

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL & DIAGRAM.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	3
1.3 Landasan Konseptual	3
1.3.1 Globalisasi Budaya	3
1.3.2 <i>Branding Concept</i>	5
1.4 Argumentasi Utama	6
1.5 Metode Penelitian	6
1.6 Jangkauan Penelitian.....	7
1.7 Sistematika Penulisan	8
BAB II JKT48: DINAMIKA GLOBALISASI, ADAPTASI, DAN EVOLUSI BUDAYA JEPANG DI INDONESIA	9
2.1 Berdirinya JKT48 di Indonesia: Proses dan Aktor yang terlibat	9

2.1.1 Akimoto Yasushi: Pendiri AKB48 dan 48 Group	9
2.1.2 Dentsu Indonesia: Manajemen Pertama JKT48.....	10
2.1.3 Cool Japan: Kebijakan Ekspor Budaya Populer oleh Pemerintah Jepang.....	11
2.1.4 IDN Media: Pemilik Baru JKT48 Sejak Tahun 2022	12
2.1.5 Pemerintah Indonesia dalam Penerimaan JKT48 di Indonesia.....	13
2.2 Adaptasi dan Representasi Budaya Populer Jepang melalui JKT48 di Indonesia.....	14
2.3 Evolusi dan Potensi JKT48 sebagai Fenomena Budaya Populer Jepang di Indonesia	17
BAB III POPULARITAS JKT48 DAN PENGGUNAANNYA DALAM STRATEGI BISNIS JEPANG DI INDONESIA	21
3.1 Pembentukan Popularitas dan Pasar JKT48 di Indonesia.....	21
3.2 JKT48 sebagai Brand Ambassador Bisnis Jepang di Indonesia	25
3.2.1 Studi Kasus 1: Pocari Sweat (Otsuka Pharmaceutical Co).....	29
3.2.2 Studi Kasus 2: Pocky (Glico Wings)	31
3.2.3 Studi Kasus 3: Japota (Calbee Wings).....	32
3.3 JKT48 dan Perannya dalam Dinamika Relasi Bisnis Jepang-Indonesia	34
BAB IV KESIMPULAN.....	37
REFERENSI.....	39