

## **Pengalaman Komunikasi Fans JKT48 dalam Fandom JKT48**

### **Abstrak**

Penelitian ini mendalami tentang pengalaman fans musik pop yang sedang marak di Indonesia. Umumnya masyarakat akan melihat fans musik sebagai sekumpulan orang-orang yang mempunyai dunia sendiri dan susah bergaul dengan orang yang tidak sekelompok dengan mereka. Fans JKT48 misalnya. Mereka dianggap sebagai kelompok yang unik di mata masyarakat karena kebiasaan-kebiasaan mereka yang terlihat berbeda dalam fans musik pop di Indonesia pada umumnya. Pengalaman komunikasi fans JKT48 dalam fandom JKT48 yang dibahas dalam penelitian ini akan menjawab kebiasaan mereka dan aktivitas mereka sebagai fans JKT48

Pengalaman komunikasi yang dibahas dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi yang berupaya untuk menjelaskan pengalaman fans JKT48 dalam fandom JKT48. Didukung oleh Teori Musik Pop dan Fans dari Tim Wall, dan Teori Konsumerisme dari Matt Hills.

Hasil penelitian ini mengemukakan bahwa perilaku fans terhadap JKT48 bersifat obsesif dan kolektif. Fans merasa bahwa JKT48 adalah bagian dari semangat mereka dalam aktivitas keseharian, Perilaku konsumsi mereka terhadap JKT48 berupa konser, teater, atau hasil karya mereka yang berbentuk CD, DVD atau foto juga berlandaskan keinginan dasar mereka sebagai sifat fans sebagai kolektor dan sebagai pihak yang jatuh cinta terhadap JKT48. Fans JKT48 menjadi sebuah kelompok yang berperilaku konsumtif terhadap hal JKT48 Fans juga mempunyai kode etik antar fans yang harus dipatuhi untuk menjaga perasaan antar fans dan tidak menimbulkan kekacauan dalam fandom.

Kata kunci: Pengalaman komunikasi, Fans, Fandom, JKT48

## **Communication Experience of JKT48 Fans in JKT48 Fandom**

### **Abstract**

This study aims to explore about music pop fans experience which happening in Indonesia. Generally society tells music fans as a bunch of people who have their own world and have a difficulties to mingle with another environment that different with theirs. JKT48 for the example. They were told as a unique group because of their different fandom activity besides another music pop fans in Indonesia. This study about communication experience of JKT48 fans in JKT48 fandom will answers their custom as JKT48 fans.

Communication experience that discussed at this study using a qualitative methods with fenomenological approach which explain about JKT48 fans 's experience in JKT48 fandom. Supported by Music Pop and Fans Theory by Tim Wall and Consumerism Theory by Matt Hills.

This study tells that fans custom about JKT48 are obsessive and collective. Fans have a strong relationship with JKT48 and JkT48 as their daily activity basis. Their consumption of JKT48 product like concert, theatre, CD, DVD, and photo based on their fans nature as a collector and persons who aactively fall in love with JKT48 figures. JKT48 fans became a consumptive group if its connected with JKT48. Fans of JKT48 has and ethic codes cross-fans that they should obey to keep the other fans feeling and doesn't makes any problem on JKT48 fandom.

Key words: Communication experience, Fans, Fandom, JKT48



# **Pengalaman Komunikasi Fans JKT48 dalam Fandom JKT48**

## **Skripsi**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan**

### **Pendidikan Strata 1**

**Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Diponegoro**

## **Penyusun**

**Nama : Widya Nur Hidayati**

**NIM : D2C009072**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2015**

Musik pop adalah sebuah aliran musik yang populer dan cenderung disukai oleh banyak orang sehingga bisa tersebar luas dan ekspresif. Kebanyakan penulis lagu juga mengaransemen melodi dengan cara yang bisa diterima oleh banyak orang dan konten lagunya berdasarkan dari apa yang banyak dirasakan oleh publik. Musik pop juga dibuat menjadi barang komoditi yang di komersilkan dengan dikemas menjadi berbagai genre dan bentuk, selama bisa menghasilkan pemasukan dari produsen musik. Teks dalam musik pop juga berpengaruh penting, bagaimana sebuah lagu bisa menjadi bermakna kepada konsumen lagu tersebut.

