

GLOSARIUM

4

- 48 Group : Sekelompok grup idola Jepang yang diprakarsai oleh Yasushi Akimoto, dimulai dengan AKB48. Grup ini memiliki konsep "idola yang dapat ditemui" dan terdiri dari beberapa sister group di Jepang serta internasional.

A

- Anime : Animasi dari Jepang yang memiliki gaya visual khas dan beragam genre. Anime dapat berupa serial televisi, film, atau OVA (Original Video Animation) dan sering diadaptasi dari manga, novel ringan, atau permainan video.
- Anti mainstream : Gaya, sikap, atau preferensi yang sengaja berbeda atau bertolak belakang dengan arus utama (mainstream).
- AKB48 : Grup idola Jepang yang dibentuk pada tahun 2005 oleh Yasushi Akimoto dengan konsep "idola yang dapat ditemui".
- Anisong : lagu yang digunakan dalam anime sebagai tema pembuka, penutup, atau lagu sisipan. Lagu ini biasanya memiliki lirik dan melodi yang sesuai dengan tema anime.

B

- Boyband : Grup musik yang terdiri dari beberapa vokal pria, biasanya muda, yang menyanyikan lagu-lagu populer dengan genre pop, R&B, atau dance.

C

- Cyalume lightstick : Lightstick yang menggunakan Cyalume, yaitu stik chemiluminescent (bahan kimia bercahaya) yang dapat menyala tanpa baterai.

- Chika idol : Istilah dalam industri idol Jepang yang merujuk pada idol atau grup idol yang aktif di tingkat lokal atau bawah tanah (underground), sering kali di luar lingkaran industri besar.
- Chant mix : sorakan atau yel-yel (chant) yang disusun secara khusus oleh penggemar untuk mendukung idol atau grup musik selama konser atau pertunjukan.
- Chorus : Bagian utama dalam lagu yang paling menonjol dan mudah diingat, biasanya memiliki melodi dan lirik yang berulang serta menjadi klimaks dari lagu. (umumnya disebut reff)

D

- Dorama : Drama televisi produksi Jepang atau Asia Timur, mencakup berbagai genre seperti romantis, komedi, dan kehidupan sehari-hari, populer dalam budaya pop Asia.

- Doujin : Karya kreatif (seperti manga, novel, atau musik) yang diproduksi secara independen oleh individu atau kelompok, sering terinspirasi dari karya populer seperti anime, manga, atau game.

F

- FX Sudirman : Pusat perbelanjaan di Jakarta yang dikenal sebagai tempat berkumpulnya komunitas hobi dan budaya pop, termasuk *wotagei* dan penggemar J-Pop/K-Pop.

- Fan art : Karya seni (gambar, ilustrasi, atau desain) yang dibuat oleh penggemar, terinspirasi oleh karakter, cerita, atau dunia dari karya populer seperti anime, manga, film, atau game.

- Facebook : Platform media sosial online yang memungkinkan pengguna untuk terhubung, berbagi konten (seperti teks, foto, dan video), serta berinteraksi dengan orang lain melalui fitur seperti posting, komentar, dan pesan.

Furicopy : Gabungan dari "furitsuke" (振り付け, koreografi) dan "copy" (meniru), istilah ini merujuk pada peniruan atau pengadaptasian koreografi tarian dari idola atau artis lain, terutama dalam komunitas penggemar J-Pop dan wotagei.

G

Girlband : Grup musik yang terdiri dari beberapa vokal wanita, biasanya muda, yang menyanyikan lagu-lagu populer dengan genre pop, R&B, atau dance.

Gathering : Pertemuan atau perkumpulan sekelompok orang dengan tujuan tertentu, seperti berdiskusi, berbagi minat, atau merayakan sesuatu bersama

Google form : Platform online dari Google yang digunakan untuk membuat survei, kuesioner, atau formulir digital dengan berbagai pilihan pertanyaan dan fitur analisis data.

