

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media sosial telah menjadi salah satu alat komunikasi dan interaksi yang paling dominan di era digital ini. Kehadiran berbagai platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan terutama X (sebelumnya dikenal sebagai Twitter) memberikan dampak yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, mulai dari dunia hiburan, politik, hingga budaya populer. Salah satu fenomena yang menarik perhatian adalah bagaimana media sosial X telah berperan penting dalam membentuk dan menyebarkan budaya Jepang, khususnya dalam komunitas penggemar JKT48, sebuah grup idola yang terinspirasi oleh AKB48 di Jepang.

JKT48 merupakan salah satu grup saudara dari AKB48, *idol group* ternama asal Jepang, yang berbasis di Jakarta. Sejak kemunculannya sekitar sepuluh tahun yang lalu, JKT48 berhasil menarik perhatian masyarakat Indonesia sebagai grup idola pertama di negara ini. Daya tarik mereka berasal dari karakter musik yang ceria, kostum yang khas, tarian yang enerjik, serta lirik lagu yang terdengar asing karena diadaptasi dari bahasa Jepang. Keunikan JKT48 juga terletak pada berbagai konsep kegiatan yang membedakannya dari grup musik lain. Salah satu konsep utamanya adalah “*idol* yang bisa ditemui setiap hari,” yang diwujudkan melalui pertunjukan rutin di teater mereka. Selain itu, JKT48 secara berkala mengadakan audisi untuk regenerasi anggota, menggelar acara *handshake* agar penggemar merasa lebih dekat dengan idola mereka, serta melibatkan penggemar dalam pemilihan anggota yang akan menyanyikan lagu-lagu terbaru melalui sistem voting.

JKT48 mengusung konsep “tumbuh dan berkembang bersama penggemar” yang menunjukkan bahwa peran penggemar sangat penting dalam kemajuan para anggota maupun grup secara keseluruhan. Sebagian besar aktivitas JKT48 berfokus pada interaksi langsung dengan penggemar, seperti melalui pertunjukan rutin di teater yang memungkinkan penggemar

menyaksikan perkembangan kemampuan anggota mulai dari mereka yang belum berpengalaman hingga menjadi sosok idola yang mampu menari, bernyanyi, membawakan acara (MC), bahkan berakting. Selain itu, berbagai kegiatan seperti *handshake event*, sesi foto *2-shot*, panggilan video, diskusi konser dan *setlist* khusus, pemilihan anggota untuk *single* terbaru melalui sistem voting, serta perayaan ulang tahun dan kelulusan anggota, semakin memperkuat keterlibatan dan dukungan penggemar terhadap perjalanan karier para anggota.

JKT48, sebagai salah satu grup idola terbesar di Indonesia, tidak hanya mengandalkan penampilan panggung untuk menarik penggemarnya, tetapi juga sangat bergantung pada interaksi melalui media sosial untuk membangun hubungan dengan penggemar. Komunitas penggemar JKT48 di Indonesia sangat beragam, dan mereka sangat aktif dalam berkomunikasi melalui platform media sosial, termasuk X. Dalam konteks ini, media sosial X berfungsi sebagai jembatan komunikasi antara anggota grup dan penggemar, serta sebagai sarana untuk menyebarkan informasi dan konten terkait grup idola tersebut. (Adhari Fargianas Unga & Dyan Prastika, 2024:342)

Peran media sosial X dalam komunitas penggemar JKT48 sangat besar karena platform ini memungkinkan penggemar untuk berinteraksi langsung dengan anggota JKT48, melihat pembaruan terkait kegiatan mereka, serta berbagi momen dan pengalaman mereka dengan sesama penggemar. Selain itu, X juga memungkinkan penyebaran berbagai informasi yang lebih luas mengenai budaya Jepang, yang menjadi bagian integral dari identitas JKT48. Dalam banyak hal, penggemar JKT48 di Indonesia tidak hanya mengidolakan para anggota grup, tetapi juga budaya Jepang secara keseluruhan.

