

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Budaya populer adalah bentuk budaya yang berkembang dan digemari oleh masyarakat luas pada suatu periode tertentu, serta disebarakan melalui media massa dan teknologi komunikasi. Budaya populer mencakup berbagai aspek kehidupan seperti musik, film, mode, bahasa, hiburan, permainan, hingga tren media sosial yang mudah diterima dan diikuti oleh banyak orang. Berbicara mengenai budaya populer tidak bisa terlepas dari kehidupan masyarakat modern seperti saat ini, budaya populer memiliki macam bentuk seperti hiburan, gaya hidup dan tren yang diterima dan dikonsumsi secara luas oleh masyarakat khususnya generasi Z. Gen Z merupakan sebutan untuk kelompok generasi yang lahir sekitar antara tahun 1997 sampai 2012 yakni berusia 13-28 tahun setelah generasi Milenial.

Budaya populer merupakan budaya yang dipasarkan secara komersial dan berorientasi pada tingkat keuntungan hingga menjadikan budaya tersebut di produksi secara luas dan di gemari masyarakat internasional (Prinado, 2022). Produk-produk budaya seperti anime, manga, music dan grup idola menjadi komoditas simbolik yang tidak hanya dikonsumsi secara massal, tetapi juga terbentuk dari praktik sosial dan budaya di berbagai komunitas penggemar. Seiring dengan perkembangan media digital, budaya populer Jepang semakin mudah diakses dan diadopsi oleh masyarakat Indonesia. Salah satu budaya populer Jepang yang banyak diminati oleh masyarakat adalah grup idola (*group idol*).

Grup idola (*group idol*) adalah merupakan penyanyi pop yang terdiri remaja atau anak muda yang dibentuk oleh agensi untuk tampil sebagai figur yang menarik secara visual, energik dan menghibur (Hidayati, 2023). Grup idola (*Grup Idol*) tidak sekedar sebagai penyanyi saja, melainkan juga menekankan pada citra publik, gaya dan kepribadian mereka untuk menjadi daya tarik utama bagi penggemar. Beberapa Grup idola (*group idol*) tersebut akan menjalani pelatihan khusus diberbagai bidang salah satunya melatih vocal, menari, akting dan berbicara bahasa dari negara lain

untuk bisa menjadi idol yang multitalenta. Istilah grup idola (*Group Idol*) ini sangat populer di Benua Asia, terutama di Jepang ada J-Pop (*Japan Pop*) dan Korea Selatan ada K-Pop (*Korean Pop*). Untuk contoh grup idola (*Group Idol*) yang populer di seluruh dunia salah satunya ada BTS (Bangtan Sonyeondan), BLACK PINK dari negara Korea Selatan, dan AKB48 (*Akihabara48*) dari Negara Jepang.

Tidak hanya terkenal dan prestasinya, K-Pop juga memiliki daya Tarik yang besar sehingga melahirkan perasaan ketertarikan yang mendalam bagi penggemar (Sysca, 2024). Seperti remaja yang ada di Indonesia mereka sangat mengidolakan grup boyband yang ada di negara Korea seperti BTS (*Bangktan Sonyeondan*) dan EXO-K (*Exoplanet-Koren*). Grup boyband tersebut memiliki banyak penggemar khususnya bagi kaum perempuan karena ketertarikan gaya menyanyi dan menari oleh kelompok penyanyi tersebut, tidak hanya memiliki ciri khas menyanyi dan menari tetapi juga unggul dari gaya penampilan dan ketampanan yang selalu menarik perhatian khusus bagi pemuda perempuan. Untuk grup idola (*Group Idol*) yang digemari oleh pemuda laki-laki yaitu BLACKPINK, TWICE yang berasal dari negara Korea Selatan, AKB48 (*Akihabara48*) dan Nogizaka 46 yang berasal dari negara Jepang. Dari sekian banyaknya grup penyanyi diseluruh dunia ada beberapa istilah atau julukan untuk para penggemar grup idola (Grup Idol) mereka masing-masing. Kemunculan dari budaya populer melahirkan para penggemar yang disebut *wota* (penggemar berat).

