



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 II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini, penulis mencantumkan hasil penelitian terdahulu yang pernah dilakukan sebelumnya:

Penelitian yang dilakukan oleh Oki Gunawan tahun 2006, dengan judul *Morning Musume Sebuah Analisa Mengenai Fenomena Aidoru Dalam Budaya Populer Jepang*. Penelitian tersebut mengungkap bagaimana budaya populer Jepang yang diwakili oleh para grup idola mampu menjelma menjadi magnet yang luar biasa menarik bahkan bagi mereka yang berada di luar Jepang.

Penelitian ini diawali dengan membongkar sejarah dan asal muasal *Japanese idol* atau yang kerap disebut *aidoru* di negeri asalnya. *Aidoru* mulai muncul pada awal 1970-an, sempat meredup pada medio 1980-an karena kalah pamor oleh grup band rock yang sedang meraja pada eranya, dan kemudian bangkit lagi di akhir 1990-an hingga kemunculan berbagai macam *idol group* seperti Morning Musume yang dijadikan bahan penelitian ini.

Kemudian penelitian ini juga mengungkap hubungan dan dampak yang ditimbulkan oleh popularitas *idol group* Morning Musume ini terhadap bidang ekonomi Jepang, pola pikir dan psikologi masyarakat Jepang dalam menyikapi tren hiburan yang mereka konsumsi dan nikmati, dampak terhadap bidang sosio-kultural, dan bagaimana *idol group* ini sendiri menjadi suatu fenomena yang banyak diperbincangkan orang.

Kemudian peneliti juga mengambil rujukan dari tesis Hiroshi Aoyagi yang berjudul '*Island of Eight Thousand Smiles*' pada tahun 1999. Tesis tersebut berfokus pada produksi dan perkembangan budaya populer yang menyebar luas di seantero Jepang, yang ditandai dengan banyaknya jumlah *media-personality* muda dan segar, atau para *pop-idols* yang dibentuk sedemikian rupa untuk menjadi konsumsi publik.

Penelitian tersebut, yang berdasarkan pada observasi dan partisipasi mendalam selama delapan belas bulan pada industri hiburan Jepang, bertujuan untuk berkontribusi pada pemahaman akan peran yang dilakoni oleh para *pop-idols* dalam pembentukan budaya anak muda. *Pop-idols* dianalisa sebagai personifikasi simbol yang berfungsi sebagai kendaraan yang menggerakkan pembentukan budaya.

Di dalam penelitian ini diungkap banyak hal, termasuk proses produksi dan kriteria dari para *pop-idols*, bagaimana kepribadian dan ciri khas dari satu *idol* bisa berbeda dengan lainnya, bagaimana *genre* dan *style* yang ditampilkan oleh mereka bisa berbeda dengan *style* lainnya, dan tentunya mengungkap bagaimana peran *pop-idols* dalam membentuk dan memengaruhi aspek sosial, budaya, ekonomi, dan bahkan politik sebagai konsekuensi dari eksistensinya.

Yang menjadi titik bahasan penting dalam tesis ini adalah bagaimana bagaimana *pop-idols* di Jepang dapat membentuk perilaku para penggemarnya, mengarahkannya ke arah yang memungkinkan mereka untuk dapat mendukung para idolanya dengan segala daya dan upaya. Dalam prakteknya, segala bentuk kemasan idola yang dibentuk oleh agensinya akan membentuk sikap konsumeristik pada penggemarnya.

Tabel
Penelitian Terdahulu

Peneliti	Hiroshi Aoyagi	Oki Gunawan	Iqbal Maesa Febriawan
Judul	Island of Eight Million Smiles	Morning Musume Sebuah Analisa Mengenai Fenomena Aidoru Dalama Budaya Populer Jepang	Kaskus JKT48: Analisis Perbandingan dan Referen Sebuah Fanpage
Tahun	1999	2006	2013
Tujuan	<i>Pop-idols</i> di Jepang menjadi motor utama penggerak dan pembentuk budaya populer di dalam masyarakat, dan khususnya secara ekonomi telah mengarahkan perilaku konsumen ke arah kapitalisme	Para <i>aidoru</i> adalah gadis-gadis muda yang dibentuk sedemikian rupa agar dapat berkarya di industri musik Jepang, serta menjadi panutan dan <i>role model</i> bagi para penggemar mereka maupun masyarakat	Berisikan analisa KSK-JKT48 sebagai sebuah fanbase acuan. KSK-JKT48 merupakan sebuah fanbase JKT48 yang banyak memberikan informasi kepada fans-fans lainnya, dan terorganisasi dengan cukup baik dan rapi.
Perbandingan dengan penelitian	Penelitian ini berfokus pada	Penelitian ini berfokus pada	Penelitian ini berfokus pada

ini	budaya populer di Jepang, yang meski diadopsi oleh budaya Indonesia dalam diri JKT48, penelitian ini memang lebih menunjukkan proses pembentukan <i>idol</i> Jepang serta dampak yang diberikannya kepada masyarakat.	konsep <i>idol</i> yang diusung oleh Morning Musume, yang meski berasal dari akar yang sama, namun memiliki ciri khas yang berbeda dengan AKB48 dan <i>sister group</i> nya JKT48.	<i>fanbase</i> yang menyokong eksistensi JKT48 dalam industri musik Indonesia secara komunal, bukan per individu.
-----	---	--	---

2.2 Kajian Fenomenologi

Secara etimologis, fenomenologi berasal dari kata Yunani yaitu *phainomenon* yang berarti “yang menampak”. Fenomena adalah fakta yang disadari dan masuk ke dalam pemahaman manusia. Sehingga, suatu objek ada dalam relasi kesadaran. Fenomenologi sebagai salah satu cabang filsafat pertama kali dikembangkan di universitas-universitas Jerman sebelum Perang Dunia I, khususnya oleh Edmund Husserl, yang kemudian dilanjutkan oleh Martin Heidegger dan yang lainnya, seperti Sartre. Selanjutnya Sartre memasukkan ide-ide dasar fenomenologi dalam pandangan eksistensialisme Adapun yang menjadi fokus eksistensialisme adalah eksplorasi kehidupan

dunia makhluk sadar atau jalan kehidupan subjek-subjek sadar (Engkus Kuswarno, 2009:3).

Sebelum abad ke-18, pemikiran filsafat terbagi menjadi dua aliran yang saling bertentangan. Adalah aliran empiris yang percaya bahwa pengetahuan muncul dari penginderaan. Dengan demikian kita mengalami dunia dan melihat apa yang sedang terjadi. Bagi penganut empiris, sumber pengetahuan yang memadai itu adalah pengalaman. Akal yang dimiliki manusia bertugas untuk mengatur dan mengolah bahan-bahan yang diterima oleh panca indera.

Sedangkan di sisi lain terdapat aliran rasionalisme yang percaya bahwa pengetahuan timbul dari kekuatan pikiran manusia atau rasio. Hanya pengetahuan yang diperoleh melalui akal yang memenuhi syarat untuk diakui sebagai pengetahuan ilmiah. Aliran ini juga mempercayai pengalaman hanya dapat dipakai untuk mengukuhkan kebenaran yang telah diperoleh oleh rasio. Akal tidak memerlukan pengalaman dalam memperoleh pengetahuan yang benar sebab akal dapat menurunkan kebenaran tersebut dari dirinya sendiri.

Fenomenologi bagi Husserl adalah gabungan antara psikologi dan logika. Fenomenologi membangun penjelasan dan analisis psikologi tentang tipe-tipe aktivitas mental subjektif, pengalaman, dan tindakan sadar. Namun, pemikiran Husserl tersebut masih membutuhkan penjelasan yang lebih lanjut khususnya mengenai “model kesengajaan”. Pada awalnya, Husserl mencoba untuk mengembangkan filsafat radikal atau aliran filsafat yang menggali akar-akar pengetahuan dan pengalaman. Hal ini didorong oleh ketidakpercayaan terhadap aliran positivistik yang dinilai gagal memanfaatkan peluang membuat hidup lebih bermakna karena tidak mampu mempertimbangkan masalah nilai dan makna. Fenomenologi berangkat dari pola pikir subjektivisme yang tidak hanya memandang dari suatu objek yang tampak namun berusaha menggali makna di balik setiap gejala tersebut.

Saat ini fenomenologi dikenal sebagai suatu disiplin ilmu yang kompleks, karena memiliki metode dan dasar filsafat yang komprehensif dan mandiri. Fenomenologi juga dikenal sebagai pelopor pemisah antara ilmu sosial dari ilmu alam, yang mempelajari struktur tipe-tipe kesadaran yang dinamakan dengan “kesengajaan” oleh Husserl. Struktur kesadaran dalam pengalaman pada akhirnya membuat makna dan menentukan isi dari penampakkannya.

Fenomenologi Sebagai Perspektif Interpretif dan Tradisi Teori Komunikasi

Kajian tentang Fenomenologi, adalah salah satu bagian kajian perspektif Interpretif, bersama-sama dengan Heurmenetika dan Interaksionis Simbolik. Perbedaan mendasarnya, Fenomenologi fokus pada kajian pemaknaan pada kehidupan sehari-hari (pengalaman), sementara Heurmenetika memfokuskan diri pada kajian teks dan interaksionis simbolik fokus pada bagaimana merespon makna (simbol-simbol) pada setiap individu. Fenomenologi sendiri merupakan tradisi kedua dari tujuh pemikiran teori komunikasi yang terdiri dari semiotika, fenomenologi, sibernetika, sosiopsikologi, sosiokultural, kritis, dan retorika (Craig, 2007).

Fenomenologi menggunakan pengalaman langsung sebagai cara untuk memahami dunia. Orang mengetahui pengalaman atau peristiwa dengan cara mengujinya secara sadar melalui perasaan dan persepsi yang dimiliki orang bersangkutan. Fenomenologi menjadikan pengalaman sebenarnya sebagai ‘data utama’ dalam memahami realitas. Apa yang dapat diketahui seseorang adalah apa yang dialaminya. Jika ingin mengetahui apakah itu ‘cinta’, maka Anda tidak akan bertanya pada orang lain, tetapi Anda langsung memahami cinta dari pengalaman langsung dari diri Anda sendiri. Stanley Deetz (1973), mengemukakan tiga prinsip dasar Fenomenologi⁵, yakni:

1. Pengetahuan adalah kesadaran. Pengetahuan tidak disimpulkan dari pengalaman, namun ditemukan secara langsung dari pengalaman sadar.

2. Makna dari sesuatu terdiri atas potensi sesuatu pada hidup seseorang. Dengan kata lain, bagaimana Anda memandang suatu objek, bergantung pada makna objek itu bagi Anda. Mislanya, Anda belajar bahasa asing, seperti bahasa Inggris. Anda belajar dengan serius sebagai pengalaman pendidikan, karena Anda meyakini bahwa kemampuan Bahasa Inggris akan memberikan manfaat atau efek positif bagi Anda.
3. Bahasa adalah ‘kesadaran makna’ (vehicle meaning). Kita mendapatkan pengalaman melalui bahasa yang digunakan untuk mendefinisikan dan menjelaskan dunia kita. Kita mengetahui suatu objek, misalnya kuda, melalui berbagai label yang dimilikinya; hewan, larinya kencang, kuat, gagah, cepat dan seterusnya.

2.3 Teori Interaksi Simbolik

Beberapa orang ilmuwan punya andil utama sebagai perintis interaksionisme simbolik, diantaranya James Mark Baldwin, William James, Charles H. Cooley, John Dewey, William I. Thomas, dan George Herbert Mead. Akan tetapi Mead-lah yang paling populer sebagai perintis dasar teori tersebut. Mead mengembangkan teori interaksionisme simbolik pada tahun 1920-an dan 1930-an ketika ia menjadi professor filsafat di Universitas Chicago. Namun gagasan-gagasannya mengenai interaksionisme simbolik berkembang pesat setelah para mahasiswanya menerbitkan catatan dan kuliah-kuliahnya, terutama melalui buku yang menjadi rujukan utama teori interaksi simbolik, yakni : *Mind, Self , and Society* (1934) yang diterbitkan tak lama setelah Mead meninggal dunia. Penyebaran dan pengembangan teori Mead juga berlangsung melalui interpretasi dan penjabaran lebih lanjut yang dilakukan para mahasiswanya, terutama Herbert Blumer. Justru Blumer-lah yang menciptakan istilah “interaksi simbolik” pada tahun (1937) dan mempopulerkannya di kalangan komunitas akademis (Mulyana, 2001 : 68)

Interaksi simbolik merupakan suatu aktivitas yang merupakan cirri khas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna. Blumer menyatukan gagasan-gagasan tentang interaksi simbolik lewat tulisannya, dan juga diperkaya dengan gagasan-gagasan dari John Dewey, William I. Thomas, dan Charles H. Cooley (Mulyana, 2001 : 68).

Perspektif interaksi simbolik sebenarnya berada di bawah perspektif yang lebih besar yang sering disebut perspektif fenomenologis atau perspektif interpretif. Maurice Natanson menggunakan istilah fenomenologis sebagai suatu istilah yang merujuk pada semua pandangan ilmu sosial yang menganggap kesadaran manusia dan makna subjektifnya sebagai fokus untuk memahami tindakan sosial. Menurut Natanson, pandangan fenomenologis atas realitas sosial menganggap dunia intersubjekif terbentuk dalam aktivitas kesadaran yang salah satu hasilnya adalah ilmu alam. Ia mengakui bahwa George Herbert Mead, William I. Thomas, dan Charles H. Cooley, selain mazhab Eropa yang dipengaruhi Max Weber adalah representasi perspektif fenomenologis ini. Bogdan dan Taylor mengemukakan bahwa dua pendekatan utama dalam tradisi fenomenologis adalah interaksi simbolik dan etnometodologi (Mulyana, 2001:59).

Selama awal perkembangannya, teori interaksi simbolik seolah-olah tetap tersembunyi di belakang dominasi teori fenomenologisme dari Talcott Parsons. Namun kemunduran fungsionalisme tahun 1950-an dan 1960-an mengakibatkan interaksionisme simbolik muncul kembali ke permukaan dan berkembang pesat hingga saat ini. Selama tahun 1960-an tokoh-tokoh interaksionisme simbolik seperti Howard S. Becker dan Erving Goffman menghasilkan kajian-kajian interpretif yang menarik dan menawarkan pandangan alternatif yang sangat memikat mengenai sosialisasi dan hubungan antara individu dan masyarakat (Mulyana, 2001:59).

Menurut Meltzer, sementara interaksionisme simbolik dianggap relatif homogen, sebenarnya perspektif ini terdiri dari beberapa mazhab berdasarkan akar historis dan intelektual mereka yang berbeda. Aliran-aliran interaksionisme simbolik tersebut adalah mazhab Chicago, Mazhab Iowa, Pendekatan Dramaturgis, dan Etnometodologi. Mazhab Chicago dan Dramaturgis tampaknya memberikan pemahaman lebih lengkap mengenai realitas yang dikaji. Kedua pendekatan itu tidak hanya menganalisis kehadiran manusia di antara sesamanya, tetapi juga motif, sikap, nilai yang mereka anut dalam privasi mereka (Mulyana, 2001:59-60).

Sebagian pakar berpendapat, teori interaksionisme simbolik, khususnya dari George Herbert Mead, seperti teori etnometodologi dari Harold Garfinkel yang juga berpengaruh di Amerika, serta teori fenomenologi dari Alfred Schutz yang berpengaruh di Eropa, sebenarnya berada di bawah teori tindakan sosial yang dikemukakan filsuf dan sosiolog Jerman, Max Weber (Mulyana, 2001:59-60).

Sebagaimana diakui Paul Rock, interaksionisme simbolik mewarisi tradisi dan posisi intelektual yang berkembang di Eropa abad ke-19, meskipun interaksionisme simbolik tidak punya hak waris atasnya atau dianggap sebagai tradisi ilmiah tersendiri. Dengan kata lain, George Herbert Mead tidaklah secara harfiah mengembangkan teori Weber atau bahwa teori Mead diilhami oleh teori Weber. Hanya memang ada kemiripan dalam pemikiran kedua tokoh tersebut mengenai tindakan manusia. Pemikiran Mead sendiri diilhami beberapa pandangan filsafat, khususnya pragmatisme dan behaviorisme. Ada kemiripan antara pandangan Mead dengan pandangan Schutz. Sejumlah interaksionis memang menekankan dimensi fenomenologis dengan mensintesis karya mereka dengan gagasan Alfred Schutz dan para pengikutnya (Mulyana, 2001:59-60).

Weber mendefinisikan tindakan sosial sebagai semua perilaku manusia ketika dan sejauh individu memberikan suatu makna subjektif terhadap perilaku tersebut. Tindakan disini bisa terbuka atau tersembunyi, bisa merupakan intervensi positif dalam suatu situasi atau sengaja berdiam diri sebagai tanda setuju dalam situasi tersebut. Menurut Weber, tindakan bermakna sosial sejauh berdasarkan makna subjektifnya yang diberikan individu atau individu-individu, tindakan itu mempertimbangkan perilaku orang lain dan karenanya diorientasikan dalam penampilannya (Mulyana, 2001:61).

Sedangkan interaksionisme simbolik mempelajari sifat interaksi yang merupakan kegiatan sosial dinamis manusia. Bagi perspektif ini, individu bersifat aktif, reflektif, dan kreatif, menafsirkan, menampilkan perilaku yang rumit dan sulit diramalkan. Paham ini menolak gagasan bahwa individu adalah organisme yang pasif yang perilakunya ditentukan oleh kekuatan-kekuatan atau struktur yang ada diluar dirinya. Oleh karena individu terus berubah maka masyarakat pun berubah melalui interaksi. Jadi interaksi lah yang dianggap sebagai variable penting yang menentukan perilaku manusia bukan struktur masyarakat.

Struktur itu sendiri tercipta dan berubah karena interaksi manusia, yakni ketika individu-individu berpikir dan bertindak secara stabil terhadap seperangkat objek yang sama. Senada dengan asumsi di atas, dalam fenomenologi Schutz, pemahaman atas tindakan, ucapan, dan interaksi merupakan prasyarat bagi eksistensi sosial siapa pun. Dalam pandangan Schutz, kategori pengetahuan pertama bersifat pribadi dan unik bagi setiap individu dalam interaksi tatap muka dengan orang lain (Mulyana, 2001:61-62).

Perspektif interaksi simbolik berusaha memahami perilaku manusia dari sudut pandang subjek. Perspektif ini menyarankan bahwa perilaku manusia

harus dilihat sebagai proses yang memungkinkan manusia membentuk dan mengatur perilaku mereka dengan mempertimbangkan ekspektasi orang lain yang menjadi mitra interaksi mereka. Definisi yang mereka berikan kepada orang lain, situasi, objek dan bahkan diri mereka sendirilah yang menentukan perilaku mereka. Perilaku mereka tidak dapat digolongkan sebagai kebutuhan, dorongan impuls, tuntutan budaya atau tuntutan peran. Manusia bertindak hanyalah berdasarkan definisi atau penafsiran mereka atas objek-objek di sekeliling mereka. Tidak mengherankan bila frase-frase “definisi situasi” , “realitas terletak pada mata yang melihat” dan “bila manusia mendefinisikan situasi sebagai riil, situasi tersebut riil dalam konsekuensinya” sering dihubungkan dengan interaksionisme simbolik (Mulyana, 2001:70).

Karya Mead yang paling terkenal ini menggarisbawahi tiga konsep kritis yang dibutuhkan dalam menyusun sebuah diskusi tentang teori interaksionisme simbolik. Tiga konsep ini saling memengaruhi satu sama lain dalam term interaksionisme simbolik. Dari itu, pikiran manusia (mind) dan interaksi sosial (diri/self dengan yang lain) digunakan untuk menginterpretasikan dan memediasi masyarakat (society) di mana kita hidup. Makna berasal dari interaksi dan tidak dari cara yang lain. Pada saat yang sama “pikiran” dan “diri” timbul dalam konteks sosial masyarakat. Pengaruh timbal balik antara masyarakat, pengalaman individu dan interaksi menjadi bahan bagi penelahaan dalam tradisi interaksionisme simbolik (Elvinaro, 2007: 136).

Perspektif interaksi simbolik sebenarnya berada di bawah payung perspektif yang lebih besar lagi, yakni perspektif fenomenologis atau perspektif interpretif. Secara konseptual, fenomenologi merupakan studi tentang pengetahuan yang berasal dari kesadaran atau cara kita sampai pada pemahaman tentang objek-objek atau kejadian-kejadian yang secara sadar kita alami. Fenomenologi melihat objek-objek dan peristiwa-peristiwa dari perspektif seseorang sebagai perceiver. Sebuah fenomena adalah penampakan

sebuah objek, peristiwa atau kondisi dalam persepsi individu (Rahardjo, 2005:44).

Interaksionisme simbolik mempelajari sifat interaksi yang merupakan kegiatan sosial dinamis manusia. Bagi perspektif ini, individu itu bukanlah seseorang yang bersifat pasif, yang keseluruhan perilakunya ditentukan oleh kekuatan-kekuatan atau struktur-struktur lain yang ada di luar dirinya, melainkan bersifat aktif, reflektif dan kreatif, menampilkan perilaku yang rumit dan sulit diramalkan. Oleh karena individu akan terus berubah maka masyarakat pun akan berubah melalui interaksi itu. Struktur itu tercipta dan berubah karena interaksi manusia, yakni ketika individu-individu berpikir dan bertindak secara stabil terhadap seperangkat objek yang sama (Mulyana, 2001: 59). Jadi, pada intinya, bukan struktur masyarakat melainkan interaksi lah yang dianggap sebagai variabel penting dalam menentukan perilaku manusia. Melalui percakapan dengan orang lain, kita lebih dapat memahami diri kita sendiri dan juga pengertian yang lebih baik akan pesan-pesan yang kita dan orang lain kirim dan terima (West, 2008: 93).

Interaksi simbolik didasarkan pada ide-ide tentang individu dan interaksinya dengan masyarakat. Esensi interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna. Perspektif interaksi simbolik berusaha memahami perilaku manusia dari sudut pandang subjek. Perspektif ini menyarankan bahwa perilaku manusia harus dilihat sebagai proses yang memungkinkan manusia membentuk dan mengatur perilaku mereka dengan mempertimbangkan ekspektasi orang lain yang menjadi mitra interaksi mereka. Interaksi simbolik didasarkan pada ide-ide tentang individu dan interaksinya dengan masyarakat. Esensi interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna. Perspektif interaksi simbolik berusaha memahami perilaku manusia dari sudut pandang subjek. Perspektif ini menyarankan

bahwa perilaku manusia harus dilihat sebagai proses yang memungkinkan manusia membentuk dan mengatur perilaku mereka dengan mempertimbangkan ekspektasi orang lain yang menjadi mitra interaksi mereka.

Menurut teori interaksi simbolik, kehidupan sosial pada dasarnya adalah interaksi manusia dengan menggunakan simbol-simbol. Secara ringkas, interaksionisme simbolik didasarkan pada premis-premis berikut: pertama, individu merespon suatu situasi simbolik. Mereka merespon lingkungan, termasuk objek fisik dan sosial berdasarkan makna yang dikandung komponen-komponen lingkungan tersebut bagi mereka. Kedua, makna adalah produk interaksi sosial, karena itu makna tidak melekat pada objek, melainkan dinegosiasikan melalui penggunaan bahasa. Ketiga, makna yang diinterpretasikan individu dapat berubah dari waktu ke waktu, sejalan dengan perubahan situasi yang ditemukan dalam interaksi sosial.

Teori ini berpandangan bahwa kenyataan sosial didasarkan kepada definisi dan penilaian subjektif individu. Struktur sosial merupakan definisi bersama yang dimiliki individu yang berhubungan dengan bentuk-bentuk yang cocok, yang menghubungkannya satu sama lain. Tindakan-tindakan individu dan juga pola interaksinya dibimbing oleh definisi bersama yang sedemikian itu dan dikonstruksikan melalui proses interaksi.

Karya tunggal Mead yang amat penting dalam hal ini terdapat dalam bukunya yang berjudul *Mind, Self dan Society*. Mead mengambil tiga konsep kritis yang diperlukan dan saling memengaruhi satu sama lain untuk menyusun sebuah teori interaksionisme simbolik. Dengan demikian, pikiran manusia (*mind*), dan interaksi sosial (*diri/self*) digunakan untuk menginterpretasikan dan memediasi masyarakat (*society*) (Elvinaro, 2007:136).

Pikiran (Mind)

Pikiran, yang didefinisikan Mead sebagai proses percakapan seseorang dengan dirinya sendiri, tidak ditemukan di dalam diri individu, pikiran adalah fenomena sosial. Pikiran muncul dan berkembang dalam proses sosial dan merupakan bagian integral dari proses sosial. Proses sosial mendahului pikiran, proses sosial bukanlah produk dari pikiran. Jadi pikiran juga didefinisikan secara fungsional ketimbang secara substantif. Karakteristik istimewa dari pikiran adalah kemampuan individu untuk memunculkan dalam dirinya sendiri tidak hanya satu respon saja, tetapi juga respon komunitas secara keseluruhan. Itulah yang kita namakan pikiran.

Melakukan sesuatu berarti memberi respon terorganisir tertentu, dan bila seseorang mempunyai respon itu dalam dirinya, ia mempunyai apa yang kita sebut pikiran. Dengan demikian pikiran dapat dibedakan dari konsep logis lain seperti konsep ingatan dalam karya Mead melalui kemampuannya menanggapi komunitas secara menyeluruh dan mengembangkan tanggapan terorganisir. Mead juga melihat pikiran secara pragmatis. Yakni, pikiran melibatkan proses berpikir yang mengarah pada penyelesaian masalah (Ritzer & Goodman, 2004:280).

Diri (Self)

Banyak pemikiran Mead pada umumnya, dan khususnya tentang pikiran, melibatkan gagasannya mengenai konsep diri. Pada dasarnya diri adalah kemampuan untuk menerima diri sendiri sebagai sebuah objek. Diri adalah kemampuan khusus untuk menjadi subjek maupun objek. Diri mensyaratkan proses sosial yakni komunikasi antar manusia. Diri muncul dan berkembang melalui aktivitas dan antara hubungan sosial. Menurut Mead adalah mustahil membayangkan diri yang muncul dalam ketiadaan pengalaman sosial. Tetapi,

segera setelah diri berkembang, ada kemungkinan baginya untuk terus ada tanpa kontak sosial.

Diri berhubungan secara dialektis dengan pikiran. Artinya, di satu pihak Mead menyatakan bahwa tubuh bukanlah diri dan baru akan menjadi diri bila pikiran telah berkembang. Di lain pihak, diri dan refleksitas adalah penting bagi perkembangan pikiran. Memang mustahil untuk memisahkan pikiran dan diri karena diri adalah proses mental. Tetapi, meskipun kita membayangkannya sebagai proses mental, diri adalah sebuah proses sosial. Dalam pembahasan mengenai diri, Mead menolak gagasan yang meletakkannya dalam kesadaran dan sebaliknya meletakkannya dalam pengalaman sosial dan proses sosial.

Dengan cara ini Mead mencoba memberikan arti behavioristis tentang diri. Diri adalah di mana orang memberikan tanggapan terhadap apa yang ia tujukan kepada orang lain dan dimana tanggapannya sendiri menjadi bagian dari tindakannya, di mana ia tidak hanya mendengarkan dirinya sendiri, tetapi juga merespon dirinya sendiri, berbicara dan menjawab dirinya sendiri sebagaimana orang lain menjawab kepada dirinya, sehingga kita mempunyai perilaku di mana individu menjadi objek untuk dirinya sendiri. Karena itu diri adalah aspek lain dari proses sosial menyeluruh di mana individu adalah bagiannya.

Diri juga memungkinkan orang berperan dalam percakapan dengan orang lain. Artinya, seseorang menyadari apa yang dikatakannya dan akibatnya mampu menyimak apa yang sedang dikatakan dan menentukan apa yang akan dikatakan selanjutnya.

Untuk mempunyai diri, individu harus mampu mencapai keadaan “di luar dirinya sendiri” sehingga mampu mengevaluasi diri sendiri, mampu menjadi objek bagi dirinya sendiri. Untuk berbuat demikian, individu pada dasarnya

harus menempatkan dirinya sendiri dalam bidang pengalaman yang sama dengan orang lain. Tiap orang adalah bagian penting dari situasi yang dialami bersama dan tiap orang harus memperhatikan diri sendiri agar mampu bertindak rasional dalam situasi tertentu. Dalam bertindak rasional ini mereka mencoba memeriksa diri sendiri secara impersonal, objektif, dan tanpa emosi.

Tetapi, orang tidak dapat mengalami diri sendiri secara langsung. Mereka hanya dapat melakukannya secara tak langsung melalui penempatan diri mereka sendiri dari sudut pandang orang lain itu. Dari sudut pandang demikian orang memandang dirinya sendiri dapat menjadi individu khusus atau menjadi kelompok sosial sebagai satu kesatuan. Seperti dikatakan Mead, hanya dengan mengambil peran orang lainlah kita mampu kembali ke diri kita sendiri (Ritzer & Goodman, 2004:280-282).

Masyarakat (Society)

Pada tingkat paling umum, Mead menggunakan istilah masyarakat (society) yang berarti proses sosial tanpa henti yang mendahului pikiran dan diri. Masyarakat penting perannya dalam membentuk pikiran dan diri. Di tingkat lain, menurut Mead, masyarakat mencerminkan sekumpulan tanggapan terorganisir yang diambil alih oleh individu dalam bentuk “aku” (me). Menurut pengertian individual ini masyarakat memengaruhi mereka, memberi mereka kemampuan melalui kritik diri, untuk mengendalikan diri mereka sendiri. Sumbangan terpenting Mead tentang masyarakat, terletak dalam pemikirannya mengenai pikiran dan diri.

