

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Budaya populer Jepang telah bertransformasi menjadi fenomena global yang masif melalui strategi *media mix* yang mengintegrasikan anime, manga, dan musik ke dalam satu ekosistem konsumsi yang saling terhubung secara transnasional (Otmazgin, 2012). Dalam lanskap ini, industri hiburan Jepang tidak hanya menawarkan produk visual, tetapi menciptakan *soft power* yang efektif melalui konsep '*Cool Japan*' yang merambah hingga ke gaya hidup (Iwabuchi, 2015). Sebagai puncak dari ekosistem ini, grup idol muncul sebagai representasi paling dinamis yang menggabungkan performa musik dengan kedekatan emosional, menjadikan mereka motor utama penyebaran nilai-nilai budaya pop Jepang ke berbagai belahan dunia (Galbraith & Karlin, 2012). Dalam skema global ini, sosok idol tidak hanya hadir sebagai penghibur semata, melainkan berevolusi menjadi entitas budaya yang memiliki definisi dan fungsi sosial yang spesifik seperti penyanyi, penari, model, sekaligus tokoh publik yang berpengaruh.

Secara spesifik, model bisnis idol Jepang beroperasi dalam kerangka ekonomi perhatian dan penciptaan selebritas yang unik. Berbeda dengan musisi konvensional, daya tarik utama seorang idol tidak semata-mata terletak pada kualitas vokal atau penjualan musik, melainkan pada kemampuannya menciptakan narasi 'bertumbuh' (*process*) di depan mata penggemar (Fairchild, 2007). Grup seperti AKB48 telah menyempurnakan model ini dengan konsep '*Idol You Can Meet*', yang memungkinkan penggemar berinteraksi langsung dan membangun

ikatan emosional yang mendalam. Keberhasilan AKB48 mendominasi pasar Asia mendorong ekspansi format ini ke Indonesia melalui pembentukan JKT48 pada tahun 2011. Kehadiran JKT48 bukan sekadar adopsi musik, melainkan transplantasi sistem budaya dan manajemen penggemar yang kompleks.

Adaptasi budaya organisasi Jepang di Indonesia sebenarnya bukanlah fenomena baru dan telah menjadi subjek penelitian yang signifikan. Putra (2020), misalnya, dalam studinya mengenai analisis budaya Kaizen, menunjukkan bahwa nilai-nilai seperti disiplin, hierarki, dan loyalitas kelompok (*shudan shiki*) ditransfer secara sistematis dari kantor pusat di Jepang ke cabang perusahaan manufaktur di Indonesia. Dalam konteks tersebut, karyawan Indonesia dituntut untuk mengadopsi pola pikir Jepang guna menyesuaikan diri dengan struktur organisasi yang kaku. Hal ini mengindikasikan bahwa transfer nilai budaya Jepang memiliki pola kepatuhan yang kuat meski diterapkan pada masyarakat Indonesia yang memiliki latar belakang budaya berbeda.

Namun, fenomena transfer nilai ini tidak lagi terbatas pada sektor manufaktur atau korporasi besar (*Kaisha*). JKT48, sebagai sister group pertama AKB48 di luar Jepang, merepresentasikan bentuk baru dari organisasi yang mengadopsi struktur kerja Jepang namun dalam industri kreatif yang jauh lebih emosional dan personal. Jika dalam perusahaan manufaktur nilai yang ditransfer adalah *Kaizen*, maka dalam JKT48, nilai tersebut termanifestasi melalui *Golden Rules* dan serangkaian norma perilaku yang mengikat para membernya. Di sinilah letak keunikannya. Berbeda dengan kepatuhan di lingkungan kantor yang bersifat profesional-formal, JKT48 beroperasi dalam apa yang disebut Nakane Chie sebagai *Ba* (bingkai/frame). Dalam

konsep *Ba*, identitas individu melebur ke dalam bingkai organisasi, di mana loyalitas dan kepatuhan terhadap norma kelompok menjadi fondasi utama. *Golden Rules* dalam JKT48 bukan sekadar aturan tertulis, melainkan menjadi inti dari proses internalisasi norma yang membentuk narasi publik para membernya di media digital.

