol dari identitas kelompok yang mereka anut. Sebaliknya, dalam kehidupan sehari-hari, anggota komunitas memilih untuk mengekspresikan diri dengan cara yang lebih subtil.

Motivasi di balik ekspresi diri melalui pakaian ini beragam, dan dapat dijelaskan melalui teori motivasi self-disclosure. Anggota komunitas Anime Lovers Karawang mengenakan pakaian bertema anime sebagai cara untuk menegaskan identitas mereka sebagai bagian dari kelompok wibu dan menunjukkan kebanggaan terhadap budaya Jepang yang mereka kagumi. Selain itu, pakaian tersebut berfungsi sebagai alat untuk membangun relasi sosial dengan orang lain yang memiliki minat serupa, menciptakan peluang untuk bertemu dan berinteraksi dengan orang-orang yang memiliki kesamaan hobi. Nurjanah et al. (2023) menemukan bahwa cosplayer anime perempuan memandang cosplay sebagai identitas dan sumber kebahagiaan, dengan motivasi yang didorong oleh kecintaan terhadap karakter anime dan dukungan keluarga. Pengalaman komunikasi dalam komunitas ini membantu membentuk identitas diri yang independen dan meningkatkan rasa harga diri.

Dalam pembentukan identitas komunitas Anime Lovers Karawang, lingkungan sosial dan kelompok referensi memainkan peranan penting. Seperti halnya fenomena Korean make-up yang terinspirasi dari idola K-pop, anggota komunitas ini juga mengambil inspirasi dari karakter anime yang mereka idolakan. Menurut Sabila et al. (2023), "kelompok acuan atau reference group, seperti fandom, dapat memengaruhi identitas diri individu dengan memberikan referensi nilai-nilai, peran, dan gaya tertentu yang dapat digunakan sebagai pedoman." Hal ini terlihat jelas dalam komunitas Anime Lovers Karawang, di mana kehadiran kelompok dengan minat serupa membantu anggota untuk memperkuat identitas mereka melalui pakaian yang mencerminkan kecintaan terhadap karakter anime favorit mereka.

Selain itu, seperti yang ditemukan oleh Juwita et al. (2022), fandom laki-laki pecinta boyband Korea di Karawang juga menunjukkan pola pembentukan identitas yang serupa, di mana keterlibatan dalam fandom memberikan rasa keterikatan emosional dan identitas sosial yang kuat. "Motivasi menjadi bagian dari fandom sering kali melibatkan pencarian makna diri, kebutuhan akan hubungan sosial, dan apresiasi terhadap nilai-nilai yang diwakili oleh idola mereka" (Juwita et al., 2022). Pola ini dapat dibandingkan dengan komunitas Anime Lovers Karawang, yang juga menemukan makna dan identitas mereka melalui kecintaan terhadap budaya Jepang. Penelitian oleh Nurjanah et al. (2023) menunjukkan bahwa remaja penggemar budaya populer Jepang juga

menggunakan media sosial sebagai platform untuk mengekspresikan dan membangun identitas diri mereka, dengan interaksi dalam komunitas online memperkuat rasa keterhubungan dan identifikasi dengan budaya Jepang.

Kendati demikian, ekspresi diri melalui pakaian ini tidak bersifat mutlak. Teori identitas sosial dari Tajfel dan Turner (1979) menunjukkan bahwa individu dalam kelompok sosial seringkali mengekspresikan identitas mereka melalui simbol-simbol yang dapat dikenali oleh orang lain. Sebagian besar anggota memilih pakaian yang lebih sederhana dan tidak mencolok agar dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan yang lebih luas, tanpa menarik perhatian yang tidak diinginkan atau menghadapi stigma sosial.

Secara keseluruhan, ekspresi diri anggota komunitas Anime Lovers Karawang melalui gaya berpakaian merupakan bentuk komunikasi visual yang mencerminkan identitas pribadi dan kelompok. Mereka memilih untuk mengenakan pakaian bertema anime dalam konteks yang mendukung, seperti di acara komunitas atau event jejepangan, sementara di luar komunitas, mereka lebih memilih pakaian yang lebih sederhana untuk tetap menjaga keseimbangan antara ekspresi diri dan penerimaan sosial.

