

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada tahun rentan 2010-an banyak sekali muncul grup-grup *girlband/boyband* yang bermunculan dan berkembang dengan cukup pesat di Indonesia, beberapa contohnya seperti Cherrybelle, Smash, 7 Icon, dan masih banyak *girlband/boyband* di Indonesia yang bermunculan dan menjadi terkenal, khususnya di kalangan remaja.

Tetapi pada 2011, tepatnya pada tanggal 2 November 2011 di perkenalkanlah JKT48 ke Indonesia. Grup idola/*girlband* ini mempunyai pakem dan konsep yang berbeda apabila dibandingkan dengan *girlband/boyband* dari Indonesia yang lahir pada rentan tahun 2010-an tersebut.

Sejak awal kemunculannya, konsep mengenai idol group seperti JKT48 tidak hanya mengandalkan konsep seni pertunjukan panggung saja, tetapi juga JKT48 berusaha untuk dapat mengembangkan konsep dengan membangun kedekatan antara idola dan juga penggemar.

Konsep yang digunakan ini bisa dilihat sebagai pembeda dari grup-grup *girlband/boyband* lain, konsep ini juga bisa dibilang sebagai salah satu penyebab bertahannya grup idola ini sampai sekarang, bisa dihitung bertahan sampai 14 tahun. Apabila dibandingkan dengan grup-grup lain yang sudah tidak ada, bisa dibilang JKT48 merupakan satu-satunya grup yang mampu bertahan ditengah disrupsi dengan konsep “*Idol You Can Meet*” yang mereka gunakan tersebut.

JKT48, sebagai salah satu grup idola terpopuler di Indonesia, telah membangun basis penggemar yang bisa dibilang fanatik dan sangat besar. Di antara penggemar setianya, istilah WOTA (penggemar laki-laki) dan WOTI (penggemar perempuan) digunakan untuk merujuk pada kelompok fanatik yang memiliki komitmen untuk dapat mengikuti berbagai jenis kegiatan dan interaksi dengan idola mereka.

Salah satu dari aktivitas yang semakin populer di kalangan penggemar JKT48 adalah kegiatan *video call* dengan anggota grup, yang dimana para penggemar dapat berinteraksi langsung secara virtual dalam waktu yang singkat. Fenomena ini

dilihat sangat menarik perhatian dari banyak pihak dari segi bisnis hiburan maupun dari sudut pandang sosiologis mengenai perilaku penggemar.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan pandemi COVID-19 yang membatasi interaksi langsung antara idola dan penggemar, industri hiburan, termasuk JKT48 kini mulai beralih ke platform digital sebagai cara untuk dapat menjaga interaksi dan keterlibatan penggemar. Salah satu cara yang ditempuh adalah menawarkan penjualan *digital photobook* dengan bonus video call member JKT48 yang dimana penggemar memiliki kesempatan untuk dapat berinteraksi langsung secara eksklusif dengan idola mereka dalam format *virtual*.

Dari fenomena ini membuat banyak pertanyaan mengenai motif di balik keputusan penggemar WOTA/WOTI untuk membeli *digital photobook* yang memiliki bonus layanan kegiatan *video call* member JKT48. Mengingat bahwa kegiatan *video call* ini memiliki batasan waktu, sifat eksklusif, dan seringkali membutuhkan pengeluaran secara finansial yang tidak sedikit, penting untuk memahami alasan atau motivasi secara psikologis, sosial, dan emosional yang mendasari penelitian ini.

Penelitian ini difokuskan mengenai pertanyaan bagaimana atau apa saja motif utama dari para penggemar JKT48, khususnya WOTA/WOTI dalam melakukan pembelian kegiatan *videocall* JKT48, selain itu dalam penelitian ini juga nantinya akan melihat bagaimana faktor sosial, emosional, dan personal dapat mempengaruhi keputusan penggemar untuk mengikuti kegiatan ini.

Penelitian ini juga bertujuan untuk dapat menggali lebih dalam berbagai aspek motivasi yang mendorong penggemar untuk terlibat dalam kegiatan berbayar seperti *video call* dengan idola mereka. Di dalam penelitian ini nantinya akan menggunakan paradigma konstruktivis, yang nantinya berupaya untuk dapat memahami motif di balik perilaku pembelian kegiatan *video call* member JKT48. Pada penelitian ini peneliti ingin untuk dapat menemukan makna komunikasi yang dialami oleh informan, yang tidak bisa diukur secara kuantitatif, tetapi melalui adanya pemahaman mendalam terhadap pengalaman dan persepsi mereka.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah fenomenologi, khususnya fenomenologi Alfred Schutz. Pendekatan ini dipilih untuk dapat menjawab pertanyaan bagaimana informan nantinya memaknai pengalaman mereka dalam melakukan kegiatan *video call* bersama member JKT48. Fenomenologi ini juga dipakai untuk berusaha agar dapat memahami realitas sebagaimana dialami oleh subjek penelitian, yaitu para WOTA/WOTI (Penggemar JKT48) yang mengikuti kegiatan *video call* member JKT48.

Fenomenologi dari Alfred Schutz ini menunjukkan bahwa setiap tindakan manusia didasarkan pada motif tertentu berasal dari masa lalu (*because motives*) dan motif-motif harapan masa depan (*in order to motives*) (Supraja, 2020). Penelitian ini menggunakan tipifikasi Schutz untuk dapat mengkategorikan berbagai jenis tindakan dan motif yang mendasari para penggemar JKT48 dalam melakukan pembelian kegiatan *video call* member JKT48.

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini berfokus kepada analisis motif yang mendorong penggemar JKT48, baik dari kalangan WOTA (penggemar laki-laki) maupun WOTI (penggemar perempuan), untuk membeli dan berpartisipasi dalam kegiatan *video call* berbayar dengan member JKT48. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk dapat menggali secara mendalam berbagai motif yang mempengaruhi keputusan penggemar dalam mengeluarkan biaya untuk dapat berinteraksi secara virtual dengan idola mereka, termasuk motivasi sosial, emosional, dan hiburan.

Selain itu, penelitian ini juga akan mengeksplorasi bagaimana faktor-faktor sosial, emosional, dan psikologis, seperti kebutuhan akan pengakuan sosial, kedekatan emosional dengan idola, serta faktor-faktor psikologis lainnya, berperan dalam mempengaruhi keputusan penggemar untuk membeli layanan *video call* tersebut. Fokus lain dari penelitian ini adalah untuk dapat memahami apakah terdapat perbedaan dalam motif dan preferensi antara penggemar laki-laki (WOTA) dan penggemar perempuan (WOTI) dalam konteks pembelian kegiatan *video call*. Hal ini akan membantu untuk dapat mengidentifikasi perbedaan secara psikologis

dan sosial yang mungkin ada antara kedua kelompok penggemar tersebut dalam hal motivasi dan perilaku konsumsi mereka.

Selanjutnya, penelitian ini juga akan menganalisis bagaimana keterlibatan penggemar dalam kegiatan *video call* dengan member JKT48 dapat mempengaruhi tingkat loyalitas dan komitmen mereka terhadap grup idola tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk dapat menelaah apakah pengalaman personal dan interaksi eksklusif yang ditawarkan melalui kegiatan *video call* mampu untuk dapat memperkuat keterikatan emosional penggemar dan mendorong mereka untuk tetap mendukung JKT48 dalam jangka panjang.

