

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi mempengaruhi perkembangan banyak sektor industri, tidak luput pula bagi industri hiburan yang saat ini semakin beragam. Dalam industri hiburan, format grup idola saat ini semakin menjamur dan banyak digunakan, salah satunya dalam industri hiburan Jepang. Sejak tahun 1980-an konsep grup idola mulai populer di Jepang, dan Jepang terkenal sebagai produksi grup idola berkonsep unik. Salah satu konsep yang unik adalah konsep dimana sebagian grup idola Jepang memiliki tempat pertunjukan mereka sendiri, yang juga merupakan konsep yang dimiliki idola *underground* atau dikenal sebagai *chika idol*, yang secara harfiah memiliki arti idola bawah tanah. *Chika idol* memiliki tempat pertunjukan mereka sendiri, dan secara aktif berkegiatan di sebuah *club* atau *live house* mereka sendiri (Sekiguchi, 2018).

AKS (berubah menjadi Vernalossom pada 2020) adalah salah satu perusahaan hiburan yang memanfaatkan adanya globalisasi industri musik ini, yang juga merupakan perusahaan yang menaungi AKB48. AKB48 merupakan grup idola asal Jepang yang berbasis di Akihabara, dibentuk oleh Yasushi Akimoto atau biasa dikenal sebagai Aki-P pada tahun 2005 (JKT48 Operation team, n.d.). AKB48 juga merupakan *idol* yang memiliki tempat pertunjukan mereka sendiri, yang biasa disebut *AKB48 Theater*. Teater ini akhirnya menjadi menjadi perwujudan konsep grup yang unik, yang

mana AKB48 menyuguhkan konsep “*Idol That You Can Meet*” atau idola yang dapat dijumpai. Sebelum AKB48 resmi memiliki label rekaman, seluruh kegiatan mereka berpusat di teater, penggemar dapat menjumpai mereka di teater, dimana para anggota grup melangsungkan pertunjukan hampir setiap hari.

AKB48 sendiri meraih kesuksesan besar di dalam negeri, seperti pada tahun 2011 dimana Oricon Annual Single Top 5 Rank diisi oleh AKB48 seluruhnya (JKT48 Operational Team, n.d.). Kesuksesan AKB48 akhirnya mendorong AKS untuk membentuk beberapa grup saudara atau *sister group* dari AKB48, bermula dari *sister group* di Jepang, hingga pembentukan grup di luar negeri, hingga saat ini ada setidaknya 11 *sister group* aktif. Sebanyak 5 *sister group* berada di Jepang, yakni SKE48, NMB48, HKT48, NGT48, dan STU48. Lalu, ada sebanyak 6 grup aktif yang berada di luar Jepang, yakni JKT48, BNK48, CGM48, MNL48, AKB48 Team TP, AKB48 Team SH. Sejak berdirinya AKS di tahun 2006, AKB48 telah menjadi fokus bisnis utama AKS, selain itu AKS juga bertanggung jawab terhadap *sister group* domestik AKB48 selain STU48 (Daily.co.jp, 2020).

AKS memutuskan untuk melakukan ekspansi bisnis ke mancanegara mulai pada tahun 2011, melalui pembentukan *sister group* AKB48 di Indonesia, yakni JKT48 yang berbasis di Jakarta. Pada awal berdirinya, JKT48 berada di bawah naungan PT. Dentsu Inter Admark Indonesia melalui JKT48 Project, hingga pada tahun 2018, JKT48 berpindah dinaungi oleh DX Entertainment, yakni anak perusahaan PT. Dentsu Aegis Network (sebelum diubah menjadi Dentsu international pada 2020) (Natio & Paramita,

2020). JKT48 juga sempat tergabung dengan MNC Media yang merupakan bagian dari MNC Asia Holding melalui HITS Record meski hanya sebagai label rekaman dan distribusi saja (Hits Records, 2013). Pada tahun 2022, JKT48 tergabung dalam IDN Media Group, dan dinaungi melalui sebuah perusahaan baru di bawah IDN Media, yakni PT. Indonesia Musik Nusantara (JKT48 Operation Team, n.d.). Ekspansi yang dilakukan AKB48 ke Indonesia tetap membawa identitas maupun ciri khas nya, baik dalam konsep, yakni konsep, produk, hingga strategi marketing mereka. Sama seperti AKB48, JKT48 juga memiliki teater yang terletak di Jakarta. Teater menjadi tempat bagi para penggemar untuk bertemu dengan para anggota dan idola mereka melalui pertunjukan yang dilakukan hampir setiap hari sampai sebelum pandemi COVID-19 pada 2020 (JKT48 Operation team, n.d.).