Istilah *wota* berasal dari bahasa jepang yaitu, dari kata (*otaku*) yang merujuk pada seseorang yang memiliki minat atau kegemaran yang sangat mendalam terhadap suatu hal. Dalam perkembangan budaya idol Jepang, muncul istilah (*wotaku*) yang secara khusus digunakan untuk menyebut penggemar idola, terutama girl band. Seiring waktu, kata (*wotaku*) kemudian disingkat menjadi (*wota*) setelah populer dikalangan penggemar grup idol Jepang seperti AKB48, Nogizaki46, dan NMB48. Di Indonesia, istilah *wota* mulai dikenal luas sejak hadirnya JKT48 pada tahun 2011 sebagai sister group pertama AKB48 diluar Jepang. *Wota* menjadi sebutan khusus untuk yang menggemari sosok idol, terutama member JKT48, dengan tujuan semakin dekat dengan idol yang dikagumi. Bentuk ketertarikan ini diwujudkan dengan berbagai cara seperti mengenakan pakaian bertulisan nama member didukung, melakukan gerakan tangan yang dikenal dengan sebagai

(*wotagei*), berteriak menyerukan kata-kata penyemangat hingga membeli album resmi yang dikeluarkan oleh manajemen JKT48 serta turut menghadiri berbagai acara yang digelar oleh pihak JKT48 (Akbar, 2022).

Indonesia sendiri juga memiliki grup idola (*Group idol*) yang sangat populer ditelinga para pemuda zaman sekarang yaitu JKT48. Selain untuk mengembangkan bakat menyanyi dan akting grup idola (*Group Idol*) juga memiliki banyak penggemar disetiap negaranya masing-masing bahkan dari negara luar pun juga mengidolakan beberapa kelompok penyanyi tersebut. JKT48 adalah grup idola yang berasal dari Jakarta, Indonesia yang terbentuk pada tahun 2011. JKT48 merupakan saudara grup idola AKB48 pertama yang dibentuk dari luar Jepang (Damasta, 2020). Pembentukan JKT48 pertama kali diumumkan pada 11 September 2011 di sebuah acara AKB48 yang diadakan di Makuhari Messe di Chiba. JKT48 didirikan oleh Akimoto Yasusi dari Jepang, yang juga merupakan produser dari 48 Family yang terdiri dari beberapa grup idol seperti AKB48, NMB48, HKT48 (Jepang), BNK 48 (Thailand) dan grup 48 yang lainnya. Ada istilah populer bagi penggemar grup idola (*Group Idol*) yakni Fandom.

Fandom adalah komunitas yang terdiri dari berbagai orang yang memiliki pemikiran yang sama yaitu pengabdian mereka terhadap selebriti tertentu, serta partisipasi dan identifikasi diri dengan beberapa komunitas tersebut (Putri, 2021). Bisa dibilang fandom ini memiliki penggemar yang sama misalnya, beberapa mahasiswa menyukai JKT48 meski hanya sekedar mendengarkan musik, nonton Youtube, atau sekedar hadir dalam konser JKT48 semuanya bisa masuk kedalam Fandom JKT48 tersebut. Didalam fandom ada beberapa individu-individu yang tidak sekedar menikmati lagu dari JKT48 tetapi juga mengidolakan salah satu member dari kelompok penyanyi tersebut. Sebutan penggemar yang mengidolakan member JKT48.

Di Surabaya, sebagai salah satu kota metropolitan di Indoensia, yang memiliki komunitas JKT48 yang disebut “Wani48”, berkembang cukup aktif. Keberadaan mereka tidak sekedar menampilkan suatu fenomena budaya global yang telah disaring menjadi lokalisasi, tetapi juga menjadi ruang sosial tempat terjadinya konstruksi identitas serta artikulasi loyalitas terhadap simbol-simbol budaya populer.

Kota metropolitan tersebut tidak hanya dikenal dengan pusat aktivitas ekonomi dan pendidikan melainkan juga berkembangnya ruang publik untuk penggemar budaya populer. Sikap fanatisme wota bisa membangun dan mempertahankan identitas mereka sebagai wota didalam komunitas serta bagaimana identitas ini mempengaruhi interaksi sosial mereka sesama penggemar berbagai aktivitas seperti membeli merchandise, dukungan finansial, menghadiri acara khusus serta aktif komunitas penggemar.

Hal inilah yang memunculkan sikap fanatisme pada penggemar grup idola untuk melakukan segala hal dari segi ekonomi, kehidupan, juga aktivitas tertentu yang mereka tinggalkan demi menunjukkan kesetiaannya terhadap idol. Fanatisme wota merujuk pada tingkat keterikatan dan antusiasme yang tinggi dari penggemar, yang dijuluki sebagai wota terhadap grup idola, khususnya JKT48. Realitas dari sikap fanatisme ini tercermin pada dukungan kuat untuk aktivitas idola, seperti hal nya aktif hadir di konser dan acara interaksi penggemar, hingga pembelian berbagai atribut resmi dari komunitas. Para wota umumnya memiliki pemahaman begitu mendalam mengenai nama member-member idol di setiap angkutanya serta memahami music yang rilis setiap pekannya.

