

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ilmu komunikasi, dewasa ini menjadi sesuatu yang penting dalam laju perkembangan ilmu pengetahuan. Komunikasi telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia dimanapun berada. Bahkan dengan segala atributnya komunikasi sudah menjadi gaya hidup (*life style*). Ilmu komunikasi dan praksis komunikasi itu mampu menembus ruang dan waktu menyesuaikan dengan batas identitas manusia dan kemanusiaan dalam berbagai aspek kehidupan sosiokultural.

Di tengah *euforia* masyarakat yang sangat mengutamakan hal yang bersifat baru dan kekinian, ilmu komunikasi seolah hadir sebagai disiplin ilmu modern yang paling sesuai, dimana didalamnya membahas tentang bagaimana seni menyampaikan pesan atau informasi sehingga sampai dengan tepat dan diharapkan dapat mempengaruhi si penerima.

Sesuai dengan pengertian komunikasi menurut Onong Uchjana (Effendy, 1999:10) yaitu proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau merubah sikap, pendapat atau perilaku, baik secara langsung, secara lisan maupun secara tidak langsung menggunakan media.

Komunikasi menurut Rogers dan D. Lawrence Kincaid adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam (Cangara, 2006:19).

Fansclub merupakan wadah bagi penggemar terhadap apa yang mereka gemari. Para *fansclub* diibaratkan individu yang haus akan perkembangan gaya hidup (*life style*) yang digemarinya. Hal ini karena *fansclub* sangat dekat dengan yang ia gemari dari setiap perilakunya maupun gaya hidupnya. Semua yang terlihat oleh para *fansclub* mengenai gaya berbusana akan menjadi suatu keharusan bagi mereka untuk mengikuti dan memperlihatkan kecintaannya terhadap yang digemarinya.

Dari situ jelas pesan yang hendak disampaikan haruslah mempunyai nilai-nilai yang mampu membuat si penerima pesan tergugah, sehingga harus dikemas dengan mencakup unsur kepentingan, keindahan, dan keterkaitan. Banyak produk-produk hasil disiplin ilmu komunikasi yang terspesialisasi pada pengemasan pesan, dengan bertujuan mempengaruhi masyarakat yaitu sekedar informasi, acuan yang harus diikuti, atau hiburan.

Contohnya seperti pengidolaan yang mempengaruhi gaya hidup pada penggemar Slank *Pekalongan Slangers Clup* (PSC), Pekalongan. “Slank Adalah Aku” yang diteliti oleh Rovi Ashari, Menemukan bahwa dunia musik memang salah satu dunia yang banyak digemari dan di dalamnya banyak terjadi berbagai fenomena yang layak untuk diteliti. Salah satu bentuk fenomena tersebut adalah pengidolaan yang dapat mempengaruhi para penggemar musik serta musisinya. Hal ini tentu

saja menimbulkan efek yang positif maupun negatif, sehingga peran suatu kelompok dalam mengontrol anggota-anggotanya menjadi sangat penting agar tidak terjadi hal-hal yang melanggar nilai-nilai dalam masyarakat.

Oleh karena itu adanya perilaku yang ditiru akibat dari penerimaan pesan yang mendalam terhadap objek. Terutama dari gaya hidup, hal ini akan menyebabkan peniruan terhadap aktivitas dari masyarakat yang melihat di media massa saat ini. Gaya hidup (*life style*) adalah perilaku seseorang yang ditunjukkan dalam aktivitas, minat dan opini khususnya yang berkaitan dengan citra diri untuk merefleksikan status sosialnya.

Maka kehidupan sosial dalam lingkungan modern seperti sekarang ada banyak yang meniru perilaku dari tokoh ataupun idolanya dengan alasan tertentu. Sehingga menjadikan panutan bagi mereka dalam bergaya ataupun berperilaku dimasyarakat.

