

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Munculnya sekelompok laki-laki ataupun perempuan yang menari dan menyanyi dalam penampilan mereka atau yang biasa disebut dengan *boyband* dan *girlband* menjadi warna baru dalam industri musik Indonesia. Keberadaan *boyband* dan *girlband* yang mulai populer kembali sekitar tahun 2011 ini mampu menarik perhatian kalangan luas, baik pecinta musik maupun masyarakat umum. *Boyband* dan *girlband* hadir dengan memberikan warna baru bagi industri musik Indonesia yang beberapa tahun sebelumnya bernuansa pop-melayu menjadi *pop-dance/electro*. *Boyband* dan *girlband* juga mulai membintangi berbagai macam iklan di televisi mulai dari iklan makanan cepat saji, minuman kemasan, *provider* telepon genggam, sampai sepeda motor.¹

Nuansa baru industri musik Indonesia dengan adanya *boyband* dan *girlband* juga memunculkan penggemar baru. Penggemar-penggemar *boyband* dan *girlband* ini biasanya membentuk sebuah klub penggemar. Klub penggemar dapat dikatakan sebagai wadah untuk sekelompok orang yang ingin terjun ke dalam sesuatu yang digemarinya dan menjadikannya salah satu bagian dari hidupnya dan

¹ Almira Wardah. 10 February 2011. *Fenomena "Boyband" di Indonesia*. <http://hiburan.kompasiana.com/musik/2011/02/10/fenomena-boyband-di-indonesia-339749.html>. 22 Maret 2014.

menjadikannya sebagai gaya hidup. Untuk menunjukkan kecintaannya pada hal yang digemarinya, anggota-anggota klub penggemar juga memiliki berbagai macam cara untuk mengkomunikasikan seberapa besar kecintaannya terhadap sesuatu yang digemarinya tersebut.²

Gaya hidup dapat menjadi suatu media bagi seseorang untuk menyatakan kepada orang lain maupun masyarakat tentang apa yang mereka senangi. Seseorang dapat menyampaikan pesan melalui apa yang dikenakannya. Gaya hidup menurut Suratno & Rismiati (2001:174) adalah pola hidup seseorang dalam dunia kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapat yang bersangkutan. Gaya hidup mencerminkan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungan.

Di antara beberapa *boyband* dan *girlband* yang muncul di industri musik Indonesia, *JKT48* hadir dengan konsep yang cukup unik. *JKT48* mengusung konsep “Idola Yang Bisa Kau Temui”, yakni idola yang dapat ditemui kapan saja di teater mereka yang terletak di mal FX Sudirman lantai 4. Dibentuk pada tahun 2011, *JKT48* merupakan saudari pertama *AKB48*, sebuah grup idola dari Jepang, di luar Jepang. Akimoto Yasushi, produser *AKB48*, juga menanamkan citra yang sama pada *JKT48* dengan yang ditanamkan oleh beliau pada *AKB48*. Citra idola pada *JKT48* adalah seorang idola yang ingin mewujudkan mimpinya melalui *AKB48*. Penggemarnya dapat melihat perkembangan idola mereka setiap hari sehingga diharapkan timbul rasa kedekatan antara idola dan penggemarnya. *JKT48* terbentuk dengan 28 anggota, sebuah angka yang tinggi mengingat grup lain hanya beranggotakan lima sampai tujuh orang saja.

² Beno Juniato, Heryu Nandiasa. 25 Juni 2013. *SM*SH Bicara Soal Penggemar Setia*. <http://life.viva.co.id/news/read/423737-sm-sh-bicara-soal-penggemar-setia>. 22 Maret 2014

Keunikan dari *JKT48* sendiri bukan hanya dari konsepnya, namun juga dari penggemarnya. Dalam *Yahoo! OMG Awards Indonesia 2013*, *JKT48* mendapatkan penghargaan dalam kategori *Celeb with Most Die-Hard Fans*. Mereka membawa lampu batangan yang disebut dengan *lightstick* untuk kemudian diayunkan sambil meneriakkan teriakan khusus yang disebut dengan *chant/mix*. Penggemar juga dapat memilih salah satu anggota *JKT48* untuk dijadikan idola yang paling digemari atau yang disebut dengan *oshimen*. Penggemar juga dapat mengubah idolanya ke idola lain, yang dikenal dengan istilah *oshihen*.

Kegiatan lain yang biasanya dilakukan oleh penggemar *JKT48* adalah saling bertukar koleksi foto-foto idolanya, berlatih menarikan tarian khas untuk mendukung idolanya atau yang disebut dengan *wotagei*, bahkan membuat akun jejaring sosial *Facebook* maupun *Twitter* untuk memberikan berita-berita terbaru terkait dengan idolanya. Para penggemar lain biasanya mengikuti akun-akun tersebut untuk mengetahui lebih dalam keadaan anggota yang didukungnya.

Sebagai contoh salah satu akun *Twitter* yang cukup terkenal di kalangan penggemar *JKT48* adalah *@Genderuwota*. Akun jejaring sosial ini memiliki pengikut sekitar 27.000 dan aktif memberikan informasi terkini mengenai *JKT48*. Pemilik akun tersebut yang biasa disapa “Uwo”, adalah segelintir orang yang menyaksikan penampilan perdana *JKT48*. Selayaknya orang yang sedang jatuh cinta, Uwo pun mengusahakan untuk kembali bertemu dengan orang yang dicintainya, dengan cara menonton penampilan teater *JKT48* selanjutnya.

Pertunjukan teater kedua, ketiga, keempat, dan seterusnya pun disambangi olehnya.³

JKT48 sering mengadakan acara-acara yang unik, contohnya acara jabat tangan antara penggemar dan idolanya. Salah seorang penggemar jatuh cinta kepada salah satu anggota *JKT48*, Devi Kinal Putri, karena binar matanya. Dia rela membeli tiket jabat tangan dua kali hanya untuk bertemu dan berjabat tangan dengan idolanya. Penggemar tersebut bahkan rela membeli tiket lagi pada waktu yang bersamaan agar bisa bersalaman lagi.⁴

Beberapa penggemar di berbagai daerah biasanya membentuk klub penggemar untuk kawasan tempat tinggal penggemar lain yang berada di dalam suatu kawasan tertentu. Kegiatan mendukung idolanya tersebut merupakan salah satu budaya dalam kebudayaan populer Jepang.

Di antara beberapa klub penggemar yang ada di Indonesia, terutama di Lampung, salah satu klub penggemar bernama *JKT48 Lampung FC*. Klub penggemar yang melakukan kumpul rutin setiap hari Minggu di Taman Budaya Provinsi Lampung, sebelum sekarang pindah ke Pasar Seni Enggal ini mengidolakan *JKT48*, dan ada pula yang juga mengidolakan *AKB48*. Klub penggemar yang berdiri sejak 8 Agustus 2012 ini memiliki anggota 134 orang, dan beberapa di antaranya sudah pernah berangkat ke Jakarta untuk menonton langsung penampilan *JKT48* di teater (berdasarkan hasil pra-riset wawancara dengan M. Indra Bangsawan anggota *JKT48 Lampung FC*). Kegiatan yang dilakukan ketika

³ Unoviana Kartika. 14 Desember 2013. *Kisah Pemuda dan "Dunia Delusi" JKT48*. <http://health.kompas.com/read/2013/12/14/1243070/Kisah.Pemuda.dan.Dunia.Delusi.JKT48>. 4 Maret 2014

⁴ Sobri Hai. 30 Mei 2013. *Wota of The Week : Sehari Beli 2 Tiket Individual Handshake Demi Kinal JKT48*. <http://www.hai-online.com/layout/set/popup/Hai2013/Entertainment/Music/News/Wota-of-The-Week-Sehari-Beli-2-Tiket-Individual-Handshake-Demi-Kinal-JKT48>. 4 Maret 2014

berkumpul rutin di *JKT48* beraneka ragam, seperti saling bertukar aksesoris berbentuk foto, stiker, atau poster yang berhubungan dengan *JKT48*, berlatih tarian *wotagei*, berlatih koreografi lagu-lagu yang biasa dibawakan oleh *JKT48* (dilakukan oleh para penggemar perempuan), dan lain sebagainya. *Lampung FC* juga cukup aktif dalam beberapa kegiatan di Bandar Lampung. Dalam kegiatan yang bertemakan kebudayaan Jepang, beberapa anggota *JKT48 Lampung FC* berpartisipasi dalam beberapa kegiatan, seperti *J-Band*, *Cosplay* (berperan seperti karakter kartun Jepang), menggambar karakter kartun Jepang, dan lain sebagainya. Ketika berkumpul maupun berpartisipasi dalam suatu kegiatan, anggota dari *JKT48 Lampung FC* memakai aksesoris yang berhubungan dengan *JKT48* dan *AKB48*.

Oleh karena itu, dari fenomena yang telah disebutkan di atas, alasan penulis meneliti gaya hidup penggemar *JKT48* karena keunikan dari penggemar *JKT48* dan ingin mengetahui bagaimana gaya hidup penggemar *JKT48* karena kebudayaan populer Jepang dalam mendukung idolanya merupakan hal yang cukup baru di Indonesia. Gaya hidup juga dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor internal (sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi) dan faktor-faktor eksternal (kelompok referensi, keluarga, kelas sosial, dan kebudayaan). Penulis memilih *JKT48 Lampung FC* sebagai objek penelitian karena klub penggemar ini masih sering mengadakan kumpul rutin dan telah hampir tiga tahun terbentuk.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti yaitu bagaimanakah gaya hidup anggota *JKT48 Lampung FC*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gaya hidup anggota *JKT48 Lampung FC*.

D. Manfaat Penelitian

Adapaun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi dan juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya, khususnya bagi peneliti setelah penelitian ini yang ingin mengupas tentang gaya hidup suatu klub penggemar.

2. Manfaat praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran, informasi, dan pengetahuan penulis dalam memberikan gambaran dan informasi mengenai gaya hidup dari sebuah klub penggemar, terutama klub penggemar yang bertemakan musik dan kebudayaan.