

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Budaya populer (*pop culture*) merupakan fenomena sosial yang mencerminkan nilai-nilai dan tren yang berkembang di masyarakat pada suatu periode tertentu. Budaya ini mencakup berbagai aspek seperti musik, film, fashion, dan media sosial, yang berperan dalam membentuk identitas dan interaksi sosial masyarakat. Menurut Saputra (2021), budaya populer adalah kebudayaan yang diciptakan oleh media massa dan selalu berubah seiring waktu, mencerminkan dinamika sosial yang ada di masyarakat.

Salah satu bentuk budaya populer yang memiliki pengaruh signifikan adalah budaya pop Jepang. Setelah Perang Dunia II, Jepang memanfaatkan budaya pop sebagai alat diplomasi budaya untuk memperkenalkan negaranya ke dunia internasional. Melalui strategi *Cool Japan*, Jepang mempromosikan produk-produk budaya seperti anime, manga, dan musik J-Pop untuk meningkatkan citra negaranya di mata dunia. Strategi ini tidak hanya berhasil meningkatkan popularitas budaya Jepang, tetapi juga memperkuat hubungan diplomatik dengan negara-negara lain, termasuk Indonesia.

Kebangkitan budaya pop Jepang tidak terlepas dari dinamika ekonomi yang terjadi pada dekade 1990-an, di mana negara tersebut mengalami perlambatan pertumbuhan ekonomi. Situasi ini mendorong generasi muda Jepang untuk mengekspresikan kreativitas mereka melalui berbagai bentuk seni dan hiburan, yang kemudian menjadi landasan bagi perkembangan budaya pop Jepang yang kita kenal saat ini (Aqilla, 2022).

Fenomena budaya pop Jepang di Indonesia mulai berkembang sejak awal tahun 2000-an, ditandai dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap anime, manga, dan musik J-Pop. Penyebaran budaya pop Jepang di Indonesia semakin intensif melalui berbagai saluran, termasuk media massa dan festival budaya. Salah satu contoh nyata adalah penyelenggaraan festival budaya seperti Jak-Japan Matsuri, yang menjadi wadah pertukaran budaya antara Jepang dan Indonesia. Festival ini tidak hanya menampilkan seni dan budaya Jepang, tetapi juga memperkuat hubungan diplomatik kedua negara melalui interaksi budaya yang intensif (Santika et al., 2025).

Fenomena ini semakin berkembang dengan hadirnya idol group Jepang AKB48 yang melakukan ekspansi ke Indonesia. JKT48 merupakan sister group pertama AKB48 di luar Jepang yang resmi dibentuk pada tahun 2011 dan memulai debutnya pada Desember 2011. Kehadiran JKT48 tidak hanya memperkenalkan konsep idol group Jepang di Indonesia, tetapi juga mempengaruhi industri musik dan budaya populer di tanah air. JKT48 mengadopsi konsep "idola yang dapat ditemui" dari AKB48, di mana para penggemar dapat berinteraksi langsung dengan para anggota melalui pertunjukan teater dan acara khusus. Konsep ini berhasil menarik perhatian masyarakat Indonesia, khususnya generasi muda, dan menciptakan komunitas penggemar yang loyal. Selain itu, JKT48 juga berperan dalam memperkenalkan nilai-nilai budaya Jepang kepada masyarakat Indonesia, sehingga memperkuat hubungan budaya antara kedua negara. Menurut penelitian oleh Natalia dan Pribadi (2020), JKT48 telah meraih berbagai penghargaan dan memiliki penggemar yang memiliki rasa fanatisme tinggi, menunjukkan pengaruh signifikan mereka dalam industri musik Indonesia.

Kehadiran JKT48 sebagai sister group dari AKB48 di Indonesia merupakan

contoh konkret dari diplomasi budaya Jepang yang berhasil. Sejak debutnya pada tahun 2011, JKT48 telah menarik perhatian generasi muda Indonesia dan menjadi simbol dari integrasi budaya pop Jepang dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Namun, popularitas JKT48 juga menimbulkan dinamika sosial, seperti gaya hidup konsumtif di kalangan penggemarnya, yang mencerminkan dampak budaya pop Jepang terhadap perilaku konsumen di Indonesia (Maulidia et al., 2024).

Di era digital saat ini, JKT48 turut melakukan transformasi untuk menyesuaikan diri dengan perubahan pola konsumsi media di kalangan generasi muda. Pandemi COVID-19 menjadi titik balik penting yang mendorong mereka memperkuat kehadiran di dunia digital, seiring terbatasnya interaksi fisik seperti konser dan teater. Perluasan ke ranah digital dilakukan untuk menjangkau audiens lebih luas, membangun kedekatan emosional, serta mempertahankan eksistensi di tengah persaingan industri hiburan. Generasi Z dan milenial, sebagai target utama JKT48, aktif di media sosial dan menyukai konten visual interaktif seperti video pendek dan infografis. Konten semacam ini terbukti efektif dalam menjangkau dan melibatkan mereka secara emosional dan sosial (Maryam & Ramli, 2024).

Kini, JKT48 tidak hanya memproduksi lagu dan tampil di atas panggung, tetapi juga merilis video musik, mengadakan siaran langsung, serta berkolaborasi dengan berbagai brand melalui platform seperti YouTube, TikTok, dan Instagram. Strategi ini memperkuat keterlibatan penggemar dan membuka peluang pemasaran yang lebih luas (Hidayat & Abadi, 2024). Dengan latar belakang tersebut, penting untuk memahami bagaimana JKT48 mengelola new media sebagai bagian dari strategi komunikasi dan pengembangan identitas digital mereka di tengah budaya populer kontemporer.

Pengelolaan *new media* oleh JKT48 mencerminkan adaptasi strategis terhadap dinamika komunikasi digital di era kontemporer. Melalui pemanfaatan platform digital seperti YouTube, Instagram, dan layanan live streaming, JKT48 membangun pola komunikasi yang partisipatif dan interaktif dengan audiensnya. Pendekatan ini tidak hanya memperluas jangkauan khalayak, tetapi juga memperkuat relasi emosional antara idol dan penggemar dalam ekosistem digital yang terus berkembang. Menurut Setiawan dan Chrisdina (2023), strategi pemasaran JKT48 sebagai idol group bergaya Jepang di Indonesia melibatkan penggunaan media sosial untuk menarik pasar baru dan mempertahankan eksistensi mereka di industri musik Indonesia. Salah satu bentuk implementasi dari strategi ini adalah produksi video musik yang dipublikasikan secara berkala di kanal resmi YouTube JKT48. Konten video ini tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai instrumen visual untuk memperkuat citra grup dan menyampaikan pesan tematik tertentu. Penelitian oleh Saleh, Sapitri, dan Kremer (2024) menunjukkan bahwa aspek visual dalam video musik JKT48 mampu meningkatkan daya tarik emosional dan memperkuat identitas kelompok di mata publik.

Musik video sebagai salah satu produk budaya pop memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan dan membentuk persepsi audiens. Musik video tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai alat komunikasi yang mampu menyampaikan nilai-nilai budaya dan identitas kelompok tertentu. Dalam konteks ini, musik video dapat menjadi medium yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan budaya Jepang kepada masyarakat Indonesia, serta membentuk pemahaman dan apresiasi terhadap budaya tersebut (Rudiawan, 2022).

Fenomena grup idola seperti AKB48 dan JKT48 dalam budaya populer

Jepang dan Indonesia mencerminkan bagaimana video musik berperan dalam membentuk identitas budaya serta menjalin hubungan emosional dengan penggemar. Video musik tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media komunikasi visual yang menyampaikan nilai-nilai budaya dan identitas lokal ke ranah global. Azizy (2023) menekankan bahwa komunikasi visual dalam video musik dapat merepresentasikan budaya populer melalui simbol dan narasi yang kompleks.

