BAB 1
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Transformasi teknologi digital telah menciptakan beragam bentuk komunikasi baru yang berdampak pada dinamika interaksi sosial masyarakat. Salah satu perubahan yang paling menonjol terlihat dari meningkatnya intensitas penggunaan media sosial telah menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari, khususnya bagi generasi muda. Kehadiran komunikasi digital tidak hanya memfasilitasi interaksi antarindividu, sekaligus berperan dalam pembentukan identitas diri dan relasi sosial berbasis virtual (Agnessya et al., 2025) . Dalam perkembangannya, media sosial tidak lagi dipahami hanya sebagai media hiburan, melainkan telah berkembang menjadi ruang komunikasi yang memungkinkan pengguna membangun representasi diri sekaligus memengaruhi persepsi publik melalui berbagai bentuk konten digital. Salah satu *platform* yang mengalami perkembangan signifikan dalam ranah komunikasi visual digital ialah TikTok. *Platform* ini memanfaatkan format video pendek yang bersifat interaktif sehingga pengguna dapat mengomunikasikan pesan secara efektif melalui kombinasi elemen visual, audio, teks, serta simbol-simbol digital lainnya (Shilfa et al., 2025).

Platform TikTok dengan karakteristik medianya mendukung penyampaian pesan melalui konten berupa hiburan yang kreatif dan kombinasi visual, audio, teks, serta interaksi yang berlangsung secara cepat melalui fitur komentar, *likes*, *shares*, dan *For You Page*. Karakteristik tersebut memungkinkan representasi budaya Gyaru menjangkau audiens yang lebih luas dan mendorong keterlibatan pengguna secara aktif. Dibandingkan dengan Instagram dan *platform* lainnya yang lebih menekankan tampilan visual statis melalui video, foto dan unggahan, TikTok memberikan ruang yang lebih besar bagi kreator untuk menggabungkan narasi, demonstrasi visual, musik, dan interaksi dalam satu konten.

Perkembangan *platform* digital modern dalam konteksnya, TikTok juga dimanfaatkan sebagai sarana untuk menampilkan serta menyebarluaskan berbagai tren mode internasional, termasuk *fashion* Jepang bergaya Gyaru. Gaya Gyaru dikenal sebagai salah satu bentuk *fashion* khas Jepang yang memiliki karakter visual kuat dan mencolok, seperti penggunaan *eyeliner* dan mascara tebal, warna rambut terang, nail art berukuran panjang, serta pemilihan busana yang ekspresif (Amelia et al., 2025). Pada masa awal kemunculannya di Jepang, Gyaru berkembang sebagai bentuk ekspresi diri dan perlawanan generasi muda perempuan yang ingin tampil berbeda dari standar kecantikan dan norma sosial yang berlaku pada saat itu. Karakteristik Gyaru ditandai dengan penggunaan *makeup* yang mencolok, warna rambut terang, gaya berpakaian yang berani, serta penampilan yang mencerminkan kebebasan berekspresi. Namun, pada masa perkembangannya, gaya tersebut kerap memperoleh penilaian negatif karena dianggap tidak sejalan dengan konsep kecantikan perempuan Jepang yang identik dengan kesederhanaan, kelembutan, dan keanggunan. Akibatnya, meskipun Gyaru merupakan bagian dari budaya populer Jepang, keberadaannya masih sering dipersepsikan secara beragam oleh masyarakat. Sebagian masyarakat mengaitkan Gyaru dengan stereotip negatif, seperti gaya hidup yang berlebihan, kenakalan remaja, atau penampilan yang dianggap menyimpang dari norma kecantikan yang berlaku. Akan tetapi, perkembangan teknologi digital telah membuka ruang reinterpretasi terhadap estetika Gyaru melalui berbagai konten daring yang disesuaikan dengan latar budaya dan karakteristik audiens yang berbeda-beda. Kondisi tersebut menyebabkan Gyaru tidak lagi dipdanang semata sebagai subkultur lokal Jepang, tetapi mulai diterima sebagai bagian dari tren *fashion* global yang berkembang melalui media digital.

