



**BUDAYA  
POP**

**Komunikasi dan Masyarakat**

**Gregorius Genep Sukendro  
Roswita Oktavianti**

**Nigar Pandrianto  
Wulan Purnama Sari**

# **BUDAYA POP**

Komunikasi dan Masyarakat

Nigar Pandrianto,  
Gregorius Genep Sukendro,  
Roswita Oktavianti,  
Wulan Purnama Sari



Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta



KOMPAS GRAMEDIA

**BUDAYA POP: Komunikasi dan Masyarakat**  
Nigar Pandrianto, Gregorius Genep Sukendro, Roswita Oktaviani,  
Wulan Purnama Sari

GM 623222003

© Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama  
Gedung Gramedia Blok I, Lt. 5  
Jl. Palmerah Barat 29-33, Jakarta 10270

Desain sampul: Isran Febrianto  
Desain Isi: Fajarianto

Diterbitkan pertama kali oleh  
Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama  
anggota IKAPI, Jakarta, 2023

[www.gpu.id](http://www.gpu.id)

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang.  
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian  
atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

ISBN: 978-602-06-6869-7  
ISBN Digital: 978-602-06-6870-3

Dicetak oleh Percetakan PT Gramedia, Jakarta  
Isi di luar tanggung jawab Percetakan

## Daftar Isi

Kata Pengantar Ketua Panitia	vii
<b>Budaya Pop dan Media</b>	<b>1</b>
Mendadak K-Pop di Panggung Politik Indonesia	3
Media Komunikasi Pop-Culture Tourism "Prambanan Jazz Festival"	12
<i>Impression Management</i> di Instagram Reels	20
Konten Berita Video oleh Jurnalis Lokal Vs Content Creator (Studi pada Media Online di Bali, Indonesia)	29
Media, Tren dan Post-Truth	41
Pergeseran Nilai Budaya Antargenerasi Abdi Dalem	51
Budaya Populer Pembelajar Modern Era Industri 4.0	59
Budaya Prank dalam Manajemen Konten Media Sosial	66
Blus Koplo Campursari	76
Budaya Pop Turisme, Instagram dan Labuan Bajo	84
Netflix dan Kuliner Yogya yang Mendunia	91
Komik Indonesia, Antara Kuasa Pasar dan Publik yang Mendamba	96
Ekologi Radio Siaran Swasta dalam Digitalisasi Penyiaran di Indonesia	105
Identifikasi Pola Interaksi Pemain <i>Game Online</i> PUBG (Player Unknown's Battle Ground) Tim Rozhok Family's	115
Otonomi Ruang Redaksi Media Online di Tengah Kepungan "Selera Pasar"	124
Anti K-Pop dan Pengaruh Hegemoni Media	130
Selubung Tradisional di Balik Modernitas (Studi Tabu dan Mitos sebagai Bagian Budaya dalam Drama Korea)	138
Realitas Virtual dalam Pembelajaran Sejarah dan Budaya	147
Budaya Pop dan Media Digital: Merayakan Kebebasan Berekspresi Kaum Proletar (Proletarian) Pinggiran Jakarta Melalui Citayam Fashion Week	157
<b>Budaya Pop dan Komunikasi Bisnis</b>	<b>165</b>
Shoppertainment, Budaya dan Konsumerisme	167
Budaya Populer dan Media Digital: Perilaku Komunikasi pada Era E-Commerce	177
Viralitas dan Penciptaan Budaya Populer di Era Ekonomi Atensi dan Masyarakat Hiburan	187
Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan <i>Student Intake</i> (Studi Kasus TK Ar-Ridho Jakarta Barat)	197
Studi Pada Army Indonesia tentang Pengaruh BTS sebagai Duta Jenama Tokopedia	210
Perusahaan Periklanan dan Budaya Populer	225

# PERUSAHAAN PERIKLANAN DAN BUDAYA POPULER

Muhammad Adi Pribadi

## Pendahuluan

Periklanan adalah bagian penting dalam perusahaan untuk memperkenalkan merek dan produknya. Terdapat beberapa tujuan perusahaan melakukan kegiatan periklanan, mulai dari ingin meningkatkan penjualan, memperkenalkan merek serta produknya, hingga mempertahankan keberadaan mereknya di tengah serbuan iklan produk milik pesaing.

Produsen barang dan jasa sering menyerahkan pembuatan iklan kepada agensi periklanan karena mereka dianggap mumpuni dalam membuat pesan iklan yang dianggap mampu mencapai tujuan produsen. Pemikiran para produsen itu yang wajar karena agensi periklanan memiliki pengalaman dalam mempelajari kondisi pasar hingga membuat pesan iklan yang membuat konsumen teringat merek, berminat membeli, hingga membeli produk tersebut.

## Perusahaan Periklanan

Perusahaan periklanan mampu membuat pesan iklan yang berdampak kepada target konsumen karena banyak perusahaan periklanan lokal dan internasional mengedepankan penelitian sebagai basis dalam membuat strategi untuk membuat taktik pesan komersial. Mereka memiliki tim riset dan tim kreatif untuk membuat komunikasi yang mampu menarik perhatian pasar. Dalam struktur organisasi, pembuat strategi iklan diserahkan kepada *account planner*. Mereka bertugas melakukan riset pasar, menentukan media, target, dan tema komunikasi untuk membuat pesan iklan. *Creative director* beserta timnya membuat pesan iklan (taktik) sesuai dengan arahan strategi yang diberikan oleh *account planner*.

Cukup banyak agensi periklanan ternama dan terkenal di Indonesia. Salah satunya adalah Fortuna, perusahaan periklanan tertua yang ma-

# BUDAYA POP

## Komunikasi dan Masyarakat

*Budaya Pop: Komunikasi dan Masyarakat* merupakan hasil dari Konferensi Nasional Komunikasi Humanis (KNKH) 2022 yang diselenggarakan oleh Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara pada 17–18 Desember 2022.

Tema yang diangkat pada KNKH 2022 adalah “Budaya Pop, Komunikasi dan Masyarakat”. Pemilihan tema tersebut didasari oleh fenomena yang ditandai oleh kekuatan media sosial dalam membentuk *trending topic*, atau topik-topik hangat yang dibicarakan masyarakat, yang pada akhirnya melahirkan berbagai budaya baru dalam masyarakat. Budaya-budaya baru itu dikemas oleh media sebagai konsumsi massa dan terbentuk menjadi budaya populer.

Buku ini membahas fenomena tersebut dari perspektif akademis, terutama dari sisi ilmu komunikasi dengan ruang lingkup pada budaya pop dan media digital, budaya pop dan media massa, budaya pop dan etika komunikasi, budaya pop dan komunikasi bisnis, serta budaya pop dan komunikasi politik.

Dalam buku ini, pengamatan dan refleksi ilmiah para dosen dan peneliti dari berbagai universitas dikategorikan dalam tiga gugus tema:

- Budaya Pop dan Media
- Budaya Pop dan Komunikasi Bisnis
- Budaya Pop dan Etika

Buku ini memberikan manfaat bagi masyarakat sebagai masukan akademis dari bidang ilmu komunikasi, dan dapat menjadi kajian penting bagi dosen, mahasiswa, peneliti, dan praktisi media.



Penerbit  
Gramedia Pustaka Utama  
Kompas Gramedia Building  
Blok I, Lt. 5  
Jl. Palmerah Barat 29–37  
Jakarta 10270  
@bukagru @bukagru www.gmu.id