Salah satu bentuk interaksi yang terjadi di media sosial X adalah unggahan foto, video, dan komentar yang berisi informasi terkait grup idola ini. Unggahan ini sering kali mencakup elemen-elemen budaya Jepang, seperti pakaian tradisional Jepang, musik J-pop, serta Bahasa Jepang yang digunakan oleh para anggota. Fenomena ini mencerminkan bagaimana penggemar JKT48 tidak hanya tertarik pada grup tersebut, tetapi juga berusaha untuk mempelajari dan mengadaptasi berbagai aspek budaya Jepang yang terkandung dalam dunia

JKT48. Melalui X, penggemar dapat dengan mudah berbagi pengetahuan dan pengalaman tentang budaya Jepang, memperluas pemahaman mereka tentang negara tersebut. (Purnomo, 2024:14)

Dalam komunitas penggemar JKT48, media sosial X juga berfungsi sebagai tempat untuk berbagi konten terkait Jepang, seperti video klip musik J-pop, drama Jepang, atau berita terkini tentang industri hiburan Jepang. Hal ini menciptakan semacam "lingkaran umpan balik" di mana budaya Jepang terus disebarkan dan diperkenalkan kepada lebih banyak orang. Penggemar JKT48 sering kali terlibat dalam diskusi mengenai berbagai aspek budaya Jepang yang mereka temui melalui interaksi di X, yang kemudian membentuk pemahaman kolektif tentang budaya tersebut di kalangan penggemar.

Selain itu, media sosial X memungkinkan penggemar JKT48 untuk mengikuti perkembangan grup idola ini secara langsung. Penggemar dapat mengetahui jadwal konser, perilisan album baru, atau bahkan interaksi pribadi anggota JKT48 dengan penggemar. Banyak penggemar yang terinspirasi oleh nilai-nilai dan prinsip-prinsip yang diajarkan oleh anggota JKT48, seperti kerja keras, ketekunan, dan semangat positif, yang juga merupakan bagian dari budaya Jepang. Dengan mengikuti perkembangan ini melalui X, penggemar tidak hanya memperkuat ikatan mereka dengan grup, tetapi juga dengan budaya Jepang yang mendasari grup tersebut.

Dibandingkan dengan platform media sosial lainnya seperti Instagram atau TikTok, media sosial X memiliki karakteristik yang lebih menonjol dalam membentuk ruang diskusi berbasis teks dan percakapan terbuka. Fitur seperti *retweet*, *reply*, dan penggunaan tagar (#) memungkinkan terjadinya interaksi dua arah dan diskusi kolektif yang bersifat *real-time*. Karakteristik ini menjadikan X sebagai ruang yang dinamis dalam membangun opini, menyebarkan informasi, serta membentuk pemaknaan bersama di antara para penggunanya.

Selain itu, komunitas penggemar JKT48 dikenal sangat aktif di platform X dalam membahas aktivitas anggota, membagikan konten terkait budaya Jepang, serta membangun jejaring antar penggemar. Intensitas percakapan dan keterbukaan akses terhadap interaksi publik di X memungkinkan peneliti untuk

mengamati proses komunikasi, negosiasi makna, serta penyebaran nilai-nilai budaya Jepang secara lebih transparan dibandingkan dengan platform lain yang lebih berorientasi pada visual atau algoritma personalisasi. Oleh karena itu, media sosial X dipilih sebagai objek penelitian karena dianggap paling representatif dalam menggambarkan dinamika interaksi fandom dan proses konstruksi budaya yang terjadi secara digital.

Penggunaan Bahasa Jepang di media sosial X oleh anggota JKT48 juga merupakan bagian dari bagaimana budaya Jepang disebarkan dalam komunitas penggemar. Banyak penggemar yang tertarik untuk mempelajari Bahasa Jepang melalui unggahan atau video yang dibagikan oleh anggota JKT48 di X. Hal ini dapat memperkaya pengetahuan bahasa penggemar dan semakin mendekatkan mereka pada budaya Jepang secara keseluruhan. Melalui penggunaan Bahasa Jepang di X, komunitas penggemar JKT48 turut berperan dalam mempopulerkan bahasa dan budaya Jepang di Indonesia.