Dalam hal ini komunikator biasanya menggunakan media untuk menyampaikan informasi dengan menggunakan komunikasi massa. Komunikasi massa merupakan salah satu konteks komunikasi manusia yang pada hakikatnya menerangkan proses berkomunikasi dengan manusia yang berada dalam situasi massa. Menurut Deutchman dan Rakhmat (2000:188) yang dimaksud dengan komunikasi massa atau komunikasi publikasi adalah pernyataan yang disebarluaskan atau untuk diketahui oleh umum melalui media massa. Dengan kata lain, komunikasi massa adalah peran yang dikomunikasikan melalui media massa dengan sejumlah orang. Hal ini yang terlihat oleh sorotan media yakni sebuah *fansclub* yang merupakan komunitas yang memiliki kesamaan dalam

selera ataupun rasa *life style*-nya. *Virginitiy* Lampung adalah sebuah komunitas yang didirikan oleh para fans *the virgin* asal lampung, sama seperti fans *the virgin* lainnya komunitas ini juga sebagai salah satu pecinta setia *the virgin*, dan juga tempat berkumpulnya para fans neng Dara dan kak Mita.

Ada beberapa hal yang menjadi alasan penulis mengapa mengangkat atau meneliti *Virginitiy* Lampung, belakangan ini tepatnya awal mula kemunculan duo kelompok vokal yang tengah naik daun dengan lagu “Cinta Terlarang”. Menjadikan *The Virgin*, band yang berada di atas *popularitas*. Banyak diberitakan miring ada beberapa berita yang dimuat di media cetak,elektronik maupun forum-forum internet, seperti di forum internet kaskus.us misalnya ada sebuah topik hangat yang membahas seputar foto-foto mesra personil duo *The Virgin* dan banyak diantara member kaskus yang terlibat pada diskusi tersebut menuding bahwa *The Virgin band* adalah pasangan lesbian.

Misalnya juga pada tabloid *Nova Sabtu, 4 Juli 2009* “Anak Didik Ahmad Dhani Dituding Lesbi” Belakangan santer beredar kabar kedekatan duo *The Virgin* tak hanya sebatas persahabatan saja. Bahkan gaung mereka menjalin hubungan spesial sempat menjadi perbincangan di beberapa media.¹

Dan alasan penulis memilih *Virginitiy* Lampung dalam penelitian ini karena *Virginitiy* Lampung merupakan *fansclub duo band* yang masih eksis dan cukup

¹(Okki.Anak Didik Ahmad Dhani dituding
Lesbi.www.tabloidnova.com/content/view/full/26905.Sabtu, 04 Juli 2009.diakses pada tanggal 7
Agustus 2012)

dikenal dalam masyarakat Bandar Lampung khususnya para pecinta *duo band* yang dinaungi oleh musisi terkenal sekelas Ahmad Dhani *Republik Cinta Menejeman* (RCM). *Fansclub* yang berdiri tanggal 15 Juli 2010 dan langsung ditandatangani oleh *The Virgin* di Hotel Bukit Randu bertepatan dengan acara *meet and greet* ini merupakan tempat bertemunya para pecinta setia *The Virgin*, dan juga tempat berkumpul para fans neng Dara dan kak Mita *The Virgin* (berdasarkan hasil pra-riset wawancara dengan Dea Luxita Guntala anggota *Virginity* Lampung). Selain itu, pada *fansclub* ini belum pernah diadakan penelitian tentang gaya hidup *fansclub The Virgin*.

Dan mengapa alasan penulis perlu meneliti *Virginity* Lampung karena hampir semua gaya hidup yang dilakukan komunitas ini, meniru idolanya yaitu *The Virgin* sehingga ini semua menarik bagi penulis untuk melakukan penelitian pada komunitas *fansclub* ini. Alasan penulis memilih Kota Bandar Lampung sebagai tempat penelitian dikarenakan kedekatan tempat, efisiensi waktu dan *fansclub The Virgin* di Bandar Lampung yang belum pernah diteliti sebelumnya sehingga menarik untuk diteliti.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan diatas, maka penelilih merumuskan beberapa masalah yang akan diteliti yaitu:

1. Makna apa yang dikomunikasikan *Fansclub Virginity* Lampung melalui atribut fashion/style yang dikenakan pada penampilan mereka.
2. Bagaimanakah kecenderungan anggota *Fansclub Virginity* Lampung dalam memahami ekspresi dari sosok idola yang mereka idolakan.