Fanatisme diartikan sebagai suatu tingkat loyalitas yang sangat kuat terhadap suatu objek, dan biasanya juga merujuk pada merek atau produk tertentu (Mulangjoyo, 2024). Fanatisme bisa dikatakan sikap atau perilaku yang menunjukkan keyakinan atau keterkaitan yang berlebihan terhadap sesuatu seperti agama, politik serta aktivitas yang lainnya. Sikap fanatisme ini dipahami sebagai suatu bentuk emosional dan pengabdian melalui proses interaksi sosial bersama kelompok atau masyarakat. Sikap fanatisme muncul melalui terbentuknya aktivitas individu bersama kelompok untuk memperoleh tujuan yang sama serta membentuk pengalaman baru dari kelompok yang di ikuti. Dalam sebuah kelompok atau komunitas, sikap fanatisme bisa menunjukkan gagasannya untuk menunjukkan identitas diri dan rasa memiliki terhadap kelompok tertentu. Ikatan emosional yang terbentuk antaranggota membuat sikap individu terus berkembang, bahkan terkadang tidak menerima saran dan pendapat orang lain karena dianggap tidak sejalan dengan perspektif yang dimilikinya. Sikap tersebut menunjukkan bahwa hubungan sosial dan rasa kebersamaan dapat mendorong individu untuk mencapai tingkat kesetiaan

terhadap idola atau komunitas, bahkan sampai melewati batas yang tidak sewajarnya. Perilaku fanatisme tidak terlepas dari aksi pemujaan yang dilakukan oleh seseorang untuk mengukur tingkat setia terhadap idolanya, seperti penggemar grup idola (*Group Idol*). Satu hal yang bikin unik dari para wota adalah tidak hanya sekedar menghafal lagu melainkan juga mempraktekan yel-yel dan gerakan koreografi untuk mengungkapkan ekspresi mereka kepada para member disaat konser pertunjukkan.

Meskipun esensinya sebuah bentuk dukungan, sikap fanatisme dapat pula mengandung implikasi negatif apabila melampaui batas kewajaran dan mengarah pada perilaku obsesif. Beberapa kasus yang terjadi di media sosial terkait penyebaran konten yang dilakukan oleh para oknum hingga begitu terobsesi terhadap member JKT48 dengan cara menyebarkan foto dan video lewat media sosial seperti Tik-Tok, aplikasi X (Twiter) dan sebagainya. Hal ini sikap fanatisme jika dilakukan berlebihan akan merugikan dari berbagai pihak seperti komunitas JKT48, masyarakat akan beranggapan perilaku fans JKT48 tidak memiliki etika, tata krama, dan melanggar norma.

Para penggemar yang begitu hiperaktif secara berlebihan biasanya tidak pernah aktif dalam aktivitas dari komunitas daerahnya masing-masing lebih cenderung untuk menyendiri dan menghindari dari kerumunan massa. Berbeda dengan wota-wota lainya selalu aktif dan hadir disetiap pertemuan yang diadakan secara virtual maupun visual. Selain itu, member dari JKT48 juga memperlakukan penggemarnya dengan baik. Mereka berusaha untuk menciptakan hubungan yang dekat melalui media sosial maupun tatap muka (Pratama, 2021). Dari beberapa tingkat antusias dan dukungan terhadap idolanya, secara tidak langsung mereka telah membentuk identitas diri mereka kepada lingkungan disekitar. Pembentukan identitas diri biasanya terbentuk sejak masa remaja untuk mencari jati diri masing-masing dan ingin mengetahui letak pada posisi diranah lingkungan sosial. Proses ini dipengaruhi beberapa hal seperti keluarga, teman, lingkungan sekitar hingga media dan budaya populer yang dikonsumsi sehari-hari. Setiap individu akan memiliki cara yang berbeda untuk membentuk identitasnya.

Misalnya dari pengalaman atau ketertarikan terhadap sesuatu seperti hobi, pekerjaan, atau tokoh idola. Pembentukan identitas diri dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berasal dari luar dirinya atau lingkungan sosialnya (Hakim, 2021). Ketika pembentukan identitas sudah menemukan suatu hal menarik, secara tidak langsung akan mencari tahu dan mendalami, seperti menjadi fans JKT48 hal ini bisa menjadikan bagian pembentukan identitas diri.

Setelah itu individu akan memperkenalkan dirinya sebagai penggemar, ikut serta dalam komunitas dan menjadikan aktivitas mendukung idolanya sebagai kehidupan sehari-hari. Setelah mengikuti komunitas yang ada disekitar, mereka tidak akan bermodal kesetiaanya saja, tetapi memberikan pembuktian kepada individu lain semacam aktif hadir perkumpulan yang sudah ditentukan, memberikan waktu kosong untuk menghadiri event, serta berani mengeluarkan anggaran sebesarapapun demi menonton pertunjukan “*oshi*” (idola yang didukung). Sikap loyalitas akan ditunjukkan melalui komitmen jangka panjang, kepercayaan serta dukungan yang stabil meskipun ada godaan, tantangan atau pilihan lain di sekitarnya.

Sebagai penggemar JKT48, seseorang akan loyal terhadap “*oshi*” mereka, yang ditunjukkan dengan kerelaan untuk mengeluarkan banyak uang guna membeli produk atau barang yang berhubungan dengan JKT48 (Frij, 2024). Loyalitas yang dimiliki oleh penggemar JKT48 akan mendorong mereka untuk mendukung “*oshi*” yang diidolakan. Semakin tinggi loyalitas mereka, maka dukungan yang diberikan kepada “*oshi*” juga semakin besar (Khomsiyah, 2021). Dalam konteks sosial, loyalitas bisa muncul dalam hubungan antarindividu, seperti kesetiaan terhadap keluarga, sahabat, atau pasangan. Dalam konteks organisasi atau kelompok, loyalitas cerminan dari partisipasi kepada anggota kelompoknya, salah satunya selalu memberikan argument saran dan solusi, membela nama baik dan mematuhi aturan nilai yang dijunjung bersama. Loyalitas bukan sekedar tindakan, tapi juga soal ikatan emosional yang kuat. Sebab loyalitas sering dianggap sebagai bentuk dedikasi dan komitmen yang muncul dari rasa percaya, rasa dan rasa memiliki. Sama seperti penggemar JKT48 menunjukan bahwa dukungan terhadap idola bukan sekedar hiburan semata, melainkan mereka telah menjadikan bagian dari gaya hidup, ekspresi diri dan bentuk keterlibatan emosional yang mendalam. Maka dari itu

loyalitas dapat melihat wujud nyata hasil timbal balik antara idola dan penggemar yang terus terjadi seiring berjalannya waktu. Para penggemar juga mempererat hubungan melalui berinteraksi disaat langsung dalam acara atau konser dan juga membentuk akun media sosial mereka untuk memperkuat sikap fanatisme terhadap idol.

Berdasarkan latar belakang, fenomena fanatisme wota khususnya dikalangan penggemar JKT48 di Surabaya begitu menarik untuk dikaji lebih lanjut. Kota Surabaya sebagai salah satu kota besar dengan komunitas penggemar JKT48 yang aktif, dijadikan sebagai lokasi yang relevan guna memahami bagaimana identitas dan loyalitas terbentuk dan dipertahankan dalam konteks fanatisme terhadap grup idola (*Group Idol*). Penelitian ini diharapkan untuk memberikan pengalaman yang lebih mendalam mengenai konstruksi identitas dan manifestasi loyalitas didalam subkultur komunitas Wani48, serta implikasi terhadap dinamika sosial dan budaya di Surabaya. Maka dari itu, penelitian ini akan diajukan dengan judul : “Fanatisme Wota : Studi Identitas dan Loyalitas dalam komunitas Wani48 di Surabaya”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana identitas wani48 terbentuk dengan loyalitas dan fanatisme yang ditunjukkan sebagai anggota wani48?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai rumusan masalah diatas, dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana identitas wani48 terbentuk dengan loyalitas dan fanatisme yang ditunjukkan sebagai anggota wota.

1.4 Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini tentu diharapkan memberikan manfaat, baik bagi penulis maupun pembaca. Adapun manfaat yang bisa diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam kepada masyarakat umum tentang fenomena fanatisme penggemar, sehingga dapat mengurangi stereotip negatif terhadap komunitas wota. Bagi penggemar JKT48 sendiri, hasil penelitian ini dapat menjadi refleksi untuk memahami dinamika sosial yang terjadi dalam komunitas mereka. Selain itu, bagi pihak manajemen JKT48 atau pelaku industri hiburan lainnya, penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam membangun hubungan yang lebih positif dan konstruktif dengan basis penggemar mereka.

b. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam kajian sosiologi budaya dan konstruksi sosial. Dengan fokus pada fenomena fanatisme dalam komunitas penggemar JKT48 di Surabaya, penelitian ini memperkaya pemahaman tentang bagaimana identitas sosial dan loyalitas dikonstruksi dalam budaya populer. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi studi-studi selanjutnya yang ingin meneliti fenomena komunitas penggemar, budaya populer, serta dinamika hubungan antara idola dan penggemarnya dalam konteks sosial masyarakat modern.