Minat masyarakat Indonesia dalam mempelajari Bahasa Jepang menunjukkan angka yang sangat signifikan dan konsisten di tingkat global. Berdasarkan data terbaru dari The Japan Foundation dalam laporan *Survey on Japanese-Language Education Abroad (2024)* Indonesia secara rutin menempati peringkat tiga besar negara dengan jumlah pembelajar Bahasa Jepang terbanyak di dunia. Menariknya, laporan tersebut mengungkapkan bahwa salah satu motivasi utama (lebih dari 60%) responden belajar Bahasa Jepang bukanlah untuk kepentingan akademis formal semata, melainkan karena ketertarikan mendalam terhadap budaya populer Jepang, seperti *anime*, *manga*, dan musik J-Pop. Dalam konteks komunitas JKT48, fenomena ini terlihat jelas di media sosial X di mana penggunaan istilah Bahasa Jepang oleh anggota grup menjadi pemicu bagi penggemar untuk mempelajari bahasa tersebut secara otodidak guna memperkecil jarak komunikasi dengan idola mereka. Hal ini membuktikan bahwa Bahasa Jepang bukan lagi sekadar alat komunikasi linguistik, melainkan telah menjadi identitas kultural yang diadopsi oleh penggemar melalui interaksi digital yang intens.

Media sosial X juga memberikan ruang bagi penggemar JKT48 untuk mengekspresikan rasa cinta mereka terhadap grup ini, baik dalam bentuk tulisan, foto, maupun video. Dengan adanya fitur tagar (#) di X, penggemar dapat membuat komunitas atau tren terkait JKT48 dan budaya Jepang. Melalui tagar tersebut, penggemar dapat dengan mudah menemukan konten yang relevan dengan minat mereka, serta berinteraksi dengan sesama penggemar dari seluruh dunia. Fenomena ini menunjukkan bagaimana media sosial X berperan dalam membentuk komunitas penggemar yang lebih terhubung dan terorganisir.

Sebagai salah satu grup idola yang mengusung konsep "idol dari penggemar untuk penggemar," JKT48 berhasil menciptakan hubungan yang kuat dengan penggemar melalui media sosial. Interaksi yang terjadi di X menciptakan rasa memiliki yang mendalam di kalangan penggemar. Penggemar merasa bahwa mereka turut berperan dalam perjalanan karier JKT48, baik melalui dukungan dalam bentuk komentar, *retweet*, maupun partisipasi dalam berbagai acara yang diadakan oleh grup ini. Hal ini menggarisbawahi bagaimana media sosial berperan sebagai alat untuk membangun loyalitas penggemar, yang juga mencakup penyebaran budaya Jepang. (Yowandika, 2022:56)

Penggemar JKT48 di Indonesia tidak hanya mengikuti grup ini, tetapi juga terlibat dalam kegiatan-kegiatan yang mencerminkan budaya Jepang, seperti mengikuti acara yang diadakan oleh JKT48 atau mengadopsi kebiasaan-kebiasaan yang mereka pelajari dari budaya Jepang. Dalam hal ini, media sosial X berperan sebagai tempat untuk berbagi pengalaman dan membangun pemahaman yang lebih dalam mengenai Jepang. Penggemar sering kali berdiskusi tentang hal-hal yang mereka pelajari dari budaya Jepang melalui interaksi di X, memperkaya wawasan mereka tentang negara tersebut.

Keterlibatan penggemar JKT48 di X tidak hanya terbatas pada interaksi *online*, tetapi juga mendorong penggemar untuk terlibat dalam berbagai kegiatan *offline* yang berkaitan dengan budaya Jepang. Misalnya, penggemar JKT48 sering kali mengadakan acara nonton bareng, *meet and greet*, atau kegiatan lainnya yang bertujuan untuk merayakan kecintaan mereka terhadap grup idola ini dan budaya Jepang. Kegiatan semacam ini semakin mempererat hubungan antara penggemar

dan budaya Jepang, serta memberikan kontribusi terhadap penyebaran budaya tersebut di kalangan masyarakat Indonesia.

Meskipun berbagai penelitian telah membahas peran media sosial dalam komunitas penggemar serta penyebaran budaya populer, pembahasan mengenai bagaimana mekanisme interaksi di media sosial X secara spesifik berkontribusi terhadap penyebaran nilai-nilai budaya Jepang dalam komunitas penggemar JKT48 masih belum banyak dijelaskan secara mendalam. Interaksi yang terjadi melalui fitur balasan (*reply*), unggahan ulang (*retweet*), serta penggunaan tagar (#) menunjukkan adanya dinamika komunikasi yang kompleks, namun proses internal di dalamnya termasuk bagaimana nilai budaya diproduksi dan direproduksi belum tergambarkan secara sistematis.

Selain itu, meskipun unsur-unsur budaya Jepang seperti bahasa, musik J-pop, konsep *idol*, serta nilai kerja keras dan kedisiplinan banyak muncul dalam konten yang dibagikan oleh penggemar, belum dapat diketahui secara jelas bagaimana unsur-unsur tersebut dimaknai oleh penggemar itu sendiri. Apakah nilai-nilai tersebut diterima secara utuh, ditafsirkan kembali, atau disesuaikan dengan pengalaman sosial dan budaya lokal Indonesia masih menjadi pertanyaan yang perlu dikaji lebih lanjut.

Di sisi lain, penggemar JKT48 tidak lagi dapat dipandang hanya sebagai konsumen pasif budaya populer. Aktivitas mereka dalam membuat unggahan, membagikan ulang konten, berdiskusi, hingga menyelenggarakan kegiatan *offline* menunjukkan adanya peran aktif dalam membentuk praktik budaya *fandom*. Namun demikian, bagaimana peran aktif tersebut berkontribusi terhadap terbentuknya pola komunikasi, solidaritas komunitas, serta identitas budaya *fandom* di Indonesia melalui media sosial X belum dianalisis secara komprehensif.

Fenomena penggemar JKT48 yang aktif dalam menyebarkan budaya Jepang melalui media sosial X juga dapat dilihat sebagai bagian dari globalisasi budaya. Penggemar JKT48 di Indonesia tidak hanya mengonsumsi budaya Jepang, tetapi juga menjadi agen penyebar budaya tersebut ke masyarakat luas. Dengan menggunakan media sosial X, penggemar dapat menyebarkan informasi tentang budaya Jepang kepada teman-teman mereka, keluarga, dan bahkan orang-

orang yang mungkin belum pernah terpapar dengan budaya tersebut. Dalam konteks ini, media sosial X memainkan peran penting dalam menghubungkan budaya Jepang dengan masyarakat Indonesia. (Inawati Eni, 2023:24)

Secara keseluruhan, peran media sosial X dalam membentuk dan menyebarkan budaya Jepang dalam komunitas penggemar JKT48 sangat besar. Platform ini tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana untuk memperkenalkan dan memperkuat identitas budaya Jepang di Indonesia. Melalui X, penggemar dapat berinteraksi dengan anggota JKT48, berbagi pengetahuan tentang budaya Jepang, serta mengembangkan pemahaman yang lebih dalam tentang negara tersebut. Dalam hal ini, media sosial X berfungsi sebagai penghubung antara dunia hiburan, budaya, dan komunitas penggemar yang semakin terintegrasi.

1.2 Penelitian yang Relevan

Bagian ini menyajikan penelitian-penelitian terdahulu yang relevan sebagai bahan rujukan dan pembanding guna menjaga keaslian penelitian. Penulis merujuk pada tiga penelitian, yaitu “*JKT48 as The New Wave of Japanization in Indonesia*” oleh Rizky Soraya dan Dadung Ibnu Muktiono (2013), “*Exploring Masculinity in JKT48 Male Fans Tweet*” oleh Muhammad Fauzan Aziz (2019), dan “*Fandom and Social Media: Connecting Beyond the Everyday World through K-POP*” oleh Yoshimitsu Masae (2023), yang secara umum membahas peran budaya populer, komunitas penggemar, dan media sosial dalam pembentukan serta penyebaran makna budaya, sehingga menjadi landasan komparatif bagi penelitian ini.

