

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri musik merupakan sarana hiburan di Indonesia. Sebagaimana dalam Mulya & Tomohardjo (2020) dunia hiburan di Indonesia mempunyai daya tarik tersendiri guna menarik perhatian masyarakat dan bidang musik merupakan salah satunya yang disajikan untuk memikat hati khalayak umum. Dunia hiburan atau yang biasanya disebut dengan dunia *entertainment* di Indonesia mempunyai daya tarik unik dan menarik untuk diketahui lebih dalam terkait konsep didalamnya. Musik bagian dari salah satu bidang yang tengah menguasai pasar hiburan di Indonesia. Musik sebagai wadah untuk mengekspresikan diri dan sarana hiburan masyarakat. Sebagaimana dalam Dewantara & Agustin (2019) mengatakan bahwa musik adalah seni yang mempunyai tujuan untuk memberikan kebahagiaan untuk jiwa dan emosi melalui lirik lagu. Sebagai sarana hiburan masyarakat, musik mempunyai banyak genre di dalamnya. Salah satunya genre musik yang terdapat di Indonesia adalah musik pop. Musik pop biasanya dikemas dalam bentuk *idol group* yang sedang marak disukai oleh generasi muda saat ini.

Grup idola merupakan kelompok anak muda perempuan atau laki-laki yang memiliki tujuan untuk menjadi seorang idola melalui ketentuan yang dibuat oleh manajemen grup. Dalam Anggraini (2015) biasanya grup seperti ini sama halnya seperti model manajemen akademisi, mereka memiliki sistem regenerasi yaitu perekrutan member baru untuk generasi selanjutnya (Abdillah, 2015). Mengemari grup idola budaya yang sedang marak disukai anak muda saat ini di Indonesia. Perkembangan Group Idola atau yang biasa disebut dengan *idol group* dimulai sejak maraknya *boyband* dan *girlband* di Indonesia barulah menyusul konsep *idol group* di tahun 2011 tepatnya. Seperti yang terdapat dalam Mulya & Tomohardjo (2020) bahwasanya terdapat fenomena maraknya boyband atau girlband membuat sebuah nuansa baru pada dunia permusikan Indonesia sehingga munculnya Cherrybelle, Coboy Junior, MAX 5, Dragon Boyz, 7 Icons, G-String, Supergirlies, Princess, BLINK, Smash dan lainnya perlahan - lahan tampil di stasiun TV Indonesia dan memperkenalkan diri mereka sebagai *girl* maupun *boy*

band. Tidak hanya boyband dan girlband yang telah marak di atas panggung Indonesia pada tahun 2011 munculah sebuah konsep idola grup terbaru yang diadaptasi idol grup dari Jepang yakni JKT48 yang merupakan bagian dari *sister group* AKB48 di negara Jepang.

JKT48 saat ini sedang maraknya di gemari oleh masyarakat Indonesia. Penggemar JKT48 tercatat mulai dari generasi z hingga generasi milenial. Hingga pada tahun 2019 penggemar JKT48 telah mencapai angka 3.883.956 di Facebook dan sebesar 4.440.496 di Twitter, karena hal ini tidak heran apabila nampak orang awam mulai tak asing lagi mendengar grup idola di Indonesia yang bernama JKT48 (Mulya & Tomohardjo, 2020). Seperti yang dikatakan pada acara Asia Pacific Media Forum (APMF) 2022 di Bali pada tanggal 20-21, bulan Oktober tahun 2022. JKT48 berkarya selama hampir 11 tahun lamanya yang didalamnya terdapat "Total penggemar JKT48 yang telah masuk catatan sebanyak lebih dari 15 juta penggemar, dengan jumlah terperinci 31% pengemar merupakan generasi muda millennial, dan sebanyak 69% pengemar merupakan generasi Z. Dengan data pendengar sebanyak 1,5 juta pada setiap bulan. Grup idola tersebut telah mengeluarkan lebih dari 300 lagu di berbagai banyak *platform*. Selain itu, telah menampilkan 200 konser besar pada konser tahunan, dan telah menarik lebih dari 150 ribu penggemar atau penonton". *Head of JKT48*, Ryo Kenjo juga menjelaskan apa perbedaan K-Pop dengan grup idola JKT48? Jawabannya adalah kalian bisa menjumpai idola kalian setiap saat. Saat ini JKT48 mengadakan banyak penampilan musik atau konser. Mengapa JKT48 paling besar? Karena anggota JKT48 dan penggemarnya bisa berjumpa" Beliau mengatakan bahwasanya konsep *idol you can meet* mampu membawa penggemar dan nama JKT48 menjadi lebih besar lagi. Dapat disimpulkan bahwasannya *idol grup* JKT48 merupakan grup yang mempunyai konsep yang berbeda dengan grup lain. Konsep *idol you can meet* di JKT48 mampu menghilangkan sekat antara penggemar dengan idolannya. Konsep ini pula yang mampu membawa JKT48 bertahan hingga sebelas tahun lamanya dan memiliki penggemar yang bersolidaritas tinggi di dunia hiburan musik Indonesia.