I

Itasha : Modifikasi kendaraan, seperti mobil atau motor, dengan desain bertema karakter anime, manga, atau game.

Idol Group : Grup musik atau entertainer, biasanya terdiri dari anggota muda, yang dibentuk untuk menghibur penggemar melalui penampilan musik, tarian, dan citra yang menarik.

Intro/opening lagu : Bagian awal lagu yang berfungsi sebagai pengantar sebelum masuk ke verse atau bagian utama, sering kali memiliki melodi atau instrumen khas untuk membangun suasana.

Interlude : Bagian instrumental atau transisi dalam lagu yang menghubungkan satu bagian ke bagian lain, biasanya tanpa vokal, dan berfungsi untuk memberikan variasi atau jeda dalam aransemen musik.

J

- Japan Foundation : Organisasi nirlaba yang didirikan oleh pemerintah Jepang untuk mempromosikan pertukaran budaya, pendidikan bahasa Jepang, serta kerja sama akademik di tingkat global.
- JKT48 : Grup idol wanita asal Indonesia yang merupakan sister group dari AKB48, grup idol terkenal asal Jepang.

K

- Kpop : Genre musik populer dari Korea Selatan yang menggabungkan berbagai gaya musik dengan produksi yang dinamis, koreografi yang kuat, serta konsep visual yang menarik.
- Kohi Sekai : Chika Idol group lokal Indonesia asal Yogyakarta
- Kaskus : Forum komunitas online terbesar di Indonesia yang didirikan pada tahun 1999. Kaskus menjadi platform diskusi untuk berbagai topik, seperti hiburan, teknologi, gaya hidup, dan banyak lagi.

L

- Lightstick : Alat penerangan berbentuk stik yang digunakan oleh penggemar selama konser atau pertunjukan musik untuk mendukung artis atau grup favorit mereka.
- Lumica : Perusahaan Jepang yang dikenal sebagai produsen resmi lightstick dan merchandise konser untuk berbagai grup idol dan artis, terutama di industri hiburan Jepang dan Korea Selatan.

M

- Manga : Komik atau novel grafis dari Jepang yang memiliki gaya khas dalam ilustrasi dan penceritaan. Manga mencakup berbagai genre dan ditujukan untuk berbagai kelompok usia, sering diterbitkan dalam majalah sebelum dikompilasi dalam bentuk volume.

O

- Oshikatsu : Singkatan dari "oshi 活動" (oshi katsudou), istilah dalam budaya idol Jepang yang merujuk pada aktivitas atau usaha yang dilakukan penggemar untuk mendukung idol favorit mereka (disebut "oshi").
- Otaku : Sebutan untuk individu yang memiliki ketertarikan atau hobi mendalam yang berkaitan dengan budaya Jepang, seperti anime, manga, atau game.

P

- Presenting : Kegiatan menyampaikan atau mempresentasikan informasi, ide, atau hasil penelitian secara lisan dan visual di depan audiens.
- Pre chorus : Bagian dalam struktur lagu yang menghubungkan verse dengan chorus, sering digunakan untuk membangun ketegangan atau transisi sebelum mencapai bagian puncak lagu (chorus)
- Platform : Media atau sistem yang digunakan untuk mendistribusikan konten, layanan, atau interaksi, seperti media sosial, streaming, atau marketplace digital.

S

- Seiyuu : Pengisi suara dalam industri anime, film, drama audio, dan permainan video di Jepang. Seiyuu juga sering tampil di acara radio, konser, dan berbagai media lainnya.
- Sister Group : Grup idola yang berafiliasi dengan grup utama, biasanya memiliki konsep serupa tetapi dengan anggota dan basis penggemar yang berbeda.

- Subscriber : Pengguna YouTube atau platform konten lainnya yang memilih untuk "berlangganan" (subscribe) ke suatu channel atau akun tertentu.