Teater JKT48 merupakan pusat kegiatan JKT48 sebagai grup, dimana teater menjadi tempat JKT48 melangsungkan berbagai acara hingga pertunjukan rutin mereka. Salah satu kegiatan JKT48 yang rutin dilaksanakan adalah pertunjukan teater reguler, yakni pertunjukan dengan konsep unik, dimana dalam setiap pertunjukan terdapat 16 anggota menampilkan sebuah *setlist*. *Setlist* dalam kamus Cambridge didefinisikan sebagai susunan lagu yang dibawakan oleh seorang penyanyi atau sebuah band dalam konser mereka (Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus, n.d.). Dilansir dari situs resmi JKT48, *setlist* atau lagu panggung merupakan sebuah kumpulan lagu yang dibawakan di teater, dimana *setlist* biasanya berisikan 16 lagu, yang diantaranya hanya dibawakan oleh sebagian member saja atau disebut *unit song*

(JKT48 Operation Team, n.d.). Tiap *setlist* yang dibawakan memiliki jangka waktu tertentu, dan akan diganti oleh *setlist* baru apabila waktu pertunjukannya telah habis.

Pada masa awal pandemi COVID-19, seluruh kegiatan teater dihentikan dan akhirnya hal tersebut sempat menunda berbagai kegiatan JKT48 sementara. JKT48 mulai kembali mengadakan kegiatan *show* teater melalui *live streaming* pada pertengahan 2020. Meski demikian, pada akhir 2020 JKT48 pun mengumumkan pengurangan anggota dan staf dikarenakan pandemi yang mempersulit operasional manajemen. Hingga pada 2021 JKT48 memulai kegiatan kembali dengan formasi baru, dengan membawakan kembali dua *setlist* yang pernah dibawakan pada masa awal terbentuknya JKT48. *Setlist* yang dibawakan adalah “Aturan Anti Cinta” dan “Gadis-gadis Remaja”, yang mana keduanya sempat dibawakan pada tahun 2012 dan 2014 yang akan menjadi pembahasan dalam penelitian ini. Kedua *setlist* tersebut dipilih untuk diangkat menjadi topik karena menjadi *setlist* yang pernah dibawakan secara *full online* dan *offline*, serta pernah dirilis dalam bentuk DVD. Dalam produksi teater JKT48, banyak pihak dilibatkan baik dari manajemen internal JKT48 hingga pihak eksternal, dan juga melibatkan Vernalossom sebagai pemegang lisensi utama segala produk AKB48 termasuk seluruh aspek dalam *setlist* yang dibawakan oleh JKT48.

Penelitian terdahulu seringkali membahas penyebaran budaya pop, salah satunya dibahas dalam penelitian oleh Ryan Adi Putra yang berjudul “JKT48 as a New Pop-Culture Phenomenon in Indonesia: The Emergence and Influence of Idol Culture in Jakarta Area” (Putra, 2015), yang membahas mengenai fenomena budaya pop *idol*

group dengan JKT48 sebagai grup pertama di Indonesia, serta bagaimana pengaruh JKT48 dalam penyebaran *idol culture* di Jakarta. Selain itu, beberapa penelitian terdahulu juga kerap kali membahas peran atau pengaruh *idol* sebagai aktor diplomasi publik, seperti pada penelitian yang berjudul “Peran JKT48 dalam Diplomasi Publik Jepang di Indonesia Tahun 2012-2019” (Surentu, 2022), dimana penelitian ini membahas bagaimana dan seberapa besar JKT48 berperan sebagai aktor non-negara dalam diplomasi publik Indonesia dan Jepang. Namun, sebuah penelitian berjudul “*Mapping Global Creative Value Chain for K-Pop Idol Industry: The Case of the BTS (2018-2020)*” (Purbantina, Kusuma, & Rasyidah, 2022) telah memberi perspektif baru terhadap grup idola sebagai aktor non-negara dalam studi ilmu hubungan internasional yakni bisnis internasional, dengan memaparkan pemetaan *global value chain* dalam industri *idol*, dengan mengambil contoh kasus BTS dalam proses pembuatan seluruh kegiatan dan produk industri kreatif mereka, yang melakukan interaksi bisnis lintas batas negara dalam proses produksinya. Penelitian ini mencoba untuk menggunakan perspektif *global creative value chain* dalam memandang JKT48 bukan sebagai bentuk dari perwujudan budaya pop belaka maupun sebagai aktor non-negara dalam *soft diplomacy*, namun memandang dari perspektif bisnis dan pemetaan *global creative value chain* dalam proses produksi teater JKT48.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasar pada latar belakang yang telah dipaparkan oleh penulis, penelitian ini akan berfokus pada rumusan masalah mengenai “Bagaimana pemetaan *Global Performing Arts Value Chain* dalam produksi teater JKT48 pada kasus Setlist Aturan Anti Cinta dan Gadis-gadis Remaja?”