3. Istilah-istilah apa saja yang digunakan dalam berkomunikasi pada *Fansclub Virginity* Lampung.

Alasan penulis memilih ketiga rumusan masalah tersebut dikarenakan dalam berpenampilan, kecenderungan dalam memahami ekspresi dari sosok idola yang diidolakan dan istilah-istilah bahasa mempunyai ketertarikan erat antar satu sama lain dan menurut penulis dari ketiga fenomena itulah dapat menunjukkan gaya hidup seseorang. Contohnya saja dengan berpenampilan, dari sinilah kita dapat menilai seseorang dikatakan bergaya hidup mewah atau tidak, mampu atau tidak mampu apabila dilihat dari penampilan, dan dari kecendrungan orang dalam memahami ekspresi dari orang yang lainnya. Karena dari ekspresi seseoranglah kita dapat melihat ia sedang merasakan suasana hati yang bagaimana, serta dari sinilah juga kita dapat menilai gaya hidup seseorang. Dan dari penggunaan bahasa kita dapat menilai seseorang berpendidikan atau tidak apabila diperhatikan dari interaksi yang dijalin. Maka dari ketiga fenomena inilah gaya hidup seseorang terbentuk.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui makna apa yang dikomunikasikan *Fansclub Virginity* Lampung melalui atribut fashion/style yang dikenakan pada penampilan mereka. Pada tujuan ini peneliti bertujuan untuk mengupas makna apa yang ingin dikomunikasikan melalui penampilan yang dikenakan penggemar dan adakah tujuan lain dibalik itu semua.

2. Untuk mengetahui kecenderungan anggota *Fansclub Virginity* Lampung dalam memahami ekspresi dari sosok idola yang mereka idolakan. Pada tujuan ini peneliti bertujuan untuk mengetahui sejauh mana tingkat pemahaman penggemar terhadap sosok idola yang mereka idolakan.
3. Untuk mengetahui istilah-istilah apa saja yang digunakan dalam berkomunikasi pada *Fansclub Virginity* Lampung. Pada tujuan ini peneliti bertujuan untuk mengetahui istilah-istilah apa sajakah yang digunakan di dalam *Fansclub*, dan terinspirasi dari manakah istilah tersebut terbentuk lalu menghasilkan kesamaan makna dan mulai digunakan di dalam *Fansclub*. Dan terakhir untuk mengetahui istilah-istilah yang ada pada *Fansclub* apakah digunakan dan dimengerti juga oleh pihak yang ada diluar *Fansclub*.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dalam penelitian ini adalah :

1. Secara Teoritis : Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat serta dapat menjadi referensi bagi mahasiswa lainnya yang ingin melakukan penelitian yang berkaitan dengan *Fansclub*. Khususnya bagi peneliti setelah penelitian ini yang ingin mengupas mengenai fenomena dan gejala-gejala yang terjadi pada suatu *Fansclub* pengidolaan. Yang meliputi fenomena-fenomena yang terjadi di dalam *Fansclub* sehari-hari seperti gaya berpenampilan, tingkat kecenderungan pemahaman penggemar terhadap sosok idolanya dan istilah-istilah yang digunakan dalam *Fansclub* itu sendiri. Dan gejala-gejala apa sajakah yang menjadikan individu tertarik dan bergabung di dalam *Fansclub*.

2. Secara Praktis : Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi, pengetahuan, serta gambaran Gaya Hidup dari sebuah *Fansclub*. Yang mana pada penelitian ini difokuskan pada *Fansclub* pengidolaan terhadap sosok idola seperti *Fansclub* musik atau *band*, yang di dalamnya mengupas bagaimana cara berpenampilan, tingkat kecenderungan pemahaman penggemar terhadap idolanya dan istilah-istilah yang digunakan pada *Fansclub* itu sendiri.