

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Budaya populer adalah hal yang baru di era globalisasi ini. Kemunculan budaya populer yang bersamaan dengan perkembangan teknologi yang pesat saat ini menarik perhatian anak muda. Tren-tren yang terbentuk dari budaya populer sudah menjadi identitas baru yang khas bagi anak muda. Hal ini sudah mencakup di mana saja, termasuk Indonesia.

Budaya pop atau kultur populer adalah budaya yang menciptakan fenomena saat masyarakat membuat produk atau objek hiburan yang disukai banyak orang. Menurut Aslamiyah (2013), budaya populer memiliki kemiripan dengan budaya tradisional, yaitu dibuat dari rakyat untuk rakyat sendiri. Budaya ini bisa menghasilkan musik, film, hingga produk *meme* yang memiliki nilai humor. Di Indonesia, budaya populer yang datang dari luar Indonesia tidak hanya berasal dari barat, tetapi juga dari negara di benua Asia, seperti Korea atau Jepang.

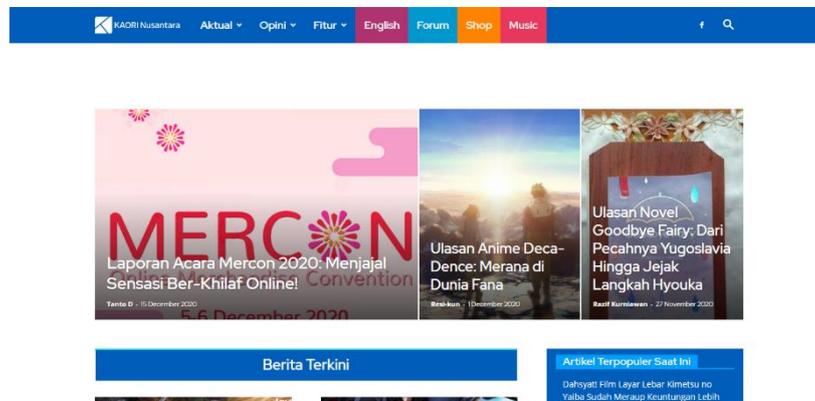
Budaya populer Jepang atau biasanya disebut J-Pop ini memiliki produk khas yang cukup populer di Indonesia, seperti komik (disebut juga sebagai manga), anime, musik, dan *fashion*-nya (Venus & Helmi, 2010, p. 73). Kemunculan budaya populer Jepang di Indonesia sudah masuk dari sekitar tahun 1970-an, kemudian pemerintah Jepang menjadi serius untuk

menjadikan budaya populer Jepang sebagai alat diplomasi melalui program Cool Japan pada tahun 2010 (Islamiyah, Priyanto, & Prabhandari, 2020). Tidak hanya Jepang, Korea Selatan juga mulai menyebarkan budaya populernya (biasa disebut dengan K-Pop) berupa musik, drama, dan program televisi lainnya ke berbagai negara dari awal tahun 2000-an.

Sayangnya, kepopuleran J-Pop di Indonesia saat ini sudah lebih sedikit daripada K-Pop. Islamiyah, Priyanto, dan Prabhandari (2020) mengemukakan bahwa tren budaya populer Jepang di Indonesia menurun sejak tahun 2013 karena kesadaran pemerintah Jepang akan budaya populer yang terlambat dan industri hiburan Jepang yang cukup eksklusif. Sementara itu, Korea Selatan secara terus menerus mengelola industri hiburannya dan memberikan akses yang mudah bagi negara lain untuk menerima produk K-Pop-nya.

Meskipun begitu, Jepang masih tetap berupaya menyebarkan budaya J-Pop-nya. Di Indonesia, sekelompok masyarakat yang masih menyukai J-Pop saat ini membuat media *online* yang menyajikan informasi yang berkaitan dengan J-Pop dan Jepang sendiri, beberapa media di antaranya adalah Nawalakarsa, Risa Media, dan Kaori Nusantara. Melihat tren budaya J-Pop di Indonesia yang masih menurun, media-media *online* tersebut masih tetap berdiri dan memberikan informasi untuk masyarakat dan komunitas pencinta J-Pop, termasuk Japanese Station.

Gambar 1.1 Situs Kaori Nusantara



(Sumber: *screenshot* pribadi)

Japanese Station merupakan media *online* di Indonesia yang menyajikan berita dunia hiburan dan gaya hidup yang berhubungan dengan Jepang (Japanese Station). Topik-topik yang diberitakan Japanese Station tidak hanya berupa budaya populer di Jepang, tetapi juga membicarakan gaya hidup, kuliner, wisata Jepang, hingga berita dari Jepang. Japanese Station juga memiliki konten video bernama Japanese Station TV yang berisi informasi-informasi mengenai budaya Jepang.

Gambar 1.2 Halaman utama situs Japanese Station



(Sumber: *Screenshot* pribadi)

Oleh karena itu, peneliti ingin meneliti tentang peran Japanese Station sebagai media *online* dalam memenuhi kebutuhan informasi bagi masyarakat pencinta J-Pop. Dengan melakukan penelitian ini, diharapkan peneliti bisa mengetahui kebutuhan yang dibutuhkan masyarakat pencinta J-Pop dan apa yang didapatkan mereka dari Japanese Station. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan gambaran bagaimana media budaya populer sebagai media jurnalistik menyajikan berita dan memenuhi kebutuhan para pembacanya.

1.2 Rumusan Masalah

Sebagai media *online*, Japanese Station memiliki target pembaca yang cukup terfokus, yaitu masyarakat yang memiliki minat dan menyukai segala bentuk budaya Jepang, termasuk J-Pop. Target pembaca yang bukan dari kelompok yang banyak di Indonesia ini membuat Japanese Station fokus dalam menyajikan informasi dan berita yang dibutuhkan oleh masyarakat pencinta J-Pop. Masyarakat yang menjadi pembaca Japanese Station pun mayoritas merupakan pencinta budaya Jepang sendiri.

Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang yang dipaparkan sebelumnya, rumusan masalah yang dikemukakan adalah bagaimana media *online* Japanese Station berperan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat pencinta J-Pop?

1.3 Pertanyaan Penelitian

Dari rumusan masalah tersebut, peneliti mendapatkan pertanyaan penelitian sebagai berikut.

1. Apa saja yang dibutuhkan oleh masyarakat pencinta J-Pop untuk memenuhi kebutuhannya?
2. Informasi apa yang diterima oleh masyarakat pencinta J-Pop dari Japanese Station?
3. Bagaimana masyarakat pencinta J-Pop bisa memanfaatkan informasi dari Japanese Station untuk kebutuhannya?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan pertanyaan penelitian tersebut, adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui kebutuhan masyarakat pencinta J-Pop.
2. Untuk mengetahui informasi yang diterima oleh masyarakat pencinta J-Pop dari Japanese Station.
3. Untuk mengetahui cara masyarakat pencinta J-Pop memanfaatkan informasi Japanese Station untuk memenuhi kebutuhannya.

1.5 Kegunaan Penelitian

Manfaat penelitian dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dalam penelitian komunikasi dan jurnalistik, terutama penelitian media

yang berkaitan dengan hiburan dan budaya populer. Penelitian ini juga dapat menjadi rujukan atau referensi bagi para peneliti yang nantinya juga akan meneliti topik serupa di masa mendatang.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Data yang didapat dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan refleksi bagi media hiburan, terutama Japanese Station. Media bisa meninjau kembali performa mereka dan mengembangkan medianya dengan hasil penelitian ini, baik dalam kualitas artikelnya maupun tampilan medianya.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Setiap penelitian memiliki keterbatasan, baik dalam pelaksanaannya maupun topik penelitiannya. Dalam penelitian ini, keterbatasan yang ada di dalamnya adalah kurangnya referensi mengenai penelitian kualitatif yang berhubungan dengan teori Uses & Gratifications. Selain itu, penelitian ini masih membahas teori Uses & Gratifications awal, belum sepenuhnya menggunakan konsep dan pemikiran yang baru pada bentuk teori yang berubah karena mengikuti perkembangan teknologi.