T

- Thread : Topik Diskusi

U

Uchishi : Sebutan untuk individu yang melakukan *wotagei*

V

Variety Show : Program televisi yang menampilkan beragam segmen hiburan, seperti game, kuis, wawancara, komedi, dan penampilan artis.

Verse : Bagian awal lagu yang menyampaikan cerita atau makna utama, biasanya dengan lirik yang berbeda di setiap pengulangan, tetapi dengan melodi yang serupa.

W

Wotagei : Budaya atau gaya menyanyi dan menari yang dilakukan oleh penggemar (biasanya idol Jepang) selama konser atau pertunjukan.

Wota : Istilah yang merujuk pada penggemar berat (fanatik) idol Jepang,

Y

Youtube : Platform berbagi video online yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, berinteraksi, dan berbagi konten video.

LAMPIRAN

- Penulis : Bagaimana anda pertama kali melakukan *wotagei*? dan bagaimana kondisi awal kegiatan ini di Indonesia?
- Narasumber pertama : ketertarikan saya terhadap *wotagei* bermula pada tahun 2012, ketika bergabung dengan *fanbase* JKT48 di daerah Jakarta Timur. Di dalam *fanbase* tersebut, dibentuk divisi khusus bagi penggemar yang tertarik untuk melakukan *wotagei* ketika mendukung JKT48 saat sedang tampil. Dapat saya simpulkan memang kehadiran JKT48 berperan besar sebagai jembatan utama dalam memperkenalkan *wotagei* ke dalam lingkup kebudayaan Jepang saat itu. Bahkan hanya sedikit orang yang mengenal *wotagei* dari ketertarikannya terhadap budaya Jepang secara langsung, karena sebagian besar penggiat *wotagei* saat itu berasal dari kalangan penggemar JKT48. Pada saat itu, pembahasan mengenai *wotagei* masih dianggap sebagai elemen pendukung dalam menunjukkan dukungan terhadap idola. Namun, seiring berjalannya waktu, semakin banyak penggemar yang menunjukkan ketertarikan terhadap *wotagei* sebagai sebuah aktivitas tersendiri. Di Jepang sendiri, pada tahun tersebut *wotagei* telah berkembang secara luas hingga tidak hanya terbatas pada lingkungan penggemar *idol*, tetapi juga diakui sebagai bentuk *street dance* tersendiri.

Narasumber Kedua : Saya telah menekuni kegiatan *wotagei* sejak tahun 2013. Saat pertama kali memang mengenal *wotagei* melalui aktivitas *fans* JKT48, tetapi ketertarikan saya terhadap *wotagei* bukan karena kesukaan saya terhadap grup idola tersebut. Namun saya juga mengakui JKT48 sebagai jembatan bagi masyarakat dalam mengenal *wotagei*. karena saat itu semua penggemar JKT48 tidak otomatis menyukai dan melakukan *wotagei*, memang dari ketertarikan pribadi saja.

Narasumber ketiga : Saya telah melakukan kegiatan *wotagei* sejak tahun 2012. Sejak aktif di kegiatan ini saya cukup sering menjadi juru bicara dalam memperkenalkan dan memberi informasi budaya *Idol* dan *wotagei*. Awal ketertarikan saya dengan *wotagei* karena sebagai bentuk dukungan terhadap idola, namun saya tidak tergabung dalam *fanbase* daerah tertentu seperti Narasumber pertama. Bagi saya, *wotagei* bukan hanya sebatas ekspresi dukungan penggemar saja, tetapi juga sarana untuk senang-senang dan mengekspresikan diri.

