BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Industri idol Jepang, yang merupakan salah satu komponen terpenting dalam *J-pop*, memiliki karakteristik yang secara fundamental berbeda dari industri hiburan di negara-negara Barat. Perbedaan ini terletak pada esensi daya tarik idol itu sendiri dan struktur yang mengaturnya. Idol tidak diharapkan untuk menjadi seniman yang sempurna sejak awal karier mereka. Daya tarik ini memungkinkan idol untuk memperluas karier mereka ke berbagai bidang hiburan, termasuk akting dan modeling, sehingga memperkuat daya tarik mereka secara keseluruhan dan menciptakan profil profesional yang serbaguna. Di dalam ekosistem industri yang unik ini, muncullah *Golden Rules* atau aturan tidak tertulis yang mengatur perilaku idol di luar panggung.

Alasan utama dibalik aturan ini adalah untuk memelihara fantasi penggemar bahwa idol tersebut secara emosional dan romantis tersedia atau suci. Fantasi ini adalah inti dari daya jual dan profitabilitas idol. Oleh karena itu, jika seorang idol kedapatan berkencan, hal itu dianggap menghancurkan daya jual dan daya tariknya di mata penggemar, yang pada akhirnya dapat mengakibatkan kerugian finansial yang signifikan bagi agensi. Konsekuensi dari pelanggaran *Golden Rules* bisa sangat berat. Idol yang melanggar aturan ini sering kali menghadapi hukuman keras, mulai dari pemecatan hingga harus membuat permintaan maaf publik yang memalukan.

Penelitian ini didukung oleh beberapa penelitian terdahulu sebagai komparasi dan untuk menunjukkan kebaruan dari penelitian. Beberapa penelitian ini berhubungan atau mengandung variabel yang bertujuan untuk mencari celah penelitian dan untuk mengembangkan hipotesis. Berikut penelitian-penelitian tersebut:

Penelitian Kai (2017) dengan judul *The Idol as a Product: The Case of AKB48* bertujuan membedah komodifikasi anggota AKB48 dan fenomena *Ren'ai Kinshi* (larangan berpacaran) sebagai mekanisme ekonomi untuk menjaga nilai jual fantasi para penggemar. Menggunakan perspektif Marxisme dan *Commodification Theory*, penelitian ini menemukan bahwa manajemen mengontrol ketat kehidupan pribadi idola demi memastikan mereka tetap menjadi produk konsumsi, di mana pelanggaran aturan dianggap sebagai cacat produksi. Persamaannya terletak pada objek material yang sama-sama meneliti grup idola, khususnya AKB48 dan larangan romansanya. Namun, perbedaan sekaligus gap pada penelitian ini adalah fokusnya yang secara spesifik meneliti representasi mekanisme internalisasi *Golden Rules* pada sister group-nya, yaitu JKT48, serta menggunakan Teori Siklus Hidup Norma dan Teori Internalisasi.

Studi Galbraith dan Karlin (2012) berjudul *Idols and Celebrity in Japanese Media Culture* bertujuan menganalisis sistem produksi idola dan pola kontrol total manajemen atas citra publik maupun privat artis dalam industri hiburan Jepang *(Geino-kai).* Dengan landasan teori Studi Budaya *(Cultural Studies)* dan antropologi media, ditemukan bahwa agensi

beroperasi seperti keluarga korporat yang ketat dan bertindak sebagai "orang tua" yang memiliki otoritas moral serta legal absolut atas artisnya. Persamaannya terletak pada topik besar mengenai kajian budaya populer idola *(pop culture idol)*. Adapun letak perbedaan dan gap penelitiannya adalah penelitian ini meneliti representasi mekanisme *Golden Rules JKT48* dengan menggunakan Teori Siklus Hidup Norma dan Teori Internalisasi.