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Secara Umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk memenuhi kewajiban penulis terhadap syarat pendidikan program Sarjana Strata 1 (S1) Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

1.3.2 Secara Khusus

Penelitian ini secara khusus bertujuan untuk meneliti dan memaparkan bagaimana ekspansi pasar sebuah *idol group* J-Pop yang tidak hanya terbatas pada musik saja, namun juga pertunjukan langsung yang diadakan secara rutin. Penelitian ini juga akan menjelaskan adanya proses global dan hubungan lintas batas negara oleh aktor non-negara dalam produksi sebuah pertunjukan seni. Berbeda dengan penelitian lain, yang menjadikan penelitian ini menarik untuk diteliti lebih dalam adalah karena penelitian ini memaparkan perspektif baru pada kajian Bisnis Internasional dalam ilmu Hubungan Internasional.

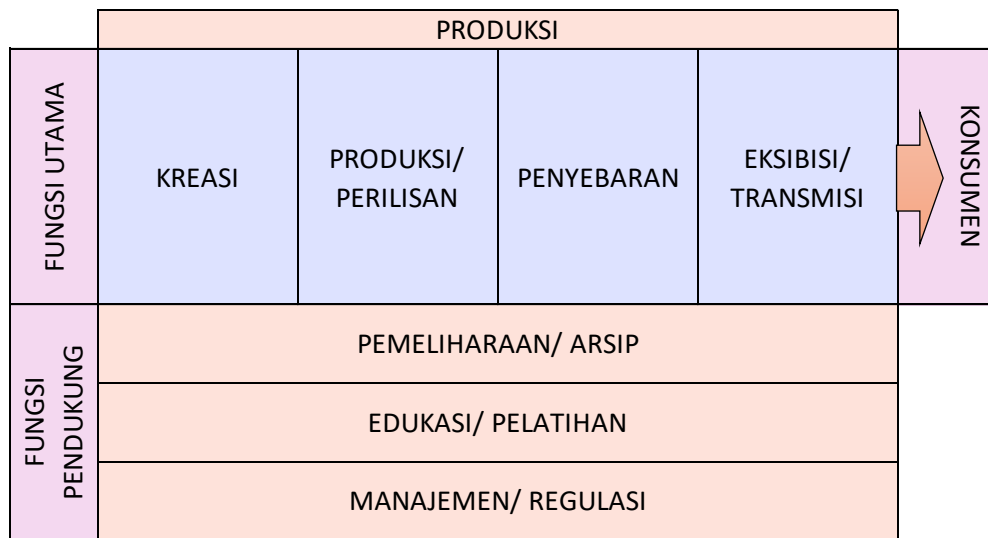
1.4 Kerangka Pemikiran

1.4.1 *Global Creative Value Chain*

Global Value Chain atau GVC merupakan serangkaian proses dalam produksi sebuah produk atau jasa yang dijual kepada konsumen, yang mana pada tiap tahapan ditambahkan nilai asing, dengan setidaknya dua tahapan produksi dilakukan di negara yang berbeda (Antràs, 2020). Menyimpulkan dari definisi terhadap konsep *global value chain*, dapat dikatakan bahwa dalam proses produksi yang mengadaptasi *Global Value Chain*, ada setidaknya dua tahapan produksi atau dua komponen sebuah produk dibuat di negara yang berbeda (Antràs, 2020). Konsep *Global Creative Value Chain* oleh De Voldere (2017) sama seperti konsep *Global Value Chain* pada umumnya, yakni serangkaian aktivitas dengan menambahkan nilai pada suatu produk baru atau jasa seiring dengan berjalan dari penciptaan hingga tahapan akhir distribusinya (De Voldere, et al., 2017). Dalam literturnya, De Voldere menjelaskan bahwa dalam *Global Creative Value Chain* penambahan kombinasi ide kreatif dilakukan dalam memproduksi sebuah karya, yang akhirnya terjadi serangkaian keterikatan tiap tahapannya sebelum menjangkau konsumen (De Voldere, et al., 2017). Dengan adanya hal tersebut, *Global Creative Value Chain* bisa memiliki format dan rupa yang berbeda dari produk industri kendaraan dan elektronik (De Voldere, et al., 2017).