Di Indonesia, keberadaan gaya Gyaru mulai terlihat melalui aktivitas sejumlah kreator TikTok yang secara rutin mengunggah konten mengenai riasan, *fashion*, transformasi visual, hingga narasi digital bertema Gyaru. Salah satu akun yang aktif merepresentasikan praktik komunikasi dalam komunitas Gyaru Indonesia adalah akun TikTok @wibunda. Akun ini secara konsisten memproduksi konten visual yang mengombinasikan berbagai elemen khas Gyaru, seperti *makeup*,

gaya berpakaian, musik Jepang, teks pendukung, serta interaksi digital dengan para pengikutnya. Melalui strategi komunikasi visual yang diterapkan, akun @wibunda tidak hanya menampilkan *fashion* semata, tetapi juga membangun representasi Gyaru sebagai tren *fashion* Jepang yang modern, eksklusif, dan dapat diterima oleh masyarakat Indonesia. Dengan demikian, aktivitas komunikasi digital yang dilakukan akun tersebut menunjukkan adanya upaya pembentukan makna dan citra tertentu terhadap gaya Gyaru di ruang media sosial.

Fenomena tersebut dapat dipahami melalui perspektif Teori *Computer-Mediated Communication (CMC)* yang dikembangkan oleh Joseph B. Walther. Teori CMC menjelaskan bahwa interaksi yang berlangsung melalui media digital memungkinkan individu membangun relasi sosial, identitas, dan persepsi melalui pertukaran pesan secara daring. Walther menegaskan bahwa komunikasi digital memberikan peluang bagi pengguna untuk mengelola representasi dirinya melalui penggunaan teks, visual, maupun pola interaksi tertentu. Dalam konteks media sosial seperti TikTok, pengguna dapat menentukan estetika visual, memilih simbol komunikasi, serta mengatur pola interaksi digital untuk membentuk persepsi tertentu di mata audiens. Melalui konsep *Hyperpersonal Communication*, Walther juga menjelaskan bahwa media digital memungkinkan pengguna menyusun citra diri secara lebih terkontrol melalui kombinasi unsur visual, audio, teks, dan interaksi daring. Dengan demikian, Media sosial dapat dipdanang sebagai ruang komunikasi yang memungkinkan proses pembentukan identitas dan citra berlangsung secara strategis.

Selain menggunakan Teori CMC, penelitian ini turut mengadopsi teori citra yang dikemukakan oleh Frank Jefkins guna menganalisis proses pembentukan citra Gyaru melalui komunikasi digital di TikTok. Menurut Jefkins (1998) , citra merupakan hasil dari proses komunikasi yang melibatkan pesan, persepsi publik, dan respons audiens terhadap suatu objek tertentu. Dalam konteks media sosial, pembentukan citra dapat dilakukan melalui pengelolaan konten visual, penggunaan gaya komunikasi tertentu, serta penciptaan hubungan interaktif antara kreator dan audiens. Berdasarkan kerangka tersebut, strategi komunikasi

visual yang diterapkan oleh akun TikTok @wibunda memiliki peran penting dalam membangun persepsi audiens mengenai Gyaru sebagai salah satu tren *fashion* Jepang di Indonesia. Dengan kata lain, citra yang terbentuk di media sosial merupakan hasil dari pengelolaan komunikasi digital yang dilakukan secara terencana dan konsisten.

Akun TikTok @wibunda menjadi objek yang relevan untuk diteliti karena secara aktif memanfaatkan komunikasi visual dan komunikasi interaktif dalam proses konstruksi citra Gyaru di media sosial. Strategi komunikasi yang digunakan terlihat dari penerapan riasan khas Gyaru, pemilihan *fashion* dan aksesori, teknik penyuntingan video, penggunaan musik Jepang, penambahan teks pada konten, hingga interaksi dengan pengikut melalui kolom komentar maupun respons terhadap unggahan audiens. Praktik komunikasi digital tersebut memperlihatkan bahwa media sosial tidak hanya berperan dalam penyebaran informasi dan hiburan, tetapi sekaligus menjadi sarana pembentukan citra melalui representasi visual dan interaksi daring (Pardianti & Valiant, 2022) . Dengan demikian, aktivitas yang dilakukan komunitas pada akun @wibunda mencerminkan bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan untuk membangun identitas budaya populer secara digital.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Maulana, Banuaji, & Sunaryo (2025) membahas subkultur di media sosial sebagai bentuk resistensi budaya digital. Sementara itu, Amelia Putri Dwi & Sundayra (2025) meneliti Gyaru sebagai bentuk penentangan terhadap estetika feminin tradisional Jepang, sedangkan Riansyah & Haryanti (2022) mengkaji karakteristik *fashion* Gyaru dari aspek visual seperti *makeup*, rambut, dan gaya berpakaian. Namun, penelitian-penelitian tersebut lebih berfokus pada aspek budaya dan estetika Gyaru serta belum membahas bagaimana strategi komunikasi visual dan interaksi digital digunakan untuk membentuk citra Gyaru di media sosial, khususnya dalam konteks Indonesia.