JKT48 adalah *idol group* pertama dan satu-satunya yang bertahan di Indonesia selama kurang lebih sebelas tahun lamanya. JKT48 memiliki konsep yang sangat unik untuk diterapkan di Indonesia. Apa itu konsep *idol you can meet*? Istilah tersebut merupakan konsep yang sama persis dengan AKB48. Dengan adanya konsep *idol you can meet* penggemar JKT48 dapat langsung menjumpai idola mereka untuk bisa berinteraksi. Saat penggemar dan idolannya (member JKT48) berinteraksi seorang penggemar dapat melihat perkembangan member yang diidolakannya. Penggemar JKT48 dapat menjumpai idolanya di kota Jakarta tepatnya di Theater JKT48 yang letaknya berada di Mall Fx Sudirman Lantai 4, Jakarta Selatan. Selain itu juga ada banyak kegiatan virtual yang mendukung interaksi antara penggemar dan idolannya (member JKT48).

Kepentingan terkait ilmu sosiologi didalam penelitian ini membahas topik tentang dunia peridolan di Indonesia. Melihat saat ini sedang maraknya fenomena Idol grup juga akan mempengaruhi keadaan sosial generasi muda saat ini terkait dengan budaya modern yang telah menjadi konsumsi masyarakat. JKT48 menjadi perwakilan grup Idola sebagai bahan analisis penelitian ini. Konsep *idol you can meet* diterapkan di Indonesia yang mana penggemar bisa bertemu dengan idolanya hingga rela mengeluarkan *effort* tinggi, tenaga, waktu, dan juga materi. Para penggemar dalam mendukung idolanya secara berlebihan hingga melupakan makna sebenarnya *ngidol* untuk menyenangkan diri dan membentuk sosialisasi dalam komunitas. Maka urgensi dari penelitian ini memperluas pengetahuan mengenai dunia hiburan peridolan khususnya di Indonesia.

"JKT48 Fans Surabaya" adalah salah satu nama komunitas (*fansbase*) regional yang bergerak dalam mendukung grup idola JKT48. Komunitas ini aktif dalam menjalankan kegiatan secara langsung di surabaya dan aktif di beberapa sosial media. Sebagai salah satu komunitas yang aktif dalam mendukung JKT48 penggemar dari surabaya dinilai sangat paling antusias saat ada kegiatan yang dilaksanakan. Seperti pada *podcast Roommate* di *Spotify* yang berjudul "Putri Baeha : Ahlinya Peridolan!" Putri sebagai mantan staff JKT48 mengatakan bahwa Surabaya adalah kota nomor satu *fans* yang memiliki antusiasme tinggi saat ada *JKT48 tour* keliling Indonesia. Sebagai *Fansbase* atau komunitas regional yang

aktif di media sosial maupun secara langsung dinilai anggota di dalam JKT48 fans Surabaya juga aktif dalam mengikuti *event* atau kegiatan pada *idol you can meet* sebagai konsep grup idola tersebut.

Konsep *idol you can meet* mempunyai peran penting bagi penggemar JKT48 untuk dapat berinteraksi selama hampir 11 tahun lamanya berkarir di Indonesia. Selain itu *idol you can meet* juga mempunyai peran bagi sesama penggemar JKT48 dalam bersatu mendukung idolannya. Dengan adanya konsep tersebut sesama penggemar saling berinteraksi untuk mendapatkan informasi. Makna komunikasi yang terjalin pada penggemar JKT48 memberikan arti tersendiri oleh penggemar JKT48, yaitu dimana penggemar JKT48 tersebut bisa mendapatkan motivasi dan semangat dari member JKT48 yang ia sukai dengan hasil interaksi yang ia lakukan, seperti untuk mendapatkan semangat untuk menjalani kegiatan bekerja ataupun berkuliah. Selain itu dengan adanya pengaruh dari member JKT48 yang membuat semangat, penggemar JKT48 juga mendapatkan (Hiburan) motivasi yang positif dari member JKT48 (Mulya dan Tomohardjo, 2020). Seorang penggemar dalam bertindak mengikuti konsep *idol you can meet* telah mendapatkan makna tersendiri yakni sebagai hiburan bagi mereka seringkali seorang penggemar mengaku motif mereka dalam mengikuti kegiatan tersebut adalah mereka mendapatkan energi positif dari member lewat kata semangat atau motivasi yang diberikan member saat berinteraksi dalam event atau kegiatan yang diikuti. Selain itu terdapat makna pelarian dalam *idol you can meet*. Penggemar JKT48 awalnya dapat menyukai JKT48 karena pelampiasan penggemar kesulitan untuk menemui idola yang disukai di Korea, terdapat pula penggemar yang diajak oleh temannya untuk menonton di Theater JKT48 dan hingga sekarang narasumber masih tetap menyukai dan mengikuti kegiatan yang diselenggarakan oleh JKT48 yaitu *idol you can meet*.

Penelitian ini menghasilkan pemaknaan - pemaknaan lain tentang *idol you can meet* selain sebagai hiburan dan pelarian. Seiring berjalannya waktu makna konsep *idol you can meet* ini mengalami dinamika pergeseran yang tidak lagi sebagai cara untuk memperoleh hiburan dan sebagai pelarian saja. Tetapi terdapat makna lain pada kegiatan *idol you can meet* yakni penggemar mengikuti kegiatan tersebut agar mendapatkan *waroan (Feedback)* dari member yang ia kagumi atau

idolakan. Kebanyakan dari mereka mengabadikan *waroan* member JKT48 di media sosial mereka agar mendapatkan pujian lebih dikalangan penggemar JKT48 dan dapat dikenali member secara tersendiri dibandingkan penggemar lain. Demi mendapatkan *feedback* para penggemar JKT48 di media sosial mereka harus rajin mengikuti perkembangan JKT48 serta menjadi manusia yang konsumtif dalam meraih itu semua. Maka peneliti memperoleh ketertarikan untuk mengambil judul penelitian "Pergeseran Makna Konsep Idol You Can Meet (Studi Kasus Anggota JKT48 Fans Surabaya)".

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana proses pergeseran makna *idol you can meet* pada penggemar yang bergabung dalam komunitas JKT48 Fans Surabaya?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup pada permasalahan penelitian yang akan peneliti bahas, ialah penulis memberikan batasan mengenai pembahasan yang akan diuraikan. Penelitian ini akan membahas konsep *idol you can meet* dari sudut pandang penggemar selama JKT48 berjalan 11 tahun kemudian akan dikaitkan dengan membahas pergeseran makna yang ada di dalam konsep *idol you can meet*. Kemudian hasil dari proses penerapan konsep tersebut dan makna yang ada didalamnya akan dikaitkan dengan teori yang relevan yaitu interkasionisme simbolik.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan daripada penelitian yang peneliti lakukan ini adalah untuk mengetahui proses pergeseran makna akan konsep *idol you can meet* pada penggemar di *fansbase* atau komunitas JKT48 Fans Surabaya. Penelitian ini merupakan topik yang bagus untuk dibahas lebih mendalam lagi. Melihat fenomena dunia peridolan saat ini sedang marak dilakukan di Indonesia maupun negara lain. Secara tidak langsung industri musik dalam grup idola mempunyai keterkaitan dengan masyarakat luas.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Akademis

Manfaat dari penelitian ini secara akademis bisa dikaitkan dengan teori sosiologis, penulis ingin menyumbangkan studi tentang pergeseran makna dalam interaksi simbolik. Melalui penelitian bentuk skripsi ini, peneliti memilih studi kasus pada JKT48 Fans Surabaya tentang bagaimana proses pergeseran makna konsep grup idola Indonesia dianalisis menggunakan teori dari ranah Sosiologi. Penelitian ini secara signifikan menjadi sumbangan terhadap kajian *cultural* budaya mengenai fenomena konsep grup idola di masa ini yang merupakan produk budaya populer dalam kehidupan sehari-hari yang berhubungan langsung dengan generasi muda pada masyarakat.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis penelitian ini menjadi sumbangan pemikiran terhadap penggemar JKT48 yang menjadi subjek penelitian. Penelitian ini diharapkan dapat mengetahui pergeseran makna dan dampak yang terjadi yang nantinya akan berpengaruh pada masyarakat luas. Sehingga masyarakat luas dapat memahami dunia peridolan melalui penelitian ini. Manfaat praktis lain dari segi pembahasan dunia hiburan khususnya di Indonesia dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.