Jakarta 48 atau JKT48 adalah sebuah sub group dari idol group ternama di Jepang AKB48 yang di produseri oleh Yasushi Akimoto. JKT48 yang dibaca sebagai “J. K. T. forty-eight” adalah sebuah nama dari sebuah kota di Indonesia yang bertempat di Jakarta. JKT48 didirikan pada 11 September 2011 di sebuah acara AKB48 yang bertempat di daerah Makuhari Messe, Chiba, Jepang. Generasi pertama yang diperkenalkan pada 3 November 2011 terdapat 28 anggota. Akimoto mengatakan bahwa JKT48 akan menjadi jembatan persahabatan antara Indonesia dan Jepang dalam bidang musik.

Fans dari JKT48 yang dikenal sebagai WOTA adalah seseorang yang terobsesi dengan Idol, khususnya JKT48 yang berorientasi untuk mendekatkan diri kepada member Idol dengan cara memakai baju yang bergambarkan Idolnya, melakukan tarian khas fans “wotagei” , meneriakkan kata-kata semangat, membeli album yang dikeluarkan oleh idol, datang ke acara yang diselenggarakan oleh Idol,

tidak terbatas gender, usia, maupun batas geografis. (wotadesu.blogspot.com/2010/03/what-is-wota.html?m=1).

Wota juga mempunyai merchandise favorit untuk dikoleksi sebagai tanda bahwa sudah seharusnya fans mendukung idolanya dengan cara membeli barang-barang yang dijual oleh pihak JKT48. Rata-rata barang yang di koleksi adalah barang yang dijual di konser atau membelinya melalui internet lewat situs resmi JKT48.

Fans secara garis besar memang di golongkan sebagai sekelompok fanatik yang menyukai sebuah figure tertentu. Fans yang bertahan biasanya mempunyai banyak alasan untuk bertahan menjadi fans yang biasanya berpengaruh terhadap hidupnya sehari-hari. Apabila dipandang dari sudut pandang orang lain, dunia fandom adalah dunia yang mengherankan dan tidak wajar, karena rasa suka mereka terhadap sosok tersebut tidak bisa dirasakan dengan gamblang.

Selain itu, fans JKT48 merupakan sebuah fenomena baru yang bisa dilihat dari kebiasaan orang Indonesia, dengan tindakan mereka yang tidak biasa seperti chanting, wotagei, mengkoleksi berbagai merchandise, hingga datang ke acara handshake dipandang miring. Namun di sisi lain, fans JKT48 tahu dengan benar apa yang telah mereka perbuat, alasan-alasan kenapa mereka masuk sebagai wota, dan kenapa mereka terus bertahan sebagai fans.

Fans tidak memandang diri mereka aneh atau menyimpang dari keadaan sehari-hari, mereka menganggap bahwa perilaku fandom yang mereka lakukan adalah bentuk dari rasa suka mereka terhadap JKT48 dan tidak mengganggu orang lain. Tentang berlatih chant, wotagei serta perilaku kolektif lainnya dianggap sudah menjadi perilaku yang biasa, bahwa fans sudah sewajarnya mengerti dan membeli barang-barang fandom tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Craig, Timothy J. (2000). *Japan Pop! Inside the World of Japanese Popular Culture*. New York: Routledge.
- Denzin K. Norman & Yvona S. Lincoln. (2009). *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar.
- Featherstone, Mike. (2007). *Consumer Culture and Postmodernism*. London: Sage Publisher Ltd.
- Galbraith, Patrick W. & Jason G. Karin. (2012). *Idols and Celebrity in Japanese Media Culture*. New York: Palgrave Macmillan.
- Hills, Matt. (2002). *Fan Cultures*. New York: Routledge.
- Kelly, William W. (2004). *Fanning the Flames Fans and consumers Culture in Contemporary Japan*. New York: State University of New York Pers.
- Kriantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Kuswarno, Engkus. (2009). *Metodologi Penelitian Komunikasi: Fenomenologi Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Littlejohn, Stephen W. & Karen A. Foss. (2009). *Teori Komunikasi: Theoris of Human Communication*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Moustakas, Clark. (1994). *Phenomenological Research Methods*. California: SAGE Publications.
- Ogino, Toshiyuki & Akira Ohira. (2013). *JKT48 1<sup>st</sup> Official Guide Book*. Jakarta: PT. Dunia Otomotifindo Mediatama.
- Piliang, Yasraf Amir. (2004). *Post Realitas: Realitas Kebudayaan dalam Era Post-Metafisika*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Storey, John. (2009). *Cultural Theory and Popular Culture an Introduction*. Pearson Education : Sunderland.

Wall, Tim. (2003). *Studying Popular Music Culture*, Oxford University Press Inc : New York.

### **Skripsi:**

Nursanti, Meivita Ika. (2013). *Analisis Deskriptif Penggemar K-pop sebagai Audiens Media dalam Mengonsumsi dan Memaknai Teks Budaya*. Universitas Diponegoro.

### **Jurnal:**

Graffeo, Clarissa. (2014). *The Great Mirror of Fandom: Reflection of Otaku and Fujoshi in Anime and Manga*. Orlando: University of Central Florida.

Jónsdóttir ,Jóna Björk. (2013). *The Aidoru!: The Ardent Fans' Perspective*.

Roberts, Karl. (2007). *Relationship Attachment and the Behaviour of Fans Towards Celebrities*. Sunderland University: United Kingdom.

Webb, Adam. (2009). *Music Experience and Behaviour in Young People Spring 2008*, British Music Rights University of Hertfordshire.

Yildirim, Osman. & Hunerli, Selcuk. (2010). *Purchase Behaviours of Pop Music Consumers: A Survey from Istanbul*. Global Journal of Human Social Science: Turkey.

### **Internet:**

[www.fansjkt48indonesia.blogspot.com/2013/05/yuk-belajar-wotagei.html](http://www.fansjkt48indonesia.blogspot.com/2013/05/yuk-belajar-wotagei.html), Januari 2014

[www.haionline.com/var/gramedia/storage/images/hai2013/entertainment/musik/news/kata-fans-tentang-individual-handshake-event-jkt48/10619275-1-ind-ID/Kata-Fans-Tentang-Individual-Handshake-Event-JKT48\\_haibaru650x431.jpg](http://www.haionline.com/var/gramedia/storage/images/hai2013/entertainment/musik/news/kata-fans-tentang-individual-handshake-event-jkt48/10619275-1-ind-ID/Kata-Fans-Tentang-Individual-Handshake-Event-JKT48_haibaru650x431.jpg), Januari 2014

[www.hiburan.kompasiana.com](http://www.hiburan.kompasiana.com)

[www.imajineshon.com/2014/02](http://www.imajineshon.com/2014/02)



[www.jawapos.com/baca/artikel/2510/Gingham-Check-Single-ke-6-JKT48](http://www.jawapos.com/baca/artikel/2510/Gingham-Check-Single-ke-6-JKT48)

[www.JKT48.com/fans](http://www.JKT48.com/fans), Januari 2014

[www.kaskus.co.id/thread/51325120eb74b4b027000004/fenomena-fans-jkt48-mengenal-lebih-dekat-fans-jkt48](http://www.kaskus.co.id/thread/51325120eb74b4b027000004/fenomena-fans-jkt48-mengenal-lebih-dekat-fans-jkt48), Januari 2014

[lh4.googleusercontent.com/gpbg7RD1Aas/UaqheAYK5BI/AAAAAAAAALs/DKrc5mfVyV0/s0/JKT48%2BFans%2BWotagei.jpg](http://lh4.googleusercontent.com/gpbg7RD1Aas/UaqheAYK5BI/AAAAAAAAALs/DKrc5mfVyV0/s0/JKT48%2BFans%2BWotagei.jpg), Januari 2014

[www.radiossfm.com](http://www.radiossfm.com)

[www.slideshare.net](http://www.slideshare.net), Juni 2014

[www.slideshare.net/mobile/dimaszico/sejarah-musik-pop-1](http://www.slideshare.net/mobile/dimaszico/sejarah-musik-pop-1)

[sumsel.tribunnnews.com/foto.bank.image](http://sumsel.tribunnnews.com/foto.bank.image)

[www.thejakartapost.com/news/2014/06/24/guess-what-jkt48-rules-indonesia-s-itunes-chart.html](http://www.thejakartapost.com/news/2014/06/24/guess-what-jkt48-rules-indonesia-s-itunes-chart.html), diunduh 11 Agustus 2014

[www.tribunnnews.com/seleb/2014/07/26](http://www.tribunnnews.com/seleb/2014/07/26)

[www.wikipedia.org/JKT48](http://www.wikipedia.org/JKT48), Januari 2014

[www.youtube.com/ngaidoljekeiti](http://www.youtube.com/ngaidoljekeiti)