Dalam teori dramaturgi, hal ini menunjukkan bagaimana anggota komunitas secara strategis menampilkan peran mereka di "panggung depan" saat berada di lingkungan yang mendukung, dan menyesuaikan ekspresi mereka di "panggung belakang" agar tetap relevan dengan norma sosial. Pakaian ini tidak hanya menjadi alat untuk mengekspresikan minat pribadi, tetapi juga menjadi sarana untuk membangun koneksi sosial dengan orang-orang yang memiliki minat yang sama, sambil menyesuaikan diri dengan norma sosial di berbagai lingkungan.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa gaya berpakaian menjadi medium utama bagi anggota komunitas Anime Lovers Karawang untuk mengekspresikan diri sebagai penggemar budaya Jepang, khususnya anime. Ekspresi ini diwujudkan melalui pilihan item fashion seperti kaos bergambar karakter anime, jaket bertema Jepang, haori, kostum cosplay, serta aksesoris kecil. Dalam acara komunitas atau event bertema Jepang, mereka cenderung tampil maksimal dengan pakaian mencolok, sementara dalam kehidupan sehari-hari, ekspresi diri lebih sederhana melalui elemen simbolis seperti kaos minimalis atau aksesoris kecil untuk menghindari perhatian berlebihan. Secara keseluruhan, gaya berpakaian bagi komunitas ini tidak hanya berfungsi sebagai media estetis tetapi juga sebagai sarana personal, sosial, dan emosional yang membantu mereka menunjukkan identitas, membangun koneksi sosial, serta merayakan kecintaan terhadap budaya Jepang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adian, D. G. (2010). Pengantar Fenomenologi. Koekoesan.
- Afiuddin, M. C. (2019). Fenomena Gaya Hidup Remaja Wibu pada Budaya Populer Jepang Melalui Anime dan fashion.
- Craig, T. J. (n.d.). Japan Pop: Inside The World Of Japanese Popular Culture. New York : M. E. Sharpe, Inc.
- Departemen Pendidikan Nasional. (n.d.). Departemen Pendidikan Nasional. Effendi, O. U. (n.d.).
- Nugroho, P. A. (2020). Anime sebagai Budaya Populer (Studi Pada Komunitas Anime di Yogyakarta).
- Riyadie, Q. F. (2022). Perilaku Imitasi Fashion pada Remaja Pecinta Anime di Purwokerto.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: CV Alfabeta.
- Wahyuddin, Z. (2024). Analisis Hatarikake No Bun Dalam Manga Jujutsu Kaisen Karay Gege Akutami. Jurnal kajan Budaya, Bahasa dan Sastra.
- Wicaksono, R. (2023). Stigma Sosial Terhadap Wibu (Studi Kasus Wibu di Kota Depok, Jawa Barat)
- Yamane, T. (2020). Kepopuleran dan Penerimaan Anime di Indonesia

- Sabila, Z., Abidin, Z., & Poerana, A. (2023). Make Up dan Identitas: Konstruksi Identitas Diri Pengguna Make Up Korea. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(9), 431-437. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7968730>
- Juwita, S. R., Abidin, Z., & Tayo, Y. (2022). K-Pop dan Fandom Laki-Laki: Pengungkapan dan Identitas Diri Pecinta Boyband Korea. *Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 2(3), 236-244. <https://doi.org/10.47476/dawatuna.v2i3.1944>
- Nurjanah, N. K., Abidin, Z., & Nurkinan. (2023). Pengalaman Komunikasi dan Identitas Diri Pelaku Cosplayer Anime Perempuan. *Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(2), 408-414. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i2.3760>
- Kristina, S., Abidin, Z., & Hariyanto, F. (2022). Konstruksi Identitas Diri Remaja Pengguna Korean Fashion Pada Media Sosial TikTok. *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 282-299. <https://jurnal-umbuton.ac.id/index.php/Medialog/article/view/5947/2829>