

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Digitalisasi, sebagai fenomena multidimensi, telah secara signifikan mengubah lanskap budaya global, terutama di bidang musik. Japanese Pop (J-Pop), yang awalnya muncul sebagai perpaduan antara musik tradisional Jepang dan pengaruh pop Barat, pernah menjadi kekuatan budaya utama di Asia Timur pada tahun 1990-an. Namun, kehadiran internasional J-Pop mulai menurun seiring waktu akibat kekakuan struktural dalam industri musik Jepang. Sistem yang didominasi oleh agensi besar dan dikendalikan ketat oleh organisasi seperti JASRAC (Japanese Society for Rights of Authors, Composers, and Publishers) lambat beradaptasi dengan revolusi digital dan globalisasi. Berbeda dengan Korean Pop (K-Pop), yang mengadopsi platform digital dan strategi pemasaran global dengan dukungan pemerintah yang kuat, J-Pop tetap fokus pada pasar domestik dan mempertahankan pendekatan konservatif dalam upaya ekspansi internasional.

Inisiatif pemerintah Jepang, Cool Japan, bertujuan untuk mengeksport budaya Jepang secara global, tetapi musik tidak mendapat penekanan yang signifikan. Sebaliknya, anime, kuliner, dan mode menjadi wajah upaya soft power Jepang. Kegagalan beradaptasi dengan era digital dan mengembangkan strategi internasional untuk distribusi J-Pop menyebabkan isolasi budaya yang sering disebut sebagai “sindrom Galápagos,” di mana budaya pop Jepang berkembang secara internal, kehilangan kontak dengan tren global. Masalah ini diperparah oleh stagnasi kreativitas dan inovasi dalam J-Pop, yang menghasilkan gaya musik yang repetitif dan gagal menarik audiens internasional baru.

Dalam lingkungan yang stagnan ini, YOASOBI muncul sebagai kekuatan transformatif. Alih-alih mengikuti model industri J-Pop tradisional, YOASOBI memanfaatkan platform digital dan teknik narasi modern untuk menghidupkan kembali genre ini. Musik mereka terinspirasi secara unik oleh cerita pendek dan novel, menggabungkan sastra dan pop menjadi bentuk yang secara emosional resonan dan secara intelektual menarik. Inovasi artistik ini, dikombinasikan dengan penggunaan cerdas media sosial dan layanan streaming seperti YouTube, TikTok, dan Spotify, memungkinkan mereka menjangkau audiens global tanpa bergantung pada distribusi musik fisik. Lagu debut mereka, “Yoru ni Kakeru” (“Into the Night”), menjadi hit besar melalui viralitas online, menduduki puncak chart Billboard Japan meskipun tidak pernah dirilis dalam format fisik.

Kesuksesan YOASOBI mencerminkan bentuk baru soft power Jepang—yang berdampak melalui budaya rather than politik atau ekonomi. Dengan menciptakan konten yang emosional dan naratif yang kuat serta visual yang menarik, mereka berhasil menarik perhatian pendengar domestik dan internasional. Pendekatan mereka sejalan dengan teori glokalisasi oleh Robertson & White (2007), yang menjelaskan bagaimana produk budaya lokal dapat diadaptasi untuk konsumsi global sambil mempertahankan keunikan budayanya. Karya YOASOBI secara inheren Jepang dalam tema dan nada, namun universal dalam emosi dan aksesibilitas, yang memungkinkan karya tersebut melampaui hambatan bahasa dan budaya.

Selain itu, pengakuan global mereka—terutama penampilan mereka di Coachella 2024—menunjukkan bagaimana seniman generasi baru dapat mengatasi batasan struktural industri musik tradisional Jepang. YOASOBI menjadi contoh bagaimana inovasi kreatif, ketika digabungkan dengan strategi media digital, dapat mengubah persepsi global tentang budaya Jepang. Mereka telah menunjukkan bahwa J-Pop dapat kembali relevan dan menjadi alat diplomasi budaya yang efektif di era modern, mempengaruhi audiens

internasional bukan melalui paksaan, tetapi melalui daya tarik emosional dan artistik.

Maka dapat disimpulkan bahwa, YOASOBI mewakili lebih dari sekadar grup musik yang sukses; mereka menggambarkan potensi Jepang untuk mengembalikan pengaruh budayanya di dunia yang terglobalisasi. Pendekatan kreatif mereka telah menghidupkan kembali industri J-Pop dan menunjukkan pentingnya adaptabilitas, inovasi, dan keterbukaan. Dengan demikian, mereka tidak hanya menawarkan pedoman bagi seniman Jepang di masa depan tetapi juga memperkuat peran budaya populer sebagai alat strategis soft power, yang mampu membentuk persepsi internasional dan membangun jembatan budaya dalam masyarakat global yang semakin terhubung.

6.2. Saran

6.2.1. Saran Praktis

Untuk mengembalikan kejayaan global J-Pop, langkah pertama yang harus diambil adalah reformasi struktural sistem distribusi musik dan hak cipta Jepang. Salah satu hambatan terbesar bagi pertumbuhan internasional J-Pop terletak pada model distribusi yang konservatif dan terpusat, terutama sistem yang dikendalikan oleh JASRAC. Pemerintah Jepang, bersama dengan pemangku kepentingan utama di industri musik, harus mengembangkan kerangka distribusi yang lebih inklusif, transparan, dan kolaboratif secara internasional. Hal ini meliputi deregulasi akses lisensi, pelanggaran hak siar, dan penguatan ekosistem digital agar musisi Jepang dapat lebih mudah mengeksplor karya mereka secara global tanpa hambatan birokrasi yang berlebihan.

Selain itu, industri musik Jepang harus mengadopsi pendekatan yang lebih proaktif dalam memanfaatkan teknologi dan media sosial. Kesuksesan Yoasobi membuktikan bahwa platform seperti TikTok, YouTube, dan Spotify sangat efektif dalam menjangkau audiens global. Oleh karena itu, pelaku industri perlu merancang strategi pemasaran digital yang melampaui pasar domestik dan menyesuaikan dengan selera pendengar internasional. Program pelatihan dan kolaborasi dengan influencer digital, serta pengembangan konten berbahasa Inggris atau multibahasa, dapat meningkatkan daya saing global artis J-Pop—terutama dalam lanskap konsumsi musik lintas platform saat ini.

Selain itu, harus ada sinergi yang lebih kuat antara seni, pendidikan, dan industri kreatif untuk mendukung penciptaan karya interdisipliner, seperti yang ditunjukkan oleh Yoasobi. Integrasi musik, sastra, dan animasi dapat menghasilkan produk budaya yang lebih kaya dengan nilai naratif dan emosional yang lebih dalam, sehingga memperkuat koneksi dengan audiens. Pemerintah dan lembaga pendidikan dapat berkontribusi dengan menyediakan ruang inkubasi kreatif dan mendukung seniman muda melalui beasiswa, residensi seniman, atau kompetisi interdisipliner yang mendorong kolaborasi antar generasi.

Akhirnya, Jepang harus menyesuaikan kembali strategi soft power-nya agar lebih komprehensif, melampaui ketergantungan tradisionalnya pada anime dan simbol-simbol budaya. J-Pop memiliki potensi besar untuk menjadi wajah baru diplomasi budaya Jepang di abad ke-21—jika diberikan dukungan institusional dan strategis yang memadai. Jika Jepang terus membina seniman inovatif seperti Yoasobi, J-Pop dapat

kembali muncul sebagai alat utama dalam membangun citra negara sebagai kekuatan budaya modern, kreatif, dan relevan secara global.

6.2.2. Saran Teoritis

Penelitian ini menggunakan konsep glocalization yang dikemukakan oleh Robertson dan White (2007), yang sangat relevan untuk menjelaskan bagaimana J-Pop—terutama melalui Yoasobi—berhasil beradaptasi dengan konteks budaya lokal sambil mempertahankan identitas Jepang. Peneliti masa depan dapat memperluas analisis ini dengan meneliti bagaimana audiens lokal berinteraksi dengan J-Pop melalui lirik terjemahan, versi cover dalam bahasa berbeda, dan interpretasi di media sosial. Hal ini akan lebih memperjelas bahwa penerimaan produk budaya dalam globalisasi bukanlah proses satu arah, melainkan dialogis dan partisipatif.

Selain itu, bisa dilihat bahwa kesuksesan Yoasobi tidak berasal dari dukungan pemerintah secara langsung, melainkan dari pendekatan kreatif dan inovatif mereka—terutama metode unik mereka dalam menciptakan musik berdasarkan cerita pendek dan novel. Hal ini membuka peluang bagi penelitian masa depan untuk mengeksplorasi peran aktor non-negara dalam membangun soft power. Kasus Yoasobi menunjukkan bagaimana platform digital seperti TikTok dan YouTube dapat berfungsi sebagai alat efektif untuk penyebaran budaya tanpa bergantung secara berlebihan pada inisiatif resmi seperti “Cool Japan” Jepang. Penelitian masa depan dapat fokus pada bagaimana pendekatan organik dan bottom-up ini berkontribusi pada diplomasi budaya Jepang.

Selain itu, penulis dalam hal ini menekankan bagaimana narasi musik Yoasobi memicu respons emosional yang kuat dari pendengar. Hal ini membuka peluang bagi para peneliti lain untuk mengeksplorasi representasi budaya dan narasi emosional yang tertanam dalam lagu-lagu mereka. Menganalisis bagaimana nilai-nilai dan emosi ini beresonansi dengan pendengar internasional dapat membantu memperdalam pemahaman tentang bagaimana musik berfungsi sebagai medium transmisi budaya dalam konteks globalisasi.

Terakhir, penelitian ini juga menguraikan batasan struktural dalam industri musik Jepang—khususnya peran JASRAC sebagai regulator hak cipta tunggal, yang menghambat akses global terhadap J-Pop. Sebaliknya, ekspansi global K-Pop diuntungkan oleh lisensi yang beragam dan promosi internasional yang agresif. Oleh karena itu, studi masa depan dapat melakukan analisis perbandingan antara J-Pop dan K-Pop, dengan fokus pada kerangka institusional, manajemen hak cipta, dan strategi distribusi untuk mengidentifikasi faktor yang memfasilitasi atau menghambat produk budaya mencapai audiens global yang lebih luas. Dengan ini, penulis mengharapkan bahwa penelitian-penelitian berikutnya dapat turut serta dalam memahami dinamika soft power Jepang. Terutama dalam penggunaan budaya populer Jepang di era globalisasi ini.