Dalam sebuah analisis *Value Chain*, seluruh kegiatan dan pelaku yang berkontribusi dalam proses *creation, production, dissemination, exhibition dan*

preservation dari produk tersebut harus dianalisis, begitu juga dengan hubungan antar aktor. De Voldere membagi analisis *global creative value chain* menjadi 2 fungsi, yakni *core function* dan *support function*, hal berikut dapat dilihat dari gambar di bawah ini (De Voldere, et al., 2017).



Gambar 1. 1 Model *Global Creative Value Chain*

Sumber: (De Voldere, et al., 2017)

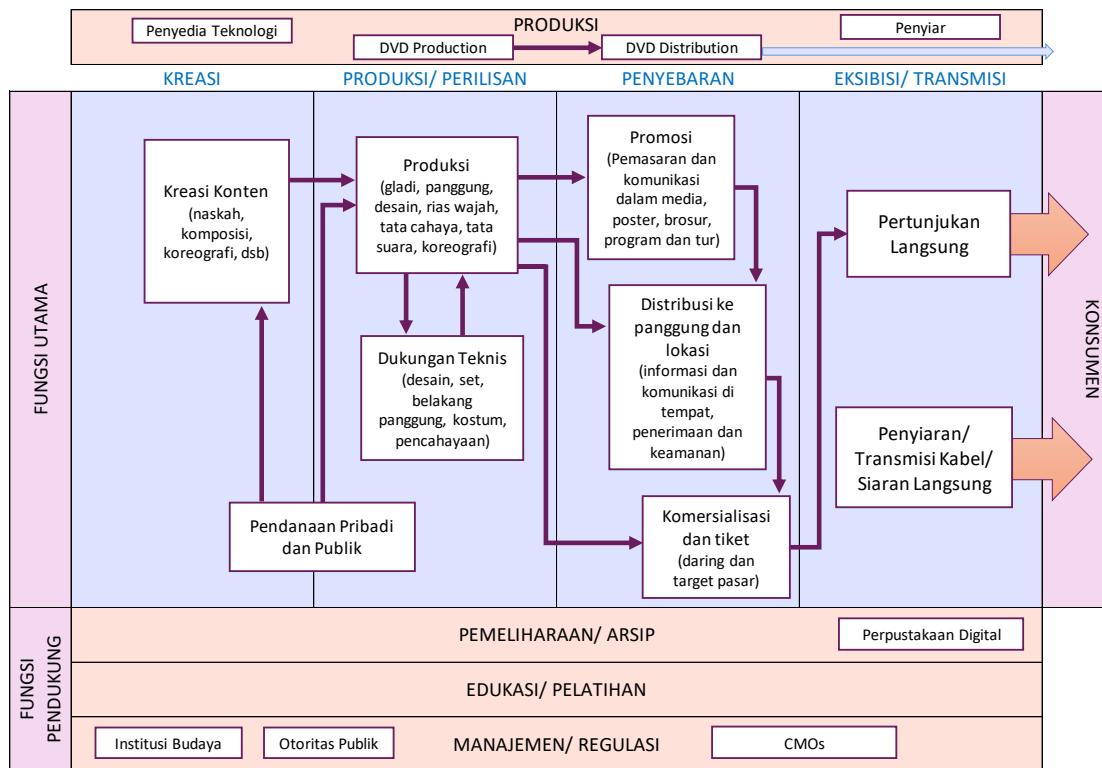
Catatan: Gambar diolah kembali oleh penulis

1.4.1.1 *Global Performing Arts Value Chain*

Global Creative Value Chain memiliki beberapa sektor, salah satunya adalah *Performing Arts Value Chain*. Dalam analisis *Performing Arts Value Chain* oleh De Voldere (2017), produk *performing arts* atau pertunjukan seni mencakup teater dan pementasan teatrikal, seperti musical, tari, *cabaret*, pertunjukan boneka, drama, sirkus, dan lain sebagainya (De Voldere, et al., 2017). Seperti yang telah dijelaskan pada

Gambar 1.1, dalam analisis creative value chain perlu dilakukan analisis pada seluruh proses. Menurut De Voldere (2017), *global performing arts value chain* mencakup seluruh tahapan produksi dari seni pertunjukan tersebut, mulai dari kreasi, produksi, distribusi, hingga eksibisi, dan juga menganalisis hal-hal yang mendukung proses produksi tersebut seperti pengarsipan, pelatihan hingga manajemen (De Voldere, et al., 2017).

Dalam pemetaan proses *global performing arts value chain* De Voldere juga membagi menjadi 2 fungsi, yakni *core function* yakni fungsi utama, dan *support function* yakni fungsi pendukung, seperti pada gambar di bawah ini:



Gambar 1. 2 Model Global Performing Arts Value Chain

Sumber: (De Voldere, et al., 2017)

Catatan: Gambar diolah kembali oleh penulis

1.4.1.1.1 Fungsi Utama (Core Function)

Sesuai dengan Gambar 1.2, fungsi utama atau *core function* meliputi tahapan kreasi (*creation*), produksi atau perilisan (*production or publishing*), penyebaran (*dissemination*), hingga eksibisi atau transmisi (*exhibition or transmission*) sebagai tahapan terakhir. Pada tahapan pertama terdapat tahapan kreasi (*creation*), tahapan ini merujuk pada proses konseptualisasi dan pembuatan karya orisinal seperti naskah dalam drama, koreografi dalam pertunjukan tari, dan komposisi pada pertunjukan opera. Proses ini melibatkan *authors* atau pencipta yang dapat berperan penulis naskah, komposer, pustakawan opera, dan lain sebagainya. Selanjutnya adalah tahap produksi (*production*), pada tahap ini *artist* atau seniman merupakan inti dari rantai nilai, dalam pertunjukan seni, seniman dapat berupa aktor, penari, penyanyi atau musisi, dan juga dapat berupa sutradara atau koreografer. Produser juga menjadi inti dari produksi sebuah pertunjukan, dimana fokus produser terletak pada koordinasi dan pengaturan produksi. Dalam proses kreasi, produksi, dan persembahan sebuah pertunjukan, banyak tenaga teknis yang dibutuhkan, kru teknis berperan sebagai pendukung seniman, pencipta, dan perancang pada aspek ini (De Voldere, et al., 2017).

Tahapan selanjutnya adalah tahapan penyebaran (*dissemination*) sebagai tahap ketiga. Fungsi penyebaran ini sebagian besar mengacu pada proses distribusi acara ke

panggung atau lokasi pertunjukan, serta seluruh kegiatan promosi pemasaran, serta komunikasi yang sejalan dengan komersialisasi acara ke konsumen melalui agen tiket. Pada tahap ini terdapat agen, promotor, dan distributor tiket yang berperan, namun disebutkan oleh De Voldere (2017) pada beberapa kasus promotor mengambil alih seluruh peran penting dengan membeli pertunjukan tersebut dari produser dan/atau agen, lalu menjualnya kembali dan mengambil seluruh peran distributor dengan mengatur promosi, informasi, penerimaan, penjualan tiket, lokasi, hingga keamanan. Lalu yang terakhir ada tahap eksibisi atau transmisi (*exhibition or transmission*), tahap ini merupakan tahapan dimana pertunjukan langsung dilakukan di hadapan penonton. Tahapan ini dapat berlangsung di tempat independen, maupun ruang publik. Setelah produk final berhasil ditampilkan kepada penonton secara langsung, digitalisasi juga memungkinkan untuk mencakup audiens yang lebih luas melalui siaran langsung, transmisi kabel, atau penyiaran (De Voldere, et al., 2017).

1.4.1.1.2 Fungsi Pendukung (*Support Function*)

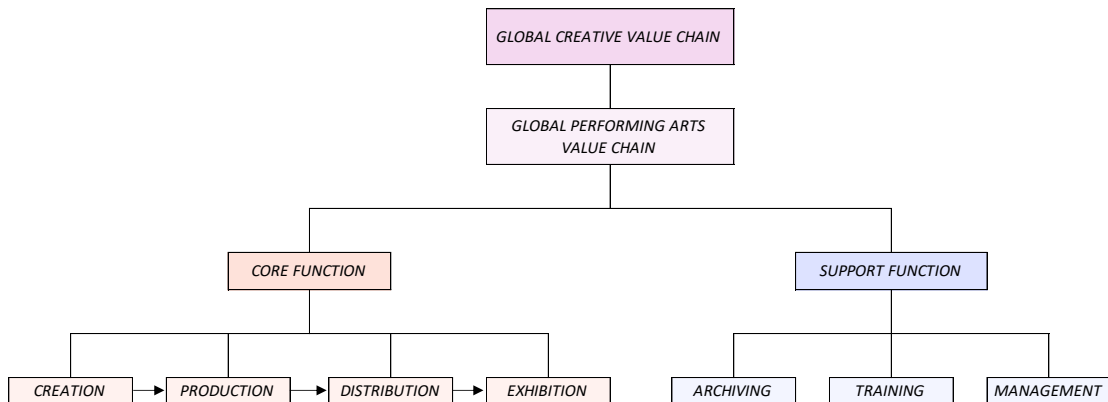
Dalam *global performing arts value chain* beberapa fungsi pendukung juga dilibatkan. Pada tahapan pemeliharaan atau pengarsipan (*preservation/archiving*) secara definisi dimaksudkan untuk mengumpulkan seluruh unsur homogen dan heterogen yang diarsipkan, dilestarikan, dan dilindungi karena memiliki nilai sejarah, estetika, atau simbolik yang kuat dan representatif. Mengutip dari De Voldere (2017) yang menyebutkan bahwa menurut McCarthy (2001), bahwa seni berbasis pertunjukan

secara tradisional dianggap “tidak dapat dikoleksi” karena sebuah pertunjukan tidak dapat berdiri sendiri tanpa senimannya, hal tersebut merupakan syarat untuk dianggap dalam pasar koleksi (De Voldere, et al., 2017). Namun disebutkan juga oleh De Voldere (2017) bahwa saat ini setiap rekaman sebuah pertunjukan yang dilestarikan atau diarsipkan harus dinegosiasikan dengan seluruh pemegang hak cipta, bahkan jika itu bukan untuk tujuan komersial (De Voldere, et al., 2017).

Pada tahap lainnya, disebutkan bahwa terdapat *Collective Management Organisations* atau CMO yang berperan mengumpulkan hak-hak pencipta dan hak-hak terkait untuk pencipta dan seniman dalam sektor seni pertunjukan. CMO umumnya banyak berperan dalam tahapan pameran atau transmisi dalam rantai nilai. Selain itu ada juga Institusi Budaya dan Otoritas Publik yang berperan dalam advokasi; bantuan hukum, bisnis, dan pendanaan; riset dan dokumentasi; serta promosi. Adapun penyedia barang dan jasa penunjang pada tahap lainnya, penyedia barang dan jasa ini mencakup penyedia teknologi dan pemasok logistik, seperti *software* dan *hardware* yang digunakan dalam pertunjukan dan penjualan tiket. Selain itu, lembaga penyiaran dan produser DVD, yang pada tahap ini menjadi pihak ketiga dalam penyedia *platform* siaran langsung, atau menjadi dokumenter pertunjukan dan membuat salinan DVD yang juga didistribusikan dalam bentuk digital (De Voldere, et al., 2017).

1.5 Sintesa Pemikiran

Bagan 1. 1 Sintesa Pemikiran



Sumber: Penulis

Berdasarkan bagan sintesa pemikiran di atas, pada penelitian ini penulis menggunakan konsep besar *Global Creative Value Chain* untuk memberi pemahaman terkait seluruh proses pemetaan produksi sebuah produk kreatif. Konsep *Global Creative Value Chain* memberikan pandangan khusus terhadap adanya proses lintas batas negara dalam proses produksi sebuah produk kreatif. *Global Creative Value Chain* sendiri memiliki poin-poin fokus lain yang mengacu pada sebuah produk kreatif tertentu, salah satunya melalui konsep *Global Performing Arts Value Chain*, yang memberikan gambaran tahapan dalam proses produksi sebuah pertunjukan seni.

Konsep *Global Performing Arts Value Chain* membagi tahapan produksi menjadi dua fungsi, yakni fungsi utama (*core function*) dan fungsi pendukung (*support function*). Fungsi utama memiliki empat tahapan, yaitu tahapan *creation*, *production*, *distribution*, dan *exhibition*. Sementara itu fungsi pendukung terbagi menjadi tiga,

yakni *archiving*, *training*, dan juga *management* sebagai pendukung dari proses produksi. Dalam dua fungsi yang telah disebutkan, dapat terjadi aktivitas lintas batas negara di tahapan-tahapannya.

1.6 Argumen Utama

Berdasarkan latar belakang hingga rumusan masalah yang telah ditelaah dengan menggunakan konsep *Global Creative Value Chain*, penulis berargumen bahwasannya AKS telah memanfaatkan adanya konsep rantai nilai global dengan melakukan perluasan produksi produk teater ke Indonesia melalui teater JKT48 *setlist* Aturan Anti Cinta dan Gadis-gadis Remaja, dimana dalam produksinya terdapat nilai-nilai asing yang disertakan di beberapa tahap pada fungsi utama maupun pendukung. Pada fungsi utama, seluruh konten yang dibawakan oleh JKT48 dalam pertunjukan teater, seperti lagu dan tari, merupakan produk AKB48 yang dibuat dan dikreasikan oleh musisi dan koreografer Jepang, yang lalu diterjemahkan ke bahasa Indonesia. Dalam tahapan produksi belum ditemukan adanya kontribusi aktor asing, namun pada tahap distribusi, promosi dilakukan melalui akun media sosial resmi JKT48. Pada eksibisi produk rekaman lagu dari *setlist* tersebut pun melibatkan aktor-aktor dan media asing, seperti penyedia layanan dalam dilakukannya siaran langsung yakni YouTube (Amerika Serikat), dan Showroom (Jepang).

Dalam proses pengarsipan musik juga melibatkan *platform* asing seperti Spotify (Swedia). Seluruh produk *setlist* JKT48 pun juga melibatkan pihak lain sebagai

pemegang lisensi atau hak atas produk mereka, seperti halnya DVD *setlist* yang lisensinya dimiliki oleh HITS Record (Indonesia) selaku pihak rekaman dan distributor. Selain itu, ada hak siar teater yang juga dimiliki media YouTube (Amerika Serikat) dan Showroom (Jepang). Sehingga rangkaian produksi yang menggunakan konsep rantai global tersebut dapat menghasilkan produk kreatif berupa pertunjukan teater JKT48 *setlist* Aturan Anti Cinta dan Gadis-gadis Remaja.

1.7 Metodologi Penelitian

1.7.1 Tipe Penelitian

Dalam penelitian ini tipe penelitian yang digunakan penulis adalah tipe penelitian deskriptif, karena dianggap tipe penelitian ini merupakan tipe penelitian yang sesuai dengan topik pembahasan yang diangkat oleh penulis. Sebagaimana dijelaskan oleh Zellatifanny dan Mudjiyanto (2018), tipe penelitian deskriptif memberikan gambaran terperinci mengenai situasi, keadaan sosial, maupun sebuah hubungan (Zellatifanny & Mudjiyanto, 2018). Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana pemetaan *global creative value chain* dalam proses produksi teater JKT48, khususnya dalam produksi *setlist* Aturan Anti Cinta dan Gadis-gadis Remaja, dengan memperhatikan juga segala pihak yang terlibat dalam proses produksi tersebut. Hal ini sejalan dengan tujuan penelitian deskriptif yang dipaparkan oleh Zelatifanny dan Mudjiyanto (2018), yakni penelitian deskriptif memiliki tujuan memberikan paparan mengenai suatu keadaan sebenar-benarnya, serta memberikan

pemahaman tentang semua aspek yang terkait dengan variabel dengan baik (Zellatifanny & Mudjiyanto, 2018). Tipe penelitian ini dapat membantu penulis menjawab rumusan masalah dengan lebih komprehensif dan terperinci.

1.7.2 Jangkauan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mengambil jangkauan penelitian berupa pengambilan dua dari beberapa *setlist* yang pernah dirilis dan dibawakan oleh JKT48, yakni *setlist* Aturan Anti Cinta dan Gadis-gadis Remaja, yang pernah dibawakan oleh JKT48 pada tahun 2012 dan 2014, hingga keduanya dibawakan kembali pada 2021 di masa pandemi. Pengambilan batasan penelitian menggunakan *setlist* ini dilakukan karena menurut De Voldere (2017), dari perspektif pemasok pertunjukan langsung dilabeli sebagai “barang kompleks”, yang artinya dalam proses produksi sebuah pertunjukan dibutuhkan banyak koordinasi antar banyak aktor hingga pemangku kepentingan. Merujuk pada hal tersebut, penulis membatasi jangkauan penelitian ini tidak pada tahun melainkan pada produk pertunjukan, yang pada penelitian ini merujuk kepada *setlist*, dengan memfokuskan pada masa produksi hingga ekshibisi tiap *setlist*, sesuai dengan rumusan masalah yang diangkat yakni pemetaan yang terjadi pada produksi *setlist* Aturan Anti Cinta dan Gadis-gadis Remaja.

1.7.3 Teknik Pengumpulan Data

Penulis menggunakan dua teknik pengumpulan data yakni data primer dan sekunder. Mengutip dari Pratiwi (2017), menurut Natimawati (2008) data primer merupakan data yang berasal dari sumber asli atau sumber pertama, sedangkan data sekunder menurut Sugiyono (2008) merupakan data dengan sumber tidak langsung, seperti dari pihak ke-3 atau dokumen-dokumen (Pratiwi, 2017). Data primer yang digunakan oleh pada penelitian ini didapatkan oleh penulis melalui wawancara langsung dengan narasumber, yang pada penelitian ini menargetkan kepada sebuah *fanbase* atau forum penggemar, yang pernah terlibat langsung dalam penyusunan dan pengonsepan *special show setlist* bersama dengan manajemen JKT48. Sementara data sekunder pada penelitian ini dikumpulkan dari sumber-sumber serta literatur yang telah terdahulu seperti situs resmi pihak terkait, berita, buku, jurnal, laporan hingga artikel. Seluruh data yang dikumpulkan oleh penulis dapat berupa kata-kata seperti dalam artikel, maupun data yang disampaikan secara verbal melalui wawancara terdahulu.

1.7.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kualitatif. Penelitian kualitatif menghasilkan data deskriptif dalam prosedur pengambilan datanya, data tersebut berupa kata-kata yang menggambarkan fenomena maupun perilaku tertentu (Tobing, et al., 2016). Dijelaskan juga oleh Tobing (2016), bahwasannya penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk

memahami suatu peristiwa secara natural dan dideskripsikan melalui kata dan kalimat pada suatu kondisi khusus dengan menggunakan pendekatan-pendekatan terkait (Tobing, et al., 2016).

Pada penelitian ini seluruh data yang diterima oleh penulis akan diolah terlebih dahulu, dengan menyusun dan membuat kesimpulan dari tiap data yang diterima. Teknik analisis data kualitatif digunakan untuk memberi pemahaman terkait peristiwa *global creative value chain*, dimana terjadinya rantai nilai global dalam industri kreatif khususnya pada studi kasus produksi teater JKT48. Melalui metode analisis data kualitatif ini penulis dapat memberikan pemahaman lebih komprehensif mengenai bagaimana produksi sebuah teater melibatkan pihak-pihak lain baik dari dalam maupun luar negeri, serta seluruh tahapan yang dilakukan dalam produksi teater JKT48, dengan menggunakan pendekatan *global performing arts value chain*.

1.7.5 Sistematika Penulisan

BAB I berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka berpikir, sintesa penelitian, argumen utama, hingga metodologi penelitian mengenai pemetaan dalam proses produksi teater JKT48 *setlist* Aturan Anti Cinta dan Gadis-gadis Remaja.

BAB II memaparkan pemetaan *core function* dalam produksi teater JKT48 *setlist* Aturan Anti Cinta dan Gadis-gadis Remaja serta seluruh aktor yang terlibat dalam

proses produksi *setlist* teater tersebut, juga dengan memetakan berdasarkan tahun produksi *setlist*.

BAB III memaparkan pembahasan mengenai pemetaan *support function* dalam produksi teater JKT48 dalam *setlist* Aturan Anti Cinta dan Gadis-gadis Remaja, yang juga dipetakan berdasarkan tahun produksi, serta bagaimana fungsi tersebut mendukung keberhasilan produksi serta distribusi dalam produk seni pertunjukan.

BAB IV berisikan penutup serta kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan oleh penulis.