Berdasarkan hal tersebut, masih terdapat celah penelitian mengenai bagaimana strategi komunikasi visual dan interaksi digital di TikTok digunakan dalam

membentuk citra Gyaru di kalangan audiens Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengkaji bagaimana akun TikTok @wibunda membangun citra Gyaru melalui komunikasi visual dan interaksi digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam kajian komunikasi digital, khususnya terkait strategi komunikasi visual, interaksi digital, dan pembentukan citra di media sosial.

B. Identifikasi Masalah

1. Belum banyak kajian yang membahas bagaimana strategi komunikasi visual dan interaktif di TikTok membentuk citra subkultur *fashion* Jepang di Indonesia.
2. Kurangnya kajian akademik tentang strategi komunikasi visual berbasis budaya Jepang di Indonesia.
3. Terbatasnya pemahaman tentang peran komunikasi visual dan naratif dalam pembentukan citra komunitas Gyaru di TikTok

C. Perumusan dan Pembatasan Masalah

1. Perumusan Masalah

Permasalahan utama dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi visual dan interaktif akun TikTok @wibunda berperan dalam merepresentasikan subkultur Gyaru yang dipandang dengan stereotip negatif sehingga membentuk citra tertentu di kalangan audiens Indonesia. Penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi visual, narasi, dan interaksi audiens yang dilakukan melalui media sosial TikTok.

2. Pembatasan Masalah

Penelitian dibatasi pada konten, strategi komunikasi visual, dan interaksi publik pada akun TikTok @wibunda yang berkaitan dengan pembentukan citra Gyaru. Fokus tidak mencakup aspek bisnis, estetika mode, atau strategi pemasaran komersial.

D. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis strategi komunikasi visual akun TikTok @wibunda dalam merepresentasikan budaya Gyaru.
2. Mengetahui peran komunikasi interaktif dalam pembentukan citra Gyaru sebagai tren *fashion* Jepang di Indonesia.

E. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis:

Menambah khazanah ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian komunikasi visual dengan mengaplikasikan *Computer Mediated Communication* (CMC) Joseph B. Walther serta konsep citra Frank Jefkins pada fenomena budaya populer di media sosial.

2. Manfaat Praktis:

a. Sebagai bahan evaluasi bagi praktisi humas digital dalam merancang strategi komunikasi visual berbasis komunitas.
b. Sebagai referensi bagi akademisi dalam mengembangkan studi humas budaya (cultural PR).
c. Sebagai inspirasi bagi komunitas kreatif untuk memahami strategi citra di ruang digital.

F. Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana strategi komunikasi visual akun TikTok @wibunda dalam merepresentasikan budaya Gyaru.
2. Bagaimana peran komunikasi interaktif dalam pembentukan citra Gyaru sebagai tren *fashion* Jepang di Indonesia.

G. Asumsi Penelitian

Penelitian ini didasarkan pada asumsi bahwa komunitas gyaru Indonesia memanfaatkan media sosial sebagai ruang digital untuk memperkenalkan Gyaru kepada Masyarakat luas. Dalam konteks tersebut, akun TikTok @wibunda tidak

hanya digunakan sebagai media berbagi konten fashion, tetapi juga sebagai ruang komunikasi digital yang dimanfaatkan untuk merepresentasikan budaya Gyaru kepada audiens di Indonesia. Peneliti berasumsi bahwa representasi budaya Gyaru pada akun tersebut dibangun melalui penggunaan strategi komunikasi visual yang konsisten, seperti penggunaan makeup khas Gyaru, fashion Jepang, simbol budaya Jepang, serta estetika visual dalam setiap konten yang dipublikasikan.

Selain itu, penelitian ini mengasumsikan bahwa praktik komunikasi yang berkembang dalam komunitas Gyaru Indonesia tidak hanya tercermin pada konten yang diunggah, tetapi juga pada pola interaksi yang terbentuk di sekitar akun @wibunda. Praktik tersebut terlihat melalui penggunaan simbol-simbol visual Gyaru, penyampaian pesan, respons kreator terhadap audiens, percakapan pada kolom komentar, serta keterlibatan pengguna lain dalam mendiskusikan budaya Gyaru. Melalui komunikasi visual dan komunikasi interaktif tersebut, akun TikTok @wibunda diduga mampu membangun citra Gyaru sebagai subkultur fashion Jepang yang kreatif, ekspresif, dan lebih diterima oleh audiens di media sosial.

Penelitian ini juga berasumsi bahwa proses pembentukan citra Gyaru di media sosial tidak hanya ditentukan oleh konten yang diproduksi kreator, tetapi juga dipengaruhi oleh respons, interpretasi, dan partisipasi audiens dalam ruang digital. Oleh karena itu, peneliti menduga bahwa komunikasi visual dan komunikasi interaktif memiliki peran penting dalam membentuk citra subkultur Gyaru pada akun TikTok @wibunda.

H. Metodologi Penelitian

1. Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma Konstruktivis yang memdanang bahwa realitas citra dibangun melalui interaksi digital. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Deskriptif dalam penelitian kualitatif berarti menggambarkan dan

menjabarkan peristiwa, fenomena dan situasi sosial yang diteliti (Waruwu 2023). Penelitian ini menggunakan metode netnografi yaitu metode penelitian kualitatif yang dikembangkan oleh Robert V. Kozinets untuk meneliti budaya, komunitas, dan interaksi sosial di internet.

2. **Teknik Pengumpulan Data**

   Teknik pengumpulan data berupa observasi non-partisipan, transkripsi dan dokumentasi konten TikTok (periode April 2025 - Februari 2026).

3. **Analisis Data**

   Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis tematik dari Braun & Clarke (2022), yaitu metode analisis data kualitatif yang digunakan untuk mengidentifikasi dan menafsirkan pola makna (themes) dalam data. Proses analisis dimulai dengan mempelajari seluruh konten yang ada di akun TikTok @wibunda, mencakup video, *caption*, hashtag, audio, serta komentar pengguna. Kemudian, dilakukan proses coding atau pemberian label terhadap unsur-unsur yang relevan seperti representasi visual Gyaru, cerita budaya, strategi komunikasi visual dan interaktif. Setelah itu, kode-kode tersebut dikelompokkan ke dalam kategori tema tertentu . Tujuannya adalah untuk memahami bagaimana akun TikTok @wibunda membangun citra budaya Gyaru sebagai tren *fashion* Jepang yang populer di Indonesia.

I. Sistematika

Untuk memudahkan pembaca memahami isi penelitian ini, penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang penelitian, identifikasi masalah, rumusan dan batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, pertanyaan penelitian, asumsi penelitian, metodolodi penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI

Bab ini membahas penelitian-penelitian terdahulu yang relevan, ldanasan teori yang menjadi dasar penelitian, serta kerangka konseptual yang digunakan sebagai acuan dalam menganalisis permasalahan penelitian.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian, meliputi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, unit analisis, tahapan penelitian, metode analisis teks, serta kisi-kisi penelitian.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian beserta pembahasannya. Data yang diperoleh dipaparkan secara sistematis, termasuk profil narasumber yang menjadi subjek penelitian. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan metode analisis yang telah ditetapkan dan diinterpretasikan dengan mengacu pada konsep serta teori yang telah diuraikan pada bab sebelumnya.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memuat kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian serta saran yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi penelitian selanjutnya maupun pihak-pihak yang berkepentingan.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi seluruh sumber referensi yang digunakan sebagai ldanasan dalam penyusunan penelitian.

LAMPIRAN

Berisi dokumen pendukung yang berkaitan dengan pelaksanaan penelitian, seperti transkrip teks, data pendukung, dan dokumen lain yang relevan.