- Penulis : Bagaimana minat penggemar JKT48 terhadap kegiatan *wotagei*?
- Narasumber ketiga : Hingga saat ini ada penurunan minat terhadap *wotagei* di komunitas penggemar JKT48. Salah satu penyebab utamanya karena semakin terbatas ruang untuk *fans* melakukan *wotagei* saat JKT48 tampil, karena jumlah *fans* JKT48 saat ini tengah meningkat pesat. Selain itu, tren dalam budaya *idol* sekarang juga sudah berubah, banyak *fans* yang memilih bentuk dukungan yang lebih mudah seperti *chant mix* dan pengibaran bendera saat konser JKT48. Meski demikian, masih ada beberapa *fans* JKT48 yang berniat mempelajari dan melestarikan *wotagei* sebagai bagian dari budaya penggemar walaupun tidak sebanyak yang dahulu.
- Penulis : Lalu apakah ada penambahan peminat *wotagei* dari budaya Jepang lain?
- Narasumber kedua : Menariknya, meskipun saat ini peminat kegiatan *wotagei* dari *fans* JKT48 mengalami penurunan, ada fenomena dalam budaya *idol* Jepang yang muncul yaitu beberapa member *chika idol* kini mulai tertarik dan belajar *wotagei*. Seperti tim *syncro* yang pernah membuat video kolaborasi

wotagei dengan salah satu member *chika idol* yaitu Dea dari *kohi sekai*.

Chika Idol sendiri adalah grup idola yang bersifat independen dan tidak dibawah naungan agensi besar seperti JKT48.

Fenomena member *chika idol* yang kini mulai tertarik dan belajar *wotagei* ini cukup sangat membantu juga meningkatkan minat *wotagei* dari para penggemar *chika idol* (地下アイドル) yang melihat *idol* mereka mulai berpartisipasi dalam *wotagei*.

Kalau peningkatan dari budaya Jepang lain, itu memang ada. Lumayan banyak rekan saya justru mulai melakukan *wotagei* bukan karena *fans idol*, melainkan karena setelah melihat pertunjukan *wotagei* di berbagai event. Ditambah seiring dengan peningkatan jumlah pengguna media sosial, *wotagei* semakin sering muncul di *platform* seperti *instagram Reels* dan *TikTok*, yang secara tidak langsung turut memperkenalkan dan meningkatkan minat masyarakat terhadap kegiatan *wotagei*.

Penulis : Menurut kalian, apa alasan member *Chika Idol* tertarik melakukan *wotagei*?

Narasumber ketiga : *Wotagei* ini merupakan cara berekspresi dalam sebuah lagu, dan kebetulan mereka sebagai idola mempunyai dasar *dance*. Jadi *wotagei* ini selain menjadi salah satu cara mereka berinteraksi dengan penggemar, jadi salah satu sarana mereka menikmati lagu dengan kemampuan *dance* mereka. Karena selama saya mengajarkan *wotagei* kepada beberapa penggemar JKT48, memang individu dengan latar belakang bela diri, olahraga, atau *dance* cenderung lebih cepat menguasai teknik dasar *wotagei*. Faktor seperti koordinasi gerakan, ketahanan fisik, dan ketepatan ritme berperan penting dalam mempermudah proses pembelajaran. Hal ini juga terlihat pada beberapa idola yang tertarik mempelajari *wotagei*, di mana mereka menunjukkan perkembangan yang lebih cepat dibandingkan individu tanpa pengalaman serupa. Fenomena idola yang mempelajari *wotagei* ini turut berdampak pada peningkatan interaksi dengan *audiens*, sekaligus memperlihatkan bahwa *wotagei* tidak lagi eksklusif bagi penggemar, tetapi juga mulai diadopsi dalam dunia hiburan.

Penulis : Kemudian apa yang membuat peminat budaya lain tertarik melakukan kegiatan *wotagei*?

Narasumber kedua : Sebagian besar karena semakin meluasnya pilihan lagu yang digunakan dalam *wotagei* saat ini yang tidak hanya terbatas pada lagu *idol*. Misalnya, ketika seseorang menyukai sebuah lagu dan mencarinya di media sosial, mereka bisa menemukan video *wotagei* dengan konsep menarik yang menggunakan lagu tersebut, sehingga secara tidak langsung tertarik dengan *wotagei*.