Penelitian Wiranata (2014) bertujuan membedah bagaimana norma gender internasional (CEDAW) masuk dan berinteraksi dengan struktur sosiokultural patriarki di Bali melalui peran aktivis perempuan. Menggunakan teori Siklus Hidup Norma *(Norm Life Cycle)* dari Finnemore dan Sikkink, ditemukan bahwa difusi norma tidak terjadi secara linier, melainkan melalui negosiasi kompleks antara norm entrepreneurs dan nilai-nilai lokal. Persamaannya dengan penelitian ini terletak pada kesamaan penggunaan Teori Siklus Hidup Norma. Perbedaan mendasar sekaligus gap dalam penelitian ini adalah lokus dan fokus analisisnya, di mana penelitian ini berfokus pada mekanisme internalisasi Golden Rules JKT48 di media digital.

Penelitian Dewi et al. (2023) bertujuan mengeksplorasi dinamika sosiopolitik dan hambatan proses internalisasi norma kesetaraan gender pasca ratifikasi CEDAW di Ghana. Berpijak pada kerangka konstruktivis Siklus Hidup Norma Finnemore dan Sikkink, penelitian ini menunjukkan bahwa adopsi norma universal berbenturan keras dengan hukum adat dan sistem kekerabatan patrilineal setempat, sehingga ratifikasi elite hanya menjadi ilusi

tanpa rekayasa sosial di akar rumput. Kedua penelitian ini memiliki persamaan pada penggunaan Teori Siklus Hidup Norma sebagai pisau analisis utamanya. Sementara itu, letak gap penelitian ini adalah fokus kajiannya, di mana penelitian ini berfokus pada mekanisme internalisasi Golden Rules JKT48 di media digital.

Penelitian Desiyanti (2020) bertujuan menelusuri implementasi teknis Konvensi Warisan Budaya Tak Benda UNESCO di Indonesia pada rentang tahun 2003–2019. Dengan menggunakan Teori Siklus Hidup Norma Finnemore dan Sikkink, hasil penelitian membongkar bahwa fase internalisasi norma sering kali gagal karena tereduksi menjadi sekadar prosedur administratif oleh pemerintah pusat, tanpa menyentuh dimensi kognitif dan afektif komunitas lokal sebagai agen pelestari yang sesungguhnya. Persamaan kedua penelitian ini terletak pada penggunaan landasan Teori Siklus Hidup Norma. Adapun letak perbedaan sekaligus kebaruan (gap) penelitian ini adalah fokus analisisnya yang beralih untuk mengkaji mekanisme internalisasi Golden Rules JKT48 di media digital.

Penelitian Mukarromah et al. (2020) bertujuan membedah mikrodinamika transfer nilai eksternal secara interpersonal dalam unit sosial terkecil. Menggunakan teori internalisasi dari Joan E. Grusec dan Jacqueline J. Goodnow, ditemukan bahwa internalisasi nilai bukanlah doktrinasi satu arah, melainkan transaksi psikologis dua tahap yang keberhasilannya ditentukan oleh kejelasan persepsi dan kerelaan inheren penerima untuk menerima pesan tersebut. Persamaannya dengan penelitian ini adalah sama-sama mengadopsi

Teori Internalisasi untuk melihat adopsi nilai. Namun, letak gap pembedanya adalah penelitian ini berfokus pada representasi mekanisme kepatuhan member JKT48 di media digital.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Norma

Penelitian ini menggunakan kerangka teoretis mengenai dinamika norma internasional yang dikemukakan oleh Finnemore & Sikkink. Teori ini dipaparkan secara komprehensif dalam karya mereka yang berjudul *"International Norm Dynamics and Political Change",* yang diterbitkan dalam jurnal *International Organization* pada tahun 1998 (Volume 52, Nomor 4, halaman 887-917). Meskipun pada awalnya dikembangkan dalam konteks Hubungan Internasional untuk memetakan adopsi norma antarnegara, teori ini memiliki kesesuaian pola (suitability) yang kuat untuk diterapkan dalam skala mikro-organisasional seperti institusi budaya populer JKT48. Baik dalam sistem internasional maupun dalam grup industri idola, adopsi nilai tidak terjadi secara instan, melainkan melalui tahapan terstruktur yang dipengaruhi oleh otoritas, tekanan lingkungan (sosialisasi), dan proses pengakuan.

Untuk menjaga konsistensi analitis dalam penelitian ini, istilah Golden Rules—yang secara formal merupakan seperangkat aturan kontrak tertulis dari manajemen—secara operasional didefinisikan dan diperlakukan sebagai "norma perilaku". Hal ini didasari oleh konsep bahwa Golden Rules bukan sekadar regulasi hukum positif korporasi, melainkan telah menjelma menjadi

standar kelayakan berperilaku (standard of appropriate behavior) yang mengikat secara sosial, kognitif, dan moral bagi individu yang memegang identitas sebagai seorang idola.

Finnemore dan Sikkink mendefinisikan norma sebagai "a standard of appropriate behavior for actors with a given identity". Definisi ini menekankan aspek kesesuaian (appropriateness) dan intersubjektivitas kolektif. Proses evolusi norma ini dibagi ke dalam tiga tahapan Norm Life Cycle:

2.2.1.1 Kemunculan Norma (*Norm Emergence*)

Tahap pertama adalah Kemunculan Norma *(Norm Emergence)*. Pada fase awal ini, norma belum diakui secara luas. Aktor kuncinya adalah apa yang disebut sebagai "pengusaha norma" *(norm entrepreneurs)* individu atau organisasi yang memiliki komitmen ideasional kuat. Mekanisme utama yang digunakan pada tahap ini adalah persuasi dan pembingkaian *(framing)* di mana *norm entrepreneurs* membingkai isu tertentu menggunakan narasi yang menyentuh kognitif audiens demi menggeser pemahaman lama atau menciptakan standar baru. Motif yang mendasari tahap ini biasanya adalah altruisme, empati, dan komitmen ideasional. Tahap ini berlangsung hingga norma mencapai titik kritis *(tipping point)*, yaitu ketika jumlah negara yang mengadopsi norma tersebut mencapai massa kritis (biasanya sepertiga dari total negara di sistem internasional).

2.2.1.2 Penyebaran Norma (*Norm Cascades*)

Tahap kedua adalah Penyebaran Norma *(Norm Cascades)*. Setelah melewati titik kritis, norma memasuki fase penyebaran yang cepat *(cascade)*. Karakteristik utama tahap ini adalah sosialisasi internasional. Berbeda dengan tahap pertama yang mengandalkan persuasi internal, pada tahap ini negara-negara mulai mengadopsi norma karena adanya tekanan dinamis dari lingkungan internasional (tekanan teman sebaya atau *peer pressure*). Negara, sebagai aktor utama pada tahap ini, termotivasi oleh kebutuhan akan legitimasi, reputasi, dan harga diri *(esteem)* di mata komunitas internasional. Mekanisme sosialisasi melibatkan pujian diplomatik bagi yang patuh dan kecaman atau sanksi bagi yang melanggar.

2.2.1.3 Internalisasi (*Internalization*)

Tahap ketiga adalah Internalisasi *(Internalization)*. Tahap terakhir ini terjadi ketika norma telah menyebar luas dan diterima secara universal hingga menjadi sesuatu yang dianggap wajar *(taken-for-granted)*. Pada titik ini, norma tidak lagi menjadi bahan perdebatan publik melainkan telah terinstitusionalisasi ke dalam hukum, birokrasi, dan kebiasaan profesional. Kepatuhan terhadap norma bukan lagi karena tekanan eksternal, melainkan karena kesadaran otomatis bahwa hal tersebut adalah satu-satunya cara yang tepat untuk bertindak. Aktor utama yang berperan menjaga norma di tahap ini adalah birokrasi, profesi hukum, dan polisi.

Fokus utama dari teori ini dalam konteks analisis politik adalah untuk memetakan di mana posisi sebuah isu berada dalam siklus tersebut.

Finnemore dan Sikkink menekankan bahwa rasionalitas dan kepentingan aktor berubah seiring perpindahan tahap. Jika pada tahap awal aktor digerakkan oleh nilai moral, pada tahap cascade aktor digerakkan oleh konsekuensi sosial politik (legitimasi). Dengan demikian, teori ini memberikan lensa yang tajam untuk melihat bagaimana perubahan politik terjadi bukan sekadar karena kalkulasi materi, tetapi karena pergeseran standar kelayakan sosial yang dikonstruksi melalui interaksi antar aktor internasional.

Teori ini digunakan untuk menganalisis bagaimana tahapan dalam siklus hidup norma *Golden Rules* direpresentasikan oleh member JKT48 di media digital. Kerangka kerja ini dipilih karena mampu melacak evolusi aturan larangan asmara tersebut dari sekadar regulasi tertulis manajemen hingga melebur menjadi standar kelayakan berperilaku yang dianggap wajar oleh para member dalam aktivitas virtual mereka.

2.2.2 Teori Internalisasi

Teori Internalisasi yang dikembangkan oleh Joan E. Grusec dan Jacqueline J. Goodnow (1994) menandai pergeseran paradigma dalam psikologi perkembangan, dari pandangan tradisional yang menekankan kekuasaan orang tua (*parental power*) menuju pendekatan pemrosesan informasi yang menempatkan anak sebagai agen aktif. Dalam karya fundamentanya, internalisasi didefinisikan sebagai proses di mana nilai-nilai atau aturan-aturan sosial yang awalnya bersifat eksternal diintegrasikan ke dalam sistem nilai pribadi individu sehingga menjadi panduan perilaku yang

otonom. Fenomena ini melampaui konsep kepatuhan sederhana (*compliance*), jika kepatuhan sering kali bersifat situasional dan bergantung pada keberadaan figur otoritas atau ancaman sanksi, maka internalisasi menciptakan komitmen jangka panjang yang tetap bertahan meski tanpa pengawasan. Grusec dan Goodnow berargumen bahwa keberhasilan internalisasi tidak ditentukan oleh seberapa kuat orang tua menekan anak, melainkan oleh seberapa efektif anak memproses pesan moral yang disampaikan. Mereka mengajukan sebuah model kognitif-afektif yang menjelaskan bahwa internalisasi adalah hasil dari interaksi kompleks antara metode disiplin orang tua, persepsi anak, dan motivasi internal anak untuk menerima nilai tersebut. Dengan kata lain, transformasi dari kontrol eksternal menjadi kontrol internal ini adalah sebuah proses dialektis di mana anak melakukan evaluasi terhadap pesan-pesan yang mereka terima dari lingkungan sosialnya, terutama dalam konteks pengasuhan.

2.2.2.1 Akurasi Persepsi (*Accurate Perception*)

Mekanisme pertama dalam model Grusec dan Goodnow adalah Akurasi Persepsi (*Accurate Perception*), yang merupakan pintu gerbang kognitif bagi proses internalisasi. Sebelum seorang anak dapat mengadopsi suatu nilai, ia harus terlebih dahulu memahami secara tepat apa yang diinginkan oleh orang tuanya dan mengapa nilai tersebut dianggap penting. Akurasi persepsi ini sangat dipengaruhi oleh kualitas komunikasi dalam interaksi disiplin. Grusec dan Goodnow menekankan bahwa pesan yang disampaikan orang tua harus memiliki tingkat kejelasan (*clarity*) dan

konsistensi yang tinggi agar tidak terjadi distorsi informasi. Jika orang tua memberikan instruksi yang ambigu atau menerapkan aturan yang berubah-ubah, anak akan mengalami kesulitan untuk mengidentifikasi esensi dari nilai yang diajarkan, sehingga yang muncul hanyalah kebingungan atau kepatuhan yang bersifat mekanis tanpa pemahaman moral. Selain kejelasan, metode 'induksi' atau penjelasan rasional mengenai konsekuensi perilaku terhadap orang lain sangat krusial dalam meningkatkan akurasi persepsi. Melalui induksi, orang tua membantu anak untuk melihat kaitan logis antara tindakan mereka dengan prinsip moral yang lebih luas, sehingga anak tidak hanya melihat aturan sebagai batasan sewenang-wenang, melainkan sebagai sebuah kebutuhan sosial yang bermakna. Faktor lain yang mempengaruhi akurasi adalah keterlibatan kognitif anak, anak-anak yang secara aktif didorong untuk berdiskusi dan merefleksikan aturan cenderung memiliki pemahaman yang lebih mendalam dibandingkan mereka yang hanya menerima perintah satu arah. Jika persepsi anak terhadap pesan orang tua sudah akurat, maka fondasi untuk tahap internalisasi berikutnya telah terbentuk, karena individu kini memiliki peta kognitif yang jelas mengenai ekspektasi perilaku yang diharapkan oleh lingkungannya.

2.2.2.2 Penerimaan (*Acceptance*)

Setelah persepsi yang akurat terbentuk, tahap paling kritis dan menentukan adalah Penerimaan (*Acceptance*). Tahap ini melibatkan evaluasi subjektif anak terhadap nilai yang telah dipahaminya untuk

memutuskan apakah nilai tersebut layak dijadikan bagian dari identitas dirinya. Grusec dan Goodnow mengidentifikasi beberapa faktor utama yang menentukan apakah seorang anak akan menerima atau menolak suatu pesan moral. Pertama adalah persepsi mengenai kewajaran atau keadilan (*perceived fairness*) dari metode disiplin yang digunakan. Jika anak merasa bahwa tindakan disiplin orang tua terlalu keras, sewenang-wenang, atau tidak proporsional dengan kesalahan yang dilakukan, maka ia cenderung akan melakukan penolakan (*rejection*) atau perlawanan psikologis (*reactance*), meskipun ia memahami aturan tersebut. Kedua, motivasi intrinsik dan otonomi memainkan peran sentral; internalisasi paling efektif terjadi ketika anak merasa bahwa mereka memiliki pilihan dan bahwa nilai tersebut sesuai dengan kebutuhan mereka untuk merasa kompeten dan terhubung dengan orang lain. Ketiga, kualitas hubungan antara pemberi nilai (orang tua) dan penerima nilai (anak) menjadi konteks afektif yang vital. Dalam hubungan yang hangat, responsif, dan penuh dukungan emosional, anak memiliki keinginan alami untuk mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai orang tua sebagai bentuk loyalitas dan rasa memiliki. Sebaliknya, dalam hubungan yang konfliktual atau penuh tekanan, anak mungkin hanya akan patuh demi menghindari hukuman, yang disebut sebagai ‘kepatuhan situasional’ dan bukan internalisasi yang tulus. Ketika proses penerimaan ini berhasil, nilai tersebut tidak lagi dirasakan sebagai beban dari luar, melainkan sebagai ‘suara batin’ yang membimbing individu untuk bertindak benar secara

konsisten di berbagai situasi. Hasil akhirnya adalah terbentuknya jati diri yang berintegritas, di mana perilaku moral muncul sebagai refleksi dari keyakinan pribadi yang mendalam, menciptakan harmoni antara narasi batin dan tindakan nyata dalam ruang sosial.

2.3 Golden Rules

Secara konseptual dan historis, istilah *Golden Rules* atau Aturan Emas berakar dari etika moral klasik serta etika keagamaan. Burton dan Goldsby (2005) menyatakan bahwa istilah tersebut merujuk pada prinsip timbal balik yang mengajarkan seseorang untuk memperlakukan orang lain sebagaimana ia ingin diperlakukan. Namun, dalam lanskap industri budaya dan manajemen media modern, istilah ini mengalami pergeseran makna operasional. Galbraith dan Karlin (2012) mengartikan *Golden Rules* sebagai prinsip fundamental, doktrin utama, atau kode etik baik tertulis maupun tidak tertulis yang bersifat absolut dan tidak boleh dilanggar oleh para pelaku industri guna menjaga keberlangsungan sistem bisnis serta reputasi institusi.

Penggunaan istilah *Golden Rules* dalam industri hiburan modern pertama kali terstruktur secara masif di Jepang pada era pascaperang sekitar tahun 1960 hingga 1970 melalui sistem manajemen agen hiburan yang dikenal sebagai *Geino-kai* (Galbraith & Karlin, 2012). Para produsen dan pendiri agensi media perintis, seperti Johnny Kitagawa, pendiri Johnny & Associates serta Hiroshi Watanabe pendiri Watanabe Productions, menjadi figur kunci yang meletakkan fondasi kontrol ketat atas kehidupan pribadi artis demi membentuk citra publik yang sempurna. Dalam perkembangannya pada akhir era 1980 hingga 2000, produsen musik Yasushi

Akimoto pencetus megagrup Onyanko Club dan AKB48 mengkristalisasi norma-norma ini secara spesifik ke dalam industri idola *(idol industry)*. Salah satu pilar *Golden Rules* paling mendasar yang dilembagakan oleh Akimoto adalah doktrin *Ren'ai Kinshi* atau larangan menjalin hubungan asmara (Kai, 2017).

Secara struktural, hubungan konseptual antara *Golden Rules* dan industri idol terletak pada komodifikasi emosional. Berbeda dengan penyanyi atau aktris konvensional yang menjual talenta seni murni, idol menjual persona, kedekatan, dan proses pertumbuhan karir bersama penggemar. *Golden Rules* hadir sebagai mekanisme pertahanan komersial untuk memastikan bahwa idol tetap dipersepsikan secara emosional dan romantis bagi para penggemarnya (Galbraith & Karlin, 2012). Ketika AKB48 mengekspansi model bisnisnya ke Indonesia dengan mendirikan JKT48 pada tahun 2011 sebagai sister group internasional pertamanya, seluruh cetak biru manajemen termasuk *Golden Rules* diadopsi dan diterapkan secara ketat oleh manajemen (JKT48 Operation Team).

Dalam struktur manajemen JKT48, terdapat sekumpulan norma ketat yang wajib dipatuhi oleh seluruh member yang dikenal sebagai *Golden Rules*. Melody Laksani dalam podcast *Iso Late Show* menyatakan bahwa salah satu poin paling krusial dalam aturan ini adalah larangan bagi para member untuk menjalin hubungan asmara atau berpacaran selama masa aktif mereka sebagai member. Komitmen terhadap aturan ini bahkan sudah diuji sejak tahap audisi, di mana pihak manajemen secara spesifik menanyakan status hubungan calon member guna memastikan kesiapan mereka untuk fokus sepenuhnya pada grup. Selain itu, terdapat batasan dalam penggunaan media sosial pribadi, di mana para member

dilarang mempublikasikan foto bersama lawan jenis yang bukan merupakan anggota keluarga demi menjaga citra profesional mereka.

Mekanisme penegakan aturan ini melibatkan pengawasan dari manajemen dan laporan dari penggemar. Apabila terjadi dugaan pelanggaran, pihak manajemen akan melakukan investigasi atau riset terlebih dahulu untuk memastikan kebenaran informasi tersebut. Jika terbukti melanggar, member akan dijatuhi sanksi yang bervariasi tergantung pada beratnya kasus. Melody menjelaskan bahwa sanksi tersebut dapat berupa penangguhan kegiatan *(suspension)* selama periode tertentu, misalnya tiga bulan, di mana selama masa tersebut member dilarang tampil dalam pertunjukan reguler maupun berinteraksi melalui media sosial.

Lebih lanjut, sanksi yang diberikan juga mencakup aspek moral, sosial, dan finansial. Masih dalam podacast yang sama dengan Melody, Shani Indira Natio menambahkan bahwa member yang melanggar diwajibkan untuk menyampaikan permohonan maaf secara terbuka kepada penggemar di panggung teater. Dari sisi finansial, sanksi ini berdampak langsung karena member tidak akan menerima pendapatan dari pertunjukan *(show)* selama masa hukuman. Secara internal, manajemen juga menerapkan mekanisme pembinaan unik di mana member yang melanggar ditugaskan untuk membantu staf di balik layar, seperti mengurus bagian kostum *(wardrobe)* atau membantu pengemasan produk *(merchandise)*. Hal ini bertujuan agar member tersebut menyadari konsekuensi tindakannya terhadap tim dan memahami tanggung jawab kolektif di dalam manajemen JKT48.