Dalam konteks dinamika industri hiburan di Indonesia, JKT48 menjadi subjek studi kasus kontemporer yang menarik mengenai perilaku konsumen dan loyalitas penggemar. Sebagaimana dicatat oleh Rakasiwi, Prasetyo, Wiradharma, dan Korespondensi (2024), keberadaan idol di JKT48 mengonfirmasi adanya perilaku kolektif yang kuat dari penggemar, termasuk pengeluaran finansial yang besar dan keterlibatan emosional yang tinggi. Idol di sini berfungsi sebagai objek strategi *branding* agensi untuk mengubah loyalitas emosional tersebut menjadi model bisnis yang menguntungkan. Namun, untuk menjaga agar model bisnis yang berbasis pada fantasi dan keintiman semu ini tetap berjalan, diperlukan sebuah mekanisme pengontrol yang ketat dan mengikat, yang dikenal dalam industri ini sebagai *Golden Rules*.

Di balik gemerlap panggung dan interaksi hangat dengan penggemar, terdapat seperangkat aturan ketat yang sering kali tak tertulis namun mengikat secara absolut yang disebut *Golden Rules*. Secara hukum resmi, *Golden Rules* hadir sebagai ketentuan kontrak profesional antara manajemen dan member. Namun, dalam kerangka sosiologis, regulasi ini bertransformasi menjadi norma budaya yang mengatur domain moral dan sosial. Aturan kontraktual ini dibedah menggunakan lensa "norma" karena efektivitasnya tidak hanya bergantung pada sanksi formal

hukum, melainkan pada sejauh mana nilai-nilai tersebut diinternalisasi, disepakati, serta dijaga secara kolektif oleh ekosistem idol dan penggemar. Norma ini mencakup larangan teknis yang mendetail, mulai dari larangan merokok, mengonsumsi alkohol, pembatasan gaya berpakaian dan riasan wajah, hingga larangan memberikan tanda tangan sembarangan atau berinteraksi dengan penggemar di luar jalur resmi demi menjaga eksklusivitas.

Salah satu yang ditekankan dalam *Golden Rules* adalah *Ren'ai Kinshi* atau larangan menjalin hubungan. Aturan ini melarang member aktif untuk menjalin hubungan romantis atau terlibat dalam skandal percintaan selama berstatus sebagai member dalam manajemen terkait. Norma ini bertindak sebagai kontrak sosial antara idol, manajemen, dan penggemar. Dengan mematuhi aturan ini, idol menjaga ilusi ketersediaan (*availability*) yang menjadi bahan bakar utama hubungan parasosial. Pelanggaran terhadap norma ini dianggap bukan hanya sebagai kesalahan indisipliner, tetapi sebagai pengkhianatan terhadap kepercayaan penggemar dan investasi yang telah mereka berikan. Manajemen 48 Group, termasuk JKT48, memiliki mekanisme prosedural yang tegas dalam merespons pelanggaran ini demi menjaga integritas grup.

Ketegasan penegakan norma ini tercatat dalam berbagai rekam jejak resmi manajemen JKT48, di mana sanksi tegas diberikan kepada member yang terbukti melanggar. Kasus-kasus seperti tindakan pemecatan atau pembatalan kontrak terhadap beberapa member pada rentang waktu yang berbeda serta penerapan sanksi skorsing atau penurunan status sebagai langkah rehabilitasi bagi member lainnya, menunjukkan bahwa *Golden Rules* diterapkan sebagai standar

profesionalisme yang mutlak dalam ekosistem ini. Bagi seorang idol, *Golden Rules* tidak berhenti sebagai norma eksternal yang harus dipatuhi, melainkan menuntut proses internalisasi yang mendalam ke dalam identitas diri mereka. Penerapan norma ini berakar kuat pada konsep budaya Jepang *Shūdan Shugi* atau kolektivisme, di mana kepentingan kelompok diletakkan di atas kepentingan individu. Saat seorang remaja bergabung dengan JKT48, ia harus meleburkan egonya ke dalam identitas kolektif grup. Ia menyadari bahwa ia tidak hanya menjual bakat, tetapi juga citra kemurnian yang menjadi aset bersama. Oleh karena itu, kepatuhan terhadap aturan dipandang sebagai bentuk tanggung jawab moral untuk melindungi nilai investasi rekan-rekannya dan penggemar.

Proses internalisasi ini menuntut negosiasi identitas yang kompleks. Sebagaimana dijelaskan oleh Galbraith & Karlin (2012), seorang idol harus terus-menerus menegosiasikan batas antara kehidupan pribadi (*honne*) dan persona publiknya (*tatemae*). Idol dituntut untuk mengonstruksi narasi diri yang otentik di depan penggemar, padahal narasi tersebut dibatasi oleh pagar-pagar regulasi yang ketat. Mereka harus tampil natural, hangat, dan mudah didekati, sembari secara ketat menjaga jarak fisik dan emosional sesuai protokol. Kepatuhan ini adalah bentuk kerja emosional di mana idol menginternalisasi citra diri sebagai sosok yang berdedikasi demi memelihara harapan parasosial penggemar. Jika mereka gagal melakukan internalisasi ini dan melanggar aturan, mereka berisiko memicu '*parasocial breakup*' (Eyal & Cohen, 2006), yang dapat menimbulkan reaksi kemarahan kolektif dari penggemar yang merasa dikhianati.

Dinamika internalisasi *Golden Rules* ini tidak berlangsung dalam ruang hampa, melainkan berkait erat dengan pergeseran lanskap media komunikasi digital. Jika dahulu identitas idol dikonstruksi secara terbatas melalui panggung konvensional, keberadaan platform media digital modern seperti YouTube, podcast, dan media sosial kini menjadi sarana utama bagi para member untuk menyampaikan narasi diri, memberikan klarifikasi, dan mengungkapkan refleksi atas pengalamannya menaati norma grup. Media digital berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan ekspektasi kultural *Golden Rules* dengan persepsi publik, sekaligus menjadi ruang di mana proses pembentukan dan negosiasi identitas idol diperlihatkan secara terbuka kepada penggemar.

Namun, penafsiran atas keberadaan *Golden Rules* sering kali hanya dipahami secara parsial melalui kacamata makro-politik budaya. Kaitan erat antara aspek budaya politik industri hiburan dan kehidupan idol terletak pada bagaimana negara dan korporasi memanfaatkan soft power serta kapitalisme budaya untuk membentuk komodifikasi identitas. Dalam konteks ini, *Golden Rules* sering kali diteliti sebatas alat instrumen kekuasaan industri atau sekadar pemicu dinamika skandal media. Kesenjangan akademis muncul karena literatur yang ada kerap mengabaikan dimensi subjektif: bagaimana idol sebagai individu merefleksikan, mengadaptasi, dan menginternalisasi aturan-aturan tersebut dalam pengalaman hidup sehari-hari mereka.

Untuk menjembatani kesenjangan tersebut, penelitian ini memanfaatkan Teori Siklus Hidup Norma (*Norm Life Cycle*) yang dikembangkan oleh Finnemore dan Sikkink (1998). Teori ini menjelaskan bagaimana sebuah norma berkembang

melalui tiga tahapan utama, yaitu: *norm emergence* (kemunculan norma melalui sosialisasi dan pengenalan), *norm cascade* (penyebaran dan penerimaan norma secara luas akibat tekanan struktural maupun kepatuhan kelompok), hingga mencapai *internalization* (ketika norma telah dihayati secara alami sebagai bagian dari identitas individu tanpa perlu paksaan). Melalui kerangka pemikiran ini, proses panjang yang dialami oleh para member JKT48 dalam memahami, mematuhi, dan menghayati *Golden Rules* dapat dipetakan secara sistematis.

Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut dengan pendekatan kualitatif yang mendalam untuk mengisi kesenjangan ini. Mengacu pada desain penelitian Creswell (2023) dan metode analisis konten kualitatif, penelitian ini menganalisis data sekunder yang bersumber dari transkrip 11 video YouTube serta data penunjang dari situs web resmi, berita, dan media sosial. Pendekatan interpretatif (Rabinow & Sullivan, 1979) sangat krusial untuk memahami bagaimana nilai-nilai budaya Jepang diadopsi, diadaptasi, atau bahkan dipertentangkan oleh idol di Indonesia. Dengan mengkaji representasi tekstual ini, penelitian ini dapat membedah secara mendalam bagaimana wacana kepatuhan dan representasi internalisasi aturan dikonstruksikan oleh para member di panggung depan atau *front stage* digital.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan membagi fokus menjadi dua lensa teoretis, rumusan masalah dapat disusun sebagai berikut:

1. Bagaimana tahapan siklus hidup norma *Golden Rules* pada member JKT48 di media digital?
2. Bagaimana mekanisme kepatuhan member JKT48 terhadap *Golden Rules* dalam media digital?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis tahapan siklus hidup norma *Golden Rules* pada member JKT48 di media digital.
2. Untuk menganalisis mekanisme kepatuhan member JKT48 terhadap *Golden Rules* dalam media digital.

1.4 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini secara spesifik membahas mengenai bagaimana para member JKT48 menjalani profesi mereka di bawah naungan JKT48 *Management* yang terikat oleh aturan tidak tertulis atau *Golden Rules*. Untuk mencapai tujuan tersebut, ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada beberapa aspek berikut:

1. Penelitian ini berfokus pada pengalaman dan perilaku profesional member JKT48, khususnya dalam upaya mereka menjaga citra, menaati standar profesionalisme, serta mematuhi batasan-batasan personal yang melekat pada identitas seorang idol.
2. Objek utama penelitian ini adalah analisis deskriptif-interpretatif dari berbagai media yang merepresentasikan atau mendiskusikan sikap serta respons para idol JKT48 dalam menghadapi aturan main industri tersebut.

Objek media yang dianalisis berisi kutipan atau transkrip wawancara publik di mana para idol atau pihak terkait berbicara mengenai profesi mereka dalam media YouTube. Secara keseluruhan, data terdiri dari kutipan pernyataan utama bersumber dari transkrip wawancara publik atau siniar (*podcast*) di platform *YouTube*, serta kutipan yang berasal dari pengumuman manajemen di situs web resmi JKT48, pernyataan member yang dikutip oleh media berita terpercaya, dan unggahan di media sosial *Instagram* sebagai data penunjang.

3. Subjek dalam penelitian ini tidak mencakup keseluruhan member JKT48 dari seluruh generasi. Analisis hanya dilakukan terhadap beberapa member (sampel) yang dipilih karena relevansinya dengan dinamika *Golden Rules* atau memiliki kasus representatif yang terekam jelas dalam jejak digital selama periode penelitian. Secara terperinci, member maupun mantan member (eks-member) yang menjadi subjek analisis dalam video wawancara atau siniar (*podcast*) ini meliputi Melody, Shani, Feni, Gracia, Zee, Chika, Aya, Gita, Gaby, Frieska, Beby, Lisa, Fioni, Marsha, dan Michie.
4. Penelitian ini menggunakan metode analisis konten kualitatif terhadap data media yang terkumpul untuk mengidentifikasi pola, tema, dan representasi diri idol dalam kerangka kepatuhan terhadap regulasi industri.
5. Data media yang dikumpulkan dan dianalisis dibatasi dalam rentang waktu dari tahun Februari 2016 hingga Mei 2026. Pemilihan periode ini bertujuan untuk menangkap dinamika perjalanan karier dan adaptasi member JKT48

dalam satu dekade terakhir, serta bagaimana mereka berinteraksi dengan kebijakan manajemen melalui praktik kepatuhan mereka.

6. Penelitian ini tidak secara langsung mewawancarai individu idol atau pihak manajemen. Data diperoleh secara tidak langsung melalui analisis konten media yang merekam jejak publik para idol yang tersedia untuk publik.
7. Penelitian ini berfokus pada pemaknaan, refleksi, dan narasi yang diungkapkan oleh para member di ruang publik media digital (front stage) mengenai pengalaman mereka mematuhi aturan. Penelitian ini tidak berusaha membuktikan kebenaran empiris kehidupan privat di belakang panggung (back stage), melainkan menganalisis bagaimana norma tersebut dipahami dan diinternalisasi berdasarkan penuturan mereka.
8. Penelitian ini tidak bertujuan untuk menilai benar atau salah secara moral atas tindakan para idol, serta tidak meneliti kondisi kesehatan mental atau psikologis klinis mereka. Secara lebih tegas, penelitian ini tidak meneliti pengalaman psikologi idol di kehidupan nyata, melainkan meneliti pemaknaan dan proses internalisasi aturan yang disampaikan oleh idol melalui narasi yang mereka tampilkan di media digital. Fokus analisis adalah pada mekanisme industri, performativitas peran, dan proses penerimaan norma dalam merespons aturan, bukan pada evaluasi etis atau diagnosis psikis individu.

Dengan pembatasan ruang lingkup ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang terfokus dan mendalam mengenai bagaimana seorang member JKT48 menjalankan peran profesionalnya di bawah kendali 48 *Management*

berdasarkan data yang berasal dari analisis konten media selama periode yang ditentukan.

1.5 Metode Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2013) dalam bukunya yang berjudul *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D* metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Sedangkan (Creswell, 2023) dalam buku *Research Design : Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* melihat metode penelitian sebagai prosedur langkah demi langkah yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Ia membedakan antara pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan campuran.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif-deskriptif, dengan studi kepustakaan (library research) dan analisis dokumen sebagai teknik pengumpulan data. Peneliti menggunakan pendekatan analisis tekstual interpretatif untuk menganalisis data, serta menyajikan temuan secara naratif.

1.5.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif-deskriptif. Menurut Suwardi Endraswara dalam buku *Metodologi Penelitian Kebudayaan* penelitian kualitatif merupakan upaya untuk memahami makna suatu fenomena sosial atau budaya dari perspektif peneliti melalui analisis non-statistik dalam konteks alamiah. Penelitian kualitatif biasanya lebih mengarah pada data verbal dan tidak menggunakan data yang berupa angka.

1.5.2 Sumber Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sumber data yang murni berasal dari data sekunder. Sumber data utama dan paling esensial dibatasi pada 11 video dari platform YouTube yang memuat wawancara publik atau siniar (*podcast*) bersama para member dan eks-member JKT48 terkait profesi mereka. Adapun tambahan data yang bersumber dari berita dari sumber terpercaya maupun postingan media sosial (*X, Facebook, Instagram*) hanya akan diposisikan sebagai data penunjang untuk menguatkan pernyataan hasil analisis utama.

1.5.3 Langkah-langkah Penelitian

1.5.3.1 Pengumpulan Data

Peneliti mengumpulkan data sekunder berupa 11 video YouTube yang relevan. Pada tahap ini, peneliti melakukan transkripsi, yaitu mengubah data audiovisual dari video wawancara dan podcast tersebut menjadi teks tertulis (transkrip verbal) agar siap dianalisis secara tekstual.

1.5.3.2 Analisis Data

Pada tahap analisis data, setelah transkrip selesai, analisis data dilakukan menggunakan pendekatan analisis tekstual-interpretatif kualitatif (Bryman, 2012). Peneliti membaca dan menelaah seluruh kutipan pernyataan dari transkrip video YouTube serta dokumen penunjang, kemudian menyelaraskan temuan data dengan Teori Siklus Hidup Norma dan Teori Internalisasi.

1.5.3.3 Penyajian Data

Data disajikan dalam bentuk narasi tekstual yang terstruktur. Di tahap ini, peneliti melakukan interpretasi kontekstual mendalam, yaitu mengupas dan memaknai kutipan/ Pernyataan para member JKT48 untuk membongkar pemaknaan di balik narasi digital mereka. Penyajian naratif memungkinkan peneliti untuk menyajikan kutipan-kutipan relevan dari sumber data guna mengilustrasikan poin-poin penting dan mengaitkannya secara langsung dengan kerangka teoretis Siklus Hidup Norma dan Internalisasi.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoretis

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah ilmu pengetahuan dalam studi budaya populer mengenai bagaimana seorang individu mengonstruksi identitasnya sebagai idol di Indonesia. Dengan mengembangkan pemahaman konseptual mengenai cara para idol menegosiasikan kehidupannya di bawah naungan *Golden Rules* pada industri hiburan. Hasil penelitian ini dapat memberikan definisi dan kategorisasi yang lebih jelas mengenai bagaimana para idol di JKT48, merespons prinsip-prinsip yang mengatur dan mengelola eksistensi mereka di Indonesia.

1.6.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi sumber referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai budaya populer terutama yang membahad kehidupan seorang idol. Hasil penelitian ini dapat memberikan landasan

teoretis dan metodologis bagi penelitian-penelitian di masa depan yang ingin membedah dinamika personal para pelaku industri serupa.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dijelaskan sebagai berikut.

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab pendahuluan yang berisi uraian latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, ruang lingkup penelitian, metode penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tinjauan pustaka berupa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang ditulis oleh peneliti dan berupa teori-teori yang mendukung penelitian penulis.

BAB 3 PEMBAHASAN

Bab ini berisi pembahasan mengenai penelitian yang dilakukan oleh penulis.

BAB 4 SIMPULAN

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian.