

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kemunculan JKT48 di Indonesia diharapkan dapat menjadi salah satu cara untuk menyebarkan budaya populer Jepang dan menjadi suatu titik balik bagi industri musik Jepang di Indonesia. JKT48 merupakan salah satu fenomena budaya populer yang hadir, tumbuh, dan berkembang ditengah-tengah masyarakat. Budaya populer adalah produk masyarakat industri dimana kegiatan yang bermakna dan hasilnya (yaitu budaya) diproduksi dan ditampilkan dalam jumlah besar, seringkali dengan bantuan teknologi produksi massal, distribusi dan reproduksi, sehingga mudah diakses oleh masyarakat luas (Heryanto, 2012). Dalam konteks ini, budaya populer mampu menarik perhatian dan minat banyak orang karena sifatnya menyenangkan, fantasi serta menghibur. Budaya populer juga erat kaitannya dengan *fan culture* (budaya penggemar). Ada tema-tema di JKT48 yang merupakan *fan culture* (budaya penggemar) dari setiap *fandom*. *Fan culture* (budaya penggemar) dibentuk oleh budaya partisipatif para penggemar dalam perjuangan untuk dekat dengan orang-orang yang mereka kagumi (Raharja, 2013).

Bentuk-bentuk dari budaya penggemar sendiri itu seperti *fan fiction*, *fan art*, *fan project*, *fancam*, *fan meeting*. *Fan fiction* adalah cara untuk menunjukkan cinta dan sekaligus membangkitkan kreativitas kita melalui rangkaian kata dan cerita. *Fan art* adalah gambar/ilustrasi yang dibuat untuk mencerminkan karakter idolanya dalam bentuk lukisan, corel draw, karikatur, atau vektor. *Fan project* adalah sebuah *project fandom* untuk idola, memberikan *vote* kepada idola untuk suatu acara penghargaan, merayakan ulang tahun idola atau disebut proyek ulang tahun untuk mengumpulkan dana atau sering disebut dengan *fan donation* (donasi penggemar) kepada orang yang membutuhkan atas nama idola. *Fancam* adalah istilah yang mengacu pada rekaman video yang diambil oleh penggemar saat idola mereka tampil disuatu acara. *Fan meeting* adalah kegiatan jumpa penggemar dengan idola.

Aktivitas seorang penggemar di dunia maya dapat dengan bebas berkomunikasi dengan penggemar lain tentang idolanya. Kegiatan ini disebut *fangirling* (untuk penggemar wanita) atau *fanboying* (untuk penggemar pria) (Raharja, 2013). Hal ini terjadi pada penggemar JKT48. Oleh karena itu, kegiatan yang dilakukan oleh para penggemar menjelaskan bagaimana mereka selalu ingin tahu tentang perkembangan idola mereka di *Twitter*. *Twitter* merupakan media sosial yang bersifat fleksibel dan interaktif, sehingga *Twitter* merupakan media untuk bersosialisasi secara daring (dalam jaringan).

Media sosial seperti *Twitter* menjadi fenomena yang semakin global dan berakar. Keberadaannya semakin tidak dapat dipisahkan dari cara berkomunikasi antara manusia. Media sosial merupakan media yang digunakan oleh pengguna untuk memperkenalkan diri, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi informasi, dan berinteraksi dengan pengguna lain. Salah satu platform media sosial yang paling populer, khususnya di Indonesia, adalah *Twitter*. *Twitter* merupakan salah satu perusahaan yang didirikan oleh Jack Dorsey yang biasanya digunakan untuk mengirimkan pesan atau yang disebut dengan kicauan atau *tweets*. Melansir dari *databoks.com* pada tahun 2016 mengungkapkan bahwa Indonesia merupakan negara dengan pengguna aktif *Twitter* ketiga terbesar dunia. Dalam rilis Statista disebutkan pengguna aktif *Twitter* Indonesia per-Mei 2016 mencapai 24,34 juta. Banyak pengguna *Twitter* di Indonesia diantaranya adalah selebriti, pejabat, penulis, dan komedian yang memiliki akun *Twitter* pribadi untuk berinteraksi dengan penggemarnya di dunia maya. Penggemar dapat secara terbuka mengungkapkan cinta mereka kepada idola dengan mengikuti idola mereka di *Twitter* untuk mendapatkan semua informasi tentang idola mereka dan menggunakan fitur mention yang mengarahkan mereka ke akun *Twitter* sang idola. Contoh salah satu selebriti yang menggunakan akun *Twitter* adalah *idol group* JKT48.

Idol group adalah wadah untuk menjadi idola nantinya, di dalam sebuah *idol group*, ada pelatihan khusus seperti kedisiplinan berperilaku, akting, menari, menyanyi dan dibimbing untuk nantinya bersolo karir. JKT48 merupakan *idol group* dari Indonesia yang diproduksi langsung oleh Yasushi Akimoto. JKT48 ini mengadopsi konsep yang sama dengan *sister group* nya, AKB48, yaitu "*Idol you can meet*" yang dimana

penggemar dapat ikut merasakan proses perkembangan dari idolanya. Fan atau penggemar adalah sekelompok orang yang memiliki minat yang sama untuk membentuk sebuah grup penggemar. *Fandom* adalah istilah tertentu bagi masyarakat yang di mana orang-orang menyukai teks atau subyek tertentu dapat bertemu dan berkomunikasi dengan orang lain dengan minat yang sama. Jenkins (1992:12) menjelaskan bahwa kata *fandom* awalnya muncul dari kata "*fan*" yang merupakan singkatan dari kata "*fanatic*", yang berasal dari kata latin *fanaticus*. Pada awalnya kata "*fan*" dikenal sebagai suatu yang negatif karena identik dengan aliran yang sesat. Namun sedikit demi sedikit hal tersebut mengalami pergeseran makna, saat ini *fandom* biasanya digunakan oleh penggemar sebagai cara untuk mencari informasi tentang idola yang mereka dukung. Selain itu, *fandom* juga digunakan sebagai forum bagi penggemar untuk terhubung dengan orang-orang pendukung lainnya dari idola yang sama.

Kekuatan *fandom* JKT48 dikenal dengan tingkat loyalitas yang tinggi. Bentuk loyalitas yang ditampilkan tidak hanya secara ekonomi, tetapi juga waktu dan perbuatan. Para penggemar bersedia menghabiskan banyak uang bahkan mengorbankan kebutuhan pribadi mereka untuk membeli segala sesuatu yang berkaitan dengan idolanya. Bentuk dukungan para penggemar tersebut berupa donasi, streaming massal dan serentak, memberikan idola hadiah, memberikan *voting* kepada idola di *award* tertentu, dan masih banyak lagi. Penggemar mengklaim, ini menjadi penghargaan atas idola karena telah bekerja keras. Dukungan penggemar hingga saat ini merupakan hasil dari program yang dijalankan JKT48 yang membuat hubungan spesial antara member dengan penggemar. Hubungan antara *idol group* JKT48 dengan para penggemar dikenal sangat dekat dan berbeda dengan hubungan idola dan penggemar grup lain. *Idol group* JKT48 memperlakukan penggemarnya dengan sangat spesial dan selalu berusaha menciptakan hubungan yang dekat baik melalui media sosial maupun secara langsung.

Idol group JKT48 dikabarkan terancam bubar pada tahun 2020 akibat terkena dampak pandemi covid-19, kabar tersebut disampaikan langsung oleh *General Manager Theater* JKT48, Melody Nurramdhani Laksani dalam akun youtube resmi JKT48 pada 13 November 2020 (Rayadi, 2020). Tidak ingin bubar begitu saja tim manajemen dan para *stakeholder* terus menerus berdiskusi, hingga pada akhirnya manajemen JKT48

memutuskan untuk membuat restrukturisasi skala besar seperti mengurangi jumlah *member* dan *staff* JKT48. *Fandom* JKT48 dikenal sebagai *fandom* yang sangat aktif di media sosial. Para penggemar *idol group* JKT48 yang mengetahui kabar tersebut memberikan banyak dukungan, dukungan tersebut seperti menonton *live streaming* pertunjukan JKT48 *Theater*, *video call with* JKT48, dan memberikan dukungan melalui hastags #KamiBersamaJKT48 dan #StayStrongJKT48 melalui media sosial *Twitter*. Berkat dukungan para penggemar tersebut, *idol group* JKT48 mampu bertahan sampai saat ini.

Pada 18 Desember 2021 *idol group* JKT48 *anniversari* tepat yang ke 10 tahun, manajemen JKT48 memberikan 10 pengumuman dalam *event anniversary* tersebut yang dimana pengumuman tersebut mengejutkan para *member* dan penggemarnya. Pengumuman tersebut berupa konsep baru yang digunakan oleh JKT48, pada tahun 2019 sampai November 2021 konsep yang JKT48 gunakan adalah JKT48 *ONE*, lalu pada Desember 2021 JKT48 mengganti konsepnya menjadi JKT48 *NEW ERA*, pengumuman selanjutnya yaitu kapten dan wakil kapten yang baru, *JKT 10th Anniversary Tour*, Renovasi *JKT48 Theater*, *Special Setlist*, *Original setlist JKT48*, Generasi baru JKT48, *New era performance video*, *JKT48 10th anniversary concert* pada pertengahan tahun 2022, dan *JKT48 Original single* (Bonawati, 2021). Pada *single original* JKT48 ini akan dibuat oleh tim dan produser yang pernah bekerja sama dengan BTS, Justin Bieber, One Direction hingga Selena Gomez yaitu, Matt Rad dan August Rigo. Tidak hanya penggemar, para *member* JKT48 pun terlihat terkejut dengan pengumuman ini. Pengumuman tersebut diumumkan oleh manajemen sebagai bentuk tanda terima kasih kepada penggemar JKT48 karena sudah terus mendukung *idol group* JKT48.

Berdasarkan permasalahan ini, penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian pada *fandom* JKT48. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode analisis isi. Pada analisis isi ini peneliti memfokuskan untuk mengkaji seperti apa budaya penggemar di media sosial *Twitter*. Untuk mengetahui isi pesan yang ada pada konten, dengan mengkaji aktivitas penggemar yang dilakukan oleh anggota

fandom JKT48 melalui media sosial *Twitter*. Adapun judul penelitian ini yaitu “***Fan Culture dalam Media Sosial Twitter (Analisis Isi Konten Pada Fandom JKT48)***”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya, maka perumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana konten / *post* pada akun *Twitter* @*InshanityID* ?
2. Bagaimana bentuk *fan culture* pada *fandom* JKT48 dalam media sosial *Twitter* ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah adalah:

1. Mengetahui konten / *post* pada akun *Twitter* @*InshanityID*.
2. Mengetahui bentuk *fan culture* pada *fandom* JKT48 di media sosial *Twitter*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

- 1) Rujukan bagi penelitian ilmiah yang bertemakan tentang *fandom* khususnya tentang budaya penggemar di media sosial *Twitter*.
- 2) Sebagai referensi penelitian yang menggunakan metode analisis isi kualitatif.

2. Manfaat Praktis

- 1) Sebagai bentuk pengetahuan bagi masyarakat tentang *fandom*.
- 2) Sebagai bahan referensi studi ilmu komunikasi tentang budaya penggemar.