Namun, penggunaan video musik sebagai media komunikasi tidak lepas dari kontroversi, terutama ketika interpretasi pesan yang disampaikan bertentangan dengan nilai-nilai sosial atau budaya tertentu. Sebagai contoh, perilisan video musik "Benang Sari, Putik, dan Kupu-Kupu Malam" oleh JKT48 pada tahun 2023 memicu perdebatan di kalangan penggemar terkait interpretasi makna lagu dan visualisasi yang dianggap mengandung unsur sensual dan representasi LGBT. Irawan dan Putri (2022) mencatat bahwa representasi gender dan seksualitas dalam video musik Asia Tenggara sering kali menjadi sumber kontroversi karena perbedaan interpretasi budaya dan nilai-nilai sosial. Kontroversi ini menggarisbawahi pentingnya memahami bagaimana audiens menafsirkan pesan dalam video musik dan dampaknya terhadap persepsi identitas budaya yang disampaikan. Lee (2021) menyatakan bahwa hibridisasi budaya dalam grup idola Jepang dapat menciptakan daya tarik global, namun juga menimbulkan tantangan dalam mempertahankan identitas budaya lokal.

Video musik "Benang Sari, Putik, dan Kupu-Kupu Malam" yang dibawakan oleh JKT48 menimbulkan perdebatan di kalangan warganet. Hal ini terlihat dari komentar-komentar yang muncul di kanal YouTube resmi JKT48, yang menunjukkan respons publik terhadap konten visual yang dianggap menyuarakan

isu-isu sensitif seperti kedekatan fisik antar anggota perempuan. Reaksi tersebut menggambarkan adanya perbedaan interpretasi dari audiens terhadap representasi yang disajikan dalam video musik tersebut.

Dalam konteks ini, penting untuk memahami bahwa video musik bukan hanya sarana hiburan, tetapi juga medium komunikasi visual yang membawa makna sosial dan budaya. Representasi yang ditampilkan dalam media visual seperti musik video dapat membentuk persepsi publik terkait isu-isu sensitif, seperti gender dan ekspresi emosional antarindividu. Melalui teori representasi visual (Hall, 1997), dapat dipahami bahwa simbol dan gestur dalam MV JKT48 memunculkan berbagai interpretasi dari penonton.

Lebih lanjut, komentar yang muncul sebagai respons terhadap representasi tersebut merupakan bentuk keterlibatan emosional penonton dalam ruang digital. Fenomena ini disebut sebagai afektif labor (Johanssen, 2018), dimana pengguna media sosial tidak hanya mengonsumsi konten, tetapi juga memproduksi nilai melalui emosi yang mereka ungkapkan secara publik. Bentuk kerja emosional ini terwujud melalui komentar-komentar yang dapat dianalisis sebagai data digital.

Oleh karena itu, penelitian ini menganalisis isi korpus komentar MV JKT48 "Benang Sari, Putik, dan Kupu-Kupu Malam". Melalui integrasi antara teori representasi visual, fenomena afektif labor, dan teknik analisis digital, penelitian ini berupaya memahami dinamika makna dan emosi yang tercipta di ruang interaksi media baru seperti YouTube.

1.2 Rumusan Masalah

Apa Isi Korpus Pada Komentar Musik Video JKT48 "Benang Sari, Putik, dan

Kupu - Kupu Malam"?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui isi komentar MV berdasarkan kategorisasi pada MV “Benang Sari, Putik, Dan Kupu - Kupu Malam” di kanal YouTube Official JKT48

1.4 Manfaat Penelitian

A. Manfaat Teoritis

- a. Membantu pembaca untuk memahami bagaimana isi komentar berdasarkan korpus terhadap MV JKT48 “Benang Sari, Putik, dan Kupu-Kupu Malam”
- b. Penelitian diharapkan bisa memberi wawasan dan ide terhadap peneliti selanjutnya untuk melakukan kegiatan penelitian yang membahas Ilmu Komunikasi.

B. Manfaat Praktis

- a. Memberikan gambaran isi komentar pada MV JKT48 “Benang Sari, Putik, dan Kupu-Kupu Malam” oleh publik