1.2.1 Rizky Soraya dan Dadung Ibnu Muktiono (2013)

Publikasi jurnal yang dilakukan oleh Rizky Soraya dan Dadung Ibnu Muktiono berjudul “*JKT48 as The New Wave of Japanization in Indonesia*” pada tahun 2013 mengkaji fenomena dominasi budaya Jepang dalam grup idola JKT48 sebagai dampak dari globalisasi budaya Jepang melalui AKB48. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik

observasi terhadap dokumentasi video penampilan JKT48, serta didukung oleh survei daring dan kuesioner kepada para penggemar. Dalam analisisnya, Soraya dan Muktiono menerapkan kerangka Teori *Multiple Proximities* dari La Pastina dan Straubhaar (2005) yang menekankan konsep kedekatan budaya sebagai faktor utama dalam penerimaan budaya asing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa JKT48 merupakan representasi dari AKB48, baik dari segi konsep, estetika pertunjukan, maupun nilai-nilai budaya Jepang yang diadaptasi ke dalam konteks Indonesia. Meskipun secara formal JKT48 diklaim merefleksikan budaya lokal, temuan penelitian ini menunjukkan adanya dominasi kuat budaya Jepang yang tetap melekat. Melalui konsep *idol* Jepang tersebut, JKT48 berperan sebagai medium yang membiasakan penggemar di Indonesia terhadap budaya Jepang.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan, yakni sama-sama menyoroti peran JKT48 dalam penyebaran budaya Jepang serta respons penggemar terhadap budaya tersebut. Adapun perbedaannya terletak pada fokus kajian dan pendekatan data di mana penelitian Soraya dan Muktiono menitikberatkan pada aspek visual dan performatif JKT48, sedangkan penelitian ini berfokus pada peran media sosial X (Twitter) dan aktivitas komunitas penggemar dalam proses difusi budaya Jepang melalui interaksi digital.

1.2.2 Muhammad Fauzan Aziz (2019)

Publikasi jurnal Muhammad Fauzan Aziz yang berjudul “*Exploring Masculinity in JKT48 Male Fans Tweet*” pada tahun 2019 membahas praktik budaya partisipatif komunitas penggemar JKT48 di media sosial Twitter sebagai ruang ekspresi sekaligus arena pembentukan identitas gender. Dengan menerapkan metode penelitian kualitatif melalui pendekatan etnografi digital, Muhammad Fauzan Aziz melakukan kajian terhadap aktivitas *tweeting* penggemar laki-laki JKT48 di Twitter. Penelitian yang dilakukan oleh Aziz (2019) dengan menggunakan Konsep *Textual Productivity* dari Matt Hills menunjukkan bahwa penggemar tidak

hanya berperan sebagai konsumen budaya populer, tetapi juga sebagai produsen makna melalui unggahan dan interaksi daring. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa praktik *tweeting* penggemar laki-laki JKT48 merepresentasikan reproduksi maskulinitas dominan dalam ruang digital yang bersifat simbolik dan tersimulasi.

Twitter berfungsi sebagai ruang partisipatif yang memungkinkan penggemar menegaskan identitas diri serta relasi sosial mereka, khususnya dalam konteks gender. Menurut penelitian ini, aktivitas *fandom* JKT48 di Twitter tidak hanya berkaitan dengan hiburan, tetapi juga menjadi sarana pembentukan identitas sosial dan kultural penggemar. Konsep *Textual Productivity* menunjukkan bahwa produksi makna yang dilakukan penggemar berkontribusi dalam memperkuat dinamika sosial dan budaya dalam komunitas penggemar JKT48 di ruang digital.

1.2.3 Yoshimitsu Masae (2023)

Publikasi jurnal Yoshimitsu Masae yang berjudul “*Fandom and Social Media: Connecting Beyond the Everyday World through K-POP*” pada tahun 2023 mengkaji aktivitas komunitas penggemar K-POP di media sosial dalam konteks lintas budaya serta peran platform digital dalam membangun keterhubungan global antara penggemar dan idola, khususnya pada masa pandemi COVID-19 ketika interaksi langsung tidak memungkinkan. Dengan menggunakan metode studi kasus kualitatif dalam kerangka *Fan Studies*, Masae melakukan pengamatan terhadap interaksi antara idola K-POP yang berada di Korea Selatan dan penggemarnya di Jepang, Amerika Serikat, serta Asia Tenggara, dengan fokus utama pada pengalaman penggemar perempuan Jepang selama periode pembatasan sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggemar Jepang cenderung menikmati interaksi daring dengan idola secara selektif dan berorientasi pada kepuasan personal, sementara penggemar di Amerika dan Asia Tenggara lebih aktif dalam bentuk *fan activism*, seperti penggalangan dana dan kampanye sosial.

Temuan ini menunjukkan adanya perbedaan pola partisipasi *fandom* lintas wilayah di mana penggemar Jepang menampilkan sikap otonom dan empatik terhadap idola, terutama dalam merespons tekanan industri hiburan. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan, yaitu sama-sama memandang media sosial sebagai ruang partisipatif bagi komunitas penggemar dalam membangun makna dan relasi lintas budaya. Adapun perbedaannya terletak pada objek dan konteks penelitian di mana Masae meneliti *fandom* K-POP dalam situasi pandemi, sedangkan penelitian ini berfokus pada komunitas penggemar JKT48 di Indonesia serta peran media sosial X dalam menyebarkan dan membentuk pemahaman terhadap budaya Jepang melalui interaksi digital.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Peran media sosial X dalam interaksi penggemar JKT48 terkait penyebaran nilai-nilai budaya Jepang belum dijelaskan secara mendalam, khususnya mengenai mekanisme interaksi yang terjadi di dalamnya.
2. Berbagai konten yang berkaitan dengan budaya Jepang banyak beredar dalam komunitas penggemar JKT48 di media sosial X, namun proses bagaimana unsur-unsur budaya tersebut dimaknai, diinterpretasikan, dan dibagikan kembali oleh penggemar belum tergambar secara jelas.
3. Penggemar JKT48 tidak hanya berperan sebagai konsumen informasi, tetapi juga sebagai penyebar budaya Jepang, namun bentuk peran aktif penggemar dalam membentuk praktik budaya *fandom* melalui media sosial X masih belum banyak diteliti secara spesifik.
4. Proses penyesuaian (adaptasi) nilai-nilai budaya Jepang ke dalam konteks budaya lokal Indonesia dalam komunitas penggemar JKT48

melalui media sosial X belum dianalisis secara mendalam.

5. Dampak interaksi digital di media sosial X terhadap terbentuknya pola komunikasi, solidaritas komunitas, serta identitas budaya *fandom* JKT48 di Indonesia masih belum dijelaskan secara komprehensif.

1.4 Pembatasan Masalah

Berdasarkan poin-poin identifikasi masalah di atas, maka peneliti membatasi penelitian ini. Penelitian ini akan berfokus pada peran media sosial X sebagai sarana komunikasi dan penyebaran budaya Jepang dalam komunitas penggemar JKT48. Platform media sosial lainnya seperti Instagram, Facebook, atau TikTok tidak akan dibahas secara mendalam.

Selain itu, kriteria narasumber dalam penelitian ini ditetapkan secara spesifik untuk menjaga relevansi dan kedalaman data yang diperoleh melalui kuesioner. Narasumber yang dipilih adalah individu yang terdaftar sebagai anggota aktif dalam komunitas penggemar *fan-club* JKT48 dan memiliki pengalaman langsung dalam mengikuti perkembangan idola mereka. Selain itu, narasumber harus memiliki intensitas penggunaan media sosial X yang tinggi agar dapat memberikan gambaran nyata mengenai bagaimana nilai-nilai atau budaya Jepang diinternalisasi dalam interaksi digital mereka. Dengan kriteria tersebut, loyalitas serta motivasi narasumber diharapkan dapat terjamin sehingga memperkuat validitas hasil penelitian.

1.5 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kontribusi media sosial X dalam penyebaran nilai-nilai budaya Jepang di kalangan penggemar JKT48 di Indonesia?
2. Nilai-nilai apakah dalam budaya Jepang yang dipahami penggemar JKT48 melalui interaksi mereka di media sosial X?

1.6 Tujuan Penelitian

Berdasarkan poin-poin perumusan masalah yang diuraikan di atas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Menganalisis kontribusi media sosial X dalam menyebarkan nilai-nilai budaya Jepang di kalangan penggemar JKT48.
2. Mengetahui tingkat pemahaman penggemar JKT48 terhadap budaya Jepang yang terbentuk melalui interaksi di media sosial X.

1.7 Landasan Teori

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dipaparkan, selanjutnya peneliti akan membuat landasan teori yang berpacu pada kata kunci berikut guna mendukung penulisan pembahasan judul skripsi. Dalam penulisan penelitian, terdapat beberapa teori di antaranya Budaya Populer, Difusi Budaya, *Cultural Studies* dan Peran Komunitas dalam Pembentukan Budaya. Penjelasannya akan dijelaskan di bawah ini:

1.7.1 Budaya Populer

Fiske (2010:47), mengatakan bahwa membentuk perspektif unik mengenai budaya populer dapat dilakukan dengan memandang budaya populer bukan hanya sebagai konsumsi produk media oleh masyarakat, tetapi merupakan ruang di mana makna dan identitas dibentuk secara aktif oleh para konsumen. Fiske melihat budaya populer sebagai fenomena yang didorong *from below*, atau "dari bawah" di mana kekuatan interpretasi dan pengalihan makna ada di tangan masyarakat. Budaya populer, menurut Fiske, bukanlah sesuatu yang pasif atau tak tersentuh oleh audiens, tetapi sebuah "lahan" tempat perjuangan antara pihak dominan dan marginal untuk menciptakan makna dan identitas yang lebih relevan bagi pengalaman mereka.

1.7.2 Difusi Budaya

Teori Difusi Budaya merupakan cabang dari Teori Difusi Inovasi yang dikembangkan oleh Rogers (1995:11), yang menjelaskan bagaimana suatu inovasi termasuk nilai, norma, praktik sosial, dan teknologi disebarkan dan diadopsi dalam suatu sistem sosial. Difusi budaya merujuk pada penyebaran unsur-unsur budaya dari satu masyarakat ke masyarakat lain melalui interaksi sosial, komunikasi, dan proses adaptasi nilai.

1.7.3 *Fan Studies*

Fan studies adalah bidang kajian interdisipliner yang mempelajari penggemar (*fans*) dan komunitas mereka, serta bagaimana mereka berinteraksi dengan teks budaya populer. Dalam bukunya *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*, Jenkins (2012:77) menyoroti peran penting penggemar dalam budaya media, yang tidak hanya berfungsi sebagai konsumen pasif tetapi juga sebagai produsen makna yang aktif. Jenkins berargumen bahwa *fans* dianggap sebagai "pembajak" teks budaya yang mengubah, menafsirkan, dan menyebarkan karya budaya populer untuk menciptakan makna baru.

1.7.4 Peran Komunitas dalam Pembentukan Budaya Populer

Peran komunitas dalam budaya populer sangat penting dalam pendekatan Fiske. Komunitas adalah tempat di mana makna dibagikan, dibentuk, dan diperkuat. Fiske (2010:149) berpendapat bahwa komunitas penggemar atau *fan communities* tidak hanya sebagai konsumen, tetapi sebagai *co-creator* atau pembentuk budaya. Melalui interaksi, diskusi, dan kegiatan bersama, komunitas-komunitas ini menciptakan lingkungan di mana interpretasi dan ekspresi budaya dapat berkembang. (Fiske, 2010:149)

「コスプレは単なるフィクションのキャラクターを模倣する活動にとどまらず、アイデンティティの表現、オルタナティブ・ファッションの創造性、 serta 大衆文化コミュニティへの個人の関与を象徴するものである。」 Masaaki. (2010:14).

"Cosplay tidak hanya berfungsi sebagai aktivitas meniru karakter fiksi, tetapi juga sebagai bentuk ekspresi identitas, kreativitas fashion alternatif, serta simbol keterlibatan individu dalam komunitas budaya populer." Masaaki. (2010:14).

1.7.5 Konsep “*Wa*” (和) dalam Budaya Jepang

Konsep *Wa* (和) merupakan salah satu nilai fundamental dalam budaya Jepang yang merujuk pada harmoni, keselarasan, dan keseimbangan dalam hubungan sosial. *Wa* menekankan pentingnya menjaga keharmonisan kelompok dengan menghindari konflik terbuka serta mengutamakan kepentingan bersama dibandingkan kepentingan individu. Dalam masyarakat Jepang, prinsip ini tercermin dalam pola komunikasi yang cenderung implisit, sikap saling menghormati, serta penyesuaian diri terhadap norma kelompok.

Dalam konteks budaya populer dan komunitas penggemar, Konsep *wa* dapat terlihat dalam bagaimana anggota komunitas berupaya menjaga solidaritas, menghindari perpecahan internal, serta membangun rasa kebersamaan. Nilai harmoni ini berpotensi memengaruhi cara penggemar mengelola interaksi, diskusi, maupun perbedaan pendapat di ruang digital seperti media sosial X.

1.8 Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk memahami dan mendeskripsikan fenomena yang diteliti secara mendalam. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti menganalisis makna, pola interaksi, serta praktik budaya yang muncul dalam komunitas penggemar JKT48 di media sosial X. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner

mendalam dengan lima penggemar JKT48 dan juga merupakan anggota komunitas *fan club* untuk menggali pandangan, pengalaman, serta motivasi mereka dalam menggunakan media sosial X sebagai ruang interaksi dengan JKT48 dan budaya Jepang. Kriteria penetapan narasumber dapat ditetapkan karena beberapa hal, seperti narasumber adalah *member* dari *fandom* JKT48 sehingga pengetahuan dan pengalaman dari mengikuti *idol* mereka dapat terjamin. Selain itu, karena narasumber merupakan *member* *fandom* JKT48, maka pengetahuan tentang budaya ataupun nilai Jepang yang diterapkan *member* JKT48 dapat dirasakan secara langsung. Lalu, loyalitas dan motivasi mengikuti dapat dirasakan secara langsung dan diceritakan dalam sesi kuesioner.

Selain kuesioner, peneliti juga melakukan observasi terhadap aktivitas pengguna di media sosial X, khususnya pada unggahan, penggunaan tagar, komentar, serta bentuk interaksi lain yang berkaitan dengan JKT48 dan unsur budaya Jepang dari tahun 2018-2025. Untuk melengkapi data tersebut, peneliti mengumpulkan dan menganalisis dokumen serta arsip digital berupa tangkapan layar, *tweet*, poster digital, dan konten visual lain yang diunggah oleh penggemar maupun akun resmi JKT48. Untuk menjaga objektivitas penelitian, peneliti menerapkan teknik triangulasi sumber data dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari kuesioner narasumber dengan catatan observasi langsung pada media sosial X. Setiap data digital yang diambil, baik berupa cuitan (*tweet*), unggahan ulang (*retweet*), maupun penggunaan tagar, dicatat secara sistematis. Seluruh data yang diperoleh dari kuesioner, observasi, dan dokumentasi digunakan secara saling melengkapi guna memperkuat analisis dan meningkatkan validitas hasil penelitian.

1.9 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini yang diharapkan dari peneliti ialah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoretis

Peneliti berharap dengan penelitian ini dapat digunakan sebagai data sekunder atau referensi awal bagi penelitian selanjutnya yang ingin

mendalami topik mengenai budaya Jepang dengan sudut pandang yang berbeda.

2. Manfaat Praktis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat membantu pembaca memahami bagaimana media sosial, khususnya platform X dapat berperan sebagai alat yang efektif dalam memperkenalkan dan menyebarkan elemen budaya Jepang, seperti, musik, bahasa, dan nilai-nilai, di kalangan komunitas penggemar JKT48 di Indonesia. Pemahaman ini dapat memperluas wawasan pembaca tentang proses globalisasi budaya melalui teknologi digital.

1.10 Sistematika Penyusunan Skripsi

Dalam penyusunan skripsi ini terdapat beberapa bab yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

Bab I adalah Pendahuluan. Bab ini memaparkan mengenai penjelasan-penjelasan latar belakang masalah, penelitian yang relevan, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori, metode penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

Bab II adalah Kajian Pustaka dan Landasan Teori. Bab ini memaparkan penjelasan mengenai teori yang digunakan dalam penelitian, meliputi budaya populer Jepang, difusi budaya, *fan studies*, serta komunitas penggemar sebagai agen penyebaran budaya.

Bab III adalah Analisis dan Pembahasan. Bab ini memaparkan penjelasan mengenai metode dan tahapan penelitian yang digunakan dalam mengkaji peran media sosial X pada komunitas penggemar JKT48.

Bab IV adalah Simpulan. Bab ini memaparkan kesimpulan dari hasil analisis dan jawaban dari permasalahan