Lalu pada akhirnya, penelitian ini akan menelaah bagaimana perkembangan teknologi dan digitalisasi, khususnya melalui penggunaan platform *video call* dan aplikasi digital, mempengaruhi pola konsumsi para penggemar JKT48. Digitalisasi telah memungkinkan interaksi baru antara penggemar dan idola, dan penelitian ini akan mencoba untuk dapat memahami bagaimana perubahan ini berdampak pada cara penggemar berinteraksi dengan idola mereka dan bagaimana hal ini mempengaruhi keputusan finansial yang mereka buat dalam mendukung grup tersebut.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dipaparkan sebelumnya, peneliti dapat merumuskan pertanyaan penelitian, yakni:

- Apa saja motif utama WOTA/WOTI dalam membeli kegiatan *video call* dengan anggota JKT48?

1.4 Tujuan Penelitian

- Untuk menganalisis motif penggemar JKT48 dalam melakukan pembelian kegiatan *video call* member.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini memiliki kegunaan akademis yang signifikan dalam memperkaya studi komunikasi, khususnya terkait pemahaman tentang bagaimana audiens, dalam hal ini penggemar JKT48 atau WOTA/WOTI, secara aktif memilih dan menggunakan media untuk memenuhi berbagai kebutuhan personal, sosial, dan emosional mereka. Melalui pendekatan ini, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai perilaku audiens atau penggemar dalam mengkonsumsi media, terutama dalam konteks budaya pop dan fandom di Indonesia yang menunjukkan keterlibatan penggemar secara intensif dengan idola mereka melalui media digital seperti video call. Temuan yang diperoleh diharapkan dapat memberikan perspektif baru tentang peran media sebagai sarana bagi audiens untuk memenuhi kebutuhan spesifik yang meliputi hiburan, identifikasi, status sosial, keterhubungan sosial, dan pelarian dari kenyataan.

Lebih lanjut, penelitian ini dapat menjadi landasan penting bagi penelitian-penelitian berikutnya yang berfokus pada kajian perilaku konsumsi media dalam budaya penggemar atau fandom, terutama dalam konteks hiburan digital yang semakin interaktif. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis yang berarti dan memperluas cakupan kajian dalam studi komunikasi mengenai hubungan audiens dengan media digital serta memperlihatkan bagaimana media digunakan untuk memenuhi kebutuhan khusus penggemar di era modern..

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini dapat memberikan manfaat langsung bagi manajemen JKT48 serta industri hiburan secara umum. Dengan mendapatkan pemahaman mengenai motif dari penggemar dalam membeli layanan *video call*, manajemen dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan personal untuk dapat meningkatkan keterlibatan penggemar.

Selain itu, penelitian ini dapat membantu pengembang platform digital yang melayani industri hiburan dalam menciptakan pengalaman interaksi yang lebih menarik bagi penggemar. Dengan wawasan tentang bagaimana teknologi mempengaruhi pola konsumsi penggemar, para pengembang dapat merancang fitur-fitur yang nantinya akan lebih mendukung keterlibatan penggemar, seperti peningkatan kualitas pengalaman *video call*, penawaran interaksi eksklusif, atau personalisasi konten yang dapat meningkatkan kepuasan pengguna.

Bagi pemasar dan pengelola komunitas penggemar, hasil penelitian ini akan bermanfaat untuk dapat memahami perilaku dan preferensi penggemar, baik dari segi gender maupun motivasi. Pengetahuan ini tentunya akan dapat membantu dalam mengembangkan strategi loyalitas penggemar, mengidentifikasi segmentasi penggemar yang berbeda (seperti WOTA dan WOTI), dan menciptakan program-program yang lebih sesuai dengan kebutuhan emosional dan sosial mereka.

Selain itu, penelitian ini juga memiliki perspektif manfaat bagi para penggemar JKT48 itu sendiri. Dengan adanya pemahaman yang lebih baik tentang motif dan dinamika interaksi mereka dengan idola, penggemar dapat lebih menyadari kebutuhan emosional dan sosial yang mereka penuhi melalui kegiatan seperti *video call*.

Terakhir, bagi industri hiburan secara luas, penelitian ini dapat memberikan inspirasi dalam menciptakan model bisnis baru di era digital, dimana interaksi personal antara idola dan penggemar dapat dimonetisasi secara lebih kreatif. Kesuksesan model interaksi seperti *video call* dapat diterapkan pada grup idola atau artis lainnya, tidak hanya di Indonesia, tetapi juga secara internasional, dalam rangka memperkuat hubungan antara artis dan penggemar di era yang semakin terhubung secara digital.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Penelitian ini memiliki kegunaan sosial yang penting dalam memahami tentang dinamika komunitas penggemar dan interaksi sosial di era digital. Penelitian ini membantu masyarakat untuk dapat memahami bahwa keterlibatan penggemar dalam kegiatan seperti *video call* bukan sekedar bentuk fanatisme semata, melainkan juga didorong oleh kebutuhan akan pengakuan sosial, rasa kebersamaan, dan pembentukan identitas diri.

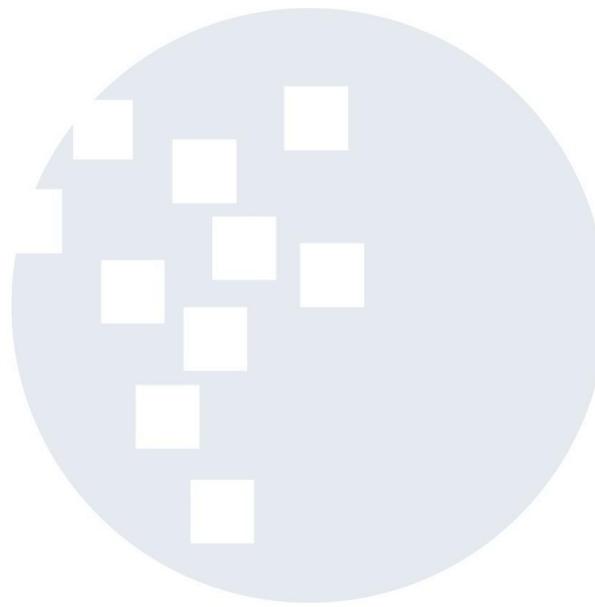
Selain itu, penelitian ini dapat mendorong interaksi yang lebih inklusif dalam komunitas penggemar, dengan memperkuat solidaritas dan menghargai perbedaan gender serta perspektif di dalam komunitas. Penelitian ini juga menyoroti dampak digitalisasi terhadap hubungan sosial, membantu masyarakat luas untuk dapat memahami bagaimana teknologi mempengaruhi cara kita untuk berinteraksi dan membentuk hubungan emosional, baik dengan idola maupun antar penggemar.

Secara lebih luas, penelitian ini mendukung pembentukan komunitas penggemar yang lebih positif dan supportif, mengurangi potensi konflik dan persaingan negatif. Penelitian ini juga mengedukasi masyarakat tentang pentingnya budaya populer dalam membentuk identitas sosial dan hubungan antar individu, serta menunjukkan peran budaya populer dalam kehidupan sehari-hari. Kegunaan sosial penelitian ini mendorong terciptanya lingkungan sosial yang lebih terbuka dan apresiatif terhadap komunitas penggemar.

1.5.4 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, cakupan data mungkin hanya mewakili penggemar aktif secara digital, sehingga kurang mencerminkan keseluruhan komunitas penggemar JKT48. Metode pengumpulan data seperti wawancara mungkin dibatasi oleh akses responden dan kesediaan mereka untuk memberikan informasi mendalam, yang dapat mempengaruhi validitas hasil.

Selain itu, keterbatasan waktu dan sumber daya dapat mempengaruhi pengumpulan data mendalam serta menggambarkan tren jangka panjang. Penelitian ini juga mungkin tidak dapat digeneralisasi untuk penggemar idola lain karena konteks budaya JKT48 yang spesifik. Mengenali batasan ini dapat membantu peneliti untuk dapat menarik kesimpulan secara lebih hati-hati dan akurat.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA