



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sejak 4 tahun yang lalu, industri musik Jepang tengah mengalami pergeseran kekuasaan dan kejayaan dari para penyanyi solo bersuara merdu dan juga band beraliran *Japanese-Rock*, menuju ke era grup idola yang berisikan sekumpulan perempuan muda cantik, yang menyanyi dan menari bersama dengan ceria dalam satu kesatuan. Wabah *idol groups* tengah melanda Jepang, dan khususnya nama satu ini yakni AKB48, bahkan sampai dikategorikan sebagai sebuah fenomena sosial yang melanda masyarakat Negeri Sakura ini.

AKB48 adalah *idol group* yang dibentuk oleh produser musik ternama Jepang yaitu Yasushi Akimoto. AKB48 mengusung tema '*Idols that you can meet*' atau 'idola yang dapat kamu temui', dan hal tersebut telah menjadi salah satu karakteristik unik mereka. Ketika artis, penyanyi, atau idola lainnya hanya bisa disaksikan di layar televisi saja, AKB48 menawarkan kesempatan kepada para penggemar untuk bias menyaksikan pertunjukkan langsung mereka di teater kecil di daerah distrik Akihabara, Tokyo, dimana di setiap penampilannya mereka menyediakan selingan untuk bisa bertemu dan berinteraksi langsung dengan para penggemarnya. Berbagai *event* khusus diadakan dalam rangka untuk mempererat dukungan para penggemar mereka, misalnya saja *handshake event* dimana penggemar bisa langsung bertatap muka satu lawan satu dengan idolanya, berjabat tangan, saling mengobrol, dan berfoto bersama dalam jangka waktu yang singkat.

*Idol Group* yang sekarang beranggotakan lebih dari Sembilan puluh orang ini telah menuai sukses sejak tahun 2010 sampai sekarang, jika dilihat dari segi penjualan CD *singles* dan album mereka. Tercatat, per Januari 2014

AKB48 telah mencatat rekor penjualan di atas satu juta kopi untuk lima belas *singles* mereka secara berturut – turut, dan angka tersebut juga mengantarkan AKB48 untuk menempati posisi ketiga dalam hal penjualan *singles* sepanjang sejarah industri musik Jepang (Oricon, 2012).

Kesuksesan AKB48 ini mendorong sang pencipta dan pengagas ide, Yasushi Akimoto untuk melakukan ekspansi bisnis ke luar Jepang. Yang menjadi target pertamanya adalah dua kota di dua negara berbeda, yaitu Shanghai di Cina, dan lalu Jakarta di Indonesia. Dalam perkembangannya, Jakarta lah yang terpilih menjadi kota pertama pembentukan sister group luar negeri dari AKB48 yang disebut JKT48. Seperti yang diberitakan Oricon pada tahun 2011, audisi telah dilangsungkan di Jakarta, dan pada akhir tahun 2011 telah resmi diumumkan anggota resmi generasi pertama dari JKT48 yang sekaligus menjadi penanda awal dari kiprah JKT48 di belantika musik dan hiburan Indonesia.

Sama seperti *sister group* mereka asal Jepang, JKT48 juga mengadopsi konsep dan pendekatan yang sama yaitu '*Idols that you can meet*'. Dengan frekuensi penampilan yang cukup rutin dilakukan secara bergantian oleh tiga tim yang berbeda di JKT48 Theater di Mall Fx Sudirman Jakarta, para fans dapat langsung bertemu dan menyaksikan setiap penampilan yang disuguhkan oleh JKT48 dalam jarak yang begitu dekat, lengkap dengan interaksi yang dihadirkan didalamnya, semakin menegaskan konsep idola yang dapat ditemui sehari-hari tadi.

Melanjutkan konsep utama dari *idol group 48* ini, secara khusus JKT48 menggunakan moto 'tumbuh berkembang bersama fans' yang sedari awal sudah disampaikan kepada para penggemarnya. Menurut Wendi Putranto, *Executive Editor Rolling Stones Indonesia*, dalam tulisannya tentang *fanbase* dari pelaku industri musik Indonesia, peran fans atau penggemar sangatlah krusial dalam menentukan keberlangsungan hidup dari artis atau penyanyi

yang didukungnya. Trend industri musik Indonesia masa kini adalah bagaimana satu penyanyi dapat mengeluarkan satu lagu yang begitu meledak di pasaran, namun setelahnya namanya menghilang begitu saja, hanya beberapa saja yang dapat bertahan. Salah satu penyebabnya, menurut Wendi adalah ketiadaan basis penggemar yang kuat dan solid dalam mendukung artis yang bersangkutan. Padahal keberadaan penggemar sangatlah penting, katakan saja mereka yang setia menemani artis idolanya di setiap penampilan panggung, selalu *update* tentang berita terkini, dan membantu dalam pembelian *merchandise* orisinal dari artis yang bersangkutan, pada akhirnya semua itu akan membentuk suatu komunitas dan bahkan sebuah gerakan yang dapat menyokong eksistensi dari artis tersebut. Bisa diambil contoh dari bagaimana Slank atau Iwan Fals mampu bertahan di level tertinggi industri musik Indonesia selama puluhan tahun, karena mereka peduli dan benar-benar menghargai gerakan penggemar mereka yaitu *Slankers* dan juga *OI (Orang Indonesia)*.

Tim manajemen JKT48 yang tergabung dalam JOT (Jakarta 48 Official Team) memang ingin memberikan kesempatan bagi para fans dari JKT48 untuk bukan sekedar mendukung namun juga ikut berkembang bersama idolanya dalam setiap kesempatan yang ada. Hal ini bisa terlihat dari dibuatnya wadah JKT48 OFC (*Official Fans Club*) yang merupakan *database* penggemar yang dikelola oleh JOT, serta tersebarnya *fans club* regional maupun lokal yang dibentuk oleh para penggemar JKT48 sendiri diluar OFC yang telah ada. JOT juga menyelenggarakan berbagai macam *event* yang dapat mempertemukan para fans dengan idolanya secara langsung selain pertunjukkan teater rutin mereka, seperti futsal bersama member JKT48, *event* bowling bersama member, *event* buka puasa bersama, dan tentunya *handshake event* yang menjadi sarana terbaik bagi para fans untuk bisa bertemu langsung, bertatap muka empat mata dan sekedar mengobrol dan berbincang tentang apapun langsung dengan member kesukaannya dalam jangka waktu tertentu.

Jika berbicara tentang JKT48 yang selalu ‘tumbuh berkembang bersama fans’ tentunya takkan lepas dari peran para penggemar mereka sendiri, yang kerap disebut dengan panggilan *wota*. Kumpulan *wota* ini pasti selalu dapat dilihat dimanapun JKT48 sedang tampil, baik itu di panggung *off air* maupun panggung *on air* di acara televisi. Para *wota* selalu terlihat bersemangat menunggu dari awal hingga pada waktunya JKT48 tampil, dan para *wota* dapat terlihat jelas dari atribut yang mereka kenakan seperti kaos warna merah khas JKT48, asesoris JKT48 yang menempel di tas dan topi mereka, dan tentunya *lightstick* yang selalu mereka gunakan untuk memberi *chant* dan juga teriakan penyemangat setiap JKT48 tampil.

Setiap *event* yang diselenggarakan oleh JOT juga selalu disambut secara antusias oleh para *wota*, yang meski dihargai mahal tapi tetap mampu mengundang para *wota* untuk dapat turut berpartisipasi didalamnya. Penjualan *official merchandise* yang selalu diperbarui setiap bulannya juga menjadi wujud nyata dukungan para *wota* yang selalu menyempatkan diri mereka untuk datang ke JKT48 Theater untuk membeli *photopack* serta *merchandise* lainnya, yang sekali lagi tetap dihargai dengan angka yang mahal oleh JOT. Bahkan, sudah merupakan hal yang wajar bila kita melihat *wota* yang kerap menonton pertunjukan teater JKT48 tujuh sampai delapan kali setiap bulannya padahal mereka selalu menyaksikan pertunjukan dengan kemasam yang sama.

Selain lewat menonton pertunjukan serta pembelian *merchandise*, para *wota* juga menunjukkan dukungannya lewat pemberian hadiah kepada member kesukaannya. Baik secara individu maupun secara kolektif, dapat kita temui meja hadiah di JKT48 Theater dipenuhi dengan berbagai macam hadiah berbungkus pita kado yang memang ditunjukkan kepada para member JKT48. Para *wota* juga seperti tak kehabisan daya dan upaya dalam mendukung idolanya. Dalam perjalanannya, dapat kita lihat munculnya *wota-wota* kreatif yang hadir dengan karya seni mereka baik itu seni rupa, seni

lukis, maupun seni musik yang dipersembahkan khusus untuk para member JKT48.

## 1.2 Rumusan Masalah

Bertolak dari bagaimana para wota atau penggemar JKT48 ini bisa menarik perhatian dari masyarakat terkait dengan dukungan dan loyalitas yang mereka berikan kepada idolanya yang belum tentu mengenal mereka, maka dari itu peneliti bermaksud untuk mengeksplorasi ‘bagaimana makna pengalaman wota dalam mendukung dan mengidolakan JKT48?’

Topik penelitian yang berkisar pada pengalaman para wota JKT48 dalam mendukung idolanya ini penting untuk diteliti karena hal ini menyangkut eksistensi dari JKT48 sendiri dalam industri musik Indonesia karena sepak terjang mereka sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh para wota. Penelitian ini juga penting karena kita bisa melihat sebuah model budaya adopsi dari Jepang yang diterapkan di Indonesia, bagaimana hal tersebut bisa memengaruhi perilaku remaja dan konsumen yang berada dalam lingkaran hobi peridolan JKT48 ini.

## 1.3 Tujuan Penelitian

- Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana para wota dari JKT48 memaknai perannya dalam mendukung idolanya.
- Penelitian ini juga bertujuan untuk mengungkap bagaimana interpretasi para wota atas tindakan dan perilaku yang dilakukan selama melakukan hobi *idoling* ini.

## 1.4 Manfaat Penelitian

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

- Penelitian ini diharapkan mampu memberi masukan yang bermanfaat terhadap studi bidang komunikasi dan sosial, serta memperkaya kajian literatur tentang topik yang relevan.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

- Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat membuka wawasan terhadap kegiatan *idoling* ini, serta dapat menjadi bahan refleksi bagi para penggemar JKT48 dalam upayanya mendukung idola mereka.

UMMN