Penulis : Bagaimana kegiatan *wotagei* setelah meluas menjadi sebuah kebudayaan populer?

Narasumber pertama : Sekitar tahun 2016 hingga 2017, setelah komunitas Indonesia *Wotagei* terbentuk di platform media sosial *Facebook*. Kegiatan *wotagei* perlahan-lahan mulai terlepas dari budaya *idol* dan berkembang menjadi budaya mandiri. Bahkan semakin banyak individu yang tertarik pada kegiatan *wotagei* bukan karena ketertarikannya terhadap *idol*. Seperti teman Narasumber yang menjadi penggiat kegiatan *wotagei* karena menyukai *anisong*, dan kemudian melihat penampilan *wotagei* dalam event budaya Jepang yang menggunakan lagu *anisong* kesukaannya. Setelah itu semakin banyak kegiatan yang dilakukan komunitas Indonesia *wotagei* di *facebook*. Seperti berbagi informasi, berbagi karya konten *wotagei*, dan beberapa kegiatan *gathering* dan *project* jarak jauh yang menghubungkan tim-tim *wotagei* di berbagai daerah Indonesia. Bahkan

di komunitas Indonesia *wotagei* pun berinovasi dan berjualan *lightstick* modifikasi buatan sendiri.

Penulis : Bagaimana tentang inovasi *lightstick* itu? Apakah itu diadopsi dari Jepang? Atau inisiatif kreatifitas penggiat *wotagei* Indonesia?

Narasumber kedua : .Pada awal kegiatan *wotagei* dilakukan, *lightstick* yang digunakan untuk *wotagei* adalah *lightstick* buatan pabrik yang fungsi awalnya hanya untuk digunakan saat konser saja. Namun dirasa ringkih dan kurang memadai bagi penggiat *wotagei* saat itu. sehingga beberapa orang berinisiatif membuat sendiri dengan bahan-bahan sederhana seperti senter *LED* dan tabung lem bekas yang direkatkan dengan lakban. Dari situ, banyak penggiat *wotagei* yang mulai berjualan *lightstick* hasil modifikasi mereka sendiri.

Narasumber Pertama : Kalau *lightstick* handmade memang merupakan bentuk kreativitas dari penggiat *wotagei* Indonesia, Tetapi orang Jepang sudah terlebih dahulu melakukan modifikasi *lightstick* buatan pabrik チアライト (cheer light) atau "*chia raito*" agar lebih terang, dan kemudian membuat tutorial di. Di Indonesia, kegiatan ini dikenal dengan istilah "nge-*kai*" yang berasal dari bahasa Jepang *kaizou* 改造 yang berarti "modifikasi". *kai* sendiri merupakan teknik merangkai dan menumpuk *LED* 3Watt agar *lightstick* menghasilkan cahaya lebih terang. Melalui *Youtube*, penggiat *wotagei* Indonesia pada

saat itu menerapkan tutorial modifikasi tersebut kepada *lightstick handmade* mereka agar lebih terang.

Penulis : Lalu bagaimana mengenai peralihan *lightstick* baterai menjadi *lightstick cyalume*?

Narasumber pertama : Kalau soal *lightstick cyalume*, itu berhubungan dengan campur tangan perusahaan *lumica* di lingkup kegiatan *wotagei*. Dapat dikatakan perkembangan *wotagei* di Indonesia juga mendapat dukungan penuh dari perusahaan yang memproduksi *lightstick cyalume*, *Lumica*. Pada awalnya perusahaan *lumica* lebih berfokus pada produksi alat pancing. Namun, karena meningkatnya popularitas *wotagei*, *Lumica* mulai fokus untuk memasarkan produksi *lightstick cyalume* untuk *entertain* seperti konser dan *wotagei*. Mulai tahun 2017 hingga 2019, untuk mempromosikan *Lightstick Cyalume*, perusahaan *Lumica* aktif menjalin kerja sama yang saling menguntungkan dengan komunitas *wotagei* di Indonesia dan Jakarta melalui 2 bentuk *sponsorship*. *Sponsorship* pertama perusahaan *Lumica* adalah berupa *sponsorship event*. Perusahaan *Lumica* sangat mendukung diadakannya acara khusus *wotagei* dengan menggunakan *lightstick cyalume* dalam skala Internasional, seperti salah satunya acara kompetisi *Cyalume Dance World Battle* yang diadakan oleh

perusahaan ini pada tahun 2018. *Lumica* merupakan perusahaan asal Jepang, jadi setiap kompetisi dan acara yang diadakan perusahaan tersebut memberikan peluang bagi komunitas *wotagei* di Jakarta untuk menjalin hubungan dengan penggiat *wotagei* dari Jepang dan negara lain juga. Hubungan semacam ini sangat penting dalam meningkatkan keterampilan serta memperluas jaringan komunitas *wotagei* Indonesia di tingkat internasional.

Narasumber Kedua : Saya sendiri pernah merasakan benefit dari *sponsorship event* ini dari mengikuti kompetisi *Cyalume Dance World Battle* yang disebutkan Narasumber pertama di acara *AFA ID (Anime Festival Asia Indonesia)*, saat itu saya berhasil menang dan mendapatkan kesempatan mewakili Indonesia dalam kompetisi *wotagei* di Jepang. Seluruh biaya perjalanan, termasuk tiket, hotel, dan akomodasi, ditanggung oleh perusahaan *Lumica*. Tidak hanya dalam lingkup komunitas *wotagei* di Jakarta, Promosi yang dilakukan perusahaan *Lumica* ini berdampak signifikan juga terhadap penjualan produk *lightstick*nya. Selama saya pernah menjadi *reseller lightstick cyalume*, semakin banyak orang yang membeli *lightstick* ini dalam jumlah besar untuk keperluan *project wotagei* mereka. Dalam penjualannya, memang *Lumica* tidak menjual *lightstick cyalume* secara satuan, tetapi dalam bentuk satu *box*, namun

permintaan tetap tinggi akibat meningkatnya popularitas *wotagei*.

Narasumber pertama : Tidak hanya itu, perusahaan ini juga melakukan kerjasama dengan komunitas *wotagei* di Jakarta dalam penyelenggaraan *event Jakarta Wotagei Arena*. Karena *Lumica* merupakan perusahaan Jepang, setiap acara dan lomba yang mereka adakan sangat membuka peluang bagi komunitas *wotagei* Indonesia untuk menjalin hubungan dengan penggiat *wotagei* dari Jepang. Hubungan semacam ini sangat penting dalam meningkatkan keterampilan penggiat *wotagei* lokal serta memperluas jaringan komunitas *wotagei* Indonesia di tingkat internasional. Dukungan *sponsorship* kedua yang dilakukan oleh perusahaan *Lumica* adalah *sponsorship project wotagei* berupa suplai *lightstick cyalume* gratis untuk project video *wotagei* dengan menyertakan promosi produk *lightstick* mereka. *Sponsorship* semacam ini telah dilakukan sebanyak dua kali. Meskipun belum ada *sponsorship* dalam bentuk dana, keterlibatan *Lumica* telah memberikan dampak besar bagi perkembangan kegiatan *wotagei* di Indonesia.

- Penulis : Selain acara *wotagei* yang diadakan oleh perusahaan *Lumica*, adakah pertunjukan *wotagei* pada acara lainnya?
- Narasumber pertama : Saat ini, dukungan kerjasama komunitas *wotagei* di Jakarta juga dilakukan bersama *Mangga Dua Square* sebagai tempat yang dikenal sering mengadakan acara budaya Jepang. *Wotagei Festival* merupakan salah satu acara yang diadakan oleh komunitas Indonesia *Wotagei* melalui kerjasama dengan *Mangga Dua Square*. Acara ini pertama kali diselenggarakan pada tahun 2016 dengan konsep menggabungkan pertunjukan dan kompetisi *wotagei* dengan budaya lain, seperti *cosplay* dan *idol*. Meskipun begitu, konsep utama dari acara ini tetap berfokus pada *wotagei* sebagai seni pertunjukan utama. Hingga tahun 2018, acara *Wotagei Festival* telah diadakan sebanyak tiga kali. acara ini diselenggarakan di *Mangga Dua Square*, sebagai sponsor yang juga memberikan dukungan terhadap kegiatan ini dan ingin menjadikan lokasi tersebut sebagai tempat tetap bagi penyelenggaraan *wotagei* festival. Untuk pertunjukan lainnya waktu itu pernah diundang dalam 2 kali untuk mengisi acara pada hari kemerdekaan Indonesia 17 Agustus, karena lagu yang diaplikasikan *wotagei* kini semakin luas dan tidak hanya terpaku kepada lagu idola dan lagu Jepang saja, sehingga dianggap menarik dan bisa masuk ke dalam berbagai acara.

Narasumber Ketiga : Salah satu pengalaman paling berkesannya adalah ketika kami diundang untuk tampil dalam acara ulang tahun stasiun tv di Indonesia yaitu *trans tv*. Tidak hanya itu saja pengalaman unik saya selanjutnya ketika diundang untuk melakukan pertunjukan *wotagei* pada sebuah acara dangdut di televisi.

Penulis : Menurut anda apa yang membuat penyelenggara acara, konser budaya Jepang, dan beberapa instansi tertarik untuk berkerja sama dan menampilkan *wotagei* sebagai jenis pertunjukan sendiri?

Narasumber pertama : karena *wotagei* ini merupakan suatu hal yang unik dan baru. *Wotagei* merupakan kesenian tarian baru yang dalam gerakannya mengkombinasikan sisi estetika dan maskulinitasnya, sehingga pertunjukan *wotagei* mulai diminati dan menjadi tontonan baru yang menarik.

Narasumber ketiga : Karena dampak dari perluasan konsep *wotagei* menjadi pertunjukan dan kesenian yang fleksibel. jadi saya mengamati bahwa semakin banyak orang tertarik dengan kegiatan *wotagei*, bahkan di luar komunitas penggemar budaya Jepang.

Penulis : Apakah kerjasama dan relasi yang terjalin dalam komunitas *wotagei* dianggap sebagai sesuatu penting?

Narasumber pertama : Tentu saja. Selain dukungan dari perusahaan yang menjalin kerjasama dengan komunitas Indonesia *Wotagei*, relasi dengan komunitas *wotagei* negara lain juga memainkan peran penting dalam perkembangan *wotagei* di Indonesia. Salah satu contohnya adalah saat beberapa waktu lalu, seorang penggiat *wotagei* asal Jepang Hako-san mengunjungi Jakarta dan berkesempatan tampil bersama tim *syncro* di event besar seperti *Impactnation*. Kedatangan Hako san yang beberapa waktu lalu mendatangi Jakarta sangat berpengaruh dan memberikan pengetahuan dan masukan bagi komunitas *wotagei* Jakarta untuk meningkatkan kualitas teknik dan koreografi kami.

Narasumber Kedua : Karena melalui kegiatan seperti kompetisi hingga kegiatan jual beli *lightstick* ini menimbulkan adanya relasi di dalam negeri dan luar negeri. Relasi antar penggiat *wotagei* itu sangat penting dalam perluasan konsep *wotagei* ini. Relasi ini tidak hanya dilakukan oleh tim-tim yang berada di Jakarta saja, tetapi juga dilakukan di berbagai daerah lain di Indonesia. Dengan adanya komunitas *wotagei* yang menjalin hubungan dengan penggiat *wotagei* dari luar negeri, Hal ini mendorong terjadinya kolaborasi pribadi dalam *project wotagei*. termasuk dalam hal teknik, persiapan video, konsep, dan koreografi yang lebih menarik. Untungnya konsep dan koreografi *wotagei* sebenarnya sangat fleksibel dan dapat dimodifikasi

sesuai dengan ekspresi setiap individu. Hal inilah yang memang membuat *wotagei* semakin variatif dan tidak monoton dalam setiap lagu yang dibawakan.

Penulis : Dari semakin luasnya *wotagei* dikenal oleh Masyarakat dan bertambahnya relasi dalam kegiatan ini, Apakah ada pandangan dan stigma negatif masyarakat umum selama kalian melakukan kegiatan ini?

Narasumber Kedua : Terkait dengan pandangan masyarakat umum terhadap *wotagei* saat ini, saya melihat adanya respons yang beragam. Ada yang menganggap *wotagei* sebagai kegiatan yang keren, tetapi ada juga yang merasa bahwa *wotagei* terlihat aneh. Maka untuk mengubah stigma negatif itu, masyarakat umum perlu diperkenalkan dengan *wotagei* dengan versi yang telah diedit secara profesional dan memiliki konsep yang lebih menarik. Bahkan sebenarnya *wotagei* bisa memiliki potensi untuk menarik minat masyarakat sampai di luar lingkup budaya Jepang. Meskipun semakin dikenal, *wotagei* masih menghadapi stigma negatif di sebagian masyarakat. Banyak yang menganggapnya sebagai aktivitas aneh, berlebihan, atau tidak pada tempatnya jika dilakukan di ruang publik. Stigma ini muncul akibat kurangnya pemahaman mengenai *wotagei* dan maknanya. Ia menekankan bahwa *wotagei* adalah bentuk ekspresi diri yang sah dan dapat

memberikan kesenangan bagi pelakunya. Oleh karena itu, edukasi dan sosialisasi lebih lanjut diperlukan untuk mengubah persepsi negatif tersebut.

Saya tetap berkomitmen mempertahankan dan mengembangkan *wotagei* di Indonesia. Selama masih ada individu yang menikmati dan melakukannya, peminat kegiatan *wotagei* akan terus beregenerasi. Dengan terus melakukan *wotagei* melalui berbagai *platform* dan *event* langsung, Saya berharap lebih banyak orang dapat memahami dan menghargai aktivitas ini.

Penulis : Lalu bagaimana respon anda dalam menanggapi respon-respon tersebut?

Narasumber kedua : Maka dari itu saya lebih memilih melakukan kegiatan *wotagei* secara proper. Dengan konsep yang matang dan melalui proses editing, karena orang awam lebih tertarik dengan *wotagei* yang memiliki unsur estetika dibandingkan dengan *wotagei* yang dilakukan secara spontan dalam sebuah acara. Namun demikian, saya tetap menghargai orang-orang yang melakukan *wotagei* sebagai sarana berekspresi di *event* yang sedang berlangsung. *Wotagei* memang pada dasarnya merupakan bentuk ekspresi terhadap sebuah lagu, yang memungkinkan seseorang untuk menikmati musik lebih dari sebatas mendengarkan. Dengan adanya berbagai pendekatan terhadap *wotagei*, baik yang dilakukan secara proper maupun sebagai

ekspresi langsung, *wotagei* tetap menjadi sarana bagi individu untuk menyatu dengan musik yang mereka sukai. Oleh karena itu, saya harap konten yang kami buat terus bisa mendukung perkembangan *wotagei* agar lebih dikenal luas dan diterima sebagai budaya populer di masyarakat.

Narasumber ketiga : tidak masalah jika ada praktisi *wotagei* baru yang dicap aneh karena gerakannya masih kurang baik saat melakukan *wotagei* di acara secara langsung, bersyukur saja masih ada orang yang berniat mempelajari kegiatan ini. Dengan semangat yang kuat dari para penggiatnya, saya percaya *wotagei* berpotensi terus berkembang sebagai bagian dari budaya populer di Indonesia.