Pada tingkat kemasyarakatan yang lebih khusus, Mead mempunyai sejumlah pemikiran tentang pranata sosial (social institutions). Secara luas, Mead mendefinisikan pranata sebagai “tanggapan bersama dalam komunitas” atau “kebiasaan hidup komunitas”. Secara lebih khusus, ia mengatakan bahwa, keseluruhan tindakan komunitas tertuju pada individu berdasarkan

keadaan tertentu menurut cara yang sama, berdasarkan keadaan itu pula, terdapat respon yang sama dipihak komunitas. Proses ini disebut “pembentukan pranata”.

Namun, Mead dengan hati-hati mengemukakan bahwa pranata tak selalu menghancurkan individualitas atau melumpuhkan kreativitas. Mead mengakui adanya pranata sosial yang “menindas, stereotip, ultrakonservatif” yakni, yang dengan kekakuan, ketidaklenturan, dan ketidakprogresifannya menghancurkan atau melenyapkan individualitas. Menurut Mead, pranata sosial seharusnya hanya menetapkan apa yang sebaiknya dilakukan individu dalam pengertian yang sangat luas dan umum saja, dan seharusnya menyediakan ruang yang cukup bagi individualitas dan kreativitas. Di sini Mead menunjukkan konsep pranata sosial yang sangat modern, baik sebagai pemaksa individu maupun sebagai yang memungkinkan mereka untuk menjadi individu yang kreatif (Ritzer & Goodman, 2004:287-288).

2.4 Konsep Fans

Seorang fan, yang juga bisa disebut sebagai supporter adalah seseorang yang secara antusias mendevisikan dirinya terhadap sesuatu, biasanya kepada suatu tim olahraga, grup musik, buku, atau selebriti. Fan yang melakukan hal tersebut secara kolektif biasanya menuangkan kesukaannya pada sebuah wadah yang biasa disebut dengan *fanbase* ataupun *fandom*.

Fans pada umumnya memiliki ketertarikan yang kuat terhadap apa yang disukainya sehingga dapat mengubah gaya hidupnya untuk sekedar mengkomodasi devosi kepada objek pujaannya.

Sebutan fans disematkan kepada mereka yang terobsesi pada selebriti, film, acara televisi, band, dan figur publik lainnya; mereka juga menyediakan

informasi dalam jumlah besar tentang objek *fandom* yang diikutinya, serta dapat dengan fasih mengutip lirik atau kata-kata favorit dari apa yang mereka sukai. Para fans menginterpretasikan hasil dari media dalam berbagai macam cara yang unik, bahkan kerap kali dilakukan dengan cara yang tak terduga. Dalam prosesnya, fans berpartisipasi dalam aktivitas komunal yang dilakukan bersama, bukan sebagai penikmat individual yang terisolasi satu sama lain (Hills, 2003).

Fans memiliki keinginan untuk bisa turut serta mendemonstrasikan keterlibatannya dalam mendukung atau menyukai objek kesukaannya lewat beberapa perilaku seperti menghadiri *event* bersama, melakukan *posting online*, memajang *banner* tim favoritnya di rumah, dan sebagainya. Fans juga memiliki hasrat untuk bisa mendapatkan objek material yang berkaitan dengan *area of interest* yang diikutinya, seperti ingin memiliki *jersey* sepakbola yang sama dikenakan oleh Cristiano Ronaldo. Kemudian, fans juga cenderung untuk dapat melakukan interaksi dengan fans lainnya. Kelompok-kelompok penggemar tersebut dapat dibedakan berdasarkan tingkat intensitas dari keterlibatan mereka dalam hobi atau objek pujaan yang mereka ikuti (Thorne dan Bruner, 2006).

Dalam segala kegiatan dan interaksinya dalam baik secara individu ataupun dalam komunitas dan *fandom*, ada lima tahapan yang ada dan terjadi pada fans mulai dari tahapan *consumer*, *fan*, *cultist*, *enthusiast*, dan *petty-producers* (Abercrombie & Longhurst, 1998). Abercrombie dan Longhurst mengkategorikan tahapan fans tersebut berdasarkan pada apa saja yang dilakukan oleh para fans, dan bagaimana aktivitas-aktivitas tersebut ditempatkan dan diimplementasikan pada kerangka dasar dalam konteks *fan culture*. Berdasarkan hal-hal tersebut, maka dapat terbentuk sebuah dasar analisa dalam menentukan identitas dari fans, yang bermula dari skala kecil dalam aktivitas keseharian dalam konsumsi media tertentu (*consumer*) hingga secara gradual makin meningkat hingga menyusup dan terintegrasi dalam

kehidupan dan inti dari identitas para fans, menuju tahap akhir saat para fans dapat mewujudkan kegiatannya dalam sebuah produksi materialis (*petty-producers*).

2.5 Konsep Otaku

Otaku adalah sebutan dalam budaya populer Jepang yang merujuk pada orang-orang yang terobsesi terhadap suatu hal yang sangat disukainya, umumnya dapat ditemui pada pecinta *anime* dan *manga*.

Istilah otaku awalnya berasal dari *creator* Macross yaitu Shoji Kawamori dan Haruhiko Mikimoto yang bekerja di studio Nue. Karena keduanya belajar di Universitas Keio yang terkenal sebagai institusi pendidikan terhormat, mereka menggunakan kata otaku untuk saling menyapa. Kemudian staff Studio Nue juga turut menggunakan sapaan otaku, sehingga menular ke kalangan fans Macross.

Secara derogatif, istilah otaku banyak digunakan orang sebagai sebutan bagi "laki-laki dengan kebiasaan aneh dan tidak dimengerti masyarakat umum," tanpa memandang orang tersebut menekuni suatu hobi atau tidak. Anak perempuan di Jepang sering menggunakan istilah otaku untuk anak laki-laki yang tidak populer di kalangan anak perempuan (Zhen, 2000).

Otaku terdiri dari berbagai macam jenis, terdiri dari *manga otaku*, *idol otaku*, *video game otaku*, *mobile IT equipment otaku*, dan masih banyak lainnya. Para *idol otaku* sendiri diperkirakan mencapai angka 280,000 individual di Jepang dan mengisi pasar yang ada sampai ke angka 61 milyar (Kitabayashi, 2004).

Idol otaku adalah sebutan untuk penggemar *idol* yang menunjukkan loyalitas obsesif kepada idola pujaannya, yang banyak mengarah pada satu hubungan dari seorang penggemar pria terhadap idola wanita yang dipujanya (Aoyagi, 1999). Menurut Aoyagi, istilah *otaku* itu sendiri merupakan sebutan untuk mereka yang secara fanatik mengonsumsi apapun yang mereka sukai, dan dapat terlihat dari aksi nyata para *idol otaku* yang juga berperan sebagai *connoisseurs*, penikmat dan pengamat dari bidang yang mereka tekuni ini. Dalam situasi seperti ini, keadaan bisa berlanjut sehingga menimbulkan *idol cult* yang juga dapat berevolusi menjadi sebuah fenomena yang menyerupai sebuah tata keagamaan.



U
M
N

2.6 Konsep Idol

Idol secara etimologi berasal dari Bahasa Yunani yaitu *eidolon*, yang berarti sesuatu yang dapat dilihat tetapi tidak memiliki bentuk atau materi, misalnya bayangan. Kata ini juga dapat dihubungkan dengan kata *eidōs* yang memiliki arti figure, sosok, atau ide.

Hiroshi Aoyagi (1999:3) menuturkan bahwa *pop-idols* atau *idol* sejatinya adalah sebutan yang merujuk pada seseorang atau sesuatu yang digunakan sebagai objek pemujaan, atau sesuatu yang kelihatan namun secara substansi, tidak ada. Secara sadar maupun tidak sadar, ataupun secara langsung maupun tidak langsung, *idol* adalah sesuatu yang kosong, dan kita dan juga para penggemar sendirilah yang dengan menggunakan imajinasi mampu menciptakan suatu gambaran, yang meski bukan realita yang sebenarnya, pada prosesnya gambaran atau *image* yang diciptakan ini akan membentuk realita tersebut.

Idol atau biasa disebut dengan *aidoru* dalam pelafalan Jepang menjelma menjadi sebuah gejala yang menarik dalam masyarakat Jepang dimana fenomena *idol* ini dikatakan merefleksikan nilai-nilai masyarakat Jepang yang kompromis. Seperti yang dikatakan oleh Steve McClure (1998) bahwa satu hal mengenai fenomena idol, yaitu bahwa mereka mencerminkan nilai sebuah masyarakat yang menempatkan sikap kompromi terhadap sesuatu yang sedang digemari sebagai bentuk dari sikap individualitas. Dalam hal ini dikarenakan adanya seorang panutan yang tidak membahayakan, yang berguna untuk menciptakan keharmonisan sosial.

Sementara itu *idol* dalam konteks sebagai penghibur atau *entertainer*, dijelaskan oleh Junko Kitagawa dalam bukunya *Nari Hibiku, Nihon no Popular Ongaku to Gender* (1999) bahwa yang disebut dengan *idol* lahir setelah era 70-an, dan secara umum adalah istilah yang dipakai untuk

menyebut penyanyi lagu-lagu pop yang menargetkan sasarannya kepada generasi muda. Meskipun mereka tidak memiliki charisma seperti para bintang tenar, tetapi mereka tetap bisa eksis dengan menonjolkan rasa keintiman, penampilan yang menggemaskan, dan penampilan yang keren sebagai *sales point* untuk menarik banyak penggemar. Para *idol* mendapatkan popularitas melalui penampilan dan sifatnya daripada kualitas mereka sebagai penyanyi.

Konsep idola Jepang memang berbeda dengan idola atau penyanyi populer yang selama ini kita jumpai. Idola Jepang lebih menekankan pada proses pengembangan diri mereka dari titik bawah menuju level yang lebih tinggi lagi setiap waktunya. Setidaknya hal ini tercermin dari apa yang disampaikan oleh produser utama grup idola AKB48, Yasushi Akimoto kepada TalkAsia.com:

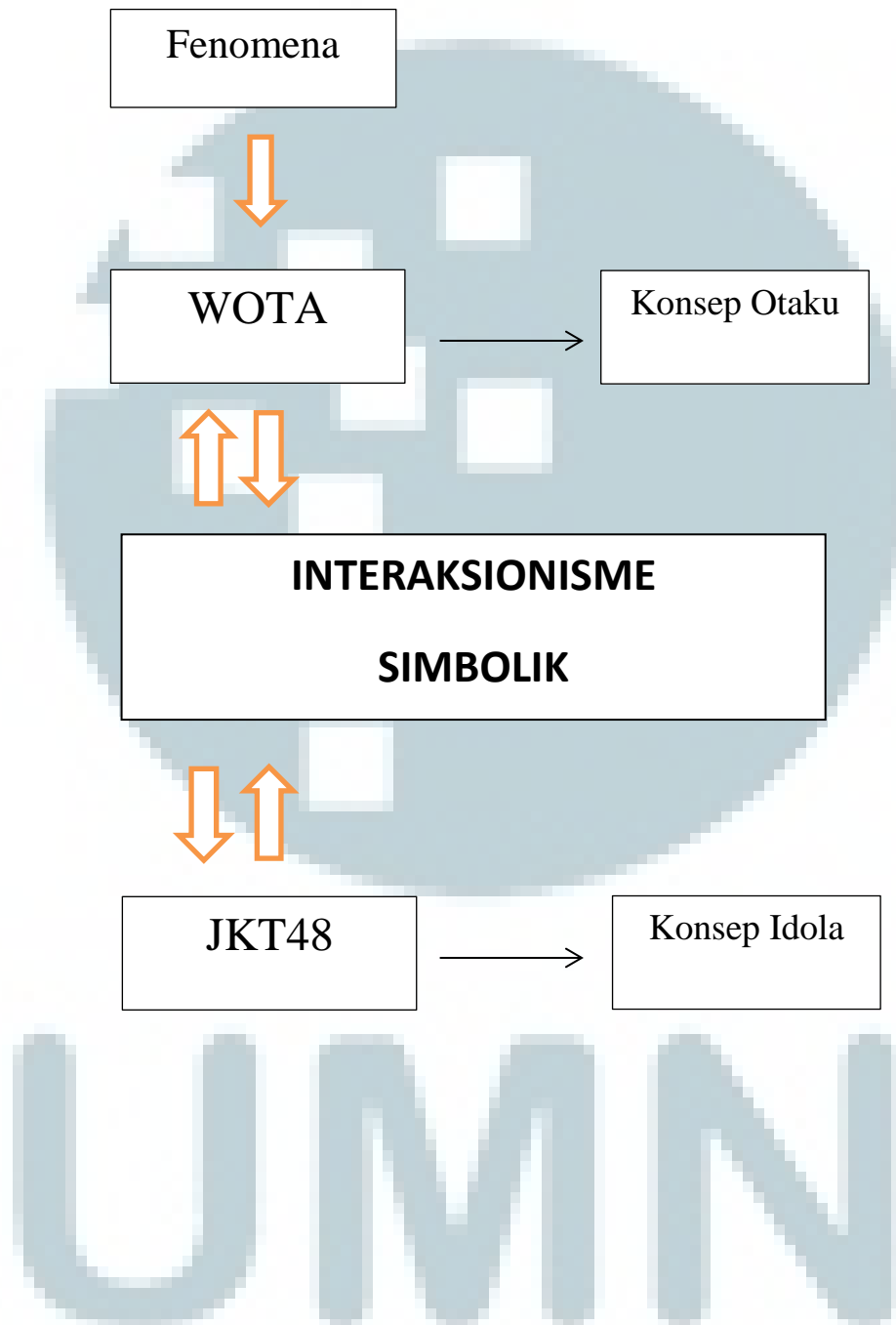
“Idola di Amerika sedapat-dapatnya adalah orang yang pandai bernyanyi. Idola di Jepang cenderung berarti batu permata yang belum diasah. Di Amerika pastinya tidak ada chika idol [idola bawah tanah]. Kalau di Amerika, ketika audisi mereka sangat berani mengekspresikan diri. Di Jepang, memang ada peserta audisi yang dengan percaya diri menonjolkan kelebihan diri sendiri, tapi dengan begitu justru memberi kesan cuma itu [yang dia miliki]. Para kreator anggota juri justru lebih tertarik dengan peserta yang datang terburu-buru, baru pulang dari sekolah, rambut juga acak-acakan memperlihatkan penampilan alami. Kalau dirias dan dipakaikan kostum maka [anak itu] akan tampak bersinar.”

Menjadi seorang *idol* bisa jadi seperti halnya sebuah masa inkubator untuk menjadi seorang selebriti yang matang. Seorang idol mungkin dapat berakhir menjadi musisi, seniman, atau artis tenar, namun mereka cenderung lebih dikenal di dalam ruang lingkup mereka, sesuatu yang cenderung bersifat

lokal. Kekurangan seorang *idol* merupakan kelebihan dari dunia mereka yang menawan, dan membuat para penggemar menjadi tergila-gila dengan cara mengikuti setiap perkembangan idolanya mulai dari awal perjalanan karir mereka.

Selanjutnya, menurut Aoyagi konsep yang ada dan dilakukan oleh para *idol* ini membuat mereka cenderung untuk menginvestasi waktu dan tenaga dalam membangun dan membina pondasi dari basis penggemar mereka ketimbang pilihan satunya yaitu berfokus pada kemampuan dan pengembangan bakat masing-masing individu sebagai *idol*. Dengan menitikberatkan pada kemampuan menyanyi dan menari mereka yang biasa-biasa saja, para *idol* ini berfungsi sebagai ‘teman bagi para fans remaja yang mengingatkan bahwa ikatan interpersonal lebih penting daripada pencapaian pribadi’. Pendekatan ini juga dilakukan untuk memperlihatkan bahwa para *idol* tidak hidup dalam dunianya sendiri, melainkan hidup bersama dengan orang-orang yang selalu ada untuk mendukung mereka. Hubungan antar manusia adalah unsur yang menempatkan para *idol* pada situasi sekarang dan membuat bisnis dunia peridolan bisa berjalan. Meskipun *idol* diharapkan bisa menjadi *role-model* bagi orang-orang di sekitarnya, dan juga untuk merepresentasikan publik dalam beberapa hal, namun peran tersebut tak dapat dijalankan jika mereka tidak mengikuti kecepatan orang-orang di sekitarnya. Mereka tak bisa berlari terlalu cepat, dan tak boleh tertinggal terlalu jauh di belakang (Aoyagi, 1999:87).

2.7 Kerangka Pemikiran



Dalam kerangka pemikiran di atas, penulis melihat dan menangkap adanya sebuah fenomena pada basis penggemar grup idola JKT48 yaitu para wota yang dengan segala macam upayanya dalam mendukung idolanya membuat mereka menjadi sosok yang unik dan berbeda dari penggemar musik dan artis lainnya.

Wota sendiri yang lahir dari serapan budaya *otaku* Jepang, yang merupakan orang-orang yang berdedikasi tinggi terhadap hobi atau hal yang disukainya. Dalam prosesnya, terjadi interaksi dua arah yang melibatkan JKT48 sebagai idola yang dipuja di atas panggung, dengan para wota yang merupakan penggemar mereka, dan interaksi tersebut terjadi dengan adanya pertukaran makna melalui simbol-simbol yang hadir diantara kedua belah pihak. Sementara para wota berangkat dari konsep *otaku*, JKT48 sebagai idola berangkat dari konsep *idol* bentukan Jepang yang berusaha dimaknai oleh mereka maupun para penggemarnya.

Interaksi simbolik yang terjadi diantara JKT48 dengan para wota bersifat esensial, dimana bila tidak ada interaksi yang terjadi diantara keduanya, maka pertemuan yang ada tak akan pernah terjadi. JKT48 sebagai idola yang berdiri sendiri, terpisah dengan para wota yang bagai tanpa arah bila tidak ada interaksi yang terjadi diantara kedua belah pihak.

UMMN