

BAB IV

SIMPULAN

Keberhasilan *Idol J-POP* pada era globalisasi melakukan strategi bertujuan untuk mencapai keberhasilan yaitu memasuki panggung globalisasi hingga dapat memperkenalkan budaya populer Jepang yaitu *Idol J-POP* pada dunia. Tentunya ada hambatan yang dialami oleh *Idol J-POP* yaitu masuknya *Idol K-POP* di negara Jepang kemudian diterima dengan mudah oleh masyarakat Jepang, banyak dari kaum wanita muda yang tertarik dengan *Idol K-POP* pada awal kemunculan nya di Jepang lalu hingga kaum remaja perempuan menyukainya meskipun ada kontra dari masyarakat Jepang. Kemudian mudahnya akses konten-konten yang tersebar dan promosi *Idol K-POP* di Jepang sehingga masyarakat Jepang menjadi penggemar dari *Idol K-POP*.

Idol K-POP saat ini sedang naik daun diberbagai negara Asia termasuk Indonesia yang menjadi penggemar dari berbagai *Idol K-POP* bahkan hingga menjadikan *Idol K-POP* sebagai BA (*brand ambassador*) dari berbagai produk lokal. *Idol J-POP* untuk menghadapi hambatan dan persaingan dengan *Idol K-POP* tentu melakukan yang kemudian menjadi faktor-faktor pendorong dari keberhasilan *Idol J-POP* pada era globalisasi. Faktor faktor pendukung nya yaitu adanya Sistem perekrutan anggota *Idol J-POP* yang akan debut hal ini melakukan kerjasama dengan agensi dan label musik dari luar Jepang, melakukan inovasi pada citra *Idol J-POP* dari fashion hingga genre lagu yang akan dirilis, dan media sosial yang menjadi peran penting pada keberhasilan *Idol J-POP* karena melalui media sosial dapat menjadi sarana promosi dari debut, lagu, hingga interaksi dengan penggemar seperti fanmeeting. Tentunya media sosial juga dijadikan untuk memberikan informasi kegiatan *Idol J-POP* agar informasi yang tersebar dapat dengan mudah, cepat, dan memberikan hasil yang positif. Media sosial yang digunakan *Idol J-POP* seperti *instagram*, *youtube*, *X*, dan *website* resmi sehingga konten-konten dirilis mencakup semua pengguna dari pengguna setia dari masing-masing pengguna media sosial tersebut.