

## *BUDAYA POPULER DI ERA DIGITALISASI (STUDI TERHADAP AKTIVITAS INTERAKSI PARASOSIAL PENGGEMAR JKT48 DI SURABAYA)*

*Muhammad Abdul Rosmi Alwi*

Fakultas Ushuluddin dan Filsafat, UIN Sunan Ampel Surabaya, Surabaya, E-mail: [alwimuhammad194@gmail.com](mailto:alwimuhammad194@gmail.com)

### ARTICLE INFORMATION

#### KEYWORDS:

Pop Culture, Idol, JKT48, Interaksi Parasosial

### CORRESPONDENCE

Phone: +6281252599414

E-mail: [alwimuhammad194@gmail.com](mailto:alwimuhammad194@gmail.com)

### A B S T R A C T

*In this article, we will discuss the effect of digitalization on the interaction process between JKT48 and fans. The transition of media from conventional to digital began with the new face of the world and a renewal called digitalization. The resulting influence is felt not only by the industrial sector but also by the communications sector. If communication is usually done face-to-face, then with technological sophistication, people can easily interact with others using only digital devices. This has also affected people's consumption patterns as a result of the ease of access to digital products. Based on this phenomenon, business operators are required to be able to innovate so that they do not go into bankruptcy. One of them can be seen in music industry actors, namely JKT48. The idol group innovated by creating a system called Idols You Can Meet." The intertwined closeness prompted the emergence of feelings as if fans knew the idolized artist personally. This kind of phenomenon is called social interaction. To review these interaction patterns, this study used a qualitative approach with library research data collection techniques and was accompanied by analytical descriptive data analysis. Meanwhile, the result itself is an analysis of the concept of JKT48 idols in Indonesia and the social interaction between fans and JKT48 idols.*

### INTRODUCTION

Pergerakan berbagai aspek kehidupan yang begitu cepat merespon dunia yang sedang memasuki era digitalisasi, membuat segala informasi dapat diakses dengan mudah berkat adanya kemutakhiran teknologi. Proses komunikasi antarindividu di era ini tidak hanya terbatas pada tatap muka saja, melainkan menjadi lebih beragam. Pergerakan informasi yang dilakukan oleh masyarakat, secara tidak langsung menjadi media dari transfer budaya dari seluruh dunia menuju ke tempat yang telah ditentukan. Hasil dari transfer budaya tersebut dikonsumsi masyarakat dalam berbagai bentuk,

seperti nilai, budaya, artefak atau produk, gaya hidup, dan lainnya.

Komunikasi dapat dipahami sebagai proses penyampaian pesan yang dilakukan antara komunikator dengan komunikan. Dalam komunikasi tidak bisa ditolak keberadaan nilai dari setiap pesan yang disampaikan. Disini dapat dilihat bahwa ketika proses komunikasi berkembang pada era digitalisasi, maka segala bentuk informasi yang disampaikan dapat dengan mudah menyebar ke seluruh dunia hanya dengan menggunakan perangkat teknologi. Hal ini yang kemudian mempengaruhi masyarakat sebagai bagian dari khalayak komunikan.

Atas kemudahan komunikasi yang ditawarkan oleh teknologi yang semakin canggih, membuat interaksi antarmasyarakat diseluruh dunia menjadi tidak terbatas. Segala bentuk informasi bisa disebarluaskan dengan mudah. Hal ini mengakibatkan terjadinya percampuran budaya yang bahkan bisa memunculkan budaya baru. Salah satu budaya baru yang muncul pada era digitalisasi adalah *pop culture*. Budaya pop atau *pop culture* merupakan hasil dari fenomena yang terpilih melalui konsensus informal dalam arus utama dari sebuah budaya, khususnya budaya Barat yang muncul pada rentang waktu akhir abad ke-20 dan awal abad ke-21.

Budaya pop kemudian berkembang sangat cepat seiring dengan daya konsumsi masyarakat terhadap informasi yang semakin besar. Hal ini menyebabkan terjadinya akulturasi kebudayaan antara budaya barat dengan budaya lokal. Beberapa aspek yang terpengaruh dari proses akulturasi tersebut diantaranya yaitu industri film, musik, fashion, komik, dan lainnya. Sebagian besar negara di Asia juga tidak luput dari pengaruh akulturasi tersebut, seperti Jepang, Korea Selatan, Indonesia, China, dan lainnya. Salah satu bidang yang menjadi pusat perkembangan budaya pop di Asia adalah industri musik.

Dunia industri musik yang mengalami perkembangan begitu pesat, menawarkan kepada masyarakat produk yang lebih bervariasi. Di dukung dengan adanya kemajuan dalam bidang teknologi, membuat setiap orang bisa dengan mudah mengakses dan memperoleh informasi mengenai perkembangan dunia industri musik. Konten-konten yang hadir semakin beragam menjadikan masyarakat tidak hanya sebatas menonton artis idolanya, tetapi juga bisa mengetahui aktivitas pribadi dari artis tersebut. Hal ini secara tidak langsung, memunculkan kedekatan antara penggemar dengan artis yang di idolakan.

Kedekatan yang terbentuk antara penggemar dengan artis idolanya, melahirkan sebuah perasaan seakan penggemar tersebut mengenal secara personal artis yang di idolakan.

Fenomena ini disebut juga dengan interaksi parasosial. Dalam interaksi parasosial, penggemar berperan secara aktif dalam kehidupan dan kepribadian artis yang di idolakan.

Salah satu hasil dari percampuran antara budaya pop dengan industri musik yang sekarang sedang menjadi perhatian dunia adalah boy band dan girl band. Di Indonesia sendiri, perkembangan boy band dan girl band tidak sebagus di Korea Selatan dan Jepang. Meski begitu, terdapat girl band yang cukup terkenal dan memiliki penggemar yang begitu besar di Indonesia, girl band tersebut adalah JKT48. Girl band tersebut lahir di Jakarta pada tahun 2011 dan memiliki saudari dari negara Jepang yaitu AKB48.

Jika melihat dari definisi umum grup idol, maka JKT48 dapat dipahami sebagai sekelompok figur yang mempromosikan dirinya melalui media serta memiliki pekerjaan berupa menyanyi, menari dan berakting dalam sebuah teater atau panggung, tampil di acara televisi, dan menjadi model dalam majalah atau iklan. JKT48 menerapkan konsep yang sama seperti AKB48 yaitu "*Idol you can meet*". Konsep tersebut memungkinkan para penggemar bisa berinteraksi dengan idolanya tidak hanya terbatas dari televisi saja, tetapi juga bertemu secara langsung melalui teater yang diadakan secara rutin oleh pihak JKT48.

Penggemar JKT48 memiliki kesempatan untuk berinteraksi lebih banyak dengan idolanya melalui acara yang sering diselenggarakan oleh manajemen JKT48, tetapi yang mereka lakukan cenderung mengarah ke hubungan satu arah. Faktor kunci dari terbentuknya interaksi parasosial yaitu adanya hubungan satu arah, dimana penggemar seakan memiliki ikatan dengan artis yang di idolakan, tapi sifat dari hubungan tersebut cenderung satu arah, non-dialektikal, *performer* memiliki kontrol penuh, dan tidak bisa berkembang.

JKT48 kemudian menawarkan konsep interaksi parasosial yang terjadi pada diri mereka dengan arti yang berbeda. Jika pada artis yang lain cenderung membatasi penggemar untuk bisa mengenal artis yang di idolakan hanya melalui

media cetak, jejaring sosial, dan media elektronik, maka JKT48 memberikan kesempatan yang lebih luas bagi para penggemar untuk bisa berinteraksi secara langsung dengan idolanya.

## METHOD

Penelitian ini disusun menggunakan pendekatan naturalistik, yaitu suatu pendekatan yang sering disebut sebagai metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan metode yang memfokuskan penelitiannya pada kondisi alami dari suatu objek. Dalam metode ini, peneliti menjadi sentral dari instrumen penelitian. Proses pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan triangulasi, sehingga dapat diperoleh data yang memiliki sifat deskriptif dan analisis terhadap data tersebut dilakukan secara induktif. Hasil dari penelitian kualitatif lebih menekankan pada aspek makna dan bukan generalisasi (Abubakar, 2021).

Berdasarkan definisi diatas, maka penelitian ini menggunakan metode kualitatif, karena data yang dikumpulkan berasal dari hasil interview secara online melalui kuisioner. Penelitian ini juga berjenis penelitian yang berlandaskan pada studi kasus.

## RESULTS AND DISCUSSION

### Pengertian Budaya Populer

Definisi budaya populer sangatlah luas, tapi secara spesifik kata populer tersusun dari bahasa Latin *populus* yang berarti “rakyat”. Jika dilihat dari aspek historis, baik itu pada zaman Romawi ataupun masyarakat yang lain, kata “rakyat” tidak menunjukkan pada semua orang, melainkan sekelompok orang dengan ekonomi rendah dan pekerja yang memiliki jumlah sangat besar. Berdasarkan definisi tersebut, maka sekelompok kecil elit penguasa tidak termasuk ke dalam kategori “rakyat” (Kidd, 2016).

Setiap orang pada masa sekarang memiliki budaya rakyat seperti musik lokal, kerajinan tangan, tradisi lisan, sandiwara moralitas, dan lainnya. Jika kata populer di identikan dengan orang-orang, maka budaya populer dapat diasimilasikan sebagai budaya rakyat, dan banyak analisis terhadap budaya populer yang

berfokus pada jenis-jenis budaya rakyat (Kidd, 2016).

Postmodernisme menggambarkan kemunculan masyarakat yang dimana keberadaan media dan budaya pop menjadi hal paling penting dan kuat. Budaya pop dan media massa menjadi pengendali utama dari segala bentuk hubungan sosial lainnya. Budaya pop kemudian semakin mendominasi realitas kehidupan dan mempengaruhi pendefinisian masyarakat terhadap jati diri mereka serta dunia sekitarnya. Selain itu, budaya pop juga mempengaruhi kualitas dari kemampuan artistik, keseriusan, integritas, keaslian, realisme, kedalaman intelektual, dan narasi karena hanya mengimplikasikan gaya hidup praktis tanpa ada isi, maka, dan substansi dari gaya tersebut. Sifat dari budaya pop sendiri cenderung dinamis dan mudah beradaptasi dari satu tempat ke tempat lainnya. Jika budaya tradisional diturunkan dari generasi ke generasi, maka budaya pop merupakan hasil ciptaan dari modifikasi berbagai macam transmisi sosial (Istiqomah, 2020).

Produk yang dihasilkan oleh budaya pop dapat diprediksi keberadaannya berdasarkan problematika yang dihadapi sepanjang sejarah kehidupan manusia seperti masalah perkawinan, pola asuh, bertahan hidup dan hidup sosial. Budaya populer memiliki fokus pembahasan yang berhubungan dengan gambar, narasi, dan gagasan yang hadir dalam budaya mainstream. Kebanyakan orang cenderung melihat budaya pop sebagai sesuatu yang menyenangkan tetapi juga sembrono, dan karena itulah sulit untuk menemukan pesan yang terkandung dalam budaya pop dan dampak terhadap kehidupan masyarakat (Istiqomah, 2020).

Dari beberapa pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa budaya pop merupakan bagian dari arus massa yang sangat kuat dalam mengikuti perkembangan tren kekinian yang secara konsensus sudah diakui keberadaannya sebagai bagian dari gaya hidup masyarakat modern dan tidak primitive (Istiqomah, 2020).

### Pengertian Digitalisasi

Digitalisasi dapat diartikan sebagai transformasi digital yang terjadi dalam

masyarakat dan ekonomi. Proses yang terjadi berupa perpindahan dari penggunaan teknologi analog ke teknologi digital. Dalam digitalisasi terdapat beberapa aspek dengan pengertian yang berbeda, contohnya mengenai istilah transformasi digital yang sering didefinisikan sebagai proses transisi secara bertahap dari sistem ekonomi dan sosial ke era digital. Lalu ada istilah digital disrupti yang didefinisikan sebagai perubahan secara radikal yang difaktori oleh perkembangan model bisnis digital yang semakin inovatif (Admin, 2021).

Sejak tahun 2000-an, teknologi digital dengan berbagai macam jenis telah dikembangkan secara drastis dan membuat perubahan pada jalannya kehidupan masyarakat. Terdapat tiga karakteristik utama dari digitalisasi yaitu:

1. Seperti layaknya inovasi pada mesin uap, digitalisasi mengubah wajah ekonomi dan kehidupan masyarakat.
2. Digitalisasi banyak dipengaruhi oleh teknologi. Inovasi dalam bidang digital selalu di arahkan pada teknologi yang lebih baru.
3. Terdapat beberapa bidang yang dapat dengan cepat atau lambat dalam beradaptasi dengan digitalisasi, misalnya pada bidang administrasi publik yang masih menggunakan dokumen kertas sebagai alat transaksi atau komunikasi. Berbeda halnya dengan industri musik dan media yang lebih dahulu merasakan efek dari hadirnya digitalisasi dan berhasil untuk beradaptasi (Admin, 2021).

Selain mempengaruhi sistem mekanisasi industri, digitalisasi juga menyebabkan munculnya paradigma baru di masyarakat. Salah satunya terlihat dari pemanfaatan media digital sebagai alat dalam menyiarkan informasi ke seluruh dunia. Manfaat tersebut turut dirasakan oleh setiap orang, sehingga berhasil mengecilkan kesenjangan digital dan memperluas jangkauan digitalisasi terhadap aspek kehidupan yang lain (Siahaan, Prisanto, Ernungtyas, & Hidayanto, 2020).

### **Perkembangan Budaya Populer di Era Digitalisasi**

Teknologi dalam arus perkembangan era digitalisasi memiliki peran penting dalam produksi, konsumsi, dan distribusi informasi. Berbagai macam tren yang hadir di dunia pada masa sekarang, tidak bisa dilepaskan dari peran perkembangan teknologi. Keberadaan teknologi menjadi penting ketika hasil dari teknologi tersebut menjadi faktor penyebab berubahnya pola komunikasi yang semula dibatasi oleh ruang dan waktu menjadi pola komunikasi yang tidak terbatas (Wuryanta, 131 C.E.).

Perkembangan teknologi yang semakin canggih, membuat pergerakan informasi menjadi sangat cepat. Hasil dari pergerakan informasi tersebut dikonsumsi oleh masyarakat dalam bentuk nilai, budaya, gaya hidup, artefak atau produk, dan lainnya (Ridaryanthi, 2014).

Fenomena konsumsi informasi yang begitu cepat, membuat pergerakan budaya barat menjadi semakin dominan dan pada akhirnya mempengaruhi budaya lokal. Negara Asia yang kental akan budaya lokal, mencoba untuk mengejar modernitas dengan cara mengakulturasikan budaya lokal mereka dengan budaya barat yang lebih maju. Salah satu dampaknya dapat dilihat pada perkembangan dalam bidang industrialisasi media. Korea Selatan dan Jepang menjadi terdepan diantara negara-negara Asia yang lain dalam hal digitalisasi (Ridaryanthi, 2014).

Perkembangan teknologi dan media menjadi dukungan utama bagi negara produsen industri budaya modern, untuk memperluas pengaruhnya. Sebagai contoh Korea Selatan dan Jepang dengan budaya modern dan populernya berkembang begitu pesat tidak hanya di dalam negerinya sendiri melainkan juga ke negara yang lain salah satunya adalah Indonesia. Budaya populer dari Korea Selatan dan Jepang yang sekarang menjadi perhatian dunia yaitu boy band dan girl band. Di dukung dengan digitalisasi, industri musik boy band dan girl band berkembang begitu pesat dan berhasil menghimpun penggemar dengan jumlah yang tidak sedikit (Ridaryanthi, 2014)

### **Pengertian Interaksi Parasosial**

Interaksi parasosial dapat diartikan sebagai hubungan sepihak yang terjadi, dimana seseorang merasa dirinya memiliki ikatan emosional, dan pihak lain yaitu figur yang diidolakan tidak merasakan hal yang sama. Interaksi ini seringkali terjadi pada hubungan antara penggemar dengan selebriti (Admin, 2022).

Masa lalu, interaksi parasosial terjadi terutama dengan artis yang tampil di televisi. Sedangkan pada masa sekarang, interaksi parasosial berkembang tidak hanya pada artis, tetapi juga blogger, selebgram, streamer, dan lainnya. Sifat dari interaksi parasosial juga semakin intim dengan berkembangnya aplikasi media sosial seperti twitter, instagram, dan facebook. Dengan adanya aplikasi media sosial tersebut, para penggemar berkesempatan untuk mengikuti aktivitas keseharian dari figur yang diidolakan (Admin, 2022).

Terlepas dari sifatnya yang sepihak, terdapat banyak kesamaan antara interaksi parasosial dengan interaksi sosial yang lebih tradisional. Studi yang dilakukan berhasil menunjukkan bahwa interaksi parasosial memiliki sifat sukarela, bersahabat, dan dipengaruhi oleh ketertarikan sosial. Dalam interaksi parasosial, para penggemar tidak segan untuk mengungkapkan rasa kasih sayang, kerinduan, dorongan, dan kesetiaan kepada figur yang diidolakan (Admin, 2022).

Secara historis, interaksi parasosial dipandang sebagai perwujudan dari patologis, gejala kesepian, isolasi, dan kecemasan sosial yang dialami oleh seseorang. Namun, melalui suatu studi tidak ditemukan adanya keterkaitan antara gejala kesepian dengan interaksi parasosial. Penelitian lain juga berhasil menghilangkan stigma bahwa interaksi parasosial dapat menghambat jaringan sosial seseorang dan menggantinya dengan pernyataan yang lebih meyakinkan bahwa interaksi parasosial mampu untuk memperluas jaringan sosial seseorang (Admin, 2022).

Penggemar dalam interaksi parasosial sering memberikan penghargaan kepada figur untuk dapat membantu mereka melewati masa-masa sulit. Selain itu, beberapa penggemar

menganggap figur sebagai cerminan yang bisa membantu mereka untuk membentuk identitas diri. Dukungan yang diberikan oleh interaksi parasosial, menjadi sangat berharga bagi setiap penggemar yang terlibat di dalamnya, dan dengan teknik media sosial baru, interaksi ini dapat digunakan untuk memperluas jaringan sosial individu (Admin, 2022).

### **JKT48 dan Konsep Idol di Indonesia**

Idol secara etimologi berasal dari bahasa Latin *idolum* dan Yunani *eidolon* yang berarti gambar. Dalam pengertian agama, idol didefinisikan sebagai perwakilan dewa yang disembah layaknya seperti Tuhan. Idol dapat berupa orang atau objek yang dikagumi, dipuja, dan dicintai. Sejalan dengan terjadinya globalisasi budaya, istilah idol di Indonesia banyak dipengaruhi oleh Barat, Korea Selatan, dan Jepang. Sebelumnya istilah idol sudah populer di Indonesia tapi berbeda dengan yang berkembang di Jepang. Konsep idol di Indonesia banyak dipengaruhi oleh Barat (Soraya & Muktiono, 2013).

Budaya idol Korea menawarkan wajah baru pada industri hiburan di Indonesia. Jika pada periode sebelumnya konsep idol di Indonesia identik dengan penyanyi yang hanya cukup melantunkan lagu diatas panggung, tapi setelah budaya idol Korea dan Jepang masuk ke Indonesia, konsep idol berubah menjadi sekumpulan figur yang menampilkan pertunjukan tidak hanya sebatas menyanyi, tapi juga menari, akting, dan penampilan fisik. Orang-orang yang ingin masuk dalam industri idol, harus melalui pelatihan yang cukup ketat sebelum mereka dirasa mampu untuk tampil dan menghibur penonton (Soraya & Muktiono, 2013).

Ekosistem idol di Indonesia dan Jepang sangatlah berbeda. Jika di Indonesia idol seperti JKT48 memiliki penggemar yang cukup besar dan loyal, maka saudaranya AKB48 yang berada di Jepang tidak memiliki nasib yang sama. Di Jepang keberadaan idol kurang terkenal dan bahkan mereka yang menjadi bagian dari idol diharapkan tidak berbakat untuk dapat menjadi orang terkenal. Tidak hanya cukup berbakat untuk bisa bertahan dalam arus industri musik di Jepang. Para figur

yang tergabung dalam grup idol harus dipersiapkan terlebih dahulu secara matang oleh pihak manajemen. Mereka akan belajar bagaimana cara tertawa, tersenyum, berpose, dan bertingkah laku sesuai dengan aturan dan tentunya supaya bisa disukai oleh penonton (Soraya & Muktiono, 2013).

Meskipun budaya idol Korea berkembang begitu pesat, hal itu tidak menutup kemungkinan untuk buday idol dari negara lain tumbuh di Indonesia. Salah satu negara dengan budaya idol yang hadir di Indonesia selain Korea Selatan yaitu Jepang. Konsep budaya idol dari Jepang dapat dilihat pada girl band JKT48. Girl band JKT48 merupakan *idol grup* yang lahir di Indonesia dan diproduksi oleh Akimoto Yasushi. Meskipun lahir di Indonesia, JKT48 memiliki saudari dari negara Jepang yaitu AKB48. Antara AKB48 dengan JKT48 memiliki sistem manajemen yang sama yaitu, sebelum merilis sebuah single JKT48 terlebih dahulu menyeleksi seluruh *member*, dan *member* yang terpilih akan mendapatkan gelar *senbatsu* (Pratama & Winduwati, 2021).

Nama JKT48 diambil dari kota tempat kelahiran idol grup tersebut yaitu Jakarta. Selain menjadi idol grup, JKT48 juga berperan sebagai jembatan diplomasi antara Indonesia dan Jepang dalam industri musik. Dengan mengusung konsep yang sama seperti saudarinya AKB48 yaitu "*idol you can meet*", JKT48 memiliki beragam kegiatan yang ditunjukkan untuk terciptanya hubungan antara penggemar dengan idola, kegiatan tersebut seperti teater, *handshake festival*, *2 shot* (kesempata berfoto dengan idola), dan *official fan club event* (Pratama & Winduwati, 2021).

### **Bentuk Interaksi Parasosial Penggemar JKT48 di Surabaya**

Penggemar dapat diartikan sebagai sekumpulan orang yang memiliki minat sama terhadap sesuatu. Untuk JKT48 sendiri, memiliki penggemar yang terbagi menjadi dua yaitu wota dan woti. Wota merupakan representasi dari penggemar JKT48 yang keseluruhannya adalah laki-laki, sedangkan woti merupakan representasi dari penggemar perempuan. Wota dan woti memiliki cara yang berbeda dalam mendukung idolanya. Ada penggemar yang

mengoleksi *photobook* dan menghafal semua *chanting* JKT48, ada yang hanya mengikuti event JKT48, atau bahkan keduanya (Pratama & Winduwati, 2021).

Dimasa digitalisasi seperti sekarang ini, JKT48 mencoba menyediakan tempat bagi penggemar supaya tetap bisa berinteraksi dengan idolanya tanpa harus datang ke acara *meet up* ataupun konser. Dalam penelitian terhadap para penggemar JKT48 di Surabaya, dapat ditemukan bahwa mereka menggunakan event yang diadakan oleh pihak JKT48 seperti teater, live show, dan lainnya untuk tetap bisa berinteraksi dengan idolanya (Pratama & Winduwati, 2021).

Selain menghadiri event yang diadakan oleh pihak JKT48, para penggemar sering menggunakan media sosial seperti twitter dan instagram untuk bisa mendapatkan update aktivitas keseharian dari figur yang di idolakan. Meskipun tetap berusaha untuk mempertahankan hubungan dengan *member* JKT48, tetapi mereka tidak terlewat batas dan hanya memposisikan diri sebagai penggemar. Serta sesama penggemar JKT48 juga saling mendukung dan menguatkan tekad untuk selalu mensupport idol mereka dengan cara yang masih wajar (Pratama & Winduwati, 2021).

Dengan melihat jumlah penggemar JKT48 yang begitu besar di Indonesia, terlihat bahwa ekosistem media digital turut memberikan kontribusi besar dalam memfasilitasi komunikasi antara idol grup dengan fans. Hal ini membuktikan bahwa pemanfaatan teknologi secara baik, dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap keberlangsungan hidup manusia. Terlebih di era yang serba dipengaruhi oleh kecepatan *internet of things*, membuat siapapun dapat mengubah atau bahkan menciptakan versi baru dari konsep yang telah lama. Sehingga pada akhirnya manusia akan tetap membutuhkan teknologi, dan terus dituntut untuk bisa beradaptasi terhadapnya (Yenmis, Roem, & ., 2022).

### **CONCLUSION**

Dengan dunia yang sedang memasuki era digitalisasi, membuat segala elemen kehidupan dalam masyarakat iku terpengaruh. Konsumsi masyarakat terhadap informasi yang semakin

mudah, menjadikan mereka sebagai aktor utama dalam transfer budaya yang terjadi di seluruh dunia. Dari transfer budaya tersebut, terciptalah budaya baru yang salah satunya adalah *pop culture*.

*Pop culture* sendiri hadir sebagai respon dari cepatnya perkembangan informasi dan teknologi, sehingga interaksi antara satu budaya dengan budaya lain menjadi sangat muda. *Pop culture* menawarkan corak budaya yang lebih modern dan tentunya dapat diterima oleh kaum muda. Transfer budaya yang terjadi di seluruh dunia, menyebabkan perkembangan budaya di suatu negara dapat dikonsumsi oleh

negara lain, salah satu contohnya yaitu budaya Korea dan Jepang yang berkembang begitu pesat di Indonesia.

Salah satu perwujudan dari budaya populer yang berkembang di Indonesia adalah JKT48. Idol grup JKT48 merupakan bentuk akulturasi budaya antara Jepang dengan Indonesia. Idol grup memiliki penggemar yang begitu besar. Mereka juga menawarkan metode interaksi yang lebih beragam, dan tentunya bisa mendukung keinginan penggemar untuk lebih dekat dengan idolanya. Beberapa interaksi tersebut antara lain, seperti teater, live show, dan lainnya

## REFERENCES

Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian* (1st ed.). Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.

Admin. (2021). What is Digitalization? Definition of Digitalization. Retrieved from What is Digitalization? Definition of Digitalization website: <https://innolytics.net/what-is-digitalization/>

Admin. (2022). Parasocial Relationships: The Nature of Celebrity Fascinations [Org]. Retrieved from Parasocial Relationships: The Nature of Celebrity Fascinations website: <https://www.findapsychologist.org/parasocial-relationships-the-nature-of-celebrity-fascinations>.

Istiqomah, A. (2020). Ancaman Budaya Pop (Pop Culture) Terhadap Penguatan Identitas Nasional Masyarakat Urban. *Jurnal Politik Walisongo*, 2(1), 47–54. <https://doi.org/10.21580/jpw.v2i1.3633>

Kidd, D. (2016). *Pop Culture Freaks: Identity, Mass Media, And Society*. Colorado: Westview Press.

Pratama, M. R. R., & Winduwati, S. (2021). Aktivitas Interaksi Parasosial Penggemar Kepada Idola (Studi Deskriptif Kualitatif pada Wota dan Woti penggemar JKT48 di Jabodetabek). *Jurnal Koneksi*, 5(1), 133–138. <http://dx.doi.org/10.24912/kn.v5i1.10197>

Ridaryanthi, M. (2014). Bentuk Budaya Populer Dan Konstruksi Perilaku Konsumern Studi Terhadap Remaja. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(1), 88–104. <http://dx.doi.org/10.22441/visikom.v13i1.379>

Siahaan, F. C. I., Prisanto, G. F., Ernungtyas, N. F., & Hidayanto, S. (2020). Migrasi Siaran Televisi Analog Ke Digital: Arah Formulasi Kebijakan Komunikasi Revisi Undang-Undang Tentang Penyiaran. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2).

Soraya, R., & Muktiono, D. I. (2013). JKT48 as the New Wave of Japanization in Indonesia. *Jurnal Allusion*, 2(2).

Wuryanta, Ag. E. W. (131 C.E.). Digitalisasi Masyarakat: Meneilik Kekuatan dan Kelemahan Dinamika Era Informasi Digital dan Masyarakat Informasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2). <https://doi.org/10.24002/jik.v1i2.163>

Yenmis, D., Roem, E. R., & R. (2022). Peran Sosial Media Dalam Penyebaran Misinformasi Tentang Vaksinasi Covid19. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 6(1), 64. <https://doi.org/10.25077/rk